TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS - HUE UNIVERSITY

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

HƯỚNG TỚI KỶ NIỆM 60 NĂM THÀNH LẬP TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

KỶ YẾU
HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
INTERNATIONAL CONFERENCE

PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

PROMOTING VIETNAM'S ECONOMY AND TRADE IN THE CONTEXT OF GLOBAL TRADE PROTECTIONISM

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI
Tháng 8 - 2020

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS HUE UNIVERSITY

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

HƯỚNG TỚI KỶ NIỆM 60 NĂM THÀNH LẬP TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

KỶ YẾU
HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
INTERNATIONAL CONFERENCE

PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

PROMOTING ECONOMY AND TRADE IN THE CONTEXT OF GLOBAL TRADE PROTECTIONISM

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI
Tháng 8 - 2020

BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ "PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ QUỐC TẾ"

NGƯT.GS.TS. Đinh Văn Sơn

Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại

Trong giai đoạn vừa qua, tình hình kinh tế, chính trị thế giới tiếp tục có nhiều biến động và diễn biến phức tạp. Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc và xung đột giữa các quốc gia (Mỹ - Iran, Mỹ - Triều Tiên, Anh rời khỏi EU (Brexit);...) vẫn tiếp tục có những tác động sâu rộng tới tình hình kinh tế và thương mại quốc tế. Bảo hộ thương mại đã và đang trỗi dậy khá mạnh trong thời gian gần đây trong bối cảnh kinh tế thế giới bắt đầu tăng trưởng chậm lại kể từ năm 2013. Ngày càng nhiều quốc gia quay trở lại chính sách thúc đẩy sản xuất công nghiệp để thay thế hàng nhập khẩu, thắt chặt quy định về tỷ lệ nội địa hóa và trợ giá hàng xuất khẩu, dựng nên các rào cản thương mại khác nhau để bảo vệ nền sản xuất trong nước. Trong khi đó, thành quả của toàn cầu hóa không được phân chia đồng đều giữa các khu vực, các nền kinh tế cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới xu hướng phản đối tự do hóa thương mại gia tăng mạnh ở nhiều khu vực trên thế giới, nhất là tại các nền kinh tế lớn, trong đó có Mỹ và châu Âu. Trong thời gian qua, số lượng biện pháp bảo hộ thương mại mà các nền kinh tế lớn thực hiện ngày càng tăng lên. Đặc biệt, tại Mỹ, Tổng thống Donald Trump, với chính sách "Đưa nước Mỹ vĩ đại trở lại", đã áp dụng nhiều biện pháp, từ rút khỏi các thỏa thuận thương mại mà ông coi là "gây thiệt hại" cho nền kinh tế đất nước, tới áp thuế nhập khẩu đối với hàng hóa từ các quốc gia khác nhau.

Các nền kinh tế lớn trên thế giới đang đứng trước bài toán khó là làm sao dung hòa được lợi ích quốc gia và những cam kết hợp tác thúc đẩy tự do thương mại vì lợi ích chung. Việc Mỹ đưa ra những rào cản thuế đối với nhập khẩu, cũng như khuyến khích các doanh nghiệp chuyển địa điểm sản xuất về trong nước, trong khi Trung Quốc, nền kinh tế lớn thứ hai thế giới, cũng tìm mọi cách tăng kim ngạch xuất khẩu song lại dựng lên những rào cản đối với hàng nhập khẩu, giữ thị phần trong nước cho các doanh nghiệp nội địa, là những minh chứng rõ nét về xu hướng theo đuổi chủ nghĩa bảo hộ. Nguy cơ chiến tranh thương mại càng trở nên rõ hơn khi EU, Trung Quốc và một số quốc gia khác cũng đã công bố các biện pháp trả đũa Mỹ. Việc áp đặt một biện pháp đơn phương mang tính rào cản đối với thương mại tự do được đánh giá không phải là giải pháp tối ưu, đi ngược lại xu hướng toàn cầu hóa hiện nay, cản trở hệ thống thương mại toàn cầu, đồng thời có thể dẫn tới các cuộc chiến thương mại, ảnh hưởng bất lợi đến tăng trưởng kinh tế của các nước, khu vực và thế giới.

Năm 2019, thuế quan bình quân của tất cả các khu vực trên thế giới tiếp tục giảm theo xu hướng tự do hóa thương mại. Tuy nhiên, mức thuế quan MFN của Mỹ tăng lên 0.25% so với năm 2018. Đây là kết quả của thuế quan nhập khẩu bổ sung Mỹ áp dụng lên các mặt hàng thép, nhôm đến từ các nước đồng minh (Canada, Mexico, Liên minh Châu Âu) và các mức thuế quan leo thang từ cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc.

Châu Âu cũng áp dụng thuế quan nhằm trả đũa các chính sách thương mại của Mỹ hướng tới mặt hàng nhôm, thép. Bởi vậy, mức thuế quan trung bình của Liên minh Châu Âu tăng 0.1% so với năm 2018. Trung Quốc và Hàn Quốc có mức thuế suất khá cao với mức trung bình là 10% (Trung Quốc) và 13% (Hàn Quốc), nhằm bảo hộ các ngành công nghiệp nội địa. Bên cạnh thuế quan, các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS), biện pháp kỹ thuật (TBT), biện pháp chống bán phá giá (AD), biện pháp chống trợ cấp (CV), biện pháp tự vệ (SG) cũng là những biện pháp phổ biến được sử dụng trong chính sách thương mại của các nước thành viên WTO, trong đó SPS và TBT là những biện pháp đứng đầu về số lượng những biện pháp được thông báo và những biện pháp còn hiệu lực. Năm 2017 trên toàn thế giới có 1719 biện pháp bảo hộ bằng hàng rào kỹ thuật (TBT) được đưa ra, thì năm 2018 là 2037. Năm 2017 có 1001 biện pháp vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS) đưa ra thì năm 2018 có 1316 biện pháp được đưa ra.

Trong báo cáo về kinh tế thế giới tháng 6/2018, Ngân hàng Thế giới (WB) đã cảnh báo bất cứ trở ngại nào đối với hoạt động thương mại ở Trung Quốc hay Mỹ, hai nền kinh tế lớn nhất thế giới, sẽ dẫn đến hiệu ứng lan toả tiêu cực cho phần còn lại của thế giới thông qua các kênh thương mại, tài chính và hàng hóa. Báo cáo của Ngân hàng Thế giới cảnh báo rằng những khu vực bị ảnh hưởng nặng nề nhất trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ tiếp tục gia tăng sẽ là các thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển. Các rào cản phi thuế quan cũng có thể được nâng lên, qua đó làm gia tăng chi phí thương mại xuyên biên giới. Các phí tổn liên quan đến hoạt động vận chuyển, dịch vụ logistics, các trở ngại về pháp lý và quy định cũng sẽ ngày càng lớn.

Do ảnh hưởng của các bất ổn kinh tế vĩ mô và căng thẳng thương mại kéo dài đã có những tác động tiêu cực đến thương mại toàn cầu. Kinh tế thế giới năm 2019 tăng trưởng với tốc độ chậm nhất trong vòng 10 năm kể từ sau thời kỳ khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008-2009. Theo số liệu của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2019 chỉ đạt 2,9%, giảm mạnh so với 3,6% năm 2018 và thấp hơn đáng kể so với mức trung bình 3,84% trong giai đoạn 2010-2018. Tăng trưởng khối lượng thương mại hàng hóa và dịch vụ toàn cầu đã giảm mạnh xuống mức thấp nhất trong gần một thập kỷ qua từ mức 3,9% năm 2018 xuống còn 0,3% năm 2019 (UNCTAD, 2020).

Bên cạnh xu thế bảo hộ thương mại, tiến trình tự do hóa thương mại vẫn tiếp tục diễn ra, đặc biệt ở cấp độ tự do hóa thương mại khu vực đánh dấu bằng hàng loạt hiệp định đã và đang hoàn tất việc ký kết, nổi bật là: Hiệp định Đối tác Toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); Hiệp định thương mại tự do Mỹ - Mexico - Canada (USMCA); Hiệp định thương mại tự do Mỹ - Hàn, Mỹ - Nhật Bản; Hiệp định đối tác kinh tế Nhật - Liên minh EU; Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA);... Có thể thấy rõ các nền kinh tế phát triển có xu hướng sử dụng các thỏa thuận thương mại khu vực (RTA), hoặc nâng cấp các thỏa thuận thương mại tự do (FTA) để thay thế cho các thỏa thuận thương mại đa phương toàn cầu với những đặc trưng địa chính trị.

Cuối năm 2019, sự bùng phát của đại dịch viêm đường hô hấp cấp Covid-19 trên toàn thế giới đã gây ra một cuộc khủng hoảng kinh tế và sức khỏe, đồng thời đã có những tác động lớn định hình lại hệ thống thương mại và thị trường toàn cầu. Tính đến cuối tháng 6/2020, đại dịch Covid-19 với khoảng trên 10 triệu người nhiễm bệnh và hơn 500

nghìn ca tử vong, có thể gây ra suy thoái kinh tế nghiêm trọng nhất trong lịch sử. Các chính phủ trên khắp thế giới đã áp đặt nhiều chính sách giãn cách xã hội nghiêm ngặt trong hầu hết các lĩnh vực. Những chính sách này đã trở thành chuẩn mực mới của sự tương tác xã hội và định hình lại cuộc sống. Bối cảnh dịch bệnh mới này đã buộc các doanh nghiệp phải đóng cửa, gây ra tình trạng thất nghiệp, tiêu dùng giảm, dòng chảy hàng hóa và hoạt động sản xuất, phân phối bị gián đoạn. Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) dự kiến thương mại toàn cầu sẽ giảm mạnh ở mức kỷ lục từ 13-32% trong năm 2020. Các khu vực gặp nhiều nguy cơ nhất là Bắc Mỹ và châu Á. Theo kịch bản xấu nhất, xuất khẩu của những nước này có thể giảm lần lượt 40% và 36%. Thương mại châu Âu và Nam Mỹ cũng sẽ sụt giảm hơn 30%.

Nhóm các nhà lãnh đạo Nhóm các nền kinh tế phát triển và mới nổi hàng đầu thế giới (G20) đã cam kết duy trì một môi trường đầu tư và thương mại tự do, công bằng, không phân biệt, minh bạch, có thể dự đoán và ổn định. Tuy nhiên, các biện pháp thương mại đáp ứng trong tình hình dịch Covid-19 có xu hướng bị chia rẽ. Khoảng 50 thành viên của WTO đã ban hành khoảng 130 biện pháp thương mại liên quan đến dịch Covid-19. 55% trong số đó là nhằm tạo thuận lợi để giảm hoặc loại bỏ thuế nhập khẩu. Ngược lại, 45% số biện pháp có xu hướng hạn chế thương mại, áp đặt các hạn chế định lượng (QR) như hạn ngạch, thủ tục cấp phép xuất khẩu hoặc cấm xuất khẩu, đối với các sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm liên quan đến y tế.

Trước bối cảnh khó khăn trên, với các giải pháp hợp lý được Đảng và Nhà nước triển khai thực hiện, nền kinh tế Việt Nam vẫn đạt được những thành tựu vượt bậc: Năm 2019. tăng trưởng kinh tế đạt 7,02%, thuộc nhóm các nước tăng trưởng cao hàng đầu khu vực, thế giới; lạm phát được kiểm soát ở mức thấp dưới 4%; Chất lượng tăng trưởng được nâng lên, hiệu quả đầu tư được cải thiện, năng suất lao động tăng 6,2%, đóng góp của năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP) đạt 46,11%. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 517 tỷ USD, tăng 7,6% so với năm 2018. Đây là năm thứ tư liên tiếp Việt Nam xuất siêu với 9,94 tỷ USD, vượt xa so với con số kỷ lục 7,2 tỷ USD được thiết lập năm 2018. Kết quả này đã đưa Việt Nam lọt top 30 quốc gia có tăng trưởng xuất nhập khẩu tốt trên thế giới. Xét riêng lĩnh vực xuất khẩu, Việt Nam đã trở thành nền kinh tế có quy mô xuất khẩu đứng thứ 22 trên thế giới. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện đạt kỷ lục 20,4 tỷ USD. Xếp hạng năng lực cạnh tranh quốc gia tăng 3,5 điểm và 10 bậc theo đánh giá của WEF. Việt Nam lần đầu tiên vươn lên trong nửa trên của bảng xếp hạng thế giới, vị trí 67 trên 141 nền kinh tế được xếp hạng. Đặc biệt, ngay khi có dịch bệnh Covid-19 bùng phát, cả hệ thống chính trị đã vào cuộc quyết liệt, cùng với sự đồng lòng, đoàn kết của toàn dân, công tác phòng, chống dịch đã đạt kết quả tốt, Việt Nam đã đẩy lùi và kiểm soát được dịch bệnh. Đồng thời, đã có những chính sách kịp thời để từng bước hỗ trợ doanh nghiệp và người dân vượt qua khó khăn của đại dịch; các hoạt động của đời sống kinh tế - xã hội đang được khôi phục; tình hình kinh tế - xã hội đã có những chuyển biến tích cực; được cộng đồng quốc tế đánh giá cao.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, trong giai đoạn tới đây nền kinh tế Việt Nam tiếp tục phải đối mặt với nhiều thách thức, rủi ro như tăng trưởng chưa bền vững, năng lực cạnh tranh của nền kinh tế và doanh nghiệp còn thấp, hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt là

hiệu quả đầu tư công chưa cao, năng lực đổi mới sáng tạo thấp, năng suất lao động thấp, tăng trưởng phụ thuộc cao và ngày càng tăng vào khu vực FDI, vấn đề ô nhiễm môi trường,...Tiến trình Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng hơn vào nền kinh tế khu vực và thế giới, đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia phát triển gia tăng các biện pháp bảo hộ thương mại, cùng với các cơ hội, thách thức từ nguyên nhân nội tại và khách quan đã đặt ra những vấn đề cấp thiết nghiên cứu đối với Việt Nam cả ở cấp độ quốc gia, ngành, địa phương và doanh nghiệp, qua đó đưa ra những khuyến nghị, giải pháp cụ thể, thiết thực ngầm giải quyết những vấn đề căn bản đang là trở ngại cho việc phát triển bền vững nền kinh tế Việt Nam.

Được sự đồng ý của Bộ Giáo dục và Đào tạo Việt Nam, Trường Đại học Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế và Đại học Sofia (Bulgaria) đồng tổ chức Hội thảo khoa học quốc tế với chủ đề: "Phát triển kinh tế và thương mại Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại". Đây sẽ là một diễn đàn khoa học để các nhà quản lý kinh tế, nhà hoạch định chính sách, các doanh nhân, nhà nghiên cứu, giảng viên các trường đại học trao đổi, thảo luận, chia sẻ kinh nghiệm về tác động của bảo hộ thương mại đến tổ chức, điều hành trong quản lý kinh tế vĩ mô cũng như quản trị của các tổ chức, các doanh nghiệp với mục tiêu phát triển bền vững kinh tế và thương mại Việt Nam.

Ban tổ chức Hội thảo đã gửi thư mời viết bài nghiên cứu đến các tổ chức, cá nhân các nhà khoa học trong và ngoài nước và nhận được trên 150 bài viết. Sau khi tổ chức tiến hành phản biện độc lập một cách nghiêm túc, ban chuyên môn của Hội thảo đã lựa chọn ra được 71 bài có chất lượng, đáp ứng được các yêu cầu của Hội thảo để đăng kỷ yếu. Kỷ yếu Hội thảo được biên tập với 3 nội dung lớn:

Nội dung I: Bảo hộ thương mại: xu thế, tác động và chính sách phát triển kinh tế và thương mại Việt Nam. Các tác giả đã tổng hợp và hệ thống những vấn đề lý luận mang tính nguyên lý của bảo hộ thương mại từ quan điểm tiếp cận, mục tiêu, tác động đến các công cụ bảo hộ như thuế quan, vệ sinh dịch tễ, biện pháp kỹ thuật, chống bán phá giá, chống trợ cấp,... Nhiều bài viết cũng đề cập cụ thể đến chính sách bảo hộ thương mại của một số quốc gia phát triển như Mỹ, EU, Trung Quốc,... từ đó đánh giá tác động đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam. Để làm sâu sắc hơn những nội dung nêu trên, chúng tôi xin tiếp tục phát triển một số khía cạnh cần trao đổi thêm : (i) Nội hàm của phát triển bền vững kinh tế và thương mại và cụ thể hoá trong các ngành, lĩnh vực, vùng và loại hình doanh nghiệp khác nhau trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại hiện nay; (ii) Cần có những cải cách, đổi mới gì tiếp theo đối với các doanh nghiệp, các cơ quan quản lý, các tổ chức xã hội để thực hiện sứ mệnh phát triển bền vững ở Việt Nam.

Nội dung II: Các hiệp định thương mại tự do: cơ hội và thách thức đối với nền kinh tế, thị trường và doanh nghiệp Việt Nam. Các bài viết đã trình bày và đánh giá sâu về bản chất của các "FTA thế hệ mới" được phát triển bao gồm các nội dung vốn được coi là "phi thương mại" như: lao động, môi trường, cam kết phát triển bền vững và quản trị tốt,... bao trùm các lĩnh vực như đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ, hỗ trợ kỹ thuật cho các nước đang phát triển,... Các tác giả cũng đánh giá việc ký kết và đưa vào thực hiện các

“FTA thế hệ mới” như Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại Việt Nam và EU (EVFTA) có thể đem lại những tác động lớn, kỳ vọng sẽ góp phần quan trọng giúp môi trường kinh doanh của Việt Nam thông thoáng, dễ dự báo và có tính hội nhập cao hơn, đặc biệt là được kỳ vọng sẽ tạo sự cải thiện mạnh mẽ hoạt động đầu tư và thương mại cho nền kinh tế Việt Nam. Bên cạnh đó cũng đặt ra cho Việt Nam hàng loạt những thách thức về khả năng đáp ứng những cam kết cao về thể chế và pháp luật, quy tắc xuất xứ hàng hóa, môi trường, sở hữu trí tuệ và hàng loạt các hàng rào kỹ thuật khác,...

Nội dung III: Một số chủ đề khác bao gồm các nội dung nghiên cứu theo một số lĩnh vực cụ thể: quản trị và phát triển nguồn nhân lực, liên kết phát triển kinh doanh của các tỉnh, vùng; thương mại điện tử và kinh doanh online; các hoạt động đổi mới trong quảng cáo, marketing, thương hiệu đối với sản phẩm hàng hoá; hành vi tiêu dùng của khách hàng;...

Hội thảo với chủ đề “Phát triển kinh tế và thương mại Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại” thực sự có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn. Các gợi ý về nội dung trao đổi trong hội thảo, một mặt tổng hợp từ kết quả nghiên cứu ban đầu từ các bài viết khoa học đăng trong kỷ yếu, nhưng đó cũng chính là những trăn trở của thực tiễn đối với mục tiêu phát triển kinh tế và thương mại bền vững trước những thời cơ và cả những rào cản thách thức mới. Rất mong tiếp tục nhận được các ý kiến từ phía các nhà khoa học, các chuyên gia, các nhà lãnh đạo, quản lý và hoạch định chính sách.

Ban tổ chức xin chân thành cảm ơn sự phối hợp và hỗ trợ quý báu của các cơ quan quản lý nhà nước, Bộ Giáo dục & Đào tạo, các đơn vị truyền thông và đặc biệt, xin trân trọng cảm ơn các nhà khoa học, các chuyên gia, các giảng viên đã tâm huyết tham gia viết bài và đóng góp lớn cho sự thành công của Hội thảo.

Xin trân trọng cảm ơn./.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS HUE UNIVERSITY

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

CHỦ ĐỀ

- BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: THỰC TRẠNG VÀ XU THẾ HIỆN NAY TRÊN THẾ GIỚI
- CHÍNH SÁCH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI HIỆN NAY CỦA MỸ, EU, TRUNG QUỐC,... VÀ TÁC ĐỘNG ĐẾN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM
- TỪ CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI ĐẾN CUỘC CHIẾN TIỀN TỆ
- XUNG ĐỘT THƯƠNG MẠI GIỮA CÁC QUỐC GIA PHÁT TRIỂN (MỸ, TRUNG QUỐC, EU, NHẬT BẢN, HÀN QUỐC,...): CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC NGÀNH, THỊ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
- TÁC ĐỘNG CỦA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI ĐẾN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM

TOPIC

- TRADE PROTECTIONISM: CURRENT INTERNATIONAL SITUATION AND TRENDS
- CURRENT TRADE PROTECTIONIST POLICIES OF THE US, EU, CHINA,... AND THEIR IMPACTS ON VIETNAM ECONOMY AND TRADE
- FROM US-CHINA TRADE WAR TO CURRENCY WAR
- TRADE WARS BETWEEN THE US AND DEVELOPING COUNTRIES (CHINA, EU, JAPAN,...): OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S INDUSTRIES, MARKETS, AND ENTERPRISES
- TRADE PROTECTIONISM AND VIETNAM'S SUSTAINABLE EXPORT DEVELOPMENT.

CHỦ NGHĨA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI KIỂU MỚI VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU VIỆT NAM
NEW PROTECTIONISM AND SOLUTIONS FOR PROMOTING VIETNAM EXPORT

PGS,TS. Nguyễn Hoàng
Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trước bối cảnh kinh tế thế giới nhiều biến động, bảo hộ thương mại kiểu mới xuất hiện thay thế cho các biện pháp bảo hộ truyền thống như thuế quan và hạn ngạch. Các hình thức bảo hộ mới phổ biến được các nước phát triển áp dụng như chống bán phá giá, chống trợ cấp, các hàng rào kĩ thuật... Xuất khẩu Việt Nam trong những năm gần đây mặc dù vẫn tăng trưởng nhưng với tốc độ giảm dần. Mặt khác, sự gia tăng chủ nghĩa bảo hộ kiểu mới dẫn tới mất cân bằng trên thị trường, doanh nghiệp xuất khẩu phải thay đổi chiến lược kinh doanh, đầu tư sản xuất để đáp ứng với những rào cản thương mại mới này... Với sự nỗ lực và các biện pháp kịp thời từ chính phủ, sự phối hợp của các hiệp hội cũng như tinh thần cầu thị, cải tiến kĩ thuật của các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ là tiền đề giúp Việt Nam ứng phó với các rào cản thương mại kiểu mới, thúc đẩy xuất khẩu Việt ra các thị trường quốc tế.

Từ khóa: *Bảo hộ thương mại, rào cản, xuất khẩu, giải pháp, Việt Nam.*

Abstract

In the recent context of world economy crisis, new kinds of trade protection emerge by replacing traditional ones. These new protections applied by developed countries include anti-dumping, anti-subsidy, technical barriers... Vietnam exports increase in recent years, but at a decreasing rate gradually. On the other hand, the rise of new protections leads to an trade imbalance in the market where exporting firms must change their strategies and productions to meet new trade barriers... With efforts and measures made by the governmentand related associations,Vietnam exporting firms will respond to newbarriersin international markets.

Keywords: *Protectionism, export, export barriers, export solutions, Việt Nam.*

1. Mở đầu

Trong xu thế hội nhập sâu rộng của nền kinh tế thế giới, tự do hóa thương mại được thúc đẩy thông qua các tổ chức, hiệp hội thương mại khu vực và thế giới (ASEAN, EU, AfCFTA, Mercosur, WTO), và các hiệp định tự do thương mại FTAs, các chính sách bảo hộ thương mại truyền thống như hàng rào thếu quan, hạn ngạch không còn phù hợp với nền kinh tế thế giới. Tuy nhiên, từ sau hai cuộc khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu năm 1997 và 2008, đã tác động nặng nề đến thương mại quốc tế và nền kinh tế các nước, bảo hộ thương mại bắt đầu được nhiều nước áp dụng lại, đảo ngược xu hướng thương mại tự do gần ba thập kỷ trước, nhưng dưới các hình thức mới dựa trên các rào cản phi thuế

quan(Erixon và Sally, 2010; Gunnella và Quaglietti, 2019). Các loại hình này liên quan đến kỹ thuật, như rào cản kỹ thuật đối với thương mại, bao gồm các tiêu chuẩn hoặc yêu cầu bắt buộc về đặc tính sản phẩm hoặc phương pháp sản xuất liên quan được áp dụng nhiều nhất (chiếm 41% tổng số biện pháp phi thuế quan), tiếp theo là vệ sinh và các biện pháp kiểm dịch thực vật chiếm 35% (UNCTAD, 2019b). Một số biện pháp bảo hộ thương mại kiểu mới khác cũng được các nước phát triển xây dựng để hạn chế xuất khẩu từ các nước đang phát triển như Việt Nam.

Trước bối cảnh giảm sút trong tổng cầu của kinh tế thế giới, hoạt động thương mại và đầu tư thế giới suy giảm, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2019 vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng khả quan đạt được những kết quả ấn tượng. Trị giá hàng hóa xuất khẩu năm 2019 đạt 263,451 tỷ USD, quy mô các mặt hàng xuất khẩu tiếp tục được mở rộng, số mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên tăng mạnh và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (Tổng cụ Thống kê, 2019). Tuy nhiên, xu hướng ngày càng gia tăng cả về số lượng và chiều sâu cảu các loại hình bảo hộ thương mại kiểu mới, dẫn đến nhiều tác động tiêu cực hơn là tích cực cho thế giới và các quốc gia, Việt Nam cũng không ngoại lệ khi chịu tác động trong bối cảnh đó. Cụ thể, theo thống kê của Bộ Công Thương, tính hết năm 2018, đã có 144 vụ phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra, áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Các vụ kiện chống bán giá cá tra-basa, tôm, chống lẩn tránh thuế phòng vệ thương mại đối với thép cuộn, thép chống ăn mòn do Mỹ khởi xướng; chống trợ cấp dây đồng, ống thép không gỉ do Ấn Độ khởi xướng; biện pháp tự vệ với thép nhập khẩu vào EU... khiến Việt Nam gặp khó khăn trên thị trường quốc tế.

Mặc dù, Việt Nam đã, đang rất tích cực, chủ động xử lý có hiệu quả các vấn đề trong tranh chấp thương mại, xử lý các biện pháp phòng vệ thương mại, vượt qua các rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu, nhưng tình hình thế giới đang có những diễn biến hết sức phức tạp, khó lường, các nước phát triển ngày càng gia tăng các biện pháp hạn chế thương mại, bảo hộ sản xuất trong nước, để đảm bảo tăng trưởng kinh tế, thu hút đầu tư nước ngoài và đổi mới cơ cấu kinh tế, Việt Nam cần có các giải pháp thích ứng. Trên cơ sở đó, tác giả thực hiện đề tài "*Chủ nghĩa bảo hộ thương mại kiểu mới và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu Việt Nam,* trên cơ sở dữ liệu thu thập và nhận định của các chuyên gia nhằm đánh giá thực trạng xuất khẩu của Việt Nam những năm gần đây, tác động của bảo hộ thương mại kiểu mới và đưa ra những giải pháp thúc đẩy xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh kinh tế nhiều biến động hiện nay.

2. Cơ sở lý luận

Bảo hộ thương mại hay bảo hộ mậu dịch (Protectionism) là tổng hợp những chính sách thương mại của Chính phủnhằm hỗ trợ các nhà sản xuất trong nước cạnh tranh với các nhà sản xuất nước ngoài trong một ngành cụ thể bằng các biện pháp như tăng giá sản phẩm nhập khẩu, giảm chi phí cho các nhà sản xuất trong nước và hạn chế các nhà sản xuất nước ngoài tiếp cận thị trường trong nước (Abboushi, 2010). Nguyên nhân do sự khác biệt về điều kiện tái sản xuất giữa các quốc gia, khả năng cạnh tranh giữa các doanh nghiệp không giống nhau hay những ngành doanh nghiệp mới gia nhập thị trường chưa thể cạnh tranh được với những ngành doanh nghiệp đã có kinh nghiệm, nhà nước cần có chính sách bảo vệ nhất định, đưa ra rào cản ra đối

với các hoạt động trao đổi hàng hóa, dịch vụ để tăng khả năng cạnh tranh, bảo hộ cho nền kinh tế kém phát triển, tạo ra sự đồng đều về điều kiện tái sản xuất. Bảo hộ thương mại trong thời gian ngắn có thể hiệu quả, nhưng nếu kéo dài sẽ làm suy yếu nền kinh tế, giảm năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Không có cạnh tranh, các công ty trong ngành công nghiệp được bảo hộ không có nhu cầu đổi mới và cải tiến. Hệ quả là sản phẩm trong nước sẽ giảm chất lượng và đắt hơn so với sản phẩm ngoại nhập (Amadeo, 2019).

2.1. Bảo hộ thương mại truyền thống

Trong nhiều thập kỷ qua, các quốc gia thường chỉ làm ra những mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh cao nhất nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Về bản chất, đó là sự phân công lao động trong dây chuyền sản xuất toàn cầu. Toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại tuy là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thế giới nhưng do sự bất bình đẳng về lợi ích kinh tế giữa các quốc gia, giữa các khu vực, tầng lớp, thành phần xã hội trong mỗi quốc gia đã dẫn đến xu hướng chống toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại. Một số quốc gia thúc đẩy các doanh nghiệp dịch chuyển trở về nước mình nhằm gia tăng lợi ích của quốc gia mình. Nhiều chính phủ tuyên bố ủng hộ tự do hóa thương mại, tôn trọng các nguyên tắc thị trường, phê phán chủ nghĩa bảo hộ nhưng trên thực tế lại hành động ngược lại, kể cả áp dụng biện pháp can thiệp hành chính.Cụ thể, hai loại hình bảo hộ truyền thống cơ bản gồm thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu. Các biện pháp bảo hộ thương mại truyền thống thường được thực hiện thông qua hoạt động lập pháp hoặc các kênh hành chính có tính minh bạch cao (Gandolfo, 2014).

Thuế quan là một khoản tiền mà người chủ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu hoặc quá cảnh phải nộp cho hải quan (cơ quan đại diện cho nước chủ nhà). Kết quả của thuế quan là làm tăng chi phí của việc đưa hàng hóa đến một quốc gia (Nguyễn Hoàng Quy và các cộng sự, 2016). Thuế quan có thể được tính theo giá trị hoặc theo số lượng đơn vị hàng hóa nhập khẩu/ xuất khẩu. Đối với một số lượng nhỏ hàng hóa buôn bán trên thế giới, người ta áp dụng thuế quan hỗn hợp bằng cách kết hợp hai cách tính thuế nói trên. Thuế quan là một công cụ chính sách của Chính phủ được sử dụng nhằm đạt được những mục tiêu nhất định trong quá trình tổ chức quản lý nền kinh tế quốc gia. Theo đối tượng đánh thuế, thuế quan gồm 3 loại: thuế quan xuất khẩu, thuế quan nhập khẩu và thuế quan quá cảnh. Trong đó, thuế quan nhập khẩu là loại thuế có vị trí quan trọng trong chính sách thương mại quốc tế của mỗi quốc gia. Nếu theo phương pháp đánh thuế, thuế quan gồm các loại: thuế quan tính theo đơn vị vật chất của hàng hóa và thuế quan đánh theo giá trị hàng hóa. Thuế tài chính và thuế bảo hộ là hai loại thuế quan đánh theo giá trị hàng hóa (Nguyễn Hoàng Quy và các cộng sự, 2016).

Hạn ngạch là việc hạn chế số lượng đối với một loại hàng hóa xuất và nhập khẩu nào đó thông qua hình thức cấp giấy phép (Gandolfo, 2014). Hạn ngạch cũng có tác dụng giống như thuế, hạn chế tiêu dùng trong nước. Tuy nhiên, nếu dùng hạn ngạch Chính phủ sẽ không có nguồn thu như thuế. Trên thực tế, hạn ngạch dễ dẫn đến độc quyền kinh doanh và các tiêu cực trong việc tìm cơ hội để có được hạn ngạch. Hạn ngạch thường được áp dụng trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm) và có thể do nước nhập khẩu hoặc xuất khẩu tự áp đặt một cách đơn phương, nhưng cũng có loại hạn ngạch được áp đặt trên cơ sở tự nguyện của bên thứ hai, loại này được gọi là hạn ngạch xuất khẩu tự nguyện. Hạn

ngạch trong chính sách thương mại quốc tế thường dùng để chỉ hạn ngạch nhập khẩu. Hạn ngạch nhập khẩu là quy định của Chính phủ về số lượng hoặc giá trị một mặt hàng hoặc một nhóm mặt hàng được xuất đi hoặc nhập về từ một thị trường nào đó, trong một thời gian nhất định, thường là một năm (Gandolfo, 2014). Hạn ngạch nhập khẩu được áp dụng bằng cách cấp giấy phép nhập khẩu cho một số công ty. Trong khi đó, hạn ngạch xuất khẩu được áp dụng ít hơn hạn ngạch nhập khẩu và thường chỉ áp dụng đối với các mặt hàng quý, thiết yếu đối với một quốc gia (Nguyễn Hoàng Quy và các cộng sự, 2016). Trước những tác động tiêu cực kể trên, ngày nay các quốc gia trên thế giới đều có xu hướng không áp dụng hạn ngạch nhập khẩu, mà xuất hiện một xu thế mới, đó là áp dụng các biện pháp bảo hộ phi thuế quan khác. Một trong số các biện pháp đó là hạn ngạch thuế quan. Hạn ngạch thuế quan là chế độ trong đó quy định sẽ áp dụng một mức thuế bằng không (0%) hoặc thấp hơn đối với những hàng hóa được nhập khẩu theo đúng số lượng quy định, nhằm đảm bảo cung cấp với giá hợp lý cho người tiêu dùng. Khi hàng hóa nhập khẩu quá số lượng quy định thì sẽ áp dụng mức thuế cao để bảo hộ các nhà sản xuất trong nước. Hạn ngạch thuế quan được sử dụng nhằm đảm bảo hài hòa mục tiêu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và người sản xuất trong nước (Nguyễn Hoàng Quy và các cộng sự, 2016).

Sau hậu quả của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, các nước phát triển và đang phát triển đã đưa ra một loạt các biện pháp hạn chế thương mại, bao gồm thuế quan mới hoặc cao hơn, hạn chế định lượng và các quy định hải quan chặt chẽ hơn. Các thành viên WTO đã đưa ra nhiều biện pháp hạn chế thương mại từ giữa tháng 10 năm 2017 đến giữa tháng 5 năm 2018, trung bình 11 biện pháp hạn chế thương mại mới mỗi tháng so với 9 biện pháp mỗi tháng trong báo cáo trước đó. Việc gia tăng bảo hộ thương mại có thể làm gián đoạn của chuỗi giá trị toàn cầu đang lưu hành và gây thiệt hại cho thương mại quốc tế (UNCTAD, 2018).Do đó, một số quốc gia phát triển đã thúc đẩy việc giảm thuế nhập khẩu cho những quốc gia kém và đang phát triển, qua đó có thể góp phần tích lũy thương mại và trao đổi kinh tế. Theo tính toán của UNCTAD (2019a), năm 2017, 65,6% các nước kém phát triển được miễn thuế nhập khẩu. Tỉ lệ các mặt hàng được miễn thuế xuất khẩu từ các nước kém phát triển tăng từ 53,6% vào năm 2010. Từ năm 2010 đến 2017, dòng thuế áp dụng đối với các nước kém phát triển được miễn thuế tăng thêm 9,8%, gấp đôi so với các nước đang phát triển (5,2%). Từ năm 2015 đến năm 2016, con số này là 0,8%; bằng một nửa so với thời từ năm 2010 đến năm 2015 (2%), và gần bằng với các nước đang phát triển (0,7%).

2.2. Bảo hộ thương mại kiểu mới

Cùng với sự suy yếu của bảo hộ thương mại truyền thống,trong những thập kỉ qua đã xuất hiện bảo hộ thương mại kiểu mới dựa trên các rào cản phi thuế quan. Đặc điểm chung của những rào cản này là ít công khai và phụ thuộc vào quyền tự quyết của nước chủ nhà hơn so với bảo hộ thương mại truyền thống. So với bảo hộ truyền thống, bảo hộ thương mại kiểu mới có thể cạnh tranh bí mật (Gandolfo, 2014; Gunnella và Quaglietti, 2019). Bảo hộ kiểu mới tập trung vào các lĩnh vực từ lâu đã được bảo vệ như: dệt may, quần áo, giày dép, sắt, thép, điện tử tiêu dùng và nông nghiệp. Các biện pháp thương mại đã gia tăng như trong thời kỳ suy thoái kinh tế. Các cuộc điều tra chống bán phá giá mới đã tăng 15% từ giữa năm 2008 đến giữa năm 2009 và được đánh dấu trong các cuộc điều tra mới cho các biện pháp bảo vệ và đối kháng. Dấu hiệu là các hồ sơ và điều tra về thương mại quốc phòng đang được tổ chức theo quý mà

điểm tăng mạnh là các nhiệm vụ áp đặt trong năm 2010 và 2011. Tuy nhiên, các cuộc điều tra mới ảnh hưởng đến thị phần nhỏ của thương mại thế giới (Erixon và Sally, 2010). Những công cụ bảo hộ mới đang được áp dụng phổ biến gồm:

- *Hạn chế xuất khẩu tự nguyện(Voluntary export restraint):*là một thỏa thuận được đàm phán giữa nước xuất khẩu và nước nhập khẩu, theo đó nước xuất khẩu "tự nguyện" cắt bớt xuất khẩu vào nước nhập khẩu (Gandolfo, 2014). Các quy định thương mại toàn cầu cho phép các thành viên áp dụng những hạn chế xuất khẩu nếu chúng giúp giảm nhẹ tình trạng thiếu lương thực ở trong nước, cũng như các nguy cơ về môi trường, cho dù các hạn chế đó có thể gây tổn hại đến những nước nhập khẩu ròng lương thực và thậm chí gây ra tình trạng thiếu lương thực trầm trọng. Theo WTO, những biện pháp hạn chế nhập khẩu nói trên được đưa ra với một loạt lý do, như bảo vệ môi trường hoặc đảm bảo nguồn cung, cũng như giá cả của các mặt hàng nông sản ở thị trường trong nước. Tuy nhiên, việc sử dụng những biện pháp như thế để giải quyết các vấn đề này là những mối nguy hại. Các Chính phủ có thể bị lôi kéo vào xu thế sử dụng những hạn chế xuất khẩu để thay đổi lợi thế của họ về giá hàng hóa xuất khẩu hoặc tăng cường sản xuất theo hướng bất lợi cho các nước khác. Trung Quốc, nước hiện chiếm tới 97% nguồn cung đất hiếm của thế giới, biện minh rằng những lo ngại về môi trường và tình trạng kiệt tài nguyên đã buộc Bắc Kinh phải hạn chế xuất khẩu, dù phải đối mặt với thách thức pháp lý trong khuôn khổ WTO.

- *Trợ cấp công nghiệp (Industrial subsidies)*: bao gồm trợ cấp xuất khẩuvà trợ cấp nhập khẩu. Đối với xuất khẩu, trợ cấp có thể là trợ cấp xuất khẩu được trao cho nhà sản xuất nội trên phần sản phẩm mà đơn vị đó xuất khẩu hoặc trợ cấp sản xuất được trao cho nhà sản xuất trong nước trên tổng sản phẩm sản xuất được. Trợ cấp nhập khẩu thực ra là một kiểu trợ cấp sản xuất. Hiệu quả của trợ cấp này là đối với bất kì đầu ra nào, giá mà nhà sản xuất nhận được lớn hơn giá mà người tiêu dùng phải trả nhờ số tiền trợ cấp. Do đó, trợ cấp sản xuất được xếp hạng trên mức thuế quan (Gandolfo, 2014).Các hoạt động trợ cấp xuất khẩu trực tiếp giúp giảm giá hàng xuất khẩu và tăng sức cạnh tranh hàng nội địa so vơi hàng nhập khẩu. Trong năm 2018, Mỹ sử dụng biện pháp chống trợ cấp nhiều nhất với 10 vụ áp dụng trên 14 vụ khởi xướng, kế đến là Canada với 2/2 vụ khởi xướng, EU áp dụng 1/2 vụ khởi xướng (Cục Phòng Vệ Thương Mại, 2019).

- *Chống bán phá giá (Antidumping):*Theo Gandolfo (2014), bán phá giá là sự phân biệt giá quốc tế diễn ra khi nhà sản xuất bán một mặt hàng ở nước ngoài với giá thấp hơn so với giá trong nước thị trường. Việc điều tra chống bán phá giá với các cáo buộc và áp thuế nhập khẩu cao hơn có chủ đích có thể giúp cho các nhà sản xuất ở một quốc gia nào đó chống lại các đối tác thương mại bị buộc tội là bán hàng hóa với mức giá thấp hơn chi phí sản xuất. Theo Cục Phòng Vệ Thương Mại (2019), trong năm 2018 Mỹ là quốc gia áp dụng biện pháp này nhiều nhất với 9 vụ áp dụng trên 16 vụ khởi xướng, kế đến là Canada 5/6 vụ khởi xướng, Ấn Độ 5/13 vụ khởi xướng.

- *Các hàng rào kĩ thuật (Standards protectionism):* Hàng rào kĩ thuật trong bảo hộ thương mại kiểu mới gồm nâng cao một số tiêu chuẩn, yêu cầu khắt khe hơn đối với chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ và sản phẩm liên quan đến sức khoẻ. Các tiêu chuẩn này tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế bằng cách giúp người mua nước ngoài đánh giá được quy cách, chất lượng của sản phẩm. Nhưng nếu chúng quá khác biệt

giữa các nước sẽ buộc các doanh nghiệp nước khác có thể phải điều chỉnh lại quy trình sản xuất. Ngoài ra, đòi hỏi thử nghiệm sản phẩm tại nước nhập khẩu để đảm bảo rằng các sản phẩm đó phù hợp với những quy định của nước đó về kỹ thuật và an toàn khiến cho các nhà xuất khẩu phải chịu những quy trình kiểm tra nghiêm ngặt hơn hoặc chi phí kiểm tra cao hơn cho quá trình kiểm tra này.

- *Hạn chế lao động nhập cư(Restrictions on migrant labour):*Lao động nhập cư bị hạn chế ở cả nước phát triển và nước đang phát triển. Chẳng hạn như Mỹ đã hạn chế visa diện H1B cho những người nước ngoài làm việc cho các ngân hàng cứu trợ, không có biện pháp tương tự ở EU nhưng số lao động nhập cư ở EU giảm đáng kể và một số chính phủ phải biện minh là "*công việc địa phương cho nhân công địa phương*" (Erixon và Sally, 2010).

- *Hạn chế vốn đầu tư FDI (FDI restrictions, "investment nationalism"):* Đây không phải là vấn đề chính toàn cầu. Hạn chế đầu tư FDI tập hợp các ngành liên quan đến năng lượng. Bắc Mỹ, châu Âu và Úc quan ngại về các quỹ đầu tư quốc gia mới nổi và sự mở rộng của các doanh nghiệp nhà nước hải ngoại, đặc biệt từ Trung Quốc. Hạn chế vốn đầu tư FDI Trung Quốc đã gia tăng rõ rệt những năm gần đây nhưng UNCTAD cho rằng 85% biện pháp đầu tư FDI mới gần đây đang tự do hóa trong năm (Erixon và Sally, 2010).

- *Bảo hộ môi trường(Green Protectionism)*: là chính sách thương mại của các nước nhập khẩu áp dụng đối với các nước xuất khẩu gây ra tình trạng ô nhiễm khi sản xuất sản phẩm. Các nước nhập khẩu cho rằng môi trường của nước sản xuất ra và tiêu dùng phải được bảo vệ khỏi sự hủy hoại môi trường và nguồn tài nguyên do chính việc sản xuất hay tiêu dùng các sản phẩm nhập khẩu (Levinson, 2017; Ritzel và Kohler, 2017). Biện pháp này vừa hợp pháp hơn dưới con mắt của cộng đồng, vừa có thể được áp dụng một cách linh hoạt. Tuy nhiên, do hàng rào về môi trường nghiêm ngặt ở các nước phát triển đối với một số ngành nghề khiến các nhà đầu tư tại các nước này tìm cách đầu tư sang các nước đang phát triển - nơi chú trọng thu hút vốn đầu tư mà vấn đề môi trường không được kiểm soát chặt chẽ nên công đoạn có mức độ ô nhiễm môi trường cao được các nhà đầu tư tại các nước phát triển chuyển sang các nước đang phát triển, làm hủy hoại môi trường ở những quốc gia này (Nguyễn Hoàng Quy và cộng sự (2016).

- *Hội nhập thương mại (Regional Integration):* gần đây cũng nổi lên trở thành một biện pháp bảo hộ thương mại kiểu mới. Các hiệp định thương mại khu vực cũng là một trong những biện pháp giúp các quốc gia thực hiện chính sách bảo hộ trong các mối quan hệ thương mại khu vực. Đây có thể coi là cách hợp pháp duy nhất giúp các quốc gia phát triển các thương hiệu nội địa mà không cần mở cửa thị trường và đối mặt với sự cạnh tranh từ các thương hiệu khác trên phạm vi toàn cầu, đồng thời hỗ trợ ngành công nghiệp nội địa mà không phá vỡ các quy định quốc tế về thúc đẩy xuất khẩu (Štěrbová, 2008). Tại các thị trường mục tiêu, các đối tác công nghiệp trong khu vực được bảo vệ khỏi sự cạnh tranh từ các quốc gia thức ba. Bảo hộ dựa trên hội nhập khu vực có thể gây nên nhiều rủi ro cho thương mại quốc tế. Bằng cách tạo ra các điều khoản ưu tiên không tương thích với các quy tắc của WTO, chiến lược hội nhập khu vực có thể dẫn đến nguy cơ tăng tranh chấp thương mại với các quốc gia thứ ba (Abida, 2013). Bên cạnh đó, chiến lược hội nhập khu vực còn tạo ra khoảng cách địa lý thương mại giữa các khu vực khác nhau. Việc tạo nên các quyền lực kinh tế và chủ nghĩa bảo hộ có thể đe dọa hệ thống thương mại đa phương.

Việc áp dụng các chính sách thương mại bảo hộ bởi một nhóm khu vực có thể có tác động tiêu cực đến quan hệ thương mại quốc tế và dẫn đến chiến tranh thương mại (Abida, 2013).

Một cách khái quát, xu hướng bảo hộ thương mại trong thời gian tới sẽ diễn ra cùng với sự chia rẽ nội bộ khu vực và mỗi nước khá sâu sắc về vấn đề toàn cầu hóa và thương mại. Việc bảo hộ mậu dịch có tác động hai mặt. Một mặt, bảo hộ đem lại lợi ích nhất thời cho các nhà sản xuất trong nước và khuyến khích phát triển một số ngành nghề, hạn chế tiêu dùng; bảo đảm an toàn sức khỏe con người, động thực vật, môi trường, cân bằng cán cân thanh toán và đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, ổn định nguồn thu ngân sách nhà nước, tăng việc làm mới và phân phối lại thu nhập. Mặt khác, bảo hộ làm cho các nhà sản xuất trong nước có cơ hội đầu cơ trên giá bán hàng (hay cung cấp dịch vụ) ở mức có lợi nhất cho họ, làm giảm động lực áp dụng các biện pháp nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm, gây thiệt hại cho người tiêu dùng,phát triển và hiện đại hóa nền kinh tế xét theo mục tiêu dài hạn. Các hàng rào phi thuế quan đôi khi cũng làm nhiễu tín hiệu của thị trường mà người sản xuất dựa vào đó để ra quyết định. Tín hiệu này chính là giá thị trường. Khi bị làm sai lệch, nó sẽ phản ánh không trung thực lợi thế cạnh tranh thật sự chỉ dẫn sai việc phân bổ nguồn lực trong nội bộ nền kinh tế. Do đó, khả năng xây dựng kế hoạch đầu tư, sản xuất, kinh doanh hiệu quả trong trung và dài hạn của người sản xuất bị hạn chế. Không những thế, các hàng rào phi thuế quan thường đòi hỏi chi phí của nhà nước để duy trì hệ thống điều hành kiểm soát thương mại phi thuế quan. Việc sử dụng các hàng rào phi thuế quan nhằm hạn chế nhập khẩu, bảo hộ sản xuất trong nước hầu như không đem lại nguồn thu tài chính trực tiếp nào cho nhà nước, mà thường chỉ làm lợi cho một số doanh nghiệp hoặc ngành nhất định được bảo hộ hoặc được hưởng ưu đãi đặc quyền như được phân bổ hạn ngạch, được chỉ định làm đầu mối nhập khẩu. Điều này còn dẫn đến sự bất bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nội bộ nền kinh tế.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để cung cấp thông tin cho bài viết, tác giả sử dụng phương pháp thu thập tài liệu từ nguồn tài liệu thứ cấp như tạp chí kinh tế, báo cáo chuyên đề khoa học, tài liệu chuyên ngành, hồ sơ lưu trữ về chủ đề liên quan đến bảo hộ thương mại và xuất khẩu của Việt Nam. Bên cạnh đó, tác giả cũng tiến hành phỏng vấn các chuyên gia xuất khẩu và bảo hộ thương mại, các nhà nghiên cứu kinh tế, các doanh nghiệp xuất khẩu thông qua các hội thảo, báo cáo chuyên đề hay các buổi giao lưu được tổ chức.Các câu hỏi được đưa ra dưới dạng thảo luậnvấn đề, qua đó các đối tượng được phỏng vấn sẽ trình bày quan điểm, nhận xét hay đưa ra nhận định về xuất khẩu của Việt Nam và bảo hộ thương mại. Nội dung phỏng vấn liên quan đến thực trạng xuất khẩu của Việt Nam những năm gần đây, thành tựu và thách thức của xuất khẩu Việt trên thị trường quốc tế, các vấn đề doanh nghiệp thường gặp phải với bảo hộ thương mại và giải pháp đề ra trước các rào cản từ bảo hộ thương mại kiểu mới.

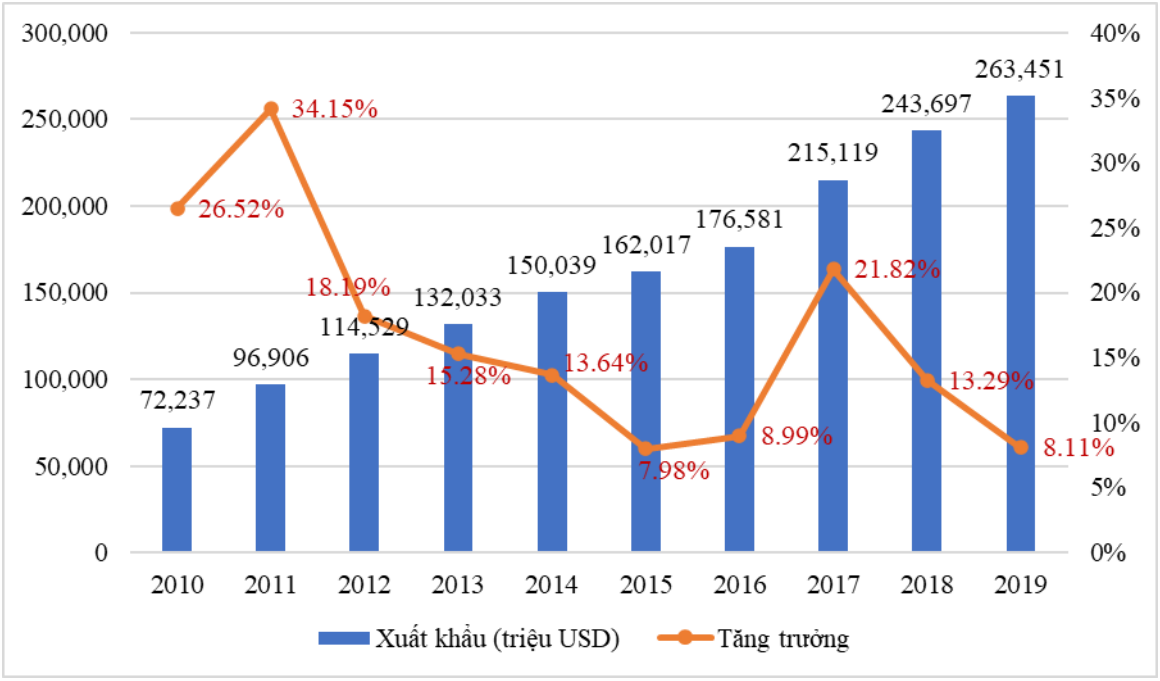
Các thông tin sau khi thu thập sẽ được tổng hợplàm cơ sở lý luậnđể trình bày về sự xuất hiện của các công cụ bảo hộ thương mại kiểu mới cũng như tác động đối với nền kinh tế các nước mà tiêu biểu là Việt Nam.Đối với các số liệu định lượng, tác giả làm tiền đề trong việc phân tích xu hướng kết hợp với các bài phỏng vấn của các chuyên gia kinh tế để đưa ra nhận định, đánh giá đối với bảo hộ thương mại trong giai đoạn hiện nay, từ đó có những giải pháp và kiến nghị thúc nhằm đẩy xuất khẩu Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

Dựa trên các tài liệu, báo cáo thu thập cũng như bài phỏng vấn các chuyên gia kinh tế về xuất khẩu đã cho thấy có những kết quả đáng ghi nhận về tình hình xuất khẩu của Việt Nam trong những năm gần đây. Cụ thể như sau:

4.1. Thực trạng xuất khẩu Việt Nam những năm gần đây

Theo số liệu từ Niên giám thống kê giai đoạn 2010 - 2019 của Tổng cục Thống kê,trị giá hàng hóa xuất khẩu năm 2019 đạt 263,451 tỷ USD, tăng 8,4% (tương ứng 20,49 tỷ USD)so với năm 2018.Trong khi năm 2012, giá trị xuất khẩu chỉ đạt 114,5 tỷ USD. Từ số liệu thống kê cho thấy, giá trị xuất khẩu của Việt Nam tăng dần đều qua các năm.Đây là một tín hiệu tốt cho tình hình xuất khẩu của Việt Nam. Cũng theo thống kê từ Tổng cục Thống kê (2019), trong năm 2019, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam với châu Á tiếp tục chiếm tỷ trọng cao nhất (51,3%) trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước. Trị giá xuất khẩu trong năm 2019 ở thị trường này là 135,45 tỷ USD, tăng 2,9% so với năm 2018, trong đó Trung Quốc chiếm tỷ trọng cao nhất với 15,7% . Kế đến là thị trường châu Mỹ đạt 73,89 tỷ USD, tăng 27,3% so với năm 2018, riêng Mỹ đạt 61,35 tỷ USD.Kim ngạch xuất khẩu giữa Việt Nam với các châu lục khác lần lượt là: châu Âu: 47,27 tỷ USD, tăng 2%; châu Đại Dương: 4,46tỷ USD, giảm7,4% và châu Phi: 3,12 tỷ USD, tăng 8,1% so với năm 2018. Nhìn chung, Mỹ là thị trường lớn nhất của Việt Nam năm 2019, kế đến là hai thị trường EU và Trung Quốc. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2019 sang EU giảm 1%, trong khi Trung Quốc tăng không đáng kể với 0,1% so với năm 2018. Châu Đại Dương cũng tương tự như EU khi giảm 7,4% giá trị hàng nhập khẩu từ Việt Nam trong năm 2019. Trái lại, Mỹ nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam tăng 29,1% so với năm 2019.



Hình 1: Xuất khẩu Việt Namgiai đoạn 2010 - 2019

Nguồn: Niên giám thống kê 2010 - 2019

Một số nhóm hàng xuất khẩu chính của Việt Nam năm 2019, theo Tổng cục Thống kê (2019) gồm: điện thoại các loại và linh kiện; máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện; hàng dệt may; giàydépcácloại; máy móc; thiết bị; dụng cụ và phụ tùng khác; nhóm hàng nông sản; gỗ và sản phẩm gỗ; phương tiện vận tải và phụ tùng; hàng thủy sản; gỗ và các sản phẩm gỗ. Trong đó, điện thoại các loại và linh kiện đạt giá trị xuất khẩu cao nhất với 51,38 tỷ USD, tăng 4,4% so với năm 2018. EU, Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc là 4 nơi nhập khẩu ngành hàng này nhiều nhất. Đứng thứ hai về kim ngạch xuất khẩu năm 2019 là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện với 35,93 tỷ USD tăng 21,5% so với năm 2018. Các thị trường chính là Trung Quốc, Mỹ, EU, Hồng Kông, Hàn Quốc. Hàng dệt may chiếm vị trí thứ 3 với kim ngạch xuất khẩu đạt 32,85 tỷ USD năm 2019, tăng 7,8% so với năm trước. Tính đến hết tháng 12/2019, Mỹ tiếp tục là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất từ Việt Nam với trị giá đạt 14,85 tỷ USD, kế đến là EU, Nhật, Hàn Quốc, Trung Quốc. Một số mặt hàng đáng chú ý khác như: nông sản xuất khẩu trong năm 2019 đạt 16,91 tỷ USD, giảm 4,9% so với 2018 trong đó Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất, kế đến là EU, ASEAN, Mỹ. Giày dép cũng là mặt hàng đem lại giá trị xuất khẩu cao trong năm 2019 với 18,32 tỷ USD được hai thị trường chính là Mỹ và EU nhập khẩu. Trong khi đó, nhóm hàng nông sản, thủy sản, sắt thép các loại có giá trị xuất khẩu năm 2019 giảm so với 2018 với tỉ lệ giảm lần lượt là 4,9%; 2,8% và 7,4%. Điều này cho thấy mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Trong bối cảnh tình hình quốc tế và khu vực diễn biến phức tạp, khó đoán định, đặc biệt là những diễn biến của cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, xu thế bảo hộ mậu dịch gia tăng song hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vẫn có những chuyển biến tích cực. *Thứ nhất*, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu ngày càng được cải thiện, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, quy mô các mặt hàng xuất khẩu ngày càng được mở rộng.Theo Tổng cục Thống kê, trong năm 2019 tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm 84,33% tổng kim ngạch xuất khẩu, cao hơn mức 82,87% của năm 2018 và 81% của năm 2017. Các mặt hàng chủ lực khác duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao như xuất khẩu máy vi tính tăng 20,4%; gỗ và sản phẩm gỗ tăng 18,2%; giày dép tăng 12,7%; kim loại thường khác tăng 10,3%; sản phẩm từ sắt thép tăng 9%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác tăng 11,9%. Số mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên tăng qua các năm, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nếu như năm 2011 có 21 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 81% tổng kim ngạch xuất khẩu, thì đến năm 2019 là 32 mặt hàng. Trong đó có 8 mặt hàng xuất khẩu trên 5 tỷ USD và 6 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 92,86% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Thứ hai, thị trường xuất khẩu được mở rộng, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã vươn tới hầu hết các thị trường trên thế giới. Ở tất cả các thị trường mà Việt Nam có ký kết hiệp định thương mại tự do (FTA) đều ghi nhận mức tăng trưởng tốt. Kim ngạch xuất khẩu sang các khu vực thị trường đều đạt mức tăng trưởng dương, như: ASEAN (tăng 1,3%), Hàn Quốc (tăng 8,1%), Nhật Bản (tăng 8,4%), Trung Quốc (tăng 0,1%) (Tổng cụcThống kê, 2019). Đặc biệt, kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường là thành viên CPTPP đạt mức tăng tốt: xuất khẩu sang Canada đạt 3,86 tỷ USD, tăng 28,2%; xuất khẩu sang Mexico đạt 2,84 tỷ

USD, tăng 26,8%. Thứ ba, việc tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA) nói chung và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) nói riêng có tác động tích cực đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh và công tác phát triển thị trường xuất khẩu.Thống kê cho thấy từ Phòng Thương Mại và Công Nghiệp Việt Nam, tính đến tháng 5/2019, Việt Nam đã có quan hệ thương mại với 55 đối tác thương mại thông qua việc ký kết 13 FTA và đang đàm phán 03 FTA khác. Doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường các nước thành viên tham gia FTA đều được hưởng lợi ích. Chẳng hạn, đối với CPTPP, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam được hưởng những cam kết cắt giảm thuế quan ở mức cao. Với Australia là trên 93% số dòng thuế (tương đương 95,8% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này); cam kết cắt giảm thuế của Canada lên đến 94,9% số dòng thuế (tương đương 77,9% kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam).

Để đạt được những kết quả ấn tượng này là sự nỗ lực không ngừng của Đảng và Nhà Nước trong việc thực hiện tốt các chính sách thúc đẩy xuất khẩu, tham gia kí kết các hiệp định nhằm giúp doanh nghiệp Việt Nam cạnh tranh và có cơ hội vươn ra các thị trường quốc tế. Các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã kí và có hiệu lực như: FTA giữa Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) có hiệu lực từ năm 2009, FTA giữa ASEAN - Ấn Độ (AIFTA) có hiệu lực từ năm 2010, FTA giữa ASEAN - Úc - New Zealand (AANZFTA) có hiệu lực từ năm 2010, FTA giữa Việt Nam - Chi lê (VCFTA) có hiệu lực từ năm 2014, FTA giữa Việt Nam - Hàn Quốc (VKFFTA) có hiệu lực từ năm 2015, FTA giữa Việt Nam - Liên Minh Kinh Tế Á Âu **(**VN - EAEU FTA) có hiệu lực từ năm 2016, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có hiệu lực từ ngày 14/1/2019;FTA giữa 5 nước ASEAN (Lào, Myanma, Thái Lan, Singapo, Việt Nam) - Hồng Kông (AHKFTA) có hiệu lực từ 11/6/2019.Bên cạnh đó, các doanh nghiệp xuất khẩu cũng không ngừng cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm và cập nhật các thông tin quy định về bảo hộ thương mại nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và ứng phó với các rào cản thương mại trên thị trường quốc tế.

4.2. Thực trạng và tác động của bảo hộ thương mại đối với xuất khẩu Việt Nam

Theo đánh giá của các chuyên gia, mặc dù xu hướng bảo hộ thương mại có những tác động tích cực nhất định đối với nền kinh tế, nhưng những lợi ích mà xu hướng bảo hộ thương mại mang lại được ít hơn thiệt hại mà nó gây ra cho xã hội. Bảo hộ thương mại đang gây ra tác động tiêu cực cho nền kinh tế thế giới, các rào cản thương mại có thể làm giảm 5% sản lượng kinh tế toàn cầu. Kể từ khủng hoảng tài chính năm 2008 đã có thêm 4.000 biện pháp bảo hộ thương mại mới được áp dụng gồm: biện pháp phòng vệ thương mại, tăng thuế, rào cản địa phương, trợ cấp phí xuất khẩu, và các phân biệt đối xử. Xu hướng bảo hộ trở nên rõ ràng hơn so với những năm trước đó. Trong năm 2018, các nước trên thế giới đã tiến hành khởi xướng mới 140 vụ kiện phòng vệ thương mại, trong đó 87 vụ chống bán phá giá, 37 vụ chống trợ cấp và 16 vụ tự vệ (Cục Phòng Vệ Thương Mại, 2019).

Mặc dù Việt Nam đã xây dựng khuôn khổ pháp lý khá hoàn chỉnh để thực thi pháp luật về phòng vệ thương mại phù hợp với các quy định của WTO, song hầu hết doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa nắm được hết các quy định và sử dụng để bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của mình. Do đó, khi đối diện với các vụ kiện quốc tế, doanh nghiệp loay hoay không biết đối phó như thế nào, hoặc phải chi phí theo kiện rất tốn kém, hoặc thua

kiện và mất trắng thị trường do bị áp thuế cao và không thể cạnh tranh được. Theo thống kê của Bộ Công Thương, tính hết năm 2018, đã có 144 vụ phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra, áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (trong đó, năm 2018 có 19 vụ việc mới được khởi xướng). Hiện nay, Mỹ vẫn là quốc gia điều tra phòng vệ thương mại nhiều nhất với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (27 vụ việc), tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (21 vụ việc), Ấn Độ (17 vụ việc) và EU (14 vụ việc).Trong số 144 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại, có 81 vụ việc về chống bán phá giá, 30 vụ việc tự vệ có liên quan đến hàng hóa Việt Nam, 14 vụ việc trợ cấp và 19 vụ việc chống lẩn tránh thuế. Như vậy, nếu như năm 2017 chỉ có 13 vụ việc phòng vệ thương mại được khởi xướng, thì năm 2018 đã tăng lên 19 vụ việc (trong đó có 6 vụ việc chống bán phá giá, 7 vụ việc tự vệ, 4 vụ việc chống trợ cấp và 2 vụ việc chống lẩn tránh thuế), tăng thêm xấp xỉ 50%.

Điển hình của bảo hộ thương mại kiểu mới mà các nước nhập khẩu áp dụng với Việt Nam là vụ kiện chống bán phá giá cá tra-ba sa của Mỹ đối với Việt Nam năm 2003. Bộ Thương Mại Mỹ hàng năm đều tiến hành rà soát hành chính để đánh giá, phân tích, điều chỉnh mức thuế phù hợp với thực tiễn hàng hóa xuất khẩu. Trong đợt rà soát này, Cục Phòng Vụ Thương Mại đã phối hợp chặt chẽ với Thương Vụ Việt Nam tại Mỹ, Hiệp Hội Chế Biến Và Xuất Khẩu Thủy Sản, doanh nghiệp xuất khẩu đề nghị Bộ Thương Mại Mỹ xem xét lại vấn đề một công ty bị đơn của Việt Nam nộp chậm một phần câu trả lời để cho phép công ty đó được tham gia rà soát. Với sự tích cực của chính phủ, Bộ Thương Mỹ đã chấp nhận cho đơn vị đó được tham gia rà soát và được lựa chọn là bị đơn bắt buộc. Đặc biệt, công ty này đã nhận được mức thuế là 0 USD/kg và được xác định là không bán phá giá. Đây là thành công không chỉ với doanh nghiệp mà còn thể hiện vai trò quan trọng của chính phủ trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp ứng phó với các tình huống phát sinh ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của nhà xuất khẩu Việt Nam trước các bảo hộ thương mại kiểu mới (Cục Phòng Vệ Thương Mại, 2019).

Bên cạnh các biện pháp phòng vệ thương mại, nhiều quốc gia cũng đang có xu hướng gia tăng bảo hộ sản xuất trong nước một cách khắt khe. Ví dụ điển hình là Trung Quốc liên tiếp thực hiện nghiêm các quy định, siết chặt nhập khẩu nông sản. Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục đối diện với khó khăn về xu hướng bảo hộ, quy định tiêu chuẩn cao tại các thị trường nhập khẩu như: Các quy định kỹ thuật khá khắt khe với mục đích bảo vệ sức khoẻ con người, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững; chính sách bảo hộ cao đối với sản xuất nông nghiệp nội địa của nhiều nước; các quy định mới về kiểm nghiệm kiểm dịch và thực hiện kiểm tra chặt chẽ về vệ sinh an toàn thực phẩm, yêu cầu nghiêm ngặt và phức tạp về bao bì đóng gói, ký mã hiệu, ngôn ngữ ghi trên bao bì.

Theo các chuyên gia đánh giá, các vụ kiện phòng vệ thương mại và các rào cản bảo hộ đã gây ra những tác động tiêu cực đáng kể cho doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung, cụ thể như sau:

Thứ nhất là giảm năng lực và lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu. Các công cụ bảo hộ mậu dịch của Chính phủ các nước nhập khẩu chính là các rào cản thương mại làm cho hàng hóa giữa các quốc gia không được lưu thông. Những mặt hàng ở Việt Nam có lợi thế sản xuất hơn sẽ khó đến được những nơi không có lợi thế sản xuất vì rào cản thương mại. Những nơi được bảo hộ sẽ phải chia sẻ nguồn lực để sản xuất những mặt hàng không có lợi thế dẫn đến giảm năng lực cạnh tranh hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ hai là các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đầu tư đáng kể nguồn nhân lực, thời gian và kinh phí cho việc tham gia giải quyết toàn bộ vụ việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp. Việc theo đuổi một vụ kiện đòi hỏi rất nhiều thời gian, công sức để có thể xử lý một khối lượng công việc không nhỏ trong tuân thủ các quy định pháp lý, thu thập thông tin chứng minh, đảm bảo đúng, đầy đủ, kịp thời những tài liệu, số liệu, thông tin thực tế. Doanh nghiệp cũng như Hiệp hội nếu chưa có hiểu biết đầy đủ cũng như sẵn sàng những điều kiện liên quan sẽ dẫn đến những phương án đối phó ban chậm chạp và thiếu chuyên nghiệp. Để giải quyết hiệu quả, vụ kiện cần được tập trung xử lý với sự hỗ trợ hợp tác từ nhiều phía, đặc biệt là các đơn vị liên quan.

Thứ ba là khi bị khởi kiện, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải thay đổi chiến lược kinh doanh, đầu tư sản xuất... để đáp ứng với những thay đổi của thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh đó, việc chuyển sang các thị trường khác cũng sẽ gặp khó khăn hơn vì các khách hàng tại thị trường xuất khẩu mới có thể lợi dụng vụ việc điều tra chống bán phá giá để ép giá hoặc áp đặt những điều khoản, điều kiện không có lợi cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

Thứ tư là sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có khả năng bị kiện ồ ạt theo hiệu ứng dây chuyền. Trong các vụ kiện chống bán phá giá, mặc dù khó có thể tìm thấy động cơ thực sự đằng sau quyết định khởi kiện của nguyên đơn, các chuyên gia vẫn cho rằng một yếu tố quan trọng là sự gia tăng mạnh mẽ của lượng hàng nhập khẩu vào một nước khiến ngành sản xuất nội địa lo lắng. Tuy nhiên, một vụ kiện chống bán phá giá có thể xảy đến với hàng hóa Việt Nam không phải vì chính hàng hóa Việt Nam bán phá giá mà vì mối đe dọa từ những nước láng giềng có sản phẩm tương tự Việt Nam xuất sang cùng một thị trường. Điều này thể hiện rõ trong vụ kiện Chống bán phá giá đối với giày mũ da Việt Nam tại EU năm 2005. Hiện tượng "Domino" này ngày càng phổ biến trên thế giới, không chỉ xảy ra đối với các nước có sản phẩm xuất khẩu tương tự mà còn có khả năng xảy ra với nhiều sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang nước nhập khẩu.

Thứ năm là một số biện pháp phòng vệ thương mại kéo dài hàng chục năm, kéo theo chi phí theo đuổi vụ việc tốn kém. Cho đến nay, không có thống kê đầy đủ nào về những thiệt hại mà doanh nghiệp Việt Nam phải chịu do những vụ kiện gây ra. Tuy nhiên, để theo kiện doanh nghiệp buộc phải bỏ ra các chi phí vật chất và nhân lực rất lớn phục vụ các yêu cầu tố tụng liên quan như: thuê luật sư tư vấn, trả lời Bảng câu hỏi điều tra, tham gia các phiên điều trần,... Không phải lúc nào doanh nghiệp cũng có thể kham nổi các chi phí này. Điều bất lợi rất lớn nữa là những hậu quả bất lợi này có thể kéo dài nhiều năm. Một biện pháp thuế chống bán phá giá kéo dài ít nhất 5 năm và còn có thể bị gia hạn nhiều lần. Mỗi năm các doanh nghiệp có thể phải mất thêm các chi phí để theo đuổi các thủ tục rà soát hàng năm hoặc cuối kỳ nếu bị yêu cầu.

5. Giải pháp và kiến nghị thúc đẩy xuất khẩu

Trong bối cảnh bảo hộ thương mại có xu hướng gia tăng trong thời gian tới, Việt Nam cần chuẩn bị, nâng cao năng lực trong nước để ứng phó hiệu quả với những tác động tiêu cực từ các diễn biến của thương mại quốc tế. Theo đó, một số nhóm giải pháp được các chuyên gia đưa ra gồm:

5.1. Đối với Nhà Nước

Trong tình hình hiện nay, các quốc gia phát triển đang lợi dụng trình độ khoa học công nghệ vượt trội hơn để đặt ra ngày càng nhiều rào cản thương mại mới để hạn chế nhập khẩu từ các nước khác, đặc biệt là từ các nước đang và kém phát triển. Do đó, Nhà nước cần thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi cho nền xuất khẩu Việt Nam.

Một là, cần tăng cường tính chủ động đối với công tác phòng chống các vụ kiện phòng vệ thương mại. Trên cơ sở rà soát tình hình sản xuất, xuất khẩu từng ngành hàng của Việt Nam và cơ chế chống bán phá giá của từng quốc gia, cơ quan chức năng cần lập danh mục các các ngành hàng và các mặt hàng Việt Nam có khả năng bị kiện để có sự phòng ngừa tránh cần thiết. Bên cạnh đó, cần xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin về thị trường xuất khẩu, luật thương mại quốc tế, luật pháp liên quan đến bảo hộ mậu dịch của nước ngoài... và phổ biến, hướng dẫn cho các doanh nghiệp các thông tin cần thiết nhằm tránh những sơ hở dẫn đến các vụ kiện.

Hai là, tăng cường đàm phán cấp Chính phủ trong giải quyết những tranh chấp thương mại. Việt Nam cần có cách tiếp cận mềm dẻo, linh hoạt thông qua các kênh ngoại giao, tích cực tham gia đàm phán, ký kết các hiệp định quốc tế về bảo hộ thương mại và tiêu chuẩn hoá song phương cũng như đa phương nhằm chứng minh cho các đối tác và thế giới hiểu rõ năng lực sản xuất của Việt Nam, chứng minh về giá thành cạnh tranh của sản phẩm, đảm bảo đầy đủ yếu tố thị trường, không phá giá, không gian lận thương mại.

Ba là, tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp kháng kiện trong khuôn khổ Tổ chức thương mại Thế giới (WTO) để bảo vệ lợi ích quốc gia theo luật pháp quốc tế. Cơ quan chức năng xem xét thành lập quỹ trợ giúp theo đuổi các vụ kiện để hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp kháng kiện; Cung cấp cho các doanh nghiệp thông tin cần thiết về thủ tục kháng kiện, giới thiệu các luật sư giỏi ở nước sở tại có khả năng giúp cho doanh nghiệp thắng kiện...

Bốn là, tăng cường kiểm soát chất lượng, xuất xứ, chống gian lận thương mại và có chế tài nghiêm khắc đối với các doanh nghiệp xuất khẩu vi phạm để đảm bảo uy tín của Việt Nam trong quan hệ quốc tế. Đối với các mặt hàng xuất khẩu, chính phủ cần thành lập các cơ quan kiểm tra chất lượng, vệ sinh, kiểm dịch... trước khi cho xuất khẩu. Việc kiểm soát chất lượng hàng xuất khẩu không chặt chẽ nên số lượng hàng xuất khẩu không đạt tiêu chuẩn và bị trả lại, bị tiêu huỷ hoặc phải bán giảm giá vẫn còn cao gây thiệt hại cho doanh nghiệp và mất uy tín cho hàng hoá của quốc gia xuất khẩu.

Năm là, nâng cao chất lượng nhân sự lĩnh vực xuất khẩu. Để nâng cao hiệu quả xuất khẩu, cần huy động rất nhiều yếu tố, trong đó yếu tố con người đóng vai trò vô cùng quan trọng. Do đó, chính phủ cần quan tâm đến việc đào tạo nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu, một đội ngũ cán bộ quản lý chất lượng và kỹ thuật giỏi, am hiểu về các rào cản kỹ thuật của các nước nhập khẩu. Các cơ quan chuyên trách có thể tổ chức các khoá học ngắn hạn cho các nhà quản lý của các doanh nghiệp về vấn đề bảo hộ thương mại và các biện pháp đối phó.

Sáu là, nâng cao năng lực của cơ quan đại diện thương mại ở nước ngoài. Tăng cường vai trò và trách nhiệm của các tham tán thương mại tại các nước theo hướng hỗ trợ

tích cực hơn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thông qua cơ chế phối hợp giữa các Hiệp hội ngành hàng và các thương vụ Việt Nam tại nước ngoài; thường xuyên theo dõi tình hình, chủ động phát hiện các thay đổi về chính sách, cơ chế quản lý nhập khẩu, kiểm soát chất lượng hoặc những thông tin bất lợi đối với hàng xuất khẩu Việt Nam tại các thị trường nhằm chủ động phối hợp ngăn ngừa, giải quyết sớm các vụ việc phát sinh. Đồng thời hợp tác với các doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài để trực tiếp đưa hàng Việt Nam vào các siêu thị, chuỗi phân phối lớn tại nước nhập khẩu.

5.2. Đối với các hiệp hội

Các hiệp hội có vai trò trung gian trong việc kết nối giữa doanh nghiệp và nhà nước. Nhằm ứng phó với các bảo hộ thương mại trong thời gian tới, thúc đẩy xuất khẩu Việt Nam, hiệp hội cần thực hiện một số biện pháp sau:

Thứ nhất, quan tâm đến công tác xúc tiến thương mại, nhất là các hiệp hội lớn như dệt may, thủy sản, lương thực, cà phê, dày giép. Cải tiến công tác xúc tiến thương mại, không làm diện rộng và tuyên truyền chung chung mà cần tập trung từng trọng điểm, chuyên ngành, chuyên đề sản phẩm. Thay đổi, đổi mới cách tiếp cận thị trường, quảng bá hình ảnh quốc gia và thương hiệu sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam...

Thứ hai, đầu tư, quan tâm đến công tác dự báo và chuẩn bị các điều kiện để đối phó với các rào cản thương mại quốc tế khi xuất khẩu hàng hóa ra thị trường nước ngoài. Các hiệp hội thường xuyên tổ chức cho các doanh nghiệp nghiên cứu thông tin về giá cả, định hướng phát triển thị trường, những quy định pháp lý của nước sở tại về vấn đề bảo hộ mậu dịch... để các doanh nghiệp kháng kiện có hiệu quả, giảm bớt tổn thất do thiếu thông tin.

Thứ ba, xây dựng cơ chế tham vấn, thường xuyên phối hợp giữa các bộ, địa phương, hiệp hội về tình hình sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng để cùng nhau giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp; nghiên cứu tổ chức các chương trình điều tra dự báo sản lượng, tồn kho và lượng tiêu dùng trong nước để có định hướng cho sản xuất và xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng xuất khẩu mới.

Thứ tư, sẵn sàng hỗ trợ các doanh nghiệp khởi kiện và kháng kiện. Vấn đề khởi kiện và kháng kiện trong các vụ tranh chấp thương mại quốc tế là đòi hỏi quyền bình đẳng theo nguyên tắc không phân biệt đối sử. Do đó, hiệp hội cần tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực kháng kiện, tăng cường các quy định về sự phối hợp, bảo vệ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp, tránh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh có thể gây ra các vụ kiện của nước ngoài. Các doanh nghiệp khi tham gia hiệp hội nên thiết lập cơ chế phối hợp trong tham gia kháng kiện và hưởng lợi khi kháng kiện thành công để khuyến khích các doanh nghiệp tham gia kháng kiện.

5.3. Đối với các doanh nghiệp

Thứ nhất, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu. Doanh nghiệp xuất khẩu cần chủ động nắm bắt thông tin, chuẩn bị và sẵn sàng nhiều kịch bản để thích ứng với bối cảnh; chủ động các công cụ phòng ngừa rủi ro tỷ giá; tăng cường liên kết, hợp tác trong sản xuất, kinh doanh để tạo sức mạnh đối phó với các tranh chấp thương mại quốc tế. Bên cạnh đó, tuân thủ tốt luật pháp trong nước và quốc tế cũng như các yêu cầu, các tiêu chuẩn về thông lệ hải quan, thông lệ thương mại và trách nhiệm xã hội của doanh

nghiệp; tranh thủ sự hỗ trợ của Đại sứ quán và các cơ quan thương vụ Việt Nam ở nước ngoài; phát triển các ngành hàng cả trong nước và nước ngoài.

Thứ hai, xây dựng và thực thi một chiến lược kinh doanh xuất khẩu hiệu quả và bền vững. Chiến lược kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp cần đạt mục tiêu nâng cao chất lượng và hiệu quả xuất khẩu dựa trên đầu tư đổi mới trang thiết bị kỹ thuật hiện đại, áp dụng các biện pháp quản lý chất lượng tiên tiến, tiêu chuẩn môi trường phù hợp trong quá trình sản xuất. Doanh nghiệp cũng cần có biện pháp nhằm tăng nguồn cung cho xuất khẩu bằng cách phát triển công nghiệp hỗ trợ, đa dạng hóa thị trường, đối tác xuất khẩu, nhập khẩu, yếu tố đầu vào. Một chiến lược xuất khẩu bền vững sẽ thu hút sự quan tâm hỗ trợ, giúp đỡ của Nhà nước và các tổ chức hỗ trợ thương mại trong và ngoài nước giúp doanh nghiệp xuất khẩu thành công.

Thứ ba, doanh nghiệp xuất khẩu cần chuẩn bị sẵn các biện pháp ứng phó với các rào cản thương mại từ các nước nhập khẩu. Doanh nghiệp là đơn vị sẽ chịu ảnh hưởng trực tiếp từ các biện pháp bảo hộ thương mại của các nước nhập khẩu. Để đối phó với nguy cơ bị áp dụng các biện pháp này, các doanh nghiệp xuất khẩu cần xây dựng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm và đa phương hóa thị trường xuất khẩu để phân tán rủi ro, tránh tập trung xuất khẩu với khối lượng lớn vào một thị trường vì điều này có thể tạo ra cơ sở cho các nước khởi kiện bán phá giá. Bên cạnh đó cần tăng cường việc nghiên cứu nắm bắt các chính sách quản lý nhập khẩu của các thị trường xuất khẩu khó tính, cảnh giác với các rào cản thương mại của các thị trường này; phối hợp, liên kết với các doanh nghiệp có cùng mặt hàng xuất khẩu để có chương trình, kế hoạch đối phó chung đối với các vụ kiện.

6. Kết luận

Trong bối cảnh nền kinh tế trong nước cũng như trên thế giới còn nhiều biến động, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng khả quan qua các năm.Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục cải thiện theo chiều hướng tích cực, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp.Sau cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới và chiến tranh thương mại Mỹ-Trung xảy ra,hoạt động thương mại và đầu tư thế giới suy giảm, chủ nghĩa bảo hộ kiểu mới ngày càng gia tăng tác động tiêu cực tới quá trình phát triển thương mại quốc tế. Chủ nghĩa bảo hộ cũng gây nên sự ỷ lại, trì trệ trong các nhà kinh doanh nội địa, khiến các doanh nghiệp không còn linh hoạt, hoạt động đầu tư và kinh doanh không đem lại hiệu quả. Ngoài ra, chủ nghĩa này cũng là tác nhân lớn gây nên sự kém đa dạng về mẫu mã, kiểu dáng, chất lượng hàng hóacũng như giá hàng hóa trở nên đắt hơn so với tự do hóa thương mại, gây thiệt hại cho người tiêu dùng.Các doanh nghiệp Việt khi xuất khẩu sang các thị trường nước ngoài cũng gặp không ít khó khăn bởi các rào cản thương mại kiểu mới do các nước nhập khẩu gây ra. Mỹ là nước có tỉ lệ chống bán phá giá và điều tra các vụ trợ cấp nhiều nhất với hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Trước những thách thức từ các rào cản thương mại kiểu mới, chính phủ đã nỗ lực trong việc đàm phán song phương, đa phương nhằm tăng cường tính chủ động đối với công tác phòng chống các vụ kiện phòng vệ thương mại, các doanh nghiệp Việt cần không ngừng cải tiến sản phẩm, áp dụng các tiêu chuẩn kĩ thuật nghiêm ngặt vào quy trình sản xuất cũng như kết hợp với các hiệp hội nhằm nghiên cứu, nắm rõ các thông tin về bảo hộ mậu dịch để

ứng phó khi xảy ra các vụ kiện.Tuy nhiên, trước sự biến động không ngừng của nền kinh tế cũng như ảnh hưởng từ nền chính trị thế giới bất ổn thời gian gần đây, những giải pháp mới cần được tìm hiểu và nghiên cứu thêm trong những nghiên cứu về sau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abboushi Suhail (2010), "Trade protectionism: Reasons and outcomes", *Competitiveness Review*, Vol. 20 No. 5, pp. 384-394. https://doi.org/10.1108/10595421011080760.
2. Abida M. (2013), "The Regional Integration Agreements: A New Face of Protectionism", *International Journal of Economics and Finance*, Vol 5, No 3.
3. Amadeo K. (2019). Trade Protectionism Methods With Examples, Pros, and Cons. See https://www.thebalance.com/what-is-trade-protectionism-3305896 (accessed 02 March 2020).
4. Cục Phòng Vệ Thương Mại - Bộ Công Thương (2019). *Báo cáo phòng vệ thương mại năm 2018*, Bộ Công Thương.
5. Erixon, Fredrik and Sally Razeen (2010). Trade, globalisation and emerging protectionism since the crisis. *Ecipe*, working paper, No 2/2010
6. Gandolfo, Giancarlo (2014). *International Trade Theory and Policy*. Springer.
7. Gunnella Vanessa, Quaglietti Lucia (2019), "The economic implications of rising protectionism: a euro area and global perspective", *ECB Economic Bulletin*, Issue 3/2019.
8. Levinson, Arik (2017). Environmental protectionism: The case of CAFÉ. *Economics Letters*, Volume 160, November 2017, Pages 20-23.
9. Nguyễn Hoàng Quy, Nguyễn Hoàng, Nguyễn Hoàng Việt, Phan Thanh Tú (2016), *Chính sách thương mại quốc tế: Lý luận và thực tiễn Việt Nam hội nhập toàn cầu*, NXB Thống Kê.
10. Ritzel, Christian, and Andreas Kohler (2017). Protectionism, how stupid is this? The causal effect of free trade for the world's poorest countries: Evidence from a quasi-experiment in Switzerland. *Journal of Policy Modeling*. Volume 39, Issue 6, November-December 2017, Pages 1007-1018.
11. Štěrbová L. (2008), "Could Regional Trade Integration be a Building Block for Global Governance of Trade", *Acta Oeconomica Pragensia*, vol. 2008, issue 2, 23-36.
12. Tổng cục Thống kê (2010 - 2019), *Niên giám thống kê Việt Nam* giai đoạn 2010 - 2019, NXK Thống kê.
13. UNCTAD (2018). *Trade and Development Report 2018: Power, Platforms and the Free Trade Delusion*. United Nations publication. Sales No. E.18.II.D.7. New York and Geneva.
14. UNCTAD (2019a). *TRAINS: The global database on Non-Tariff Measures*. See https://trains.unctad.org/ (accessed 14 June 2019).
15. UNCTAD (2019b). *Key Statistics and Trends in Trade Policy 2018: Trade Tensions, Implications for Developing Countries*. UNCTAD/DITC/TAB/2019/1. Geneva.

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

IMPROVING VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORT COMPETITIVENESS TO UNITED STATES' MARKET IN THE CONTEXT OF PROTECTIONISM

PGS,TS. Doãn Kế Bôn

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Hoa kỳ là thị trường có nhiều tiềm năng đối với xuất khẩu hàng nông sản của nước ta. Nhưng Hoa kỳ cũng là thị trường có những quy định rất khắt khe về chất lượng, đặc biệt từ ngày ông Donal Trump làm tổng thống, đã triển khai nhiều chính sách về thuế quan và phi thuế quan có tính chất bảo hộ thương mại, đã tác động không nhỏ đến tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu nông sản của nước ta. Bài viết tập trung phân tích thực trạng bảo hộ thương mại và đặc điểm thị trường, thực trạng năng lực cạnh tranh của hàng nông sản xuất khẩu, từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu nước ta vào thị trường Hoa kỳ trong bối cảnh bảo hộ thương mại trong thời gian tới

Từ khóa: *Năng lực cạnh tranh, nông sản xuất khẩu, thị trường Hoa kỳ, bối cảnh bảo hộ thương mại*

Abstract

The United States is a potential importer of Vietnam's agricultural products. However, the US is also a market with high standard regarding quality which has been continously enhanced since Donald Trump gained presidential status. The US has imposed multiple tariff as well as non-tariff policies which have a tremendous impact on Vietnam's agricutural exports. This paper focuses on analysing the competitive potential of Vietnam's export on international market, as well as focusing on evaluating the current context of trade protectionism globally, fromm which recommendations and suggestions will be drawn in order to improve competitiveness for Vietnam agricultural exports to the US

Keywords: *Competitiveness, agricultural export, US market, protectionism*

1. Khái quát về năng lực cạnh tranh của sản phẩm trong bối cảnh bảo hộ thương mại

Khái niệm bảo hộ thương mại, cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm trong bối cảnh bảo hộ thương mại

Bảo hộ thương mại là hoạt động của chính phủ sử dụng các chính sách về thuế quan và phi thuế quan nhằm cản trở hàng nhập khẩu. Các chính sách về thuế quan là sử dụng mức thuế nhập khẩu cao đánh vào hàng nhập khẩu làm giá hàng nhập khẩu tăng cao so với hàng sản xuất trong nước làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng nhập khẩu. Các chính sách về phi thuế quan chủ yếu sử dụng các biện pháp về hạn chế số lượng (biện pháp

cấm nhập khẩu, tạm dừng nhập khẩu, hạn ngạch, hạn ngạch thuế quan, giấy phép.....), các biện pháp về hàng rào kỹ thuật TBT và SPS, các biện pháp phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ), và các biện pháp liên quan đến quy tắc xuất xứ, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ...Nhưng sử dụng phổ biến nhất đối với hàng nông sản, vẫn là các biện pháp về hàng rào kỹ thuật và phòng vệ thương mại

Cạnh tranh là hiện tượng phổ biến trong tự nhiên, xã hội và kinh tế. Cạnh tranh kinh tế chính là những quan hệ kinh tế giữa các chủ thể của nền kinh tế thị trường. Trên thực tế có nhiều quan niệm về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh, trong khuôn khổ bài viết này cạnh tranh được hiểu là sự ganh đua của các chủ thể cùng loại nhằm giành lấy thị trường và lợi nhuận cao nhất, trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ và các lợi ích khác...bản chất cạnh tranh là tối đa hóa lợi nhuận. Cạnh tranh kinh tế ở cả ba cấp độ: nền kinh tế, doanh nghiệp và sản phẩm.

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm là khả năng trao đổi sản phẩm, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng so với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh. Vậy bản chất năng lực cạnh tranh của hàng nông sản xuất khẩu trong bối cảnh bảo hộ thương mại là khả năng cung cấp đầy đủ số lượng sản phẩm và cơ cấu mặt hàng đa dạng, chất lượng đảm bảo, với giá cả phù hợp, đáp ứng yêu cầu về hàng rào kỹ thuật(TBT) và các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS), không bị áp các biện pháp chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ và có uy tín trên thị trường so với đối thủ cạnh tranh

Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm trong bối cảnh bảo hộ

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm được cấu thành bởi hai nhóm yếu tố: nhóm yếu tố cấu thành nên giá bán sản phẩm và các yếu tố ngoài giá, đó là sự vượt trội về cơ cấu sản phẩm, sản phẩm mới, về chất lượng và khả năng đáp ứng hàng rào kỹ thuật, chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ, uy tín thương hiệu và khả năng cung ứng hàng hóa. Năng lực cạnh tranh sản phẩm được đánh giá bằng các chỉ tiêu cụ thể sau:

- Cơ cấu và khả năng đổi mới sản phẩm

Cơ cấu mặt hàng thường được đánh giá thông qua chỉ tiêu tính đa dạng phong phú của mặt hàng xuất khẩu, khả năng đáp ứng của cơ cấu sản phẩm so với nhu cầu thị trường nhập khẩu. Cơ cấu sản phẩm có chủng loại, kích cỡ, mẫu mã phong phú phù hợp với nhu cầu thị trường, có khả năng cung ứng các sản phẩm có hàm lượng chế biến cao có giá trị gia tăng cao sẽ có năng lực cạnh tranh cao hơn.

Khả năng đổi mới sản phẩm thể hiện năng lực cung ứng các hàng hóa mới đáp ứng được nhu cầu mới, nhu cầu thường xuyên biến đổi của thị trường. Khả năng tạo ra các sản phẩm mới được thị trường tiếp nhận sẽ nâng cao khả năng thâm nhập và mở rộng thị trường, tạo nên sự cạnh tranh có tính độc quyền tạm thời cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Chất lượng sản phẩm

Chất lượng hàng nông sản được người tiêu dùng rất quan tâm, đặc biệt ở các nước phát triển như Hoa kỳ. Hàng nông sản chất lượng thấp khó thâm nhập thị trường. Cùng một mức giá, những sản phẩm có chất lượng cao hơn sẽ có khả năng cạnh tranh cao hơn. Khi xem chất lượng hàng nông sản không những xem xét mức chất lượng, mà còn xem xét các đặc tính nổi trội của sản phẩm.

- Khả năng đáp ứng các hàng rào kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ, chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ

Theo Hiệp định TBT và SPS của WTO, tất cả các nước thành viên đều có quyền đặt ra các hàng rào kỹ thuật đối với sản phẩm nông sản nhập khẩu, và hàng rào kỹ thuật đối với hàng nông sản ngày càng tăng, phức tạp và khắt khe hơn, đặc biệt là các nước phát triển, có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực hàng rào kỹ thuật như Hoa kỳ. Những hàng nông sản không có khả năng đáp ứng các hàng rào kỹ thuật không có khả năng thâm nhập thị trường, các sản phẩm càng đáp ứng tốt các hàng rào kỹ thuật sẽ có uy tín trên thị trường và có khả năng cạnh tranh cao.

Chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ là các biện pháp phòng vệ thương mại tạm thời mà nước nhập khẩu áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu khi nước đó điều tra và thấy rằng hàng nhập khẩu bán phá giá, hoặc được trợ cấp vượt quá quy định của WTO và làm tổn hại hoặc đe dọa gây tổn hại đến hàng hóa cùng chủng loại hoặc tương đương trong nước, hoặc được áp dụng khi hàng hóa nhập khẩu tăng đột biến gây tổn hại đến sản xuất trong nước. Khi bị áp thuế chống bán giá, chống trợ cấp, và thuế tự vệ, thì hàng hóa nhập khẩu ngoài thuế nhập khẩu còn bị áp thêm thuế chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ. Mức thế tùy thuộc bào biên độ bán phá giá, mức trợ cấp và mức độ gây tổn thất cho hàng nhập khẩu khi bị áp dụng biện pháp tự vệ. Như vậy hàng hóa xuất khẩu sẽ bị tác động rất mạnh và giảm khả năng cạnh tranh và giảm khả năng thâm nhập thị trường xuất khẩu [5].

- Giá cả sản phẩm

Giá cả là chỉ tiêu quan trọng thể hiện năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Những sản phẩm có cùng chất lượng, nhưng có giá cả thấp hơn sẽ có khả năng cạnh tranh cao hơn. Tuy nhiên, khi xem xét chỉ tiêu giá cả cần xem xét mối quan hệ giữa giá cả và chất lượng. Giá cả trên mức chất lượng càng thấp thì sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao hơn

- Uy tín của thương hiệu sản phẩm

Hoạt động trong cơ chế thị trường các doanh nghiệp phải tạo được uy tín thông qua thương hiệu sản phẩm của mình trên thị trường. Uy tín của thương hiệu sản phẩm tạo được hình ảnh sản phẩm và định vị sản phẩm trong tâm trí người tiêu dùng. Uy tín của thương hiệu sản phẩm tạo nên khả năng cạnh tranh cho sản phẩm, là tài sản vô hình của doanh nghiệp. Uy tín thương hiệu được tạo ra trong quá trình hoạt động kinh doanh, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả và phát triển hoạt động kinh doanh bền vững.

- Khả năng cung ứng sản phẩm

Khả năng cung ứng hàng hóa là khả năng đáp ứng đúng những yêu cầu của lô hàng về số lượng, chất lượng, bao bì, thời gian giao hàng. Tránh các trường hợp giao hàng chậm, giao hàng bị thiếu, chất lượng không đảm bảo và không đồng đều, thiếu tinh thần trong việc hợp tác giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng

2. Thực trạng bảo hộ và đặc điểm thị trường Hoa kỳ về mặt hàng nông sản

2.1. Thực trạng chính sách bảo hộ thương mại ở thị trường Hoa kỳ

Cũng giống như các thị trường khác chính sách bảo hộ thương mại ở thị trường Hoa kỳ bao gồm chính sách thuế quan và chính sách phi thuế quan.

- *Chính sách bảo hộ bằng thuế quan*: Chính sách bảo hộ bằng thuế quan chủ yếu là sử dụng mức thuế cao đối với hàng nông sản nhập khẩu. Tại thị trường Hoa kỳ, mức thuế quan bình quân cho tất cả các mặt hàng năm 2012 là 3,01%, năm 2014 là 2,96%, năm 2016 là 2,87% thì năm 2017 đã tăng là 3,36%. Mức thuế hàng nông sản năm 2008 là 5,3%, thì đến năm 2018 đã tăng 0,2% nên 5,5% [1], và thuế MFN năm 2019 tăng thêm 0,25% so với năm 2019 do áp dụng thuế nhập khẩu bổ sung với các nước đặc biệt là Trung quốc. Như vậy mức thuế quan đối với hàng nông sản tại thị trường Hoa kỳ so với toàn thế giới và với thị trường EU hay Trung quốc thì ở mức thuế tương đối thấp, nhưng một điều chú ý là, đối với thị trường thế giới mức thuế đối với hàng nông sản có xu hướng giảm xuống (thuế MFN năm 2018 so với 2008 giảm 1,5%, thuế song phương giảm 2%, Thị trường EU giảm 4,8%, thị trường Trung quốc giảm 0,2%, trong khi đó thị trường Hoa kỳ không giảm mà còn tăng 0,2%. Sự tăng thuế nhập khẩu nói chung và đối với hàng nông sản nói riêng, đã gây ra những tranh chấp giữa Hoa kỳ với Canada và Meexico, giữa Hoa kỳ với Nhật bản, EU, Hàn quốc và đặc biệt gây ra chiến tranh thương mại Hoa kỳ - Trung quốc, điều này tác động lớn đến xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Mặt khác Việt Nam và Hoa kỳ đã có hiệp định thương mại năm 2001, nhưng chưa có Hiệp định thương mại tự do, nên hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam, chủ yếu phải chịu mức thuế MFN, trong khi đó Hoa kỳ có nhiều hiệp định thương mại tự do với các nước, và hàng nông sản của các nước này khi xuất khẩu vào Hoa kỳ được hưởng mức thuế song phương. Trong khi đó mức thuế song phương thường thấp hơn mức thuế MFN từ 5-5,2%, điều này gây bất lợi trong cạnh tranh cho hàng nông sản Việt Nam khi xuất khẩu vào thị trường Hoa kỳ.

- *Chính sách bảo hộ phi thuế quan*: Chính sách bảo hộ phi thuế quan chủ yếu là biện pháp hàng rào kỹ thuật, biện pháp vệ sinh dich tễ, chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ và biện pháp hạn chế số lượng.

Theo WTO, tính đến hết năm 2018, Hoa kỳ đang có 3.041 biện pháp SPS, và có 1.631 biện pháp TBT so với trên toàn thế giới là 14.552 biện pháp SPS và 22.941 biện pháp TBT thì các biện pháp TBT và SPS của Hoa kỳ chiếm một tỷ lệ cao (SPS chiếm 20,9% và TBT chiếm 7,1% toàn thế giới). Nhưng đến năm 2019 các biện pháp SPS đã tăng lên là 3.137 và biện pháp TBT là 1.756. Trong khi đó biện pháp SPS hoàn toàn được áp dụng cho hàng nông sản, thực phẩm [1].

Riêng năm 2018 phía Hoa kỳ coa 393 biện pháp chống bán phá giá, 132 biện pháp chống trợ cấp, 496 biện pháp tự vệ còn hiệu lực, 59 biện pháp hạn chế số lượng và 52 biện pháp hạn ngạch thuế quan, là quốc gia đứng đầu Châu Mỹ về các biện pháp phi thuế quan. Hoa kỳ cũng là nước có số vụ quan ngại thương mại nhiều nhất khu vực TBT có 51 vụ, SPS có 31 vụ [1]. Năm 2019 biện pháp chống bán phá giá là 406, 144 biện pháp chống trợ cấp, 496 biện pháp tự vệ và 59 biện pháp hạn chế số lượng. Ngoài ra Hoa kỳ cũng là nước đứng đầu về số vụ tranh chấp liên quan đến các biện pháp phi thuế quan. Cụ thể liên quan đến TBT là 25 vụ, đến chống bán phá giá 55 vụ chiếm khoảng 10% tổng số vụ tranh chấp của WTO. Đặc biệt quy định "quy về không" (zeroing) trong chống bán phá giá của Hoa kỳ luân bị các nước khiếu lại dẫn đến các tranh chấp thương mại về chống bán phá giá mà Hoa kỳ là bị đơn, trong đó có Việt Nam.

Theo UNCTAD, 71% mặt hàng và 83% giá trị hàng nhập khẩu vào Hoa kỳ chịu ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế. Trong đó 100% hàng nông sản nông sản nhập khẩu chịu sự điều chỉnh của các biện pháp phi thuế quan. Tính bình quân, một mặt hàng nông sản xuất khẩu vào thị trường Hoa kỳ chịu ảnh hưởng của 14,8 biện pháp phi thuế quan, trong đó biện pháp phi thuế quan là TBT, đặc biệt là SPS được sử dụng phổ biến hơn cả

2.2. Đặc điểm của thị trường Hoa kỳ đối với hàng nông sản

- Hoa kỳ là một thị trường rộng lớn với gần 300 triệu dân, thu nhập bình quân đầu người năm 2018 trên 62.606 USD/năm. Hoa kỳ là một trong những thị trường nông sản lớn nhất thế giới, Hoa kỳ là nước tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới, mà hầu hết từ nguồn nhập khẩu, trong đó khoảng 70% là cà phê arabica và 30% còn lại là cà phê robusta[3], rau quả tươi, đặc biệt là nhu cầu về trái cây có xu hướng tăng cao. Mức tiêu thụ trái cây/đầu người tăng chủ yếu ở nhóm trái cây nhiệt đới như dứa, xoài, đu đủ, nho, xoài, lê tầu, quýt, anh đào, cây việt quất...Chuối là loại trái cây được tiêu thụ mạnh nhất ở Hoa kỳ. Theo tính toán giai đoạn 2008-2018 cứ 100 pound trái cây thì có 25 pound chuối được tiêu thụ, tiếp đến là dứa, táo, cam, nho, dâu tây, bưởi, đào và một số loại khác. Dứa không những tiêu thụ ở dạng đóng hộp mà lượng dứa tươi có nhu cầu tăng cao trong những năm gần đây. Lượng táo tiêu thụ trung bình ở mức 17,6 pound/đầu người, cam tiêu thụ trung bình 11,4 pound/đầu người [2]. Thị trường nhập khẩu chính của Hoa kỳ là các nước thuộc NAFTA, các nước nam bán cầu gồm Braxin, Autralia, Achentina,. NewZealand, Nam phi và Peru, các nước Nam mỹ và các nước châu Á. Hoa kỳ là thị trường nông sản rất tiềm năng cho các nhà xuất khẩu thế giới trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam và cũng là thị trường cạnh tranh rất gay gắt.

- Hoa kỳ là thị trường tiêu thụ nông sản rất đa dạng bao gồm cà phê, chè, điều, hạt tiêu, cao su, gạo rau quả tươi, rau quả khô, rau quả đã qua chế biến, động vật và thịt động vật, đồ uống không cồn, đường và các chất tạo bọt và yêu cầu về mức chất lượng cũng rất khác nhau, từ mức chất lượng trung bình đến mức cao, đây là điều kiện thuận lợi cho nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù, yêu cầu đa dạng về chất lượng nhưng lại đòi hỏi cao về vệ sinh an toàn thực phẩm, nông sản xuất khẩu phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định theo pháp luật của hoa kỳ, đây là điều khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam.

- Nhu cầu mặt hàng nông sản, đặc biệt là rau quả hữu cơ ở Hoa kỳ có xu hướng tăng cao. Theo thống kê, rau quả hữu cơ là những mặt hàng bán chạy nhất trên thị trường bán lẻ trong suốt ba thập kỷ qua, chiếm trên 39% doanh số bán hàng trên thị trường hữu cơ Hoa kỳ. Theo ước tính, doanh thu từ rau quả hữu cơ có thể đạt 18,5 tỷ USD vào năm 2018 tăng 300% so với năm 2000. Các sản phẩm trái cây hữu cơ có mặt tại hàng chục ngàn cửa hàng thực phẩm và được bày bán trên 73% số lượng cửa hàng rau quả trên khắp Hoa kỳ[2]. Các loại rau quả hữu cơ được tiêu thụ nhiều nhất tại Hoa kỳ là cà chua, rau ăn lá, cà rốt, khoai tây, bí, đậu, nấm, cần tây, súp lơ xanh, cam, dâu tây, cam, táo, đào và chuối.

- Hoa kỳ là một thị trường có những quy định rất khắt khe và chặt chẽ đối với nông sản nhập khẩu. Các mặt hàng rau quả khi nhập khẩu vào Hoa kỳ phải tuân thủ các quy định về chất lượng, các quy định về thủ tục và thông báo hàng đến của Cơ quan Quản lý Thuốc và Thực phẩm FDA, Hoa kỳ kiểm sóat chặt chẽ sự ảnh hưởng của các loại sâu bệnh đến các loại trái cây, các loại trái cây tươi nhập khẩu vào Hoa kỳ phải được chiếu xạ để diệt các

loại sâu bệnh; Tuân thủ các quy định về nhập khẩu và kiểm tra an toàn thực phẩm của cơ quan kiểm định và an toàn thực phẩm (FSIS) thuộc FDA; Tuân thủ các quy định về kiểm dịch của Bộ Nông nghiệp Hoa kỳ (USDA), trong một số trường hợp phải xin giấy phép; Phải phù hợp các quy định về môi trường của Cơ quan bảo vệ môi trường Hoa kỳ (EPA) về dư lượng thuốc trừ sâu. Đối với hạt có dầu và các loại cây, hạt nguyên liệu công nghiệp và dược liệu phải phù hợp các quy định về thực vật quý hiếm. Đối với một số loại cây, hạt có chứa chất ma túy phải phù hợp với các quy định của Cơ quan kiểm soát ma túy (DEA). Phải tuân thủ các quy định về Luật chống khủng bố sinh học ban hành 12/6/2002; Luật hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm(FSMA) có hiệu lực năm 2011. Phù hợp các quy định về ghi nhãn, quy định về xuất xứ hàng hóa, về bản quyền, quy trình lấy mẫu kiểm nghiệm, về cảnh báo và tự động giữa hàng khi những hàng hóa nhập khẩu vi phạm các quy định và Cơ quan Kiểm dịch động thực vật Hoa kỳ (APHIS) có một danh mục các mặt hàng được phép nhập khẩu vào Hoa kỳ, ngoài danh mục này các nước xuất khẩu phải tuân thủ quy chế của APHIS về đăng ký các loại nông sản, đặc biệt là rau quả tươi để được phép nhập khẩu vào Hoa kỳ[2].

3. Thực trạng năng lực cạnh tranh của hàng nông sản xuất khẩu nước ta vào thị trường Hoa kỳ trong bối cảnh bảo hộ thương mại

Nông sản nước ta xuất khẩu vào thị trường Hoa kỳ nhìn chung kim ngạch xuất khẩu còn chưa cao, một số mặt hàng ở một số thời điểm có tốc độ tăng trưởng cao, nhưng lại kém tính ổn định, khả năng cạnh tranh chưa cao và được thể hiện trên các mặt sau:

- Mặt hàng nông sản Việt Nam khá đa dạng và phong phú. Nhưng để xuất khẩu mặt hàng trái cây vào thị trường Hoa kỳ còn gặp nhiều khó khăn và trải qua nhiều quy trình nghiêm ngặt. Đầu tiên phải đàm phán để được lọt vào danh sách hàng nhập khẩu trái cây của Hoa kỳ, nếu mặt hàng này chưa lằm trong danh mục, sau đó phải được kiểm tra theo chuỗi cung ứng từ trang trại đến bàn ăn đảm bảo các quy định của Hoa kỳ mới được pháp xuất khẩu vào Hoa kỳ. Trong thời gian vừa qua nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam trong đó có các mặt hàng trái cây như thanh long, nhãn, vải, xoài, chôm chôm, vũ sữa... được xuất khẩu vào Hoa kỳ. Tuy nhiên, nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu cơ cấu chưa phù hợp với nhu cầu thị trường thế giới nói chung và thị trường Hoa kỳ nói riêng . Như nhu cầu về cà phê trên thị trường Hoa kỳ chủ yếu là loại cà phê Arbica, chiếm trên 70%, chỉ khoảng gần 30% là cà phê robusta nhưng cà phê Việt Nam sản xuất chủ yếu là loại cà phê robusta, trong khi đó giá cà phê robusta chỉ bằng khoảng 60-70% giá cà phê arbica [6]. Do đó việc mở rộng và phát triển thị trường cho mặt hàng cà phê cũng gặp nhiều khó khăn. Hoặc khoảng 80% nhu cầu về cao su trên thị trường thế giới là loại SR, nhưng cơ cấu sản phẩm cao su thiên nhiên của Việt Nam chủ yếu là loại 3L, nên việc tiếp cận vào thị trường tiêu thụ nhiều cao su SR như Hoa kỳ cũng còn nhiều hạn chế.

- Hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua có kim nghạch xuất khẩu tăng nhưng khả năng đổi mới mặt hàng còn hạn chế. Chủ yếu vần xuất khẩu ở dạng thô, tỷ lệ sản phẩm qua chế biến để xuất khẩu còn thấp, bình quân chỉ khoảng 20-25%. Trong khi đó tỷ lệ này ở các nước trong khối ASEAN bình quân đặt trên 50% [3]. Khi xuất khẩu ở dạng thô phần giá trị gia tăng thấp nên hiệu quả xuất khẩu không cao. Giá cả hàng nông sản thô trên thị trường Hoa kỳ lại thấp và thường xuyên biến động với biên độ cao. Do đó

tổng trị giá xuất khẩu thấp và dễ gặp rủi ro trong hoạt động kinh doanh. Mặt khác trong quá trình hội nhập rất nhiều các mặt hàng nông sản chưa qua chế biến được xếp vào danh mục hàng nhạy cảm và nhạy cảm cao để làm chậm quá trình giảm thuế nhập khẩu, như vậy hàng nông sản chưa qua chế biến sẽ ít được hưởng lợi từ quá trình hội nhập và điều này đã cản trở hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của nước ta.. Khả năng đổi mới các mặt hàng còn thấp, trong đó thị trường Hoa kỳ có nhu cầu thường xuyên thay đổi, ưa chuộng các sản phẩm với các mẫu mã mới với và các tính năng mới, cũng làm giảm khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường Hoa kỳ.

- Các mặt hàng nông sản xuất khẩu của ta hiện nay chất lượng còn thấp và không đồng đều, kém độ thuần khiết. Gạo không thuần giống, cà phê kích thước hạt không đều, thu hoạch cả quả chín quả xanh, độ ẩm không thích hợp, dễ bị nấm mốc..., khả năng cạnh tranh chưa cao, chủ yếu đáp ứng cho khu vực thị trường có mức nhu cầu thấp và trung bình, không đòi hỏi khắt khe về chất lượng, chấp nhận mức giá thấp chất lượng không cao, chỉ có một số ít mặt hàng đủ điều kiện đáp ứng cho khu vực thị trường có nhu cầu cao chấp nhận mức giá cao chất lượng tốt. Trong khi đó thị trường Hoa Kỳ đòi hỏi về chất lượng ngày càng nghiêm ngặt hơn. Do đó nâng cao chất lượng để nâng cao khả năng cạnh tranh tăng khả năng chiếm lĩnh thị trường cho hàng nông sản Việt Nam là một vấn đề cấp bách trong giai đoạn hiện nay.

- Về khả năng đáp ứng hàng rào kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ, chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ.

+ Về đáp ứng hàng rào kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ; Cơ bản các hàng nông sản của Việt nam đã đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ của thị trường Hoa kỳ. Kim ngạch các mặt hàng tăng hàng năm. Một số mặt hàng rau quả mới như vải, vũ sữa đã đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của thị trường. Tuy nhiên một số hàng nông sản của ta chưa đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật và các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn như bị nấm mốc, mức tạp chất, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trên các sản phẩm có nguồn gốc từ thực vật cao vượt quá mức quy định và còn để tồn dư lượng thuốc kháng sinh, hoá chất trên các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật. Mặt khác, các loại rau quả Việt Nam chủ yếu được sản xuất, thu hoạch và chế biến bằng các phương pháp và công nghệ lạc hậu, công nghệ bảo quản, việc xử lý sâu bệnh, dư lượng thuốc sâu và thuốc bảo vệ thực vật, việc đáp ứng về phẩm cấp, kích cỡ hoặc độ chín còn nhiều hạn chế, đây là các khó khăn rất lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. . Nhiều doanh nghiệp thiếu các thông tin cụ thể về các hàng rào kỹ thuật và các biện pháp vệ sinh dịch tễ của Hoa kỳ.

+ Các mặt hàng nông, lâm, thủy sản Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Hoa kỳ ít bị điều tra chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ. Chủ yếu mặt hàng cá tra, và tôm nước ấm bị áp thuế bán phá giá, trong đó thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng tôm nước ấm đã hết hiệu lực, hiện tại chỉ còn mặt hàng cá tra vẫn bị áp thuế chống bán phá giá (đây là mặt hàng đầu tiên bị áp thuế chống bán phá giá và vẫn còn tồn tại cho đến hiện nay). Khi xuất khẩu nông sản vào thị trường Hoa kỳ, các doanh nghiệp có xu hướng bán giá thấp để nâng cao khả năng cạnh cho sản phẩm. Vì vậy hàng nông sản của Việt Nam có nguy cơ bị kiện chống bán phá giá. Mặt khác Việt Nam là thị trường thặng dư thương mại lớn của Hoa kỳ và phía Hoa kỳ cũng tăng cường áp dụng các biện pháp bảo hộ thương mại trong đó có các biện pháp bảo hộ phi thuế

quan mà chủ yếu là các biện pháp TBT, SPS, chống bán phá giá, trợ cấp và tự vệ để hạn chế nhập khẩu, đảm bảo cán cân thương mại. Và điều này cũng làm cho hàng hóa xuất khẩu của Việt nam trong đó có hàng nông sản dễ bị áp dụng các biện pháp trên.

- Nếu chỉ nhìn vào yếu tố giá, thì giá của nhiều hàng nông sản Việt Nam thấp hơn giá của các sản phẩm cùng loại trong khu vực và thế giới. Nhưng đồng thời chất lượng hàng nông sản của ta còn thấp, do đó tương quan giá/chất lượng lại cao hơn .Như vậy thực chất giá hàng nông sản của Việt Nam còn cao hơn các nước trong khu vực, do đó khả năng cạnh tranh thấp hơn. Cùng gạo 5% tấm giá gạo Việt Nam chỉ bằng 80-90% giá gạo của Thái lan, nhưng khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam thấp hơn gạo của Thái lan trên thị trường thế giới, . Giá sầu riêng Mongthon hạt lép của Thái lan là 0,5USD/kg thì giá sầu riêng trái vụ của Việt Nam là 1,4USD/kg giá gấp gần 3 lần mà chất lượng lại thấp hơn, giá chuối tươi xuất khẩu được ở các tỉnh Đồng bằng sông cửu long thường ở mức 115-120USD/tấn, trong khi đó ở Philippin chỉ ở mức 110-115USD/tấn[3]. Ngoài ra chi phí vận chuyển, tổn thất trong vận chuyển, bảo quản và các chi phí khác cũng cao. Việt Nam lại ở xa Hoa kỳ cũng làm giảm khả năng cạnh tranh của rau quả của Việt Nam trên thị trường Hoa kỳ, và do thiếu thông tin nên việc chọn thời điểm để định giá bán còn chưa hợp lý, dự trữ hàng hoá trong thời gian dài, nhưng khi giá còn thấp đã bán hết hàng, khi giá lên cao lại không có hàng để bán. Ngoài ra nhiều doanh nghiệp xuất khẩu trong nước cạnh tranh với nhau hạ giá hàng xuất khẩu. Cùng một thời điểm, cùng là cà phê Robusta có doanh nghiệp xuất được với giá 470USD/T nhưng có doanh nghiệp chỉ xuất với giá trên 300USD/T[6]

- Việc xây dựng, bảo vệ và khai thác thương hiệu cho hàng nông sản chưa được quan tâm đúng mức. Chưa tạo ra được nhiều những thương hiệu có uy tín cho hàng nông sản trên thị trường thế giới nói chung và Hoa kỳ nói riêng. Nhiều mặt hàng kể cả các mặt hàng có thị phần lớn cũng chưa có thương hiệu, chưa thiết lập được các kênh phân phối ở nước ngoài mà phụ thuộc nhiều vào hệ thống phân phối của nước ngoài, việc mở rộng thị trường tiêu thụ còn nhiều khó khăn.

- Khả năng tổ chức thực hiện các hợp đồng xuất khẩu còn nhiều hạn chế, thời gian giao hàng còn chậm so với quy định của hợp đồng, giao thiếu số lượng, chất lượng không phù hợp và do thu mua ở nhiều cơ sở khác nhau, cho nên chất lượng trong một lô hàng không đồng đều nhau, vi phạm quy chế ghi nhãn của Hoa kỳ và nhiều lô hàng phải trả về, có nhiều phát sinh trong quá trình và khả năng giải quyết các phát sinh còn chậm làm giảm uy tín của các doanh nghiệp trên giao dịch hàng nông sản ở thị trường Hoa kỳ, cũng đã làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng nông sản nước ta.

Mặt khác từ chính sách bảo hộ thương mại của Hoa kỳ đã dẫn đến chiến tranh thương mại giữa Hoa kỳ và Trung quốc, chiến tranh thương mại cũng đã tạo nên những cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

Như vậy, nhìn chung hàng nông sản xuất khẩu của nước ta chất lượng còn thấp, không đồng đều, chưa đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn, khả năng đổi mới mặt hàng chậm, cơ cấu chưa thực đa dạng phong phú và phù hợp với nhu cầu thị trường thế giới, giá lại cao, khả năng thực hiện các hợp đồng xuất khẩu còn nhiều bất cập. Chưa tạo được uy tín cho sản phẩm cũng như doanh nghiệp trên thị trường thế giới, do đó khả năng cạnh tranh còn hạn chế.

Nguyên nhân của tình trạng trên là:

-Trong sản xuất hàng nông sản còn phân tán, chủ yếu tập trung ở các hộ gia đình, chưa tạo ra được nhiều các vùng chuyên canh để có thể tạo ra những lô hàng lớn có tính đồng nhất, chất lượng đồng đều đủ tiêu chuẩn xuất khẩu. Mặt khác do sản xuất phân tán ở các hộ gia đình nên chi phí sản xuất, thu hoach, chế biến, tập trung nguần hàng để xuất khẩu cao làm giảm khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

- Chúng ta chưa có nhiều giống vật nuôi cây trồng cho sản phẩm có chất lượng cao.Trong một thời gian dài việc sản xuất hàng nông sản ở nước ta chú ý nhiều đến việc tạo ra những giống cây trồng vật nuôi cho năng suốt cao mà chưa chú trọng tạo ra được những giống cây trồng vật nuôi cho sản phẩm có chất lượng cao. Thời gian gần đây nhiều giống cây trồng vật nuôi sạch mần bệnh cho sản phẩm có chất lượng cao được đưa vào sản xuất như giống gạo ST25, nhưng so với các nước trong khu vực còn thiếu cả về mặt lượng và mặt chất.

- Trình độ sản xuất, công nghệ thu hoạch, đặc biệt là công nghệ sau thu hoạch, công nghệ chế biến còn thiếu đồng bộ và lạc hậu so với các nước trong khu vực . Dẫn đến chất lượng hàng nông sản của nước ta chưa cao, kém khả năng cạnh tranh so với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực. Việc phát triển những sản phẩm mới cũng còn nhiều hạn chế, mới chỉ chú trọng đến những sản phẩm có nguồn gốc từ thực vật mà ít chú trọng đến những sản phẩm có nguồn gốc từ động vật, trong khi đó nhóm hàng này ở Việt Nam rất có tiềm năng. Điều này cũng làm hạn chế đến khả năng cạnh tranh chung của hàng nông sản ở nước ta.

- Một phần hàng nông sản được tiêu thụ trực tiếp thông qua các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm giữa người sản xuất với các cơ sở chế biến hoặc người xuất khẩu, còn phần lớn được tiêu thụ thông qua các đầu mối trung gian . Dù tiêu thụ theo hình thức nào thì hệ thống tiêu thụ hàng nông sản hiện nay cũng chưa được gắn kết chặt chẽ.Nhiều khi người sản xuất không trực tiếp bán được sản phẩm cho các nhà máy hoặc người xuất khẩu, hoặc các nhà máy hoặc người xuất khẩu không mua được hàng của người sản xuất. Đặc biệt khi tiêu thụ thông qua các đầu mối trung gian là các tư thương, người sản xuất thường bị ép gía, ép cấp, đường đi của hàng hoá bị kéo dài và chi phí trung gian cao làm tăng giá thành, giảm khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm xuất khẩu. Mối liên hệ giữa người sản xuất và xuất khẩu còn nhiều hạn chế, các doanh nghiệp chưa tạo được nguồn hàng ổn định. Nhiều khi ký được hợp đồng xuất khẩu mới đi tập trung hàng, dẫn đến chất lượng không đồng đều và chậm thời gian giao hàng.

- Công tác nghiên cứu, tổ chức khai thác và mở các thị trường mới của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay còn nhiều lúng túng. Việc xây dựng, bảo vệ và khai thác thương hiệu cho hàng nông sản chưa được quan tâm đúng mức, nhiều mặt hàng kể cả các mặt hàng có thị phần lớn trên thị trường thế giới cũng chưa có thương hiệu. Nghiệp vụ kinh doanh xuất khẩu còn nhiều hạn chế, nhiều doanh nghiệp chưa có phương pháp kiểm tra giám sát và điều hành quá trình tổ chức thực hiện hợp đồng, chưa thiết lập được các kênh phân phối ở nước ngoài mà phụ thuộc nhiều vào hệ thống phân phối của nước ngoài, việc chọn thời điểm để định giá bán còn chưa hợp lý, dự trữ hàng hoá trong thời gian dài, nhưng khi giá còn thấp đã bán hết hàng, khi giá lên cao lại không có hàng để bán. Tất cả các điều đó cũng làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng nông sản nước ta.

4. Một số kiến nghị

Từ phân tích trên, để nâng cao khả năng cạnh tranh cho hàng nông sản của nước ta trong bối cảnh bảo hộ thương mại, mà chủ yếu là tăng thuế nhập khẩu, tăng cường áp dụng các biện pháp TBT, SPS, chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ thì nguyên tắc cơ bản của các giải pháp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ là chủ động đàm phán hiệp định thương mại tự do với Hoa kỳ để được hưởng thuế quan ưu đãi, nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm, đáp ứng các biện pháp TBT, SPS, và tránh các biện pháp chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ. Cụ thể cần thực hiện các biện pháp cụ thể sau:

- Tiếp tục đàm phán và ký kết hiệp định thương mại tự do với Hoa kỳ, tạo cơ hội cho hoạt động xuất khẩu hàng nông sản. Trong bối cảnh bảo hộ thương mại để tạo điều kiện cho hàng hóa xuất khẩu nói chung và cho hàng nông sản nói riêng vào thị trường Hoa kỳ cần tiến hành đàm phán ký kết hiệp định thương mại tự do với Hoa kỳ, để được hưởng thuế suất ưu đãi khi xuất khẩu nông sản vào Hoa kỳ. Việt Nam đã ký hiệp định TPP trong đó có Hoa kỳ, đây là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới với mức cam kết giảm thuế sâu đối với hàng nhập khẩu trong đó có hàng nông, lâm, thủy sản. Điều này rất có lợi cho năng lực cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam. Tuy nhiên khi ông Donal Trump lên làm tổng thống đã rút khỏi hiệp định (11 nước còn lại đã điều chỉnh một số nội dung của hiệp định và ký kết một hiệp định mới có tên là CPTPP). Chính vì thế để tạo được sự cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu cần tiếp tục ký kết hiệp định thương mại tự do với Hoa kỳ. Có thể đàm phán ký kết hiệp định thương mại tự do Việt Nam- Hoa kỳ, hoặc thuyết phục Hoa kỳ tiếp tục tham gia hiệp định TPP đã được 12 nước ký kết, hoặc hiệp định CPTPP đã được 11 nước ký kết và thông qua. Định hướng để Hoa kỳ tiếp tục thực hiện hiệp định TPP (hoặc tham gia CPTPP), với mức cắt giảm thuế cao và phạm vi điều chỉnh rộng bao gồm các lĩnh vực Việt Nam có lợi thế, đặc biệt là hàng nông, lâm, thủy sản...sẽ rất có lợi cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

- Để nâng cao chất lượng và đáp ứng được các biện pháp TBT, SPS của Hoa kỳ đồng thời giảm giá thành, cần thực hiện các biện pháp sau:

+ Quy hoạch tổng thể các vùng sản xuất hàng nông sản tập trung chuyên canh có tính liên nghành, liên vùng, có đủ quy mô để áp dụng các tiến bộ của khoa học và kỹ thuật và thu hút vốn đầu tư vào sản xuất và chế biến hàng nông sản. Việc quy hoạch vùng sản xuất phải kết hợp với việc xây dựng cơ sở hạ tầng thực sự tạo thành các trung tâm có đủ khả năng cung cấp hàng nông sản có chất lượng cao và đồng nhất cho xuất khẩu.

+ Trên cơ sở các vùng chuyên canh cần tập trung đầu tư nghiên cứu lựa chọn các giống cây trồng vật nuôi thích hợp. Các giống cây trồng vật nuôi phải đảm bảo được các yêu cầu: 1. Cho năng suất, chất lượng cao và ổn định đáp ứng được yêu cầu của thị trường xuất khẩu; 2. Phải phù hợp với điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng, khí hậu...của vùng chuyên canh sản xuất; 3. Sạch mần bệnh và cho phép áp dụng các công nghệ sản xuất chế biến "sạch", đáp ứng các điều kiện về TBT và SPS.

Để thực hiện điều đó, phải có một quy chế xét duyệt và tuyển chọn giống chặt chẽ, tránh không để các trường hợp giống không đủ tiêu chuẩn đưa ra thị trường. Đồng thời phải quy hoạch các cơ sở nghiên cứu sản xuất giống, tập trung đầu tư cho một số cơ sở có

quy trình sản xuất khoa học có khả năng tạo ra các giống tốt mang tầm cỡ quốc gia. Xây dựng kế hoạch nhập các giống tốt để từng bước hoàn thiện các bộ giống phù hợp với điều kiện của nước ta, góp phần tạo ra các hàng nông sản đa dạng có chất lượng đủ khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới.

+ Phải gắn kết các vùng nguyên liệu với các cơ sở chế biến, tránh trường hợp khi quy hoạch xong vùng nguyên liệu lại không có cơ sở chế biến, hoặc vùng nguyên liệu lại không đáp ứng đủ cho cơ sở chế biến. Đồng thời áp dụng công nghệ sản xuất "sạch" , thực hiện liên doanh liên kết và tăng cường đầu tư, đổi mới công nghệ thu hoạch, công nghệ bảo quản chế biến sau thu hoạch, nâng cao chất lượng, đa dạng hoá các sản phẩm, đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn cho hàng nông sản đủ khả năng cạnh tranh xuất khẩu sang các thị trường khó tính. Thực hiện liên kết chuỗi cung ứng, đảm bảo chuỗi cung ứng sạch từ trang trại đến bàn ăm để đáp ứng các yêu cầu của thị trường Hoa kỳ

+ Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn cấp quốc gia cho các sản phẩm nông sản , đặc biệt cho các hàng nông sản xuất khẩu, thành lập các tổ chức chuyên môn có đủ năng lực và thiết bị kiểm tra các sản phẩm xuất khẩu.Khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất chế biến hàng nông sản xuất khẩu áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế về quản lý chất lượng như hệ thống ISO, GMP, HACCP . Cập nhật thông tin các quy định về chất lượng và vệ sinh an toàn hàng nông sản của các thị trường Hoa kỳ, đồng thời tăng cường công tác tuyên truyền, kiểm tra, giám sát chặt chẽ các hoạt động sản xuất chế biến và xuất khẩu hàng nông sản , tuyệt đối không để các lô hàng có chất lương kém, đặc biệt không đủ tiêu chuẩn vệ sinh an toàn được xuất khẩu ra thị trường nước ngoài, đáp ứng tốt các quy định về TBT, SPS từ thị trường Hoa kỳ.

- Hạn chế bị áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại để đẩy mạnh xuất khẩu. Xu hướng các vụ kiện phòng vệ thương mại trên thế giới và Hoa kỳ hiện nay đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu tập trung vào kiện chùm, kiện chống lẩn tránh thuế, kiện domino, kiện kép, kiện đồng thời chống bán phá giá và chống trợ cấp. Mặt hàng nông, lâm, thủy sản có nguy cơ cao bị kiện các biện pháp phòng vệ thương mại . Trong các biện pháp phòng vệ thương mại thì biện pháp kiện bán phá giá và biện pháp tự vệ được Hoa kỳ áp dụng phổ biến và có xu hướng ngày càng gia tăng.

Để hạn chế các tác động tiêu cực của xu thế này, Bộ Công Thương nên thường xuyên cập nhật với các DN và hiệp hội DN về xu hướng áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại để các DN nắm vững, có kế hoạch ứng phó hiệu quả, đồng thời xây dựng chiến lược kinh doanh hợp lý, thận trọng trong việc lên kế hoạch đầu tư, sản xuất, phát triển thị trường.

Nâng cấp Hệ thống cảnh báo sớm để đánh giá những mặt hàng xuất khẩu có nguy cơ bị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại, từ đó giúp các DN chủ động điều chỉnh kế hoạch sản xuất và xuất khẩu của mình và có biện pháp ứng phó kịp thời, hạn chế việc vướng phải các vụ kiện chống bán phá giá.

Bộ Công Thương cũng phối hợp chặt chẽ với DN trong quá trình xử lý các vụ kiện phòng vệ thương mại ngay từ giai đoạn đầu khi cơ quan điều tra của nước nhập khẩu tiếp nhận đơn kiện cho đến khi khởi xướng điều tra, trả lời câu hỏi điều tra, thẩm tra tại chỗ, điều trần công khai và ra phán quyết.

Chủ động theo dõi chặt chẽ quy trình điều tra của nước nhập khẩu để đảm bảo các bước trong quy trình điều tra tuân thủ đầy đủ các quy định của WTO. Trong trường hợp phát hiện những điểm không tuân thủ, sẽ xem xét kiến nghị Chính phủ cân nhắc đưa biện pháp chống bán phá giá mà nước nhập khẩu áp dụng ra các cơ chế giải quyết tranh chấp phù hợp, trong đó có cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO

Bộ Công Thương nên hỗ trợ các DN nên trang bị những kiến thức cơ bản về pháp luật phòng vệ thương mại của Hoa kỳ. Tăng cường cạnh tranh bằng chất lượng và hạn chế việc cạnh tranh bằng hàng giá rẻ; Chuẩn bị nguồn lực để đối phó với các nguy cơ kiện phòng vệ thương mại có thể xảy ra bất kỳ lúc nào; Đảm bảo chế độ ghi chép kế toán rõ ràng, tuân thủ các tiêu chuẩn kế toán quốc tế.

-Tận dụng cơ hội từ chiến tranh thương mại Hoa kỳ - Trung quốc để đẩy mạnh xuất khẩu. Tăng cường quản lý nhà nước nhằm chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại và gian lận xuất xứ từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung .Tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài do chuyển dịch đầu tư từ chiến tranh thương mại tạo ra để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang thị trường Hoa kỳ

- Phải nâng cao chất lượng giảm giá thành sản phẩm , đặc biệt là giảm các chi phí trong quá trình sản xuất chế biến sản phẩm. Đổi mới và đa dạng hoá hình thức tiêu thụ nông sản, chú trọng hình thức tiêu thụ thông qua hợp đồng, rút ngắn đường đi cho hàng hoá, giảm bớt các chi phí trung gian, góp phần nâng cao giá tiêu thụ cho hàng nông sản, giảm chi phí đầu vào cho các đơn vị chế biến và người xuất khẩu từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu.

- Tăng cường năng lực nghiên cứu tiếp cận, tổ chức thị trường thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại ở mọi cấp độ. Xoá bỏ dần việc xuất khẩu qua thị trường trung gian, thâm nhập vào các phân khúc thị trường mới, chú ý tìm các thị trường ngách, thực hiện đa dạng hoá thị trường để tạo tính cạnh tranh cho mặt hàng. Đồng thời chú trọng việc xây dựng thương hiệu và nhãn sinh thái cho hàng nông sản, từng bước tạo lập uy tín cho hàng nông sản xuất khẩu nước ta trên thị trường Hoa kỳ.

- Tăng còng công tác thông tin thị trường,cung cấp đầy đủ thông tin cho người sản xuất, đồng thời nâng cao khả năng dự báo nhu cầu thị trường, bao gồm nhu cầu ngắn hạn,trung hạn, dài hạn, kể cả nhu cầu trong nước và xuất khẩu, giám sát chặt chẽ sự biến động giá cả của thị trường hàng nông sản, để từ đó quyết định thời điểm mua bán, mức dự trữ và quy hoạch sản xuất cho thích hợp.

- Các doanh nghiệp cần tăng cường công tác giám sát và điều hành để nâng cao chất lượng nghiệp vụ tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu, giao hàng đúng thời hạn, đủ về số lượng phù hợp về chất lượng và bao bì, hợp tác và kịp thời giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng, đặc biệt chú trọng đến vấn đề giải quyết khiếu nại của khách hàng, nhất là đối với thị trường Hoa kỳ thường nhập các lô hàng lớn, coi trọng chất lượng, ghi nhãn và giải quyết các vấn đề phát sinh, từng bước nâng cao uy tín, xây dựng mối quan hệ tin cậy và khả năng thích ứng nhanh trên thị trường, để nâng cao khả năng cạnh trang cho hàng nông sản xuất khẩu nước ta trên thị trường Hoa kỳ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS.TS. Đinh Văn Sơn (2019) Báo cáo thường niên kinh tế và thương mại Việt Nam năm 2019 - Bảo hộ thương mại và tác động đến xuất khẩu hàng hóa Việt Nam
2. Xuất khẩu sang Hoa kỳ những điều cần biết - Thương vụ Việt Nam tại Hoa kỳ
3. Nghiên cứu đưa ra một số giải pháp nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu để nâng cao hiệu quả xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam - Đề tài NCKH cấp bộ 2017
4. Đề án" Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2010-2020 định hướng đến năm 2030" Bộ Công thương
5. Hiệp định TBT, SPS, Hiệp định chống bán phá giá, trợ cấp, tự vệ của WTO
6. GAIN Report (2017), Vietnam coffee annual 2017, USDA Foreign agricultura service

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF EXPORTING AGRICULTURE PRODUCTS TO THE CHINA MARKET

TS. Trần Thị Hoàng Hà

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Xuất khẩu nông sản là một thế mạnh của Việt Nam trong những năm qua. Trung quốc là một thị trường trọng điểm, chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Trong một vài năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu của một số nông sản chủ lực sang thị trường Trung Quốc bắt đầu giảm hoặc tăng trưởng không ổn định. Với quan niệm, Trung quốc là thị trường "dễ tính" nên các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam chưa chủ động tìm kiếm thông tin về những thay đổi trong chính sách nhập khẩu nông sản từ Việt Nam. Chính vì vậy, các doanh nghiệp chưa có những thay đổi phù hợp để thích ứng với các tác động của bảo hộ thương mại từ phía Trung Quốc. Để thực hiện mục tiêu phát triển bền vững xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc, các hộ nông dân, doanh nghiệp thu gom, chế biến, xuất khẩu nông sản cần có những thay đổi tích cực và mạnh mẽ hơn trong giai đoạn tới.

Từ khóa: *Xuất khẩu nông sản, phát triển bền vững*

Abstract

In the past, agriculture products export have been the strength of Vietnam. The China market is a key of proportion of Vietnam's agriculture products export structure. In recent years, some key agriculture products export to the Chinese market that have declined or grow steadily. In the thinking, China is an "easy-going" market, Vietnamese agriculture products export enterprises haven't been in seeking information about changes in the China importing agricultural products policy. Therefore, enterprises haven't made appropriate changes to adapt to the effects of trade protection from China. In order to achieve the goal of sustainable development of exporting agricultural products to the Chinese market, farm households, enterprises that collect, process and export agricultural products need to have more positive and stronger changes in the period. next.

Keywords: *Agriculture products export, sustainable development*

1. Đặt vấn đề

Trong nhiều năm qua, xuất khẩu nông sản của một số mặt hàng chủ lực như gạo, cà phê, hồ tiêu, chè, tôm, cá tra... đã đạt được kim ngạch xuất khẩu cao, tăng trưởng ổn định nhưng giá xuất khẩu của một số mặt hàng chưa cao, chủ yếu xuất khẩu thô, tỷ trọng nông sản qua chế biến trong xuất khẩu còn thấp. Trung Quốc luôn là thị trường xuất khẩu nông sản hàng đầu của Việt Nam. Hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc cả bằng

đường chính ngạch và tiểu ngạch. Trong vài năm gần đây, các chính sách bảo hộ thương mại của Trung Quốc bắt đầu tác động tiêu cực tới hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam. Minh chứng rõ rệt là kim ngạch một số mặt hàng nông sản chủ lực trong hai năm qua bắt đầu giảm, số doanh nghiệp đáp ứng tiêu chuẩn để xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc bị giới hạn, hoạt động xuất khẩu nông sản qua tiểu ngạch giảm rõ rệt. Cùng với đó, Chính phủ Việt Nam đã có sự thay đổi về quan điểm xuất khẩu nông sản từ chỗ tập trung tăng kim ngạch và mở rộng thị trường xuất khẩu sang định hướng phát triển bền vững xuất khẩu nông sản nhằm duy trì nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản, vượt được các rào cản trong bảo hộ thương mại của các nước trong đó có Trung Quốc, nâng cao giá trị và chất lượng nông sản xuất khẩu. Để thực hiện được các định hướng chiến lược này cần có sự nỗ lực cộng hưởng từ hai phía Chính phủ và các nhà sản xuất, thu gom, chế biến, xuất khẩu nông sản.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính là chủ yếu. Trong đó, bài viết thu thập các dữ liệu thứ cấp về xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực sang thị trường Trung Quốc từ các đơn vị như Bộ Công Thương, Tổng Cục Hải quan. Hạn chế của việc thu thập dữ liệu thứ cấp là thiếu các dữ liệu tổng thể về xuất khẩu nông sản qua thị trường Trung Quốc mà chỉ tập trung vào các mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Các dữ liệu về chính sách nhập khẩu nông sản của Trung Quốc được thu thập dựa trên các tài liệu đánh giá của Bộ Công Thương. Bên cạnh đó, để làm rõ hơn các vấn đề trong xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc, tác giả đã sử dụng phương pháp phỏng vấn một số chuyên gia và sử dụng các ý kiến của chuyên gia trong lý giải nguyên nhân của các vấn đề liên quan đến xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc.

3. Cơ sở lý luận

3.1. Xuất khẩu nông sản

Theo Nguyễn Văn Tuấn, Trần Hòe (2008), xuất khẩu là hoạt động kinh doanh vượt ra khỏi biên giới quốc gia hoặc là hoạt động buôn bán giữa một quốc gia với một quốc gia khác trên phạm vi quốc tế.

Theo Luật thương mại (2005), xuất khẩu hàng hóa là việc hàng hoá được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật.

Theo Troy (2019), xuất khẩu là hoạt động quan trọng trong thương mại quốc tế, tại đó, hàng hóa được sản xuất tại một quốc gia và được chuyển ddeens một quốc gia khác để bán hoặc giao dịch trong tương lai

Theo Ecommerce (2019) xuất khẩu là hoạt động bán hàng hóa cho một quốc gia khác. Nói một cách khác, xuất khẩu là hoạt động giao dịch thương mại trên thị trường quốc tế.

Theo WTO, hàng hóa được chia thành 2 nhóm chính là nông sản và phi nông sản. Nông sản xác định trong Hiệp định Nông nghiệp là tất cả các sản phẩm đã liệt kê từ chương I đến chương XXIV (trừ cá và sản phẩm cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong hệ thống thuế mã HS (hệ thống hài hòa hóa mã số thuế) (World Trade

Organization, 2015). Theo Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp quốc - FAO: hàng nông sản là tập hợp của nhiều nhóm hàng hóa khác nhau bao gồm: nhóm hàng các sản phẩm nhiệt đới, nhóm hàng ngũ cốc, nhóm hàng thịt và các sản phẩm từ thịt, nhóm hàng dầu mỡ và các sản phẩm từ dầu, nhóm hàng sữa và các sản phẩm từ sữa, nhóm hàng nông sản nguyên liệu, nhóm hàng rau quả (FAO, 2016). Quan điểm của FAO chỉ tính cho các nông sản sản thô, chưa qua chế biến. (World Trade Organization, 2015). Liên minh Châu Âu (EU) không đề cập đến một định nghĩa cụ thể nào về nông sản nhưng EU đưa ra một danh sách các mặt hàng coi là nông sản. Danh sách các mặt hàng cho thấy, quan điểm của EU về cơ bản là tương đồng với quan điểm của WTO là có tính cho một số mặt hàng nông sản chế biến.

Xuất khẩu nông sản là hoạt động giao dịch thương mại quốc tế giữa quốc gia này với quốc gia khác, trong đó nông sản là đối tượng giao dịch. Theo đó, nông sản được nuôi, trồng, chế biến ở quốc gia này được chuyển đến quốc gia khác thông qua các giao dịch thương mại.

3.2. Phát triển bền vững xuất khẩu nông sản

Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản được hiểu là sự tăng trưởng ổn định cả về quy mô, tốc độ của xuất khẩu gắn với sự dịch chuyển về cơ cấu và nâng cao chất lượng hàng hóa xuất khẩu. Phát triển xuất khẩu hàng nông sản đảm bảo kết hợp hài hòa, hợp lý giữa các mặt kinh tế, xã hội và môi trường. Như vậy, phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản là sự phát triển kết hợp hai nội dung: Thứ nhất duy trì nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định, đảm bảo nâng cao chất lượng hàng hóa xuất khẩu; Thứ hai, phát triển xuất khẩu hàng nông sản cần dựa trên cơ sở khai thác hợp lý và sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên đảm bảo cho việc sử dụng nguồn lực cho phát triển xuất khẩu hiện tại không cản trở hay ảnh hưởng gì đến việc sử dụng các nguồn lực cho phát triển xuất khẩu của các thế hệ tương lai.

+ Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản là duy trì nhịp độ tăng trưởng ổn định, khai thác hợp lý và sử dụng hiệu quả tài nguyên, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm xuất khẩu. Phát triển xuất khẩu hàng nông sản đóng góp tích cực vào quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng, từ tăng trưởng theo chiều rộng (dựa vào khai thác tài nguyên, xuất khẩu thô) sang chiều sâu (dựa vào năng suất, hiệu quả các yếu tố đầu vào thông qua việc áp dụng khoa học- công nghệ, xuất khẩu sản phẩm có giá trị gia tăng cao).

+ Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản cần dựa trên khai thác hợp lý, sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên nhằm bảo tồn và phát triển tài nguyên. Xuất khẩu nông sản thường tiềm ẩn nguy cơ không bền vững về môi trường bởi tăng trưởng xuất khẩu một số mặt hàng như cà phê, hạt điều, cao su, chè kéo theo sự suy giảm diện tích rừng và đa dạng sinh học; khai thác thủy sản quá mức, theo lối hủy diệt, làm suy giảm sinh quyển biển; tăng diện tích nuôi trồng thủy sản đi liền với thu hẹp diện tích rừng ngập mặn, phá vỡ hệ sinh thái ven biển,... Khai thác tài nguyên quá mức sẽ dẫn tới nguy cơ cạn kiệt tài nguyên và mất cân bằng sinh thái.

+ Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản phải bảo đảm đáp ứng một cách công bằng nhu cầu của thế hệ hiện tại, tạo lập điều kiện để các cá nhân trong xã hội có cơ

hội bình đẳng để tiếp cận những nguồn lực chung và được phân phối công bằng lợi ích do xuất khẩu mang lại. Phát triển xuất khẩu đã góp phần tạo thêm việc làm, tăng thu nhập, nhất là đối với khu vực nông thôn, tuy nhiên, đây cũng là nơi nảy sinh những nguyên nhân dẫn đến kém bền vững về mặt xã hội. Do xuất khẩu nông sản chủ yếu vẫn là sản phẩm thô, chất lượng lao động không cao và thu nhập của người lao động không ổn định nên sự biến động của thị trường thế giới làm cho người lao động dễ bị tổn thương, làm gia tăng khoảng cách giàu nghèo, bất bình đẳng trong thu nhập giữa các vùng, các tầng lớp dân cư. Do vậy, phát triển bền vững xuất khẩu nông sản có tác dụng tích cực trong việc nâng cao trình độ lao động, hạn chế gia tăng khoảng cách giàu nghèo giữa nông thôn và thành thị, đem lại lợi ích cho đa số người dân.

Như vậy, phát triển bền vững xuất khẩu là sự đồng bộ hóa nỗ lực của Chính phủ và các chủ thể tham gia chuỗi giá trị xuất khẩu nông sản. Chính phủ xây dung chiến lược, quy hoạch, chính sách nhằm phát triển bền vững xuất khẩu. Các chủ thể tham gia chuỗi giá trị xuất khẩu thúc đẩy phát triển bền vững thông qua chính hoạt động của họ trong chuỗi giá trị.xuất khẩu

3.3. Thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực sang thị trường Trung Quốc

Trung Quốc vẫn luôn là thị trường quan trọng đối với nông sản của Việt Nam, bình quân chiếm 27% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của nước ta. Trung Quốc hiện đang là thị trường đứng thứ nhất về cao su, rau quả, gạo và sắn các loại; đứng thứ nhì về hạt điều; đứng thứ ba về thủy sản; đứng thứ tư về chè. Đồng thời, Trung quốc còn là thị trường tiềm năng đối với một số mặt hàng nông sản khác. Trong giai đoạn từ năm 2010 - 2015, nông sản xuất khẩu chủ yếu vẫn là xuất thô, thiếu những mặt hàng chế biến sâu. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu nông sản vẫn phụ thuộc nhiều vào khối lượng xuất khẩu. Với việc thực thi các tiêu chuẩn (Viet GAP, Global GAP, HACCP...), cùng với những áp lực của thị trường NK, chất lượng các mặt hàng nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc trong những năm gần đây đã dần có những bước chuyển đáng kể.

Mặc dù có những tiến bộ, nhưng nhìn chung, cơ cấu hàng hóa nông sản xuất khẩu vẫn phản ánh rõ thực trạng của một nền nông nghiệp chưa bứt phá khỏi tình trạng sản xuất nhỏ, chi phí cao, chủ yếu vẫn phát triển theo bề rộng, trên cơ sở khai thác lợi thế sẵn có. Sự yếu kém của công nghiệp chế biến, bảo quản sau thu hoạch..., cũng như việc xây dựng, duy trì và bảo vệ thương hiệu cho các mặt hàng vẫn sẽ là những thách thức rất lớn đối với hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam trong những năm tới.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng nông sản chủ lực sang thị trường Trung Quốc

Đơn vị tính: triệu USD

TT	Mặt hàng	2014	2015	2016	2017	2018
1	Cà phê	90,9	73,6	106,3	84,8	109,4
2	Chè	17,3	11,7	25,9	14,7	19,7
3	Gạo	890,9	855,7	781,7	1026,7	683,4
4	Sắn	963,8	1168,3	869,2	911,1	844,3

5	Rau, quả	435,0	1194,8	1738,8	2605,6	2783,8
6	Thủy sản	465,8	450,9	682,6	1085	995,9

Nguồn : Tổng cục Hải Quan

Theo thống kê của Hải quan Việt Nam, sau khi giảm 5,5% trong năm 2018, kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản trong 11 tháng năm 2019 sang Trung Quốc tiếp tục giảm 5,86% so với cùng kỳ, chỉ đạt đạt 6,31 tỷ USD. Trong đó, ngoài 04 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng gồm: cao su (1,34 tỷ USD; tăng 9,77%); thủy sản (1,1 tỷ USD; tăng 19,75%); hạt điều (520 triệu USD; tăng 32,55%), chè (22,7 triệu USD, tăng 24,89%); có 04 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm gồm gạo (225 triệu USD, giảm 66,37%); rau quả (2,24 tỷ USD, giảm 14,02%); cà phê (89,5 triệu USD, giảm 8,94%) và sắn, sản phẩm từ sắn (736 triệu USD, giảm 1,05%).

- Măt hàng gạo hiện là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Mặt hàng gạo được xuất khẩu sang nhiều quốc gia trên thế giới nhưng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Trung quốc vẫn dẫn đầu. Cụ thể năm 2017, giá trị xuất khẩu gao sang thị trường Trung quốc là 1.026.354.579 USD. Sang năm 2018, kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường này sụt giảm mạnh với tỷ lệ sụt giảm là 33,4% với giá trị xuất khẩu là 683.363.161 USD (nguồn Bộ Công Thương -2018).

- Mặt hàng cà phê: Trung Quốc đang đứng ở vị trí thứ 12 về thị trường tiêu thụ cà phê Việt Nam. Theo số liệu của Tổng cục Hải Quan, xuất khẩu cà phê đã qua chế biến sang Trung Quốc trong 9 tháng đầu năm 2019 tăng 114,8% về lượng và tăng 87% về trị giá so với cùng kì năm 2018, đạt 2.378 tấn, trị giá hơn 7 triệu USD. Giá xuất khẩu bình quân cà phê đã qua chế biến sang Trung Quốc trong 9 tháng đầu năm 2019 đạt 2.958 USD/tấn, giảm 13% so với cùng kì năm 2018.

- Mặt hàng chè: Cụ thể, tính đến tháng 11/2019, xuất khẩu chè của Việt Nam sang Trung Quốc đã đạt 7,6 nghìn tấn, tương đương 22,7 triệu USD, giảm 28,4% về lượng nhưng tăng tới 24,9% về giá trị so với tổng 11 tháng năm 2018. Giá xuất khẩu tăng được Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản lý giải chủ yếu là do Trung Quốc đang đẩy mạnh nhập khẩu các loại chè chất lượng cao hơn để đáp ứng thị hiếu tiêu dùng của người dân tại nước này đối với các dòng sản phẩm cao cấp và sản phẩm chè thế hệ mới như chè thảo mộc, chè matcha hay chè hoa quả.

- Mặt hàng sắn: Trung Quốc vẫn tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2019, chiếm tới 88,6% giá trị xuất khẩu sắn và sản phẩm từ sắn của Việt Nam. Xuất khẩu sang thị trường này trong 8 tháng đầu năm 2019 đạt 1,36 triệu tấn, tương đương 530,3 triệu USD, giảm 7,5% về khối lượng và giảm 3,5% về giá trị so với cùng kì năm 2018.

Nguyên nhân xuất khẩu giảm do sự suy giảm cầu nhập khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn của Trung Quốc một phần bị ảnh hưởng do chính sách giảm lượng ngô tồn kho. Theo Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), lượng nhập khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn của Trung Quốc trong 7 tháng đầu năm 2019 giảm 33,9% so với cùng kì năm 2018, trong đó, nhập khẩu sắn lát giảm 36,4%.Đồng thời, Trung Quốc tăng cường kiểm soát nghiêm ngặt các quy định về nhãn mác, bao bì, thông tin sản phẩm tinh bột sắn của Việt

Nam và giảm thuế VAT với hàng hóa nhập khẩu chính ngạch thêm 3% từ mức 16% xuống còn 13% đã gây ảnh hưởng tiêu cực tới hoạt động xuất khẩu qua đường biên mậu.

- Mặt hàng rau quả: Trung Quốc đứng vị trí thứ nhất về thị trường NK rau quả của Việt Nam trong 4 tháng đầu năm 2019 với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,037 tỷ USD, tăng 4,3% so với cùng kỳ năm 2018. Trung Quốc hiện là thị trường quan trọng, tuy nhiên đến nay chỉ có 8 loại hoa quả tươi của Việt Nam được xuất khẩu chính ngạch vào thị trường này, gồm thanh long, chuối, chôm chôm, nhãn, vải, xoài, dưa hấu và mít. Mới đây nhất vào tháng 4-2019 vừa qua, Nghị định thư về xuất khẩu măng cụt đã được ký kết giữa cơ quan chức năng có thẩm quyền của hai nước, măng cụt sẽ là loại quả tiếp theo được xuất khẩu chính ngạch sang Trung Quốc trong thời gian tới. Ngoài ra, hai bên đã thống nhất thứ tự ưu tiên mở cửa các loại rau quả gồm: sầu riêng, bưởi, chanh leo, na, roi, bơ và dừa.

- Mặt hàng thủy sản: Trung Quốc được đánh giá là một trong những thị trường quan trọng và có tiềm năng tiêu thụ thủy sản lớn, với giá trị nhập khẩu thủy sản Việt Nam lên đến trên 1 tỷ USD/năm. Năm 2017, giá trị nhập khẩu thủy sản Việt Nam tăng mạnh gần 50%, đạt gần 1,3 tỷ USD.Hiện có hơn 150 doanh nghiệp Việt Nam tham gia xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc, trong đó có khoảng 45 doanh nghiệp xuất khẩu cá tra, cá basa, gần 50 doanh nghiệp xuất khẩu tôm và một số doanh nghiệp hải sản.

4. Một số vấn đề đặt ra đối với phát triển bền vững xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc

Thứ nhất, Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc tăng trưởng đều đặn từ giai đoạn 2015 trở về trước. Từ 2016, một số mặt hàng không còn duy trì được nhịp độ tăng trưởng ổn định. Xu hướng sụt giảm kim ngạch xuất khẩu đã mở rộng sang nhiều mặt hàng hơn từ năm 2017,2018. Giá trị sụt giảm của một số mặt hàng khá lớn, điển hình là mặt hàng gạo. Nguyên nhân chủ yếu là do sự thay đổi các chính sách từ phía Trung Quốc theo hướng thắt chặt, tăng cường kiểm soát. Để đánh giá mức độ phát triển bền vững xuất khẩu nông sản, trước hết phải dựa trên nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu. Hiện tượng tăng trưởng nhanh về kim ngạch ở giai đoạn trược 2016, sau đó sụt giảm ở giai đoạn 2017-2019 cho thấy xuất khẩu nông sản của nước ta sang Trung quốc chưa có sự phát triển bền vững.

Với mặt hàng gạo: Trung Quốc đã lập hàng rào kỹ thuật về việc nhập gạo từ Việt Nam bằng cách Tổng cục Chất lượng Trung Quốc (AQSIQ) tiến hành khảo sát và tuyển chọn các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam được phép xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Mặc dù, có sự sụt giảm mạnh nhưng thị trường Trung Quốc vẫn là thị trường dẫn đầu về nhập khẩu gạo của Việt Nam. Theo kết quả kiểm tra của AQSIQ, sau khi đi đánh giá thực tế 31 doanh nghiệp sản xuất chế biến gạo Việt Nam, cơ quan này chỉ công nhận đối với 22 doanh nghiệp. Các doanh nghiệp được AQSIQ "duyệt" được cho có đủ điều kiện về cơ sở hạ tầng cũng như hệ thống quản lý chất lượng phù hợp với Nghị định thư về kiểm dịch đối với gạo Việt Nam xuất sang Trung Quốc và các yêu cầu khác về quản lý chất lượng đối với gạo nhập khẩu. Theo đó, từ ngày 1/1/2017, chỉ các doanh nghiệp có tên trong danh sách 22 doanh nghiệp nói trên được phép xuất khẩu gạo vào thị trường Trung Quốc, mốc thời gian được tính

từ ngày hàng rời cảng Việt Nam. Các doanh nghiệp không có tên trong danh sách này đương nhiên không được phép xuất khẩu gạo sang thị trường này.

Với mặt hàng thủy sản, giai đoạn 2014-2017, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc tăng trưởng nhanh, nhưng từ 2018 bắt đầu xu hướng sụt giảm Nguyên nhân sụt giảm là do từ khoảng giữa năm 2018, Trung Quốc tăng cường thực hiện quy định về truy xuất nguồn gốc, quy cách đóng gói, vệ sinh an toàn thực phẩm, giám sát kiểm dịch động thực vật và chất lượng hàng hóa nông-thủy sản nhập khẩu. Điều này đã làm cho kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc tiếp tục đà sụt giảm trong năm 2019.

Thứ hai, giá bình quân của các mặt hàng nông sản xuất khẩu thấp và có xu hướng sụt giảm ở một số mặt hàng chủ lực. . Gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam nhưng giá gạo xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc còn thấp và không ổn định. Giá gạo xuất khẩu bình quân 6 tháng đầu năm 2017 đạt 444,6 USD/tấn, giảm 1,4% so với cùng kỳ năm 2016. Đặc biệt, tháng 5/2017, giá gạo 5% tấm của Việt Nam chào bán chỉ ở mức 350 - 354 USD/tấn trong khi gạo Thái Lan đạt 390 USD/tấn, gạo Ấn Độ 388 USD/tấn, Pakistan dao động 408 - 412 USD/tấn. Riêng thị trường Trung Quốc, mặc dù đây chưa phải là thị trường khó tính nhưng giá gạo cũng không ổn định , nếu như giá gạo xuất khẩu năm 2018 tăng 14,3% thì sang 2019, trong 6 tháng đầu năm giá gạo Việt nam xuất khẩu sang Trung Quốc đã giảm 5,4%

Trung Quốc nhập khẩu cà phê từ nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó lượng cà phê nhập khẩu từ Việt Nam luôn dẫn đầu nhưng ngược lại giá cà phê của Việt Nam xuất khẩu luôn thấp hơn nhiều so với giá xuất khẩu cà phê của các quốc gia khác vào thị trường Trung Quốc. trong 6 tháng đầu năm 2019, giá nhập khẩu bình quân cà phê của Trung Quốc từ một số nguồn cung ở mức cao như Italy đạt 12.306 USD/tấn; Mỹ đạt mức 9.644 USD/tấn; Malaysia đạt mức 7.798 USD/tấn trong khi đó giá nhập khẩu cà phê của Trung Quốc từ Việt Nam chỉ 1606USD/tấn. Và khi giá cà phê trên thị trường thế giới sụt giảm thì giá cà phê Việt Nam lại sụt giảm với tỷ lệ lớn hơn. Trong 6 tháng đầu năm 2019, giá cà phê nhập khẩu bình quân Trung Quốc đạt mức 3.943 USD/tấn, giảm 19% so với cùng kì năm 2018 thì giá cà phê nhập khẩu bình quân của Trung Quốc từ Việt Nam ở mức 1.606 USD/tấn, giảm 57,2% so với cùng kì năm 2018.

Thứ ba, nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực vẫn xuất khẩu thô, nên giá trị gia tăng trong xuất khẩu nông sản còn thấp. Mặt hàng, cà phê, chúng ta có những kênh xuất khẩu lớn nhưng chưa được bền vững. Xuất khẩu chủ yếu qua đường biên mậu hay xuất nguyên liệu là chính nên không mang lại giá trị gia tăng lớn cho Việt Nam. Hiện nay mới chỉ có sản phẩm cà phê G7 chính thức xuất hiện ở các siêu thị, được phân phối chính thức tại Trung Quốc. Tương tự như cà phê, Việt Nam là quốc gia đứng thứ năm thế giới về xuất khẩu chè, nhưng khoảng 90% sản lượng chè của nước ta xuất khẩu ở dạng thô, giá bán thấp và được tiêu thụ dưới thương hiệu của các nhà nhập khẩu.

Thứ tư, trong chuỗi giá trị xuất khẩu nông sản, nhiều khâu còn chưa đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường Trung Quốc. Kể từ ngày 1/4/2018, các doanh nghiệp Trung Quốc nhập khẩu hoa quả từ Việt Nam khi làm thủ tục xin *Giấy phép kiểm dịch động thực vật nhập khẩu* tại cơ quan quản lý kiểm nghiệm, kiểm dịch nhập khẩu tỉnh

Quảng Tây phải cung cấp thêm *hình ảnh chụp bao bì chứa thông tin truy xuất nguồn gốc chất lượng sản phẩm. Trong khi các doanh nghiệp xuất khẩu hoa quả của Việt Nam lại không chú trong khâu bao bì, và các minh chứng truy xuất nguồn gốc. Bên cạnh đó, các hộ nông dân, hợp tác xã trồng hoa quả để xuất khẩu hoặc chưa đáp ứng được yêu cầu về truy xuất nguồn gốc hoặc không quan tâm thực hiện đúng quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và lưu giữ minh chứng phù hợp với quy định của nhà nhập khẩu.*

Từ ngày 15/12/2018,Trung Quốc tăng cường kiểm tra sản phẩm sắn nhập khẩu từ Việt Nam.Theo đó, cơ quan Hải quan tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) tăng cường kiểm tra, quản lý việc nhập khẩu tinh bột sắn, sắn lát từ Việt Nam qua 5 yêu cầu, mới đây tiếp tục yêu cầu tăng thời gian xông hơi, khử trùng gạo lên đến 120 giờ, thay vì 24 giờ như trước kia. Ngoài ra, bao bì phải ghi đầy đủ thông tin về xuất xứ hàng hóa, tiêu chuẩn chất lượng, có dấu của cơ quan kiểm định Trung Quốc, điều này gián tiếp buộc doanh nghiệp phải sử dụng bao bì của họ. Thực tế trong khoảng 2 năm qua, Trung Quốc liên tục tăng các biện pháp kỹ thuật nhằm tăng cường giám sát chất lượng các loại nông sản Việt Nam xuất khẩu vào Trung Quốc.

Trước những thay đổi từ phía thị trường Trung Quốc, bắt đầu có những nông sản Việt Nam đang tích cực tiếp cận các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Trung Quốc. Hiện nay, việc áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất cà phê bền vững, nông dân trồng cà phê theo quy trình công nghệ chiếm trên 57%; tỷ lệ áp dụng quy trình sản xuất và chế biến cà phê theo tiêu chuẩn quốc tế UTZ đạt 11%, 4C đạt 17,5%... Công nghệ chế biến cà phê Việt Nam đã có nhiều khởi sắc.

Nguyên nhân của các vấn đề trên bao gồm:

Về phía người nuôi, trồng: Các hộ nuôi, trồng hiện nay đã từng bước có thay đổi trong sản xuất nông sản theo hướng tiếp cận công nghệ mới, đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu, nhưng tỷ lệ này chưa nhiều. Một bộ phận không nhỏ các hộ nông dân vẫn đang sản xuất theo phương thức truyền thống, manh mún, nhỏ lẻ, sử dụng nhiều yếu tố đầu vào (phân bón, thuốc trừ sâu,...), phụ thuộc vào thời tiết (mưa, nắng,...). Người nông dân chưa tích cực và gặp nhiều khó khăn trong việc thay đổi phương thức sản xuất. Họ đã được các doanh nghiệp thu mua nông sản phổ biến hướng dẫn, nhưng khi thực hiện lại không đảm bảo đúng hướng dẫn do thiếu hiểu biết hoặc tâm lý "xuề xòa". Trong khi đó, các doanh nghiệp lại không quản lý, kiểm soát tốt người nông dân đang thực hiện nuôi, trồng nông sản có đáp ứng đúng tiêu chuẩn của xuất khẩu không.

Về phía doanh nghiệp thu gom, chế biến, xuất khẩu: Các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng năng động và đang tích cực thay đổi để thích nghi với những yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, phần lớn doanh nghiệp nông nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ nên còn tồn tại một số hạn chế như: (i) ít vốn đầu tư nên khó đổi mới khoa học kỹ thuật, đầu tư máy móc, áp dụng sản xuất công nghệ cao, (ii) hạn chế về việc tiếp cận các thông tin thị trường nước ngoài nên những thay đổi trong chính sách của Chính phủ Trung Quốc không được doanh nghiệp cập nhật kịp thời; (iii) phần lớn doanh nghiệp còn thu mua nông sản trên thị trường, chưa có vùng nguyên liệu riêng để đảm bảo sản lượng, chất lượng, giám sát được dịch bệnh và việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật; (iv) doanh nghiệp không có đất (vùng sản xuất) thuộc quyền sử dụng của doanh

nghiệp mà phải đi ký hợp đồng thuê đất 5-10 năm với rất nhiều hộ dân, nên doanh nghiệp phải đối mặt với rủi ro bị phá vỡ hợp đồng từ phía người dân hoặc khi hết thời hạn thuê đất, không ký tiếp được thì lại phải xin cấp lại mã số vùng trồng khác gây tốn chi phí và thời gian.

Về phía Nhà nước: Chính phủ chưa có những chính sách thực sự hiệu quả để phát triển bền vững nền nông nghiệp làm nền tảng cho xuất khẩu nông sản. Các cơ quan chức năng của Chính phủ chưa có sự phối hợp chặt chẽ giúp cho người nông dân, doanh nghiệp nắm bắt thông tin, những diễn biến thay đổi của thị trường Trung Quốc. Các thông tin có được lại chưa được cung cấp đến các đối tượng cần có thông tin như các địa phương sản xuất nông nghiệp, doanh nghiệp xuất khẩu có quy mô vừa và nhỏ.

5. Khuyến nghị và hàm ý chính sách

Thứ nhất, theo phân tích biến động xuất khẩu hàng nông sản sang thị trường Trung Quốc trong những năm gần đây cho thấy Chính phủ Trung Quốc đang thúc đẩy nhanh tiến trình trở thành một thị trường "khắt khe" không thua kém thị trường Châu Âu, Nhật Bản hay Mỹ. Trước đây, Trung Quốc chỉ tập trung vào việc kiểm soát kiểm dịch thực vật, bao bì nhãn mác và truy xuất nguồn gốc đối với hàng hóa của Việt Nam và chưa tập trung vào kiểm soát dư lượng tồn dư hóa chất bảo vệ thực vật trong sản phẩm. Hiện tại, phía Trung Quốc đang chuẩn bị tích cực cho việc kiểm soát được dư lượng thuốc bảo vệ thực vật từ Việt Nam, tương tự như các thị trường Mỹ, Châu Âu, nhất là vấn đề ô nhiễm vi sinh vật, tồn dư hóa chất. Do vậy, ngay từ bây giờ các hộ nuôi trồng nước ta phải tìm hiểu và đón đầu những thay đổi trong quy định kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Từ đó, có những thay đổi quy trình nuôi trồng đảm bảo các tiêu chuẩn kiểm soát của nhà nhập khẩu Trung Quốc. Điều này cần thực hiện sớm nhằm tránh tình trạng khi phía Trung Quốc ban hành quy định thì hàng nông sản Việt Nam lập tức bị ách lại và bị gián đoạn xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu sụt giảm, không đảm bảo tiêu chí quan trong trong phát triển bền vững xuất khẩu là tăng trưởng kim ngạch ổn định.

Thứ hai, Chính phủ cần xây dựng chiến lược phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam ra nước ngoài, trong đó thị trường Trung Quốc là một trong những thị trường trọng điểm. Để triển khai chiến lược phát triển bền vững xuất khẩu nông sản rất cần các chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với hộ nuôi trồng, doanh nghiệp thu gom, chế biến và xuất khẩu nông sản trong đó tập trung đối với hỗ trợ đầu vào cho các chủ thể trong chuỗi giá trị xuất khẩu nông sản như mở rộng các điều kiện tiếp cận nguồn tài chính đầu tư cho sản xuất, xuất khẩu nông sản, hỗ trợ về công nghệ cho các hộ nuôi trồng nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu như việc thay đổi phương thức trồng lúa để nâng cao chất lượng gạo xuất khẩu hay hỗ trợ công nghệ bảo quản cho các loại trái cây xuất khẩu. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng của Chính phủ cần thay đổi phương thức cung cấp thông tin để hộ nuôi trồng, các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở địa phương có thể tiếp cận được các thông tin về những thay đổi chính sách của Trung Quốc đối với nhập khẩu hàng nông sản Việt Nam.

Thứ ba, thúc đẩy tiến trình đàm phán giữa Việt Nam và Trung Quốc về các vấn đề liên quan đến xuất khẩu nông sản như mở rộng đối tượng doanh nghiệp được xuất khẩu gạo sang Trung Quốc. Các cơ quan chức năng như Bộ Công Thương, các cơ quan Thương

vụ, Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài tiếp tục đẩy mạnh công tác mở cửa thị trường, cung cấp thông tin và tháo gỡ khó khăn, rào cản cho nông sản xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Thứ tư, tăng cường vai trò của các hiệp hội ngành hàng xuất khẩu. Cụ thể: Các hiệp hội chủ động nắm bắt thông tin về yêu cầu của thị trường, từ đó hướng dẫn người nông dân tổ chức sản xuất theo đúng yêu cầu về chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm; tác động tích cực nhằm thay đổi quan điểm ứng xử với thị trường Trung Quốc theo hướng tôn trọng tối đa các quyền cơ bản của người tiêu dùng; và khuyến khích việc chuyển nhanh, chuyển mạnh từ xuất khẩu theo hình thức "trao đổi cư dân" sang xuất khẩu chính ngạch theo thông lệ quốc tế qua các cửa khẩu chính thức.

Thứ năm, chính quyền các địa phương chủ động hơn trong việc nắm bắt và tổ chức phổ biến các thông tin, khuyến cáo của các Bộ, ngành Trung ương về nhu cầu, diễn biến thị trường, các quy định về tiêu chuẩn, chất lượng đối với nông thủy sản của nước nhập khẩu tới các hộ nông dân tại địa bàn. Kinh nghiệm những năm qua cho thấy địa phương nào thực sự quan tâm tới nông dân và tiêu thụ nông sản, thủy sản cho nông dân (như Bắc Giang, Sơn La) thì đều thành công trong việc nắm bắt thông tin thị trường, tổ chức lại sản xuất, đăng ký vùng nuôi - trồng với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và kết nối thông suốt giữa người bán và người mua. Những mô hình này nên được tham khảo và nhân rộng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Văn Cấp, Nguyễn Đức Hà, Xuất khẩu hàng hóa bền vững: giải pháp thúc đẩy kinh tế Việt Nam phát triển nhanh và bền vững, Tạp chí hội nhập và phát triển số 12/2013.
2. Vũ Thành Hưởng, Hoàn thiện nội hàm và tiêu chí phát triển bền vững ở Việt Nam trong điều kiện mới của toàn cầu hóa và biến đổi khí hậu, Tạp chí Kinh tế và phát triển số 214 (II), tháng 04 năm 2015
3. Ngô Thị Tuyết Mai (2011), Phát triển bền vững hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam trong điều kiện hiện nay, NXB Chính trị quốc gia.
4. Hồ Trung Thanh, (2009), Xuất Khẩu Bền Vững Ở Việt Nam Trong Quá Trình Hội Nhập Kinh Tế Quốc Tế. Luận án tiến sỹ
5. Nguyễn Thị Hải Yến (2009), Xuất khẩu nông sản Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, NXB Đại học Quốc gia Hà nội, Hà nội.
6. http://tapchicongsan.org.vn/kinh-te/-/2018/812107/view_content (truy cập ngày 5/3/2020)

THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
PROMOTING THE EXPORT OF GOODS OF VIETNAM IN THE BACKGROUND OF TRADE PROTECTION

ThS. Phạm Thị Hồng My
Trường Đại học Sài Gòn

Tóm tắt

Bảo hộ thương mại là việc một quốc gia sẽ ban hành áp dụng các tiêu chuẩn hàng rào kỹ thuật về chất lượng, vệ sinh, an toàn lao động, môi trường, xuất xứ, áp đặt thuế nhập khẩu cao đối với một hoặc một số mặt hàng mà quốc gia có lợi thế để tiến tới việc hạn chế nhập khẩu, qua đó bảo vệ nền sản xuất hàng hóa, dịch vụ trong nước. Hiện nay, xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới đang ngày càng gia tăng, đặt ra yêu cầu cho Việt Nam là cần có giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa như nhóm hàng hóa nông lâm thủy sản, dệt may, da giày, thiết bị điện tử, truyền thông... Bài viết sẽ phân tích tình hình bảo hộ thương mại hiện nay, việc xuất khẩu hàng hóa trong bối cảnh bảo hộ thương mại và đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Từ khóa: *bảo hộ thương mại; phát triển kinh tế; xuất khẩu hàng hóa.*

Abstract

Trade protection means that a country will adopt the application of technical barriers on quality, hygiene, labor safety, environment and origin, and impose high import duties on one or the other. The number of commodities that the country has advantages to proceed to restrict imports, thereby protecting the domestic production of goods and services. Currently, the trend of trade protection in the world is increasing, which requires Vietnam to have a solution to promote the export of goods such as agricultural, forestry and aquatic products, textiles, and footwear, electronics, communication... The article will analyze the current trade protection situation, the export of goods in the context of trade protection and propose some solutions to promote the export of goods by Vietnam.

Keywords: *trade protection; economic development; export of goods.*

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, với chính sách thương mại xung đột giữa hai cường quốc trên thế giới là Hoa Kỳ và Trung Quốc đã ảnh hưởng rất lớn đến các quốc gia đang phát triển, làm cho nhiều quốc gia lựa chọn biện pháp phát triển kinh tế của nước mình bằng cách chú trọng thúc đẩy sản xuất công nghiệp để dần dần thay thế cho các mặt hàng nhập khẩu như là sắt, thép, phân bón... Chính vì vậy, các quốc gia này đã sử dụng các biện pháp như là thắt chặt quy định về tỷ lệ nội địa hóa, trợ giá hàng xuất khẩu, tăng thêm quy định cho các biện pháp phòng vệ thương mại để bảo vệ ngành sản xuất trong nước. Bên cạnh đó, hàng loạt các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTA) ra đời với những quy định mang tính WTO +

thì đòi hỏi mỗi quốc gia trong đó có Việt Nam cần có những chiến lược, giải pháp thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng hóa trong giai đoạn 2021 - 2030.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu về giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay có rất nhiều các công trình nghiên cứu liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp như: nhóm tác giả Lê Quang Thuận và Nguyễn Thị Phương Thúy năm 2018 với bài viết: Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam; nhóm tác giả Ngô Tuấn Anh, Nguyễn Cẩm Tú, Ngô Anh Thái năm 2019 với bài viết: Xu hướng mới trong bảo hộ thương mại trên thế giới và những khuyến nghị đối với Việt Nam; tác giả Doãn Công Khánh năm 2019 với bài viết Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các mặt hàng xuất khẩu chủ lực: Thực tiễn và giải pháp; hay bài viết Hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2011-2019 và một số đề xuất của tác giả Phạm Hồng Nhung năm 2019; tác giả Lê Thị Thanh với công trình Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam trong bối cảnh mới và những vấn đề đặt ra năm 2019... Những công trình nghiên cứu này đã phân tích xu hướng bảo hộ thương mại, những tác động tích cực, tiêu cực, thách thức của bảo hộ thương mại đối với nền kinh tế Việt Nam, đề xuất các giải pháp, khuyến nghị nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa. Điểm chung của bài viết này so với các công trình nghiên cứu trước là đều có sự phân tích đánh giá tình hình bảo hộ thương mại hiện nay, sự tác động của bảo hộ thương mại đến việc xuất khẩu hàng hóa, đề xuất giải pháp tăng cường xuất khẩu hàng hóa. Bài viết này, tác giả sẽ dựa theo hướng nghiên cứu, cách tiếp cận đó để tiếp tục có nội dung bổ sung, sẽ nghiên cứu phân tích cụ thể các tác động tích cực và tiêu cực của bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa, có những bảng minh họa nội dung phân tích. Bên cạnh đó, tác giả cũng có những giải pháp đề xuất tập trung vào cơ quan chính phủ Việt Nam và các doanh nghiệp Việt Nam trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa.

Một số khái niệm cơ bản liên quan đến bài viết là: Bảo hộ thương mại là gì? Xuất khẩu hàng hóa là gì? Theo đó, bảo hộ thương mại là thuật ngữ kinh tế là việc một quốc gia sẽ ban hành áp dụng các tiêu chuẩn hàng rào kỹ thuật về chất lượng, vệ sinh, an toàn lao động, môi trường, xuất xứ, áp đặt thuế nhập khẩu cao đối với một hoặc một số mặt hàng mà quốc gia có lợi thế để tiến tới việc hạn chế nhập khẩu, qua đó bảo vệ nền sản xuất hàng hóa, dịch vụ trong nước. Hay nói cách khác, bảo hộ thương mại là tổng hợp các chính sách thương mại của chính phủ nhằm bảo vệ các nhà sản xuất trong nước chống lại nhà sản xuất nước ngoài trong một ngành cụ thể. Bốn công cụ chính là thuế quan, trợ cấp, hạn ngạch và kiểm soát tiền tệ. Chiến lược bảo hộ phổ biến nhất là ban hành thuế quan nhập khẩu, điều này ngay lập tức làm tăng giá hàng nhập khẩu và hàng này sẽ trở nên ít cạnh tranh hơn khi so sánh với hàng hóa nội địa. Biện pháp thứ hai là trợ cấp cho các ngành công nghiệp trong nước để giúp ngành này cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Điều này cho phép các nhà sản xuất hạ giá hàng hóa và dịch vụ của mình, làm cho sản phẩm rẻ hơn ngay cả khi vận chuyển ra nước ngoài. Biện pháp thứ ba là áp đặt hạn ngạch đối với hàng hóa nhập khẩu, cho dù nước ngoài có định giá thấp như thế nào như thông qua các khoản trợ cấp thì không thể vận chuyển được nhiều hàng hóa hơn. Biện pháp cuối cùng là kiểm soát tiền tệ, hạ thấp giá trị tiền tệ, sẽ làm cho xuất khẩu rẻ hơn và nâng cao tính cạnh tranh hơn. Bên cạnh đó,

biện pháp áp dụng các hàng rào kỹ thuật như yêu cầu về chất lượng, an toàn lao động, môi trường, quy tắc xuất xứ đối với một hoặc một số mặt hàng mà quốc gia có lợi thế để hạn chế nhập khẩu nhằm bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa nội địa. Ưu điểm của bảo hộ thương mại là nếu như quốc gia đang phát triển ngành công nghiệp mới thì thuế quan sẽ là biện pháp hữu hiệu để bảo vệ ngành công nghiệp đó trước các đối thủ cạnh tranh nước ngoài. Mặt khác bảo hộ thương mại cũng sẽ tạo việc làm cho lao động trong nước. Tuy nhiên, việc bảo hộ thương mại gia tăng sẽ gây tổn hại cho tất cả các quốc gia, sẽ kích hoạt thuế quan trả đũa lẫn nhau và một cuộc chiến thương mại xuất hiện giữa các cường quốc lớn dẫn đến hậu quả nghiêm trọng cho các nhà xuất khẩu hàng hóa và cả lực lượng lao động.Còn xuất khẩu hàng hóa hiểu theo nghĩa thông thường là hoạt động kinh doanh mà sản phẩm hàng hóa của quốc gia này bán cho quốc gia khác. Hiểu theo nghĩa pháp lý tại Điều 28 Luật Thương mại năm 2005 thì xuất khẩu hàng hóa là việc hàng hoá được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật. Trong nội dung bài viết này, xuất khẩu hàng hóa là chỉ việc hàng hóa của quốc gia Việt Nam được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam sang thị trường quốc gia khác.

Các lý thuyết thể hiện như Lý thuyết tư tưởng của chủ nghĩa trọng thương. Tư tưởng này xuất hiện và phát triển ở Châu Âu vào giữa thế kỷ XV, XVI, thịnh hành suốt thế kỷ XVII và tồn tại đến giữa thế kỷ XVIII. Các nhà trọng thương cho rằng chỉ có vàng bạc mới là thước đó thể hiện sự giàu có của quốc gia và quốc gia nào muốn đạt được sự thịnh vượng thì phải gia tăng được khối lượng vàng bạc tích trữ thông qua việc phát triển ngoại thương. Điều này được biểu hiện ở lợi ích thu được nếu giá trị xuất khẩu lớn hơn giá trị nhập khẩu. Như vậy xuất khẩu là có lợi cho quốc gia còn nhập khẩu là có hại. Các nhà trọng thương cũng cho rằng, chính phủ cần phải trực tiếp tổ chức xuất khẩu và đề ra các biện pháp khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu để qua đó ban hành các chính sách tăng cường xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu. Như vậy, tư tưởng trọng thương là một bước tiến đáng kể, đã đặt nền tảng cho việc khuyến khích, tăng cường các hoạt động xuất khẩu cũng như vai trò của cơ quan nhà nước trong việc điều tiết hoạt động xuất nhập khẩu. Tư tưởng này góp phần quan trọng vào việc mở rộng phát triển hoạt động thương mại quốc tế như mua bán hàng hóa quốc tế được thể hiện ở hình thức như xuất khẩu hàng hóa và làm hình thành cơ sở lý luận cho chính sách thương mại quốc tế của các quốc gia hiện nay trên thế giới. Bên cạnh đó còn có Lý thuyết về tăng trưởng và phát triển kinh tế như lý thuyết cổ điển, lý thuyết trường phái Keynes, lý thuyết tân cổ điển và lý thuyết hiện đại. Các lý thuyết đều nhận định các chính sách nhằm tăng trưởng kinh tế như mở cửa nền kinh tế, thu hút vốn đầu tư, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, trợ cấp cho giáo dục, nghiên cứu và triển khai công nghệ mới. Lý thuyết này cũng góp phần quan trọng trong việc mở rộng thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa nhằm tăng trưởng nền kinh tế. Ngoài ra, còn có cơ sở lý thuyết lợi thế so sánh, xác định mặt hàng có lợi thế so sánh để quốc gia đó sẽ tập trung vào sản xuất. Đặc biệt là mô hình Heckscher - Ohlin (mô hình H-O), mô hình này đưa ra hai yếu tố ảnh hưởng tới thương mại giữa các quốc gia là: (i) mức độ dồi dào và rẻ của các yếu tố sản xuất và (ii) mỗi một mặt hàng lại cần tỷ lệ các yếu tố đầu vào khác nhau. Và một quốc gia nên xuất khẩu các hàng hóa mà mình dồi dào yếu tố sản xuất cho hàng hóa đó và nhập khẩu hàng hóa còn lại. Hay nói cách khác là, một nền kinh tế có lợi thế so sánh trong việc

sản xuất và do đó sẽ xuất khẩu, và nhập khẩu các mặt hàng mà quốc gia khan hiếm. Đây là lý thuyết được xem là một trong các lý thuyết có mức độ ảnh hưởng rộng lớn trong kinh tế học quốc tế.

Bài viết đặt ra một số câu hỏi nghiên cứu chính như sau:

Thứ nhất, tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh các nước khác trên thế giới thực hiện bảo hộ thương mại như thế nào?

Thứ hai, việc bảo hộ thương mại của các quốc gia khác đã tác động tích cực và tiêu cực như thế nào đến việc xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam?

Thứ ba, cần thiết phải có những giải pháp gì để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại này?

Từ các câu hỏi nghiên cứu chính trên, bài viết cố gắng đạt được các kết quả sau:

Liệt kê kết quả đạt được trong việc xuất khẩu hàng hóa, tác động tích cực của bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam;

Trình bày những khó khăn của việc xuất khẩu hàng hóa, tác động tiêu cực của bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam;

Đóng góp các giải pháp cho Chính phủ Việt Nam và các doanh nghiệp Việt nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay.

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu như: (i) phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp: tác giả sưu tầm tài liệu, nghiên cứu chính sách, thống kê, phân loại tổng hợp, so sánh đánh giá thông tin và đưa ra nhận xét (ii) phương pháp phân tích nội dung: thông qua những bài viết, chính sách về bảo hộ thương mại ở các nước trên thế giới để đánh giá thực tiễn tình hình tác động bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam và đề xuất những giải pháp điều chỉnh phù hợp.

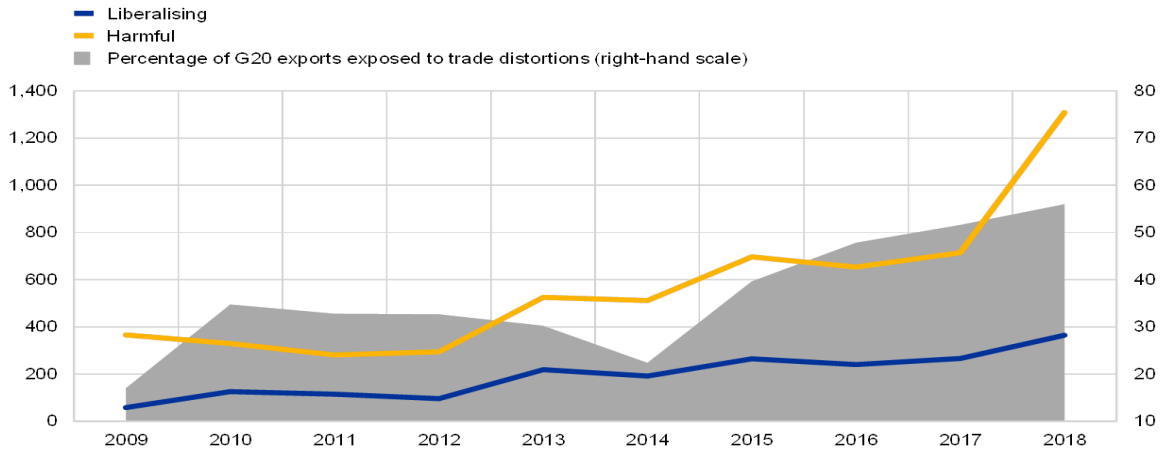
3. Kết quả và thảo luận

3.1. Xu hướng bảo hộ thương mại hiện nay và tác động của chính sách bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

3.1.1. Xu hướng bảo hộ thương mại hiện nay trên thế giới

Cùng với sự phát triển kinh tế và xã hội, hội nhập thương mại diễn ra sâu rộng, giai đoạn 1990 - 2008, tổng thương mại hàng hóa và dịch vụ tăng từ 39% lên 61% GDP thế giới. Kể từ đó thương mại đã chậm lại trong khi sự bảo hộ thương mại đang ngày càng gia tăng do sự gia tăng của hàng rào thuế quan. Cụ thể, biểu đồ sau đây là minh chứng cho việc sử dụng các biện pháp thương mại từ năm 2009 đến 2018.

Hình 01: Các biện pháp thương mại được công bố



(Nguồn: Global Trade Alert database)

Trong Hình 01 này bao gồm các biện pháp thương mại truyền thống và phi truyền thống, số lượng các hành động phân biệt đối xử mới được các nền kinh tế G20 công bố đã tăng đều đặn từ năm 2012 và tăng mạnh hơn nữa vào năm 2018. Các biện pháp chống bán phá giá và thuế nhập khẩu là hai công cụ được sử dụng rộng rãi nhất cùng nhau chiếm khoảng 30% trong tất cả các biện pháp được áp dụng. Việc sử dung các biện pháp gián tiếp như các khoản vay của nhà nước cho các nhà xuất khẩu cũng theo chiều hướng tăng dần. Cũng ở trong Hình 01, vào năm 2017, hơn 50% hàng xuất khẩu từ các nước G20 đã bị áp dụng các biện pháp thương mại có hại, tăng từ 20%. Theo đó tăng trưởng thương mại đã giảm tốc độ mạnh hơn trong các lĩnh vực mà các biện pháp phân biệt đối xử sâu rộng đã được áp dụng so với các lĩnh vực được hưởng lợi từ tự do hóa thương mại.

Xu hướng bảo hộ thương mại của các nước đang ngày càng diễn ra, điển hình như Vương quốc Anh rút khỏi Liên minh Châu Âu để thiết lập lại chính sách thương mại của mình, Hoa Kỳ rút hỏi Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương hay cuộc chiến tranh thương mại Hoa Kỳ - Trung Quốc, Hoa Kỳ - Ấn Độ để Hoa Kỳ muốn thiết lập lại chính sách thương mại có lợi cho Hoa Kỳ mà theo lời phát biểu của Tổng thống Hoa Kỳ thì bao năm nay Hoa Kỳ đã để cho các quốc gia khác có lợi khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường của Hoa Kỳ. Qua công cuộc thiết lập chính sách thương mại của mình, xu hướng tiếp theo mà quốc gia Hoa Kỳ có thể tiến hành là sẽ rút khỏi Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)... Kết quả dự báo diễn biến tiếp theo của cuộc chiến thương mại sẽ là các quốc gia gia tăng các biện pháp bảo hộ thương mại. Cụ thể, theo phiên bản mới nhất của Báo cáo về hàng rào thương mại và đầu tư (TIBR) xác định 45 rào cản thương mại mới được đưa ra ở các quốc gia ngoài Liên minh Châu Âu (EU) vào năm 2018, đưa tổng số lên mức cao kỷ lục 425 biện pháp tại 59 quốc gia khác nhau, gây thiệt hại hàng tỷ Euro cho doanh nghiệp EU mỗi năm.

Tựu trung lại, để thực hiện chính sách bảo hộ thương mại, các nước trên thế giới đang thực hiện một số xu hướng sau trong việc điều tra, áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương, 2018):

- Mở rộng phạm vi điều tra, áp dụng: Số lượng thị trường áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) với hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng gia tăng nhanh chóng. Hiện nay, hầu hết các thị trường xuất khẩu quan trọng của nước ta như EU, Hoa Kỳ,

Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ... đều đã tiến hành điều tra PVTM. Các thị trường mới như Liên minh kinh tế Á - Âu cũng đã khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp tự vệ với các sản phẩm thép nhập khẩu. Ngay cả các nước trong khu vực ASEAN cũng tích cực điều tra, áp dụng biện pháp PVTM. Bên cạnh đó, các nước có xu hướng điều tra áp dụng biện pháp PVTM với nhiều sản phẩm trong cùng một vụ việc và áp dụng với nhiều nước xuất khẩu. Điển hình là các vụ việc tự khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp tự vệ với thép có phạm vi sản phẩm rất rộng (EU: 26 nhóm sản phẩm thép, Canada: 7 nhóm sản phẩm thép) và áp dụng với tất cả các nước chứ không giới hạn với một số đối tượng cụ thể như biện pháp chống bán phá giá hay trợ cấp.

- Các vụ việc điều tra đặt ra yêu cầu khắt khe nhằm đưa ra mức độ bảo hộ cao hơn: Các nước đang có xu hướng thắt chặt, đòi hỏi khắt khe hơn trong quá trình điều tra, áp dụng các biện pháp PVTM. Điều này thể hiện thông qua việc yêu cầu các bên tuân thủ chặt chẽ về mặt thời gian trả lời câu hỏi; yêu cầu bổ sung thêm nhiều tài liệu, thông tin, dữ liệu trong khi hạn chế thời gian trả lời; việc xin gia hạn gặp rất nhiều khó khăn. Đặc biệt, một số nước đã thay đổi tiền lệ trong việc xác định xuất xứ của sản phẩm để tiến hành điều tra và kết luận về xuất xứ đối với sản phẩm từ quốc gia khác (điển hình như vụ điều tra lẩn tránh thuế thép chống ăn mòn, thép cán nguội do Hoa Kỳ tiến hành với Việt Nam).

- Gia tăng các biện pháp phi truyền thống: Năm 2018, chứng kiến sự chuyển hướng rõ rệt trong các biện pháp PVTM trên thế giới nói chung và với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam nói riêng. Điển hình là việc quay trở lại áp dụng biện pháp tự vệ của một số thành viên WTO như EU, Canada sau nhiều năm không sử dụng và việc Ấn Độ tích cực điều tra các vụ việc chống trợ cấp (trước năm 2018, Ấn Độ mới điều tra 3 vụ việc; riêng năm 2018 đã khởi xướng 6 vụ việc, trong đó lần đầu tiên khởi xướng 2 vụ việc điều tra với Việt Nam).

Chủ nghĩa bảo hộ không chỉ có tác động tiêu cực đối với những nước theo đuổi xu thế này mà cả với tăng trưởng toàn cầu. Đối với các nước theo đuổi chủ nghĩa bảo hộ thương mại, người tiêu dùng không có điều kiện để lựa chọn hàng hóa chất lượng cao và giá thành cạnh tranh như ở các nước theo đuổi thương mại tự do và ngay cả các nhà sản xuất cũng không có động lực để áp dụng công nghệ kỹ thuật cao vào sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh. Các biện pháp hạn chế nhập khẩu làm tổn thương đến kinh tế các nước và người tiêu dùng, nhất là những người có thu nhập thấp. Xuất khẩu của Nhật Bản sang Mỹ đã lần đầu tiên giảm trong 17 tháng và niềm tin của các doanh nghiệp nước này suy giảm trong bối cảnh Tổng thống Mỹ Donald Trump thúc đẩy các chính sách bảo hộ thương mại. Tăng trưởng kinh tế Singapore chậm lại trong quý II/2018 và không đạt dự báo, do ngành chế tạo giảm tốc và xung đột thương mại Mỹ-Trung leo thang (Lê Quang Thuận và Nguyễn Thị Phương Thúy, 2018).

3.1.2. Tình hình xuất khẩu hàng hóa và sự tác động của chính sách bảo hộ thương mại đến xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Kết quả đạt được, tích cực:

Trong năm 2018, nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục thể hiện vai trò quan trọng trong tăng trưởng xuất khẩu. Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng công

nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục cao hơn tốc độ tăng xuất khẩu chung và nếu tính từ năm 2012 đến năm 2018 là năm thứ 7 liên tiếp, tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng công nghiệp chế biến cao hơn tăng trưởng xuất khẩu chung. Đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu của nhóm là một số nhóm hàng như: hóa chất đạt 1,89 tỷ USD, tăng 49%; hàng dệt và may mặc đạt 30,45 tỷ USD tăng 16,6%; sắt thép các loại đạt 4,56 tỷ USD, tăng 44,8%; sản phẩm từ sắt thép đạt 3,02 tỷ USD, tăng 31,6%; kim loại thường khác đạt 2,3 tỷ USD, tăng 27,6%; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện đạt 5,23 tỷ USD, tăng 37,5%; điện thoại và các loại linh kiện đạt 50 tỷ USD, tăng 10,5%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 29,45 tỷ USD, tăng 13,4%; clanhke và xi măng đạt 1,25 tỷ USD, tăng 76,3%... Nhóm hàng nông sản, thủy sản vẫn duy trì được sự tăng trưởng, trong đó có sự đóng góp của một số mặt hàng như: rau quả tăng 9,2%, gạo tăng 16%, thủy sản tăng 6,3%. Hàng nông lâm thủy sản đã xuất khẩu vào thị trường của 180 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, trong đó có 10 thị trường lớn nhất là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đức, Hà Lan, Anh, Úc, Malaysia, Italia. Đến nay, ta đã có một số mặt hàng khẳng định được vị trí trên thị trường thế giới, có khả năng cạnh tranh cao, qui mô xuất khẩu lớn, như: Việt Nam đã đứng đầu thế giới về xuất khẩu hồ tiêu, điều, cá tra; đứng thứ hai thế giới về cà phê, đứng thứ ba thế giới về gạo, tôm. Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản với xuất khẩu dầu thô giảm mạnh, giảm 39,5% về lượng và 21,2% về kim ngạch. Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng khác trong nhóm tăng đáng kể như: Than đá tăng 13,1%, xăng dầu tăng 35,8%, quặng và khoáng sản khác tăng 6,7%. Cũng trong năm 2018, có 30 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD (tăng thêm 1 thị trường so với năm 2017), trong đó có 4 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 10 tỷ USD. Ở tất cả các thị trường mà Việt Nam có ký kết hiệp định thương mại tự do FTA đều ghi nhận xuất khẩu tăng trưởng tốt như Hàn Quốc tăng 23,2%, ASEAN tăng 13,7%, Nhật Bản tăng 12,9%, EU tăng 11%, Mỹ tăng 14,2%, Trung Quốc tăng 18,5% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả quan trọng trong năm 2018, xuất khẩu của khối doanh nghiệp trong nước tiếp tục tăng trưởng tốt Việt Nam đã xuất siêu chủ yếu vào thị trường các nước phát triển, có yêu cầu khắt khe đối với hàng hóa nhập khẩu như Hoa Kỳ (năm 2017 xuất siêu 32,24 tỷ USD thì tới năm 2018 đã xuất siêu 34,7 tỷ USD); EU (năm 2017 xuất siêu 26,14 tỷ USD đã tăng lên 28,7 tỷ USD vào năm 2018 (Bộ Công thương, 2018).

Đến năm 2019, khác với các năm trước đây, động lực tăng trưởng xuất khẩu không đến từ nhóm nông sản, thủy sản mà đến từ các mặt hàng thuộc nhóm công nghiệp. Cụ thể, trong khi xuất khẩu nhóm nông sản, thủy sản giảm 4,5%; nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản giảm 9,7% thì nhóm hàng công nghiệp chế biến tăng 10% so với cùng kỳ năm 2018, qua đó đóng góp vào mức tăng trưởng xuất khẩu chung. Tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm 84,33% tổng kim ngạch xuất khẩu, cao hơn mức 82,87% của năm 2018 và 81% của năm 2017. Các mặt hàng chủ lực khác duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao như: Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính tăng 20,4%; gỗ và sản phẩm gỗ tăng 18,2%; giày dép tăng 12,7%; kim loại thường khác tăng 10,3%; sản phẩm từ sắt thép tăng 9%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác tăng 11,9%. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã vươn tới hầu hết các thị trường trên thế giới, nhiều sản phẩm đã dần có chỗ đứng vững chắc và nâng cao được khả năng cạnh tranh trên nhiều thị trường có yêu cầu cao về chất lượng như EU, Nhật Bản, Mỹ, Úc... Kim ngạch xuất khẩu sang các khu vực thị trường đều đạt mức

tăng trưởng dương, tăng cao ở những thị trường có FTA với Việt Nam như: ASEAN (tăng 2%), Hàn Quốc (tăng 8,3%), Ấn Độ (tăng 2,1%), New Zealand (tăng 9,7%). Việt Nam đã xuất siêu chủ yếu vào thị trường các nước phát triển, có yêu cầu khắt khe về chất lượng đối với hàng hóa nhập khẩu như Hoa Kỳ (xuất siêu 46,4 tỷ USD); EU (xuất siêu 26,9 tỷ USD). Đặc biệt kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường là thành viên CPTPP đạt mức tăng tốt, thể hiện bước đầu tận dụng hiệu quả các cam kết từ Hiệp định này để thúc đẩy xuất khẩu, đa dạng hoá thị trường xuất khẩu (xuất khẩu sang Canađa đạt 3,86 tỷ USD, tăng 28,2%; xuất khẩu sang Mexico đạt 2,84 tỷ USD, tăng 26,8% (Bộ Công thương, 2019). Bên cạnh đó, Việt Nam đã kháng kiện thành công (không áp dụng biện pháp/không gia hạn áp dụng biện pháp) đối với 57/137 vụ việc đã kết thúc điều tra; khiếu kiện 5 vụ ra Cơ quan giải quyết tranh chấp của WTO, trong đó 3 vụ đã kết thúc (với kết quả tích cực) và 2 vụ đang trong quá trình xét xử. Cũng trong năm này, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ký Quyết định số 824/QĐ-TTg ban hành Đề án Tăng cường quản lý nhà nước về chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại và gian lận xuất xứ (Đề án 824).

Trong quý I năm 2020, do ảnh hưởng Covid-19 đến việc xuất khẩu hàng hóa, nhưng riêng đối với sản phẩm gạo là một trong ít sản phẩm không bị ảnh hưởng, sản lượng xuất khẩu gạo đạt 1,41 triệu tấn, giá trị kim ngạch 653 triệu USD, tăng 1,1% về lượng và 7,9% về giá trị (cùng kỳ giảm 18,5% về trị giá). Bên cạnh đó cũng có những kỳ vọng là: Các ưu đãi của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) được kỳ vọng sẽ có những tác động thúc đẩy sản xuất trong nước. Mức thuế chống bán phá giá vào thị trường Hoa Kỳ giảm, kết quả công nhận tương đương về hệ thống quản lý, kiểm soát an toàn thực phẩm trên cá tra do Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ công bố là cơ sở thuận lợi giúp cho sản phẩm thủy sản của Việt Nam nâng cao khả năng cạnh tranh. Hiệp định đối tác tự nguyện về thực thi Luật lâm nghiệp, Quản trị rừng và Thương mại lâm sản được phê duyệt, tạo điều kiện đẩy mạnh xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang EU (Bộ Công thương, 2020).

Chúng ta có thể tham khảo bảng 1 và bảng 2 để thấy rõ tình hình xuất khẩu hàng hóa cũng như sự đa dạng về thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam qua các năm 2018 và 2019. Để thấy rằng cùng với xu hướng bảo hộ thương mại thì cũng có những tác động tích cực vào việc xuất khẩu hàng hóa, cụ thể:

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong các năm 2018 - 2019

Mặt hàng	Năm 2018	Năm 2019	Tỷ lệ (%)
	Kim ngạch Triệu USD	Kim ngạch Triệu USD	
Tổng giá trị xuất khẩu	243,697.3	263,451.2	108.1
Nhóm nông lâm thủy sản	26,578.4	25,370.2	95.5
Nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản	4,736.5	4,276.2	90.3
Nhóm công nghiệp chế biến	201,949.9	222,171.9	110.0
Hàng hoá khác	10,432.5	11,632.9	111.5

(Nguồn: Phụ lục Báo cáo tổng kết công tác ngành công thương)

Bảng 2: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam theo thị trường trong các năm 2018 - 2019

Thị trường	Năm 2018 (Triệu USD)	Năm 2019 (Triệu USD)	Tỷ lệ (%)
Đông Nam Á	24,876.3	25,364.0	102.0
Đông Á	89,549.8	92,876.4	103.7
Trung Nam Á	7,904.1	7,978.6	100.9
Tây Á	8,207.0	7,453.7	90.8
EU 27	41,986.0	41,674.7	99.3
Một số nước Tây Âu, Đông Âu và Bắc Âu	2,984.5	4,644.7	155.6
Bắc Mỹ	50,543.6	64,591.8	127.8
Nam Mỹ	380.3	505.1	132.8
Các nước Mỹ latinh và vùng Caribe	5,996.9	7,130.8	118.9
Bắc phi	631.8	627.9	99.4
Các nước châu phi khác	1,632.5	1,837.4	112.6
Châu đại dương	4,470.1	4,076.8	91.2
Thị trường chưa phân tổ	4,534.5	4,689.2	103.4

(Nguồn: Phụ lục Báo cáo tổng kết công tác ngành công thương)

Như vậy, với các con số kết quả đạt được cho thấy, các chính sách bảo hộ thương mại của các nước trên thế giới đã tác động tích cực như sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp Việt Nam đã có sự linh hoạt, chủ động tìm hiểu thị trường không quá tập trung vào một thị trường tiềm năng như trước đây là Trung Quốc nữa, đã có sự mở rộng tập trung sang thị trường khác như khu vực Liên Minh Châu Âu... Bên cạnh đó là sự nỗ lực trong việc đề cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm với các doanh nghiệp nước ngoài để từ đó tổng giá trị xuất khẩu trong năm 2019 với kim ngạch xuất khẩu trị giá 263,451.2 so với kim ngạch xuất khẩu năm 2018 trị giá 243,697.3, chiếm tỷ lệ 108.1%.

Thứ hai, một trong những giải pháp để đối phó với xu hướng bảo hộ thương mại là tăng cường thêm sự đoàn kết giữa các doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng để cùng nhau tháo gỡ khó khăn từ thị trường nước ngoài. Cho nên xu hướng bảo hộ thương mại đã mang lại điểm tích cực là gia tăng thêm sự đoàn kết giữa các doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng.

Thứ ba, cơ quan nhà nước Việt Nam có nhiều biện pháp thúc đẩy hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu trong bối cảnh bảo hộ thương mại, qua đó mở rộng mối quan hệ hợp tác với các nước trên thế giới, thu hút thêm nhiều các dự án đầu tư nước ngoài.

Khó khăn, tiêu cực:

Một là, những rào cản từ các biện pháp bảo hộ thương mại ngày càng tăng của các cường quốc trên thế giới với những tiêu chuẩn nghiêm ngặt về kiểm dịch, vệ sinh an toàn thực phẩm, bao bì đóng gói, các công cụ chống bán phá giá, trợ cấp được sử dụng nhiều và thường xuyên hơn. Điển hình như, vào năm 2018, theo Báo cáo xuất nhập khẩu của Bộ Công thương, đã có 144 vụ việc phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra, áp dụng đối với

hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (trong đó năm 2018 đã có 19 vụ việc mới được khởi xướng). Hiện nay, Hoa Kỳ vẫn là quốc gia điều tra PVTM nhiều nhất với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (27 vụ việc), tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (21 vụ việc), Ấn Độ (17 vụ việc) và EU (14 vụ việc). Trong số 144 vụ việc điều tra PVTM, có 81 vụ việc về chống bán phá giá, 30 vụ việc tự vệ có liên quan đến hàng hóa Việt Nam, 14 vụ việc trợ cấp và 19 vụ việc chống lẩn tránh thuế. Như vậy so với số lượng 13 vụ việc PVTM được khởi xướng năm 2017 thì số lượng các vụ việc PVTM đã tăng thêm xấp xỉ 50% trong năm 2018 với 19 vụ việc (trong đó có 6 vụ việc chống bán phá giá, 7 vụ việc tự vệ, 4 vụ việc chống trợ cấp và 2 vụ việc chống lẩn tránh thuế). Điều đáng lưu ý, trong 6 tháng đầu tiên năm 2018 mới chỉ có 8 vụ việc được khởi xướng, tuy nhiên trong 6 tháng tiếp theo đã khởi xướng thêm 11 vụ việc. Trong số 19 vụ việc PVTM mà các nước điều tra với Việt Nam năm 2018 thì có tới 10 vụ là với sản phẩm thép (chiếm 52,6%). Đặc biệt, sau khi Hoa Kỳ áp dụng biện pháp hạn chế nhập khẩu thép theo mục 232 Đạo luật Mở rộng thương mại, các nước EU, Thổ Nhĩ Kỳ, Canada, Liên minh kinh tế Á-Âu đã tự khởi xướng điều tra tự vệ đối với một loạt các sản phẩm thép nhập khẩu để bảo vệ ngành sản xuất trong nước trước nguy cơ chuyển hướng thương mại do các biện pháp của Hoa Kỳ. Thêm vào đó, các nước như Canada, Ấn Độ, Thái Lan, Malaysia cũng đã khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp với một số sản phẩm thép của Việt Nam. Bên cạnh các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp, thép cũng đang là đối tượng của nhiều vụ việc điều tra chống lẩn tránh thuế. Tính đến nay, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã bị điều tra 19 vụ việc chống lẩn tránh thuế, trong đó có 8 vụ việc liên quan đến sản phẩm sắt, thép. Ngoài đối mặt với các biện pháp phòng vệ thương mại của các quốc gia này thì những khó khăn khác như: (i) Các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Phần lớn các mặt hàng xuất khẩu đều chưa xây dựng được thương hiệu riêng và vững chắc (ii) Tỷ lệ nhập khẩu lớn về nguyên, nhiên liệu, nhất là nguyên liệu gia công sản xuất thể hiện tính gia công trong ngành còn lớn, phụ thuộc nhiều vào thị trường cung cấp ở bên ngoài, khiến cho nền kinh tế gặp bất lợi mỗi khi giá cả thế giới biến động tăng, làm tăng chi phí sản xuất trong nước, giảm khả năng cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu (Bộ Công thương, 2018).

Đến năm 2019, năng lực cạnh tranh quốc gia, hoạt động thu hút đầu tư trong nước và nước ngoài, phát triển công nghiệp hỗ trợ, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực chưa có sự cải thiện rõ rệt để tận dụng tối đa lợi ích mang lại. Vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa có nhận thức đúng về tầm quan trọng của công tác quản trị rủi ro, ứng dụng công nghệ thông tin, cải tiến mẫu mã sản phẩm, phương thức marketing trong thương mại quốc tế cũng như chưa chủ động kết nối với các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài để nâng cao năng lực cạnh tranh. Với nông sản, Việt Nam đã làm tốt công tác đàm phán để nước nhập khẩu cắt giảm thuế nhập khẩu cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (thông qua các Hiệp định FTA). Tuy nhiên, việc đàm phán để được công nhận về quản lý chất lượng, quản lý an toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật còn hạn chế. Do vậy, nhiều mặt hàng dù đã được nước ngoài giảm thuế về 0% nhưng nông sản của Việt Nam vẫn chưa được phép nhập khẩu vào một số thị trường. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đang phải đối diện với nhiều khó khăn do nhiều nước chuyển sang áp dụng nhiều hình thức mới trong phòng vệ thương mại như chống lẩn tránh phòng vệ thương mại, gian lận xuất xứ thay vì áp dụng các hàng rào kỹ thuật như áp thuế chống bán phá giá, chống trợ

cấp và tự vệ thương mại... (Bộ Công thương, 2019). Cụ thể, đến hết tháng 9/2019, đã có 154 vụ việc phòng vệ thương mại được khởi xướng điều tra bởi 19 quốc gia và vùng lãnh thổ đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, Hoa Kỳ là nước khởi xướng điều tra nhiều nhất (30 vụ, chiếm 19%); thứ hai là Thổ Nhĩ Kỳ (21 vụ, chiếm 14%); thứ ba là Ấn Độ (20 vụ, chiếm 13%) và thứ tư là EU (14 vụ, chiếm 9%).Dẫn đầu là các vụ việc điều tra chống bán phá giá (87 vụ việc, chiếm 56%); tiếp đó là các vụ việc tự vệ (33 vụ, chiếm 21%); thứ ba là các vụ việc chống lẩn tránh thuế chống bán phá giá (19 vụ việc, chiếm 13%) và cuối cùng là các vụ việc chống trợ cấp (15 vụ việc, chiếm 10 %).

Vào quý I năm 2020, Bộ Công nghiệp và Thương mại quốc tế Malaysia thông báo khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với một số mặt hàng thép mạ có xuất xứ từ Việt Nam. Canada đã thông báo kết luận sơ bộ và áp thuế tạm thời trong vụ việc điều tra chống bán phá giá, chống trợ cấp đối với thép chống ăn mòn từ một số nước trong đó có Việt Nam. Ủy ban chống bán phá giá Australia đã thông báo khởi xướng điều tra chống bán phá giá và trợ cấp đối với sản phẩm ống và ống dẫn bằng thép có xuất xừ từ các nước trong đó có Việt Nam. Bộ Thương mại Hoa Kỳ tiếp nhận hồ sơ yêu cầu điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp đối với sản phẩm đệm mút có xuất xứ từ các nước trong đó có Việt Nam. Ngoài ra một số quốc gia đưa ra thêm những quy định nghiêm ngặt hơn như tháng 2 năm 2020, Bộ thương mại Pakistan vừa ban hành quyết định tất cả các mặt hàng lương thực thực phẩm nhập khẩu vào Pakistan phải có giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn hồi giáo cho cơ quan được chính phủ chỉ định cấp có hiệu lực từ ngày 30/5/2020.

Hai là, Các vụ kiện PVTM và các rào cản bảo hộ đã gây ra những tác động tiêu cực đáng kể cho doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung ở một số khía cạnh: (i) Giảm năng lực và lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu; (ii) Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đầu tư đáng kể nguồn nhân lực, thời gian và kinh phí cho việc tham gia giải quyết toàn bộ vụ việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp; (iii) Khi bị khởi kiện, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải thay đổi chiến lược kinh doanh, đầu tư sản xuất... để đáp ứng với những thay đổi của thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh đó, việc chuyển sang các thị trường khác cũng sẽ gặp khó khăn hơn; (iv) Sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có khả năng bị kiện ồ ạt theo hiệu ứng dây chuyền; (v) Một số biện pháp phòng vệ thương mại kéo dài hàng chục năm, kéo theo chi phí theo đuổi vụ việc tốn kém (Lê Quang Thuận và Nguyễn Thị Phương Thúy (2018).

Ba là, với các xung đột thương mại giữa các cường quốc lớn như Hoa Kỳ và Trung Quốc, Hoa Kỳ - Ấn Độ kéo dài, với tinh thần bảo hộ thương mại thì một hệ quả sắp tới đây có thể là sản phẩm hàng hóa của Việt Nam sẽ bị các nước lớn, thị trường tiềm năng này áp đặt các chính sách bảo hộ thương mại, kéo theo đó là xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sẽ bị ảnh hưởng lớn.

3.2. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030

- **Đối với Chính phủ Việt Nam:**

Tăng cường mở rộng mối quan hệ hợp tác với các quốc gia trên thế giới để tiếp thu kinh nghiệm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của những quốc gia này ví dụ như Chiến lược thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Đan Mạch, Hoa Kỳ, Trung Quốc.

Xây dựng chương trình xúc tiến xuất khẩu hàng hóa đối với từng ngành hàng trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay, thực hiện lộ trình cắt giảm thuế quan để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang các nước đã ký kết FTA.

Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về các thị trường nhập khẩu hàng hóa tiềm năng phục vụ cho việc xuất khẩu hàng hóa, có sự đánh giá quy định pháp luật, hỗ trợ thủ tục cho các doanh nghiệp, thông tin kịp thời đến các doanh nghiệp. Chẳng hạn, các nhà xuất khẩu Hoa Kỳ khi họ thực hiện xuất khẩu hàng hóa sang Vương Quốc Anh, họ sẽ phải nhận thức được những rào cản nhất định khi xuất khẩu với kế hoạch và hỗ trợ cẩn thận từ các cơ quan như Văn phòng dịch vu thương mại Hoa Kỳ sẽ phân tích những thách thức, yêu cầu, cơ hội về thị trường Vương Quốc Anh một cách chi tiết cho các doanh nghiệp.

Đẩy mạnh việc thực hiện chương trình hỗ trợ tài chính, bảo hiểm xuất khẩu cho các doanh nghiệp đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chính phủ có thể tham khảo chương trình hỗ trợ tài chính xuất khẩu mà nhà nước Hoa Kỳ đã thực hiện và thành công trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa.

Chính phủ cần ban hành văn bản hướng dẫn về quy tắc xuất xứ trong hiệp định thương mai tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) khi hiệp định này có hiệu lực. Cơ quan nhà nước cần phải ban hành văn bản hướng dẫn về cơ chế tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa cũng như chế tài xử phạt đủ mạnh để tương xứng với hành vi gian lận. Với việc thực hiện thí điểm cơ chế tự chứng nhận theo Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN, cơ quan nhà nước cần tổng kết, có những giải pháp tháo gỡ giải được bài toán với chỉ có số lượng 02 doanh nghiệp thực hiện cơ chế tự chứng nhận xuất xứ là quá ít so với số lượng doanh nghiệp hiện nay. Vì vậy, việc tổng kết, giải đáp khó khăn này sẽ tạo ra kinh nghiệm để triển khai cơ chế tự chứng nhận xuất xứ trong hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và EVFTA được tốt hơn.

Chính phủ cần tận dụng các kênh hỗ trợ tài chính, hỗ trợ kỹ thuật từ các Dự án hợp tác kinh tế - kỹ thuật trong các FTA cũng như của các đối tác nước ngoài khác để nâng cao hạ tầng công nghệ thông tin nhằm sớm thực hiện cơ chế tự chứng nhận xuất xứ để các FTA thực sự mang lại lợi ích thiết thực không chỉ cho các cơ quan quản lý nhà nước (cắt giảm thủ tục hành chính, giảm thiểu số lượng giấy tờ, chứng từ phải nộp và lưu trữ; giảm thời gian chứng nhận xuất xứ và thời gian thông quan hàng hóa; quản lý hiệu quả dữ liệu về C/O) mà còn cho cộng đồng doanh nghiệp và người dân, đối tượng chính thụ hưởng lợi ích từ các FTA (Brian Staples và cộng sự, 2017).

Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, nhà nước cần tăng thêm số lượng đội ngũ để tích cực hơn nữa trong việc tìm hiểu thị trường, giới thiệu các bản tin thị trường nước ngoài; giới thiệu những mặt hàng có khả năng thúc đẩy xuất khẩu hơn nữa sang thị trường nước ngoài; cảnh báo nguy cơ thận trọng giao dịch với một số doanh nghiệp ở nước ngoài cũng như các thương vụ này sẽ góp phần chủ động kết nối với các hiệp hội ngành hàng của quốc gia sở tại và của Việt Nam nhằm tranh thủ tạo nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam.

Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần tiếp tục đẩy mạnh công tác tổng hợp thông tin chi tiết về nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng hóa từ các thị trường nước ngoài theo hướng các mặt hàng hóa. Ví dụ như gần đây Bộ Công thương đã

tổng hợp thông tin chi tiết về nhu cầu nhập khẩu khẩu trang và các trang thiết bị bảo hộ y tế từ các thị trường ở châu Âu- châu Mỹ. Bên cạnh đó cần nâng cao công tác phối hợp trong việc thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam sang các thị trường tiềm năng.

Ngoài ra, Bộ Công thương và Tổng cục hải quan (Bộ Tài chính) cần tăng cường phối hợp trong việc thực hiện các hoạt động cảnh báo nguy cơ xảy ra các vụ kiện về PVTM cho các doanh nghiệp biết, giúp doanh nghiệp chủ động phòng ngừa và ứng phó cũng như đẩy mạnh công tác chống các hành vi gian lận thương mại về xuất xứ hàng hóa trên phạm vi toàn quốc gia; Tăng cường các hoạt động tuyên truyền, phổ biến về quy định các biện pháp PVTM trong các bản FTA cho các doanh nghiệp như sổ tay về FTA. Bên cạnh đó, Tổng cục hải quan (Bộ Tài chính) cần thực hiện Cải cách thủ tục hải quan để đảm bảo thủ tục diễn ra nhanh chóng và thuận lợi. Để thực hiện thủ tục tự chứng nhận xuất xứ, phòng chống gian lận, về phía cơ quan nhà nước cần phải xây dựng nguồn nhân lực đủ giỏi để thực hiện những công việc xác minh trong những trường hợp cần thiết. Hơn nữa, cơ quan hải quan là cơ quan đóng vai trò chính trong việc thực hiện kiểm tra, xem xét chứng từ tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa của các doanh nghiệp cho nên cần tăng cường hợp tác, trao đổi kinh nghiệm với cơ quan hải quan các nước châu Âu. Bởi đây là những quốc gia thực hiện cơ chế thủ tục tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa sớm hơn so với Việt Nam.

Đối với cơ quan Cục xúc tiến thương mại (Bộ Công thương) cần đẩy mạnh việc lập danh sách các doanh nghiệp Việt Nam có nhu cầu tìm kiếm thị trường nước ngoài để đẩy mạnh việc xuất khẩu hàng hóa. Sau khi lập xong các danh sách này sẽ gửi cho các thương vụ Việt Nam ở nước ngoài để đẩy mạnh tìm hiểu nhu cầu đưa ra những khuyến nghị cần thiết cho doanh nghiệp Việt.

- **Đối với doanh nghiệp Việt Nam:**

Chủ động đẩy mạnh, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, không phụ thuộc vào một số thị trường có nhiều biến động, ảnh hưởng đến tình hình xuất khẩu hàng hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như nông sản, khoáng sản, dệt may, giày dép, chế biến sản phẩm gỗ, thủ công mỹ nghệ và một số ngành đang được xác định trong định hướng phát triển xuất khẩu giai đoạn đến năm 2025.

Đầu tư công nghệ để tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, tận dụng được cơ hội của thị trường và giá cả để nhằm tăng giá trị xuất khẩu.

Xây dựng chiến lược xúc tiến thương mại của từng doanh nghiệp, thúc đẩy quảng bá thương hiệu, sản phẩm của mình trên thị trường nước ngoài. Ngoài ra cần giảm chi phí kinh doanh nhằm tập trung đẩy mạnh chú trọng đến chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm ngay từ cơ sở sản xuất. Có sự chủ động nguồn nguyên liệu đầu vào nhằm giảm bớt sự phụ thuộc vào nguồn cung từ thị trường nước ngoài.

Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực thích ứng với nhu cầu của các FTA để thực hiện. Cụ thể, tìm hiểu rõ quy định về xuất xứ, thủ tục tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa khi mà các hiệp định mới này đều có những quy định rất chặt chẽ về nguồn gốc xuất xứ như các công thức tính toán của từng quy tắc xuất xứ liên quan đến mặt hàng xuất khẩu của doanh nghiệp, cần xây dựng phương án chống gian lận xuất xứ hàng hóa để một mặt tăng thương hiệu doanh nghiệp mình và một mặt tăng cường thúc đẩy hoạt động thương

mại. Việc đào tạo nguồn nhân lực cần chú ý đào tạo ứng dụng các kỹ năng nghiên cứu thị trường, kỹ năng đàm phán, nghiệp vụ kỹ thuật ngoại thương, nâng cao trình độ am hiểu pháp luật quốc tế, ngoại ngữ, tin học và nâng cao tay nghề.

Cần xây dựng uy tín của doanh nghiệp xuất khẩu bằng cách chú trọng đặc biệt từ khâu nguyên liệu đến lúc tạo ra thành phẩm hoàn hảo, đủ tiêu chuẩn bán ra nước ngoài.

Bên cạnh đó, với yêu cầu phải lưu trữ tài liệu trong việc triển khai tự chứng nhận xuất xứ ở các FTA thì hiện tại phần lớn doanh nghiệp của Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa cho nên chắc chắn sẽ gặp khó khăn trong việc xây dựng cơ chế lưu trữ hồ sơ tài liệu chứng nhận xuất xứ hàng hóa. Vì vậy, các doanh nghiệp cần ngay từ bây giờ có phương án xây dựng thiết lập cho mình một cơ chế lưu trữ hồ sơ tài liệu này vì việc không đáp ứng yêu cầu này sẽ tỷ lệ thuận với việc không thể cung cấp thông tin cho quốc gia nhập khẩu khi họ đòi hỏi thông tin cần xác minh trong trường hợp cần thiết hoặc có nghi ngờ.

Thường xuyên theo dõi cảnh báo của Bộ Công thương đối với những mặt hàng có nguy cơ đối diện bị áp dung các biện pháp phòng vệ thương mại ở nước ngoài để có những biện pháp thích hợp giải quyết.

4. Kết luận

Với chủ nghĩa bảo hộ thương mại đang được phần lớn các quốc gia trên thế giới thực hiện sẽ ảnh hưởng rất lớn đến tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Cho nên việc đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa trong bối cạnh này là việc làm cần thiết đòi hỏi Chính phủ và các doanh nghiệp cùng nhau thực hiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương, (2018), *Báo cáo xuất nhập khẩu năm 2018*, NXB Công Thương.
2. Bộ Công Thương, (2018), *Báo cáo tình hình sản xuất công nghiệp và hoạt động thương mại tháng 12 và cả năm 2018 định hướng và giải pháp thực hiện năm 2019.*
3. Bộ Công Thương, (2019), *Báo cáo tổng kết công tác năm 2019 và triển khai nhiệm vụ năm 2020 ngành công thương.*
4. Bộ Công Thương, (2020), *Báo cáo tình hình sản xuất công nghiệp và hoạt động thương mại 3 tháng đầu năm và giải pháp thực hiện trong thời gian tới.*
5. Brian Staples và cộng sự, (2017), *Sổ tay quy tắc xuất xứ trong các FTA Việt Nam là thành viên*.
6. Cục phòng vệ thương mại, (2018), *Báo cáo phòng vệ thương mại năm 2018, <* http://chongbanphagia.vn/Modules/News/Uploaded/39/2019072510535790baocaopvtm20180522finalpdf.PDF>
7. Lê Quang Thuận và Nguyễn Thị Phương Thúy, (2018), *Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam,* Tạp chí Tài chính.

CÁC VẤN ĐỀ THƯƠNG MẠI TÀI NGUYÊN TRONG XU THẾ BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TOÀN CẦU

RESOURCES TRADE ISSUES IN THE TREND OF GLOBAL TRADE PROTECTIONISM

ThS, NCS. Đỗ Thị Ngọc Thúy

Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

Tóm tắt

Thương mại tài nguyên là một phần trong số nhiều loại hàng hóa được trao đổi giữa các quốc gia phát triển với quốc gia đang phát triển. Mục đích để sử dụng làm nguyên liệu đầu vào phục vụ cho tất cả các quá trình sản xuất của nền kinh tế. Chính phủ can thiệp bằng việc sử dụng các biện pháp thuế quan và phi thuế quan nhằm điều tiết lại lượng khai thác và điều chỉnh giá trị của tài nguyên. Trước bối cảnh biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên và sự thay đổi trong phương thức trao đổi thương mại, bài phân tích những tác động của thương mại hàng hóa đến môi trường và các công cụ chính sách mà chính phủ sử dụng.

Từ khóa: *Thuế xuất khẩu, thương mại và môi trường, thuế quan, thương mại tài nguyên*

Abstract

Trade in resources is part of many commodities exchanged between developed countries and developing countries. The purpose is to use as input material for all production processes of the economy. The government implements tariff and non-tariff measures to regulate the amount of extraction and push the value of resources. In the context of climate change, resource depletion and changes in the mode of trade, this text analysis the impacts of trade in resources on the environment, the policy instruments used by the government.

Keywords: *Export tax, trade and environment, tariff, trade in resources*

1. Giới thiệu

Tài nguyên thiên nhiên thực sự không thể thiếu trong việc vận hành nền kinh tế toàn cầu. Hơn 40% các hoạt động kinh tế của thế giới đều sử dụng từ các nguồn tài nguyên thiên nhiên theo nhiều phương thức khác nhau. Nền kinh tế thế giới tiêu dùng khoảng 90 tỷ tấn tài nguyên mỗi năm, đã gấp 3 lần so với quy mô năm 1970. Dự báo đến năm 2050, dân số toàn thế giới đạt mức khoảng 10 tỷ người, và thu nhập bình quân sẽ tăng lên gấp 3 lần hiện nay, và dẫn đến mức tiêu thụ nguyên liệu toàn cầu sẽ tăng lên gấp đôi (WWF, 2020). Thương mại tài nguyên có sự khác biệt với các hàng hóa khác được trao đổi buôn bán trên thị trường. Những mâu thuẫn, tranh chấp liên quan đến loại hàng hóa môi trường này phức tạp và khác biệt hơn so với hàng hóa thông thường. Điều này cho thấy, cần thiết phải có các chính sách thương mại nhằm đảm bảo mối quan hệ cân bằng, hiệu quả về kinh tế- môi trường tự nhiên. Ngược lại, nếu điều này không diễn ra, chắc chắn hoạt động thương mại sẽ khiến cuộc sống con người ngày càng trở nên xấu hơn.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Đã có những nghiên cứu, báo cáo của WTO và chương trình môi trường của Liên hợp quốc về chủ đề thương mại và môi trường liên quan đến mối quan hệ, các tác động lẫn nhau và các chính sách kinh tế được thực hiện. Sự mở rộng thương mại toàn cầu và gia tăng sự tham gia của các quốc gia vào chuỗi giá trị toàn cầu đang là vấn đề đặt ra câu hỏi thương mại và môi trường có mối quan hệ tác động với nhau như thế nào? Liệu tự do hóa thương mại có tác động xấu hay tốt với môi trường? Phải có những chính sách nào để phù hợp khi vừa thúc đẩy trao đổi thương mại nhưng đảm bảo không gia tăng ô nhiễm toàn cầu, và giảm thiểu chi phí thiệt hại môi trường thấp nhất?

Một số nghiên cứu, báo cáo của WTO vào năm 2010, 2018 đã trình bày các trường hợp điển hình áp dụng các công cụ kinh tế và một số giải pháp khác tại các quốc gia đạt được hiệu quả ra sao. Trong đó thể hiện các biện pháp chính sách và các hoạt động thương mại của nhiều quốc gia khi giải quyết tranh chấp thương mại và bảo hộ hàng hóa sản xuất trong nước. (WTO, 2018) Để có những đánh giá phù hợp với môi trường, Chương trình Môi trường của Liên hợp quốc (UN) cũng tham gia hợp tác trong lĩnh vực về thương mại hàng hóa tài nguyên. Bài viết "Trade in natural resources" của WTO (2010) có những phân tích lý giải từ các mô hình lý thuyết đến vận dụng thực tiễn tại các quốc gia và các tổ chức.

Hiện nay, xu hướng bảo hộ thương mại đang dần lấn át và hiện hữu rõ hơn. Trên thế giới liên tục xảy ra các sự kiện về kinh tế- thương mại giữa các quốc gia. Tài nguyên thiên nhiên là sở hữu vốn có của mỗi nước, nhưng thương mại đã phân bổ là thay đổi lại thứ tự nền kinh tế các nước. Các diễn biến tiếp theo trong tự do hóa thương mại luôn thay đổi và cần phân tích, nghiên cứu. Thương mại quốc tế với Việt Nam trong xu thế hiện nay bảo hộ thương mại khác với trước đây, cần xem xét các hành động của thế giới để lựa chọn áp dụng phù hợp cho Việt Nam.

2.2. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết tự do tiếp cận "open to access" đối với tài nguyên thiên nhiên như thủy sản, gỗ rừng có nghĩa là những nguồn nguyên liệu đầu vào sẵn có trong tự nhiên mà con người tự do khai thác và sử dụng không có kế hoạch và không quan tâm đến hậu quả về kinh tế, môi trường, xã hội sau này. Việc khai thác quá mức trong dài hạn với dạng tài nguyên này không đạt được bền vững về mặt sinh học và về hiệu quả kinh tế. Vì giá cả tài nguyên sẽ tăng lên khi khan hiếm, tài nguyên cạn kiệt và hết dần. Hơn nữa, tự do thương mại tài nguyên giữa hai quốc gia không phải lúc nào cũng đem lại lợi ích cho cả quốc gia nhập khẩu và xuất khẩu bởi vấn đề tự do tiếp cận và giới hạn của tài nguyên Theo lý thuyết, việc tài nguyên phân bố không đồng đều dẫn đến các quốc gia có xu hướng xuất khẩu sang các quốc gia khan hiếm tài nguyên nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu sản xuất, tiêu dùng dựa vào lợi thế cạnh tranh của mỗi nước. Trao đổi hàng hóa để tìm ra các giá trị lợi ích kinh tế lớn hơn.

Lý thuyết của Adam Smith được coi là nhà kinh tế đầu tiên đưa ra một cách có hệ thống về vai trò quan trọng của thị trường tự do trong việc phân bổ nguồn lực, trong đó có cả nguồn lực đầu vào là tài nguyên thiên nhiên. Ông đã khẳng định được rằng sự phát triển

thịnh vượng của một quốc gia là được tạo ra bởi năng suất lao động, nguồn lực lao động và trao đổi thương mại quốc tế. Ngày nay, khi hầu hết các dạng tài nguyên và năng lượng được sử dụng đang gây ra những hậu quả cho thế hệ tương lai.

Một mô hình lý thuyết mà chính phủ thường hay sử dụng để xây dựng công cụ quản lý tài nguyên đó là thuế Pigou. Pigou đã đưa ra ý tưởng đánh thuế đối với người gây ô nhiễm vào năm 1920 trong tác phẩm "Kinh tế học phúc lợi". Với cách tiếp cận ô nhiễm tối ưu, và mục đích muốn người sử dụng khai thác tài nguyên môi trường phải gánh chịu một khoản chi phí tương ứng gây ra cho xã hội. Tương tự, những cá nhân, tổ chức nhận được các giá trị lợi ích từ môi trường tự nhiên cũng phải chi trả một khoản tiền để khôi phục lại tài nguyên đó. Từ đây, cho thấy đối với tài nguyên môi trường, con người trước kia đã đánh giá thấp giá trị chức năng cung cấp tài nguyên phục vụ sản xuất, điều này làm ảnh hưởng đến các thế hệ tương lai và chất lượng môi trường suy giảm (WTO, 2018).

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả thu thập dữ liệu thứ cấp về tình hình thương mại tài nguyên tại Việt Nam được sử dụng từ các báo cáo chính thức về số liệu giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa năm 2017-2020 cuả Bộ Công thương, tổng cục Thống kê. Ngoài ra, để cập nhập xu thế bảo hộ thương mại đối với hàng hóa là tài nguyên liên quan đến các chính sách, công cụ kinh tế hiện nay, tác giả tham khảo một số tài liệu báo cáo của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Ủy ban môi trường của Liên hợp quốc (UN) để từ đó các các gợi ý phù hợp cho Việt Nam trong việc xây dựng các công cụ hoặc tạo lập cơ chế, thị trường mới.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Tình hình thương mại hàng hóa tài nguyên ở Việt Nam

Các thị trường xuất khẩu hàng hóa là tài nguyên lớn nhất của Việt Nam lần lượt là Trung Quốc, EU, Hoa Kỳ, ASEAN, Nhật Bản, và Hàn Quốc. Với các sản phẩm là thủy sản, cao su, gỗ và các sản phẩm chế biến từ gỗ, dầu thô, quặng, khoáng kim loại. Về định hướng thương mại, Việt Nam đang dần đa dạng hóa và mở rộng các thị trường xuất khẩu, nhập khẩu hơn. Tính đến tháng 5/2019, Việt Nam đã thực hiện trao đổi thương mại trên 230 thị trường, và có quan hệ thương mại tự do với 55 đối tác thương mại thông qua việc ký kết 13 FTA và đang đàm phán 02 FTA khác. Trong số đó, Hiệp định đối tác tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Việt Nam- 28 nước thành viên EU (EVFTA) được coi là FTA thế hệ mới với phạm vi cam kết rộng, bao gồm nhiều lĩnh vực phi thương mại.

Trong năm 2018, *thủy sản* Việt Nam đã xuất khẩu sang 160 nước trên thế giới, trong đó 10 thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất gồm Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN, Canada, Australia, Mexico, Liên bang Nga với kim ngạch xuất khẩu chiếm 90% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản cả nước (riêng Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc đều đạt mức kim ngạch 1,3 tỷ USD). Mức tăng trưởng của xuất khẩu thủy sản tăng nhưng không cao như các năm trước do tôm xuất khẩu có xu hướng sụt giảm mặc dù về chủng loại các mặt hàng có sự đa dạng và tăng trưởng như xuất khẩu được cá tra, cá ngừ, bạch tuộc, cua ghẹ và giáp xác. Tôm sụt giảm là do giá tôm nguyên liệu giảm là ảnh hưởng đến giá xuất khẩu và do rào cản thương mại và các biện pháp bảo hộ của một số thị trường ngày càng gia tăng, đồng USD tăng mạnh.

Năm 2018, *xuất khẩu gỗ* và sản phẩm gỗ tiếp tục đạt được những kết quả tích cực với kim ngạch đạt gần 9 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2017, là một trong 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất với tỷ trọng chiếm 3,6% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước. Tính riêng mặt hàng sản phẩm gỗ và đồ gỗ chế biến, kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 6,3 tỷ USD, tăng 9,5%, chiếm tỷ trọng 70% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ của cả nước. Dự kiến năm 2020 Việt Nam sẽ xuất khẩu 40 triệu m^3 gỗ. Các thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong năm 2018 vẫn là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc và EU, chiếm tỷ trọng gần 90% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước; trong đó, Hoa Kỳ chiếm khoảng 43,7%, Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc đều chiếm tỷ trọng trung bình khoảng từ 10-13%, tiếp đến là các thị trường như EU, Australia, Canada... (Bộ Công Thương, 2018)

Than đá của VN xuất khẩu chủ yếu sang các nước châu Á gồm Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Indonesia, Ấn Độ, Malaysia. Lượng than xuất khẩu của nước ta tăng trong những năm gần đây do Chính phủ cho phép các doanh nghiệp xuất khẩu các loại than chất lượng cao mà hiện tại thị trường nội địa chưa có nhu cầu hoặc có nhu cầu rất thấp.

Dầu thô: Ba thị trường xuất khẩu dầu thô lớn nhất của Việt Nam là Trung Quốc, Thái Lan và Australia. Tính riêng 3 thị trường này đã chiếm khoảng 72% tổng kim ngạch xuất khẩu dầu thô của Việt Nam. Các *quặng, khoáng sản khác*: có thị trường chủ yếu là Trung Quốc và Đài Loan, Nhật Bản, có xu hướng giảm về lượng nhưng tăng về giá trị tiền tệ.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng tài nguyên của Việt Nam từ năm 2017 - 2019

(đv: triệu USD)

STT	Nhóm hàng	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
1	Thủy sản	8305.4	8787.1	8572.4
2	Gỗ	7698.62	8907.3	10526.5
3	Khoáng sản, Quặng kim loại	4300	4736.5	4276.2

Nguồn: Tổng cục thống kê, 2018; Bộ Công thương, 2019

Về tình hình nhập khẩu các nguyên liệu đầu vào là tài nguyên, Việt Nam nhập khẩu than do nguồn cung trong nước không đáp ứng được yêu cầu về chất lượng than, đồng thời chi phí khai thác ngày càng cao. Việt Nam cũng nhập khẩu thủy sản để đáp ứng một phần các đơn hàng tái xuất do trong nước sản lượng thủy sản một số loại không đủ.

3.2. Tác động của thương mại tài nguyên đến môi trường

Đã có ý kiến tranh luận giữa hai quan điểm, một là hoạt động xuất khẩu các nguồn tài nguyên như than đá, khí đốt, thủy sản, gỗ đem lại những đóng góp cho sự phát triển của một quốc gia, hay nếu một quốc gia phụ thuộc lớn vào tài nguyên sẵn có thì sẽ bị mắc vào bẫy kém phát triển, suy giảm môi trường. Hiện nay, nền kinh tế các quốc gia vẫn đang khai thác và sử dụng các dạng tài nguyên sẵn có trong tự nhiên, và sau đó thải bỏ nhiều chất thải ô nhiễm ra môi trường, phát thải khí nhà kính, phá hủy môi trường sống tự nhiên. Việc phân bổ lại tài nguyên, nguyên liệu giữa các nước sẽ thúc đẩy hoạt động sản xuất, tiêu dùng hiệu quả hơn nhưng kéo theo nhiều hậu quả đe dọa cuộc sống con người.

a. Các tác động tích cực

Hoạt động thương mại gia tăng sẽ hỗ trợ tăng trưởng nền kinh tế, xã hội phát triển và gia tăng phúc lợi xã hội, góp phần tăng cường năng lực quản lý môi trường hiệu quả hơn. Vì khi thị trường mở có thể cải thiện khả năng tiếp cận các công nghệ mới giúp cho quy trình sản xuất tại địa phương hiệu quả hơn bằng cách giảm sử dụng các yếu tố đầu vào như năng lượng, nước và các chất có hại cho môi trường khác. Tương tự như vậy, tự do hóa thương mại và đầu tư có thể cung cấp cho các công ty những động lực để áp dụng các tiêu chuẩn môi trường nghiêm ngặt hơn. Khi một quốc gia trở nên hội nhập hơn trong nền kinh tế thế giới, lĩnh vực xuất khẩu phải quan tâm đến các yêu cầu về môi trường do các nhà nhập khẩu đặt ra. Bắt buốc phải có những thay đổi cần thiết để đáp ứng, kích thích các doanh nghiệp sử dụng các quy trình và công nghệ sản xuất sạch hơn, an toàn cho con người và bền vững cho môi trường.

B. Các tác động tiêu cực

Mở rộng thương mại cũng khiến cho môi trường bị ảnh hưởng bởi gia tăng ô nhiễm, suy giảm tài nguyên thiên nhiên nếu như các chính sách pháp luật không nghiêm ngặt và kiểm soát sự dịch chuyển hàng hóa thì đây được coi là con đường dẫn đến ô nhiễm. Khi quy mô nền kinh tế phát triển, đồng thời việc sử dụng năng lượng ngày càng tăng cao sẽ là nguyên nhân dẫn đến sự phát thải khí nhà kính đạt mức cao. Phát thải từ hoạt động giao thông vận tải- hoạt động chính trong trao đổi thương mại quốc tế, trong năm 2015 đã chiếm 18% lượng phát thải CO_2 do con người tạo ra. Nếu các quốc gia tập trung khai thác và xuất khẩu tài nguyên để thu lợi nhuận cho nền kinh tế, và không quan tâm tới những hậu quả trong dài hạn: suy giảm số lượng, cạn kiệt, phá hủy nơi cư trú loài, hệ sinh thái...thì thiệt hại sẽ vô cùng lớn. Chắc chắn, cơ sở hạ tầng chuỗi cung ứng, vận chuyển và phân phối sẽ trở nên dễ bị tổn thương hơn do sự gián đoạn do biến đổi khí hậu, các hiện tượng thời tiết cực đoan. Vận tải hàng hải, chiếm khoảng 80% thương mại toàn cầu theo khối lượng, có thể gặp hậu quả tiêu cực, ví dụ từ việc đóng cửa thường xuyên hơn do các sự kiện cực đoan. Quan trọng hơn, biến đổi khí hậu dự kiến sẽ làm giảm năng suất của tất cả các yếu tố sản xuất (bao gồm lao động, vốn và đất đai). Điều này sẽ dẫn đến tổn thất đầu ra và giảm khối lượng thương mại toàn cầu. Các thảm họa thiên tai do môi trường tự nhiên gây ra sẽ là những mối đe dọa lớn của toàn cầu trong 10 năm tới đây. (WTO, 2010).

3.3. Một số vấn đề và giải pháp trong thương mại tài nguyên ở Việt Nam

3.3.1 Bối cảnh bảo hộ thương mại đối với Việt Nam

Xu hướng hiện nay cạnh tranh hàng hóa trên thế giới ngày càng khốc liệt, các quốc gia muốn bảo vệ sản xuất trong nước nên thực hiện các biện pháp bảo hộ thương mại nhiều hơn. Số lượng thị trường áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) với hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng gia tăng nhanh chóng. Mục đích của bảo hộ thương mại là bảo vệ hoặc hỗ trợ ngành sản xuất trong nước tránh bị thiệt hại từ hàng hóa nhập khẩu. Khi tham gia vào các hiệp định thương mại tự do (FTA), các ngành sản xuất trong nước cạnh tranh với hàng hóa nhập khẩu cùng loại vẫn cần phải được đảm bảo là sẽ được bảo vệ. Bảo hộ thương mại khiến các quốc gia xây dựng các tiêu chuẩn về hàng hóa xuất, nhập khẩu ngày càng nghiêm ngặt và chú ý tới các yếu tố làm ảnh hưởng xấu đến môi trường tự nhiên như

phát thải cabon, sử dụng nguyên liệu động thực vật quý hiếm, nguy cấp/ các quy định về thuế nhiên liệu, các loài cá đều sẽ được điều chỉnh. Hiện nay, hầu hết các thị trường xuất khẩu quan trọng của nước ta như EU, Hoa Kỳ, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ... đều đã tiến hành điều tra PVTM. Các thị trường mới như Liên minh kinh tế Á - Âu cũng đã khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp tự vệ với các sảnphẩm thép nhập khẩu. Ngay cả các nước trong khu vực ASEAN cũng tích cực điều tra, áp dụng biện pháp PVTM.

Các quốc gia châu Âu đang có xu hướng bảo hộ cho phát triển nông nghiệp bao gồm cả chăn nuôi, bằng các chính sách hạn chế nhập khẩu nông sản và trợ cấp cho sản xuất trong nước bằng nhiều hình thức khác nhau. Họ giữ hàng rào tiêu chuẩn nhập khẩu và mức thuế rất cao, họ trợ giá cho sản xuất trong nước bằng các hình thức tinh vi hơn như đầu tư ra nước ngoài và tái nhập/xuất khẩu sản phẩm của doanh nghiệp trong nước sang nước thứ 3, giữ tỷ giá cao có lợi cho doanh nghiệp trong nước khi đầu tư ra nước ngoài....

Các đối tác FTA của Việt Nam nằm trong số những nước sử dụng công cụ PVTM nhiều nhất trên thế giới (Ví dụ như: Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Malaysia, Thái Lan...). Trong bối cảnh này, Việt Nam vừa xuất khẩu và nhập khẩu các hàng hóa là tài nguyên môi trường cần có những hành động kịp thời để phản ứng trước những vụ kiện thương mại. Thống kê cho thấy, tính đến năm 2018, các nước đối tác FTA đã tiến hành 33 vụ điều tra chống bán phá giá, 4 vụ việc chống trợ cấp và 16 vụ điều tra tự vệ toàn cầu đối với Việt Nam/có ảnh hưởng đến Việt Nam, cụ thể: Ấn Độ (17 vụ); Hàn Quốc (2 vụ); Indonesia (6 vụ); Úc (9 vụ); Thái Lan (7 vụ); Malaysia (5 vụ); Philippines (06 vụ); Trung Quốc (01 vụ). Nhật Bản chưa có vụ việc nào khởi kiện đối với Việt Nam. Tuy nhiên, các sản phẩm bị thành viên FTA khởi kiện và áp dụng biện pháp chống bán phá giá bao gồm: Các sản phẩm thép (17 vụ), sợi (2 vụ), giấy BOPP (2 vụ), còn lại là các sản phẩm khác [2,4]. Nhìn chung với nhóm hàng là tài nguyên Việt Nam còn gặp ít rủi ro thiệt hại về kinh tế và thường tập trung vào nhóm hàng xuất khẩu thủy sản, gỗ. Trong thời gian tới, nếu không chú ý tới nhóm hàng này, Việt Nam sẽ còn gặp khó khăn về tài nguyên nguyên liệu đầu vào cung ứng cho thế giới về số lượng và chất lượng, mà còn cả vấn đề giá trị kinh tế, các vấn đề về môi trường, sinh kế người dân....

3.3.2 Giải pháp cho hoạt động thương mại tài nguyên

Bộ công cụ chính sách thương mại thường được áp dụng cho lĩnh vực tài nguyên thiên nhiên bao gồm *thuế xuất khẩu, quota hạn ngạch, thuế nhập khẩu, biện pháp phi thuế quan và trợ cấp*. Dường như, mức thuế quan trong lĩnh vực tài nguyên thiên nhiên vẫn thấp hơn so với thương mại hàng hóa nói chung, ngoại trừ thủy sản. Có một số bằng chứng về sự leo thang thuế quan trong một số tài nguyên thiên nhiên, cụ thể là lâm nghiệp và khai thác mỏ. Trợ cấp cho thủy sản thì được áp dụng phổ biến ở cả các nước phát triển và đang phát triển.

Đối với thuế xăng dầu được áp dụng phổ biến ở nhiều quốc gia, về lý thuyết đây là thuế môi trường phản ánh chi phí ngoại ứng mà môi trường tự nhiên bị thiệt hại do hoạt động khai thác và sử dụng tài nguyên. Cụ thể, thuế cacbon đã được xây dựng và áp dụng trên thế giới. Trên thực tế, nhận thấy mức thuế này có xu hướng tăng lên liên tục theo thời gian.

Đối với các nước xuất khẩu tài nguyên, công cụ thuế *xuất khẩu hoặc quota* có thể được sử dụng nhằm đạt một số mục đích. Họ có thể tăng tiền thuế thông qua việc cải thiện các điều khoản thương mại của mình, hạn chế việc khai thác quá mức giới hạn của tự nhiên. *Thuế* có thể hỗ trợ các quốc gia khi phải đối mặt với thị trường hàng hóa biến động để ổn định doanh thu của nhà sản xuất. Đối với các quốc gia lo ngại về sự phụ thuộc quá mức vào xuất khẩu một số tài nguyên thiên nhiên, thuế xuất khẩu hoặc quota hạn ngạch có thể giúp đa dạng hóa xuất khẩu bằng cách khuyến khích các hoạt động chế biến tại nguồn. Ngoài ra, thuế có thể tạo một phản ứng của các nhà xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên đối với việc leo thang thuế quan trong các quan hệ thương mại. Công cụ này đôi khi có một vài nhược điểm khi người áp dụng muốn gia tăng lợi ích nhóm (mục đích chính trị, tham nhũng, khan hiếm tài nguyên...)

Thứ hai, áp dụng *thuế* nhập khẩu đối với tài nguyên thủy sản, gỗ lâm nghiệp để hạn chế việc khai thác quá mức ở nước xuất khẩu, và giảm việc sử dụng tài nguyên này ở nước nhập khẩu. Khi đánh thuế vào nhóm hàng này, trong ngắn hạn, nguồn lực lao động sẽ di chuyển ra khỏi ngành nông nghiệp, dẫn đến quy mô và chất lượng môi trường được cải thiện. Điều này khiến giá nông lâm thủy sản giảm, cầu về hàng hóa tăng. Còn trong dài hạn khi mà trữ lượng tài nguyên có xu hướng giảm thì chi phí khai thác sẽ lớn hơn, nguồn lực lao động đổ dồn vào ngành để khai thác, chế biến. Riêng với ngóm ngành thủy sản Việt Nam cũng đang dần thực hiện cam kết IUU (chống khai thác bất hợp pháp, không báo cáo, và không theo quy định). Cam kết này thể hiện sự hội nhập thị trường thủy sản quốc tế, cải thiện hệ thống quản lý nhà nước chặt chẽ hơn với tài nguyên, và bảo vệ môi trường hệ sinh thái hiệu quả, đảm bảo an ninh lương thực. IUU được các quốc gia thuộc khối EU lựa chọn nhằm ngăn chặn việc khai thác đánh bắt cá hủy diệt, và yêu cầu các nước tham gia vào thị trường thủy sản EU cần tuân thủ theo để giải quyết chung vấn đề môi trường thế giới.

Một công cụ khả thi hơn là sử dụng *nhãn sinh thái và tiêu chuẩn môi trường*. Công cụ này cũng phù hợp với nhóm hàng thủy hải sản, thực phẩm chế biến, gỗ. Đã có rất nhiều kinh nghiệm hiệu quả khi áp dụng công cụ này. Vì người tiêu dùng các nước khi mua hàng hóa nhập khẩu, họ đã chấp nhận chi phí vận chuyển với khoảng cách xa, và dường như không chắc chắn về chất lượng sản phẩm có tương đồng với hàng hóa nội địa hay không. Nhờ có nhãn sinh thái chứng nhận các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, và an toàn thân thiện với môi trường, mà người mua dễ dàng được thuyết phục hơn. Từ đây, cho thấy nếu Việt Nam thực hiện tốt việc xây dựng và áp dụng được các tiêu chuẩn môi trường trong nước và quốc tế, thì thương mại hàng hóa sẽ dễ dàng hơn.

4. Kết luận và khuyến nghị

Chính sách thương mại và môi trường mạch lạc có thể hỗ trợ cho các nền kinh tế kém phát triển tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu một cách cạnh tranh và hiệu quả hơn. Nhằm cung cấp các sản phẩm tốt cho sức khỏe và bảo vệ môi trường cho tất cả mọi người, chúng ta cần có các điều kiện đi kèm với các hoạt động thương mại. Các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với việc xuất nhập khẩu tài nguyên được coi là các điều kiện ràng buộc khiến các nước phải tuân thủ và cạnh tranh với nhau. Các chính sách thương mại cần kết nối với sản xuất bền vững, tiêu dùng bền vững, thúc đẩy sự thay đổi thói quen cho người tiêu dùng.

Trong quá trình thực hiện các hiệp định thương mại với các nước khác, các doanh nghiệp Việt Nam cần có sự hỗ trợ và được góp ý xây dựng các biện pháp bảo vệ hàng hóa trong nước với các cơ quan chuyên trách của nhà nước. Chắc chắc khi tài nguyên càng ngày trở nên khan hiếm thì sự can thiệp của chính phủ sẽ càng lớn hơn vào các thị trường nguyên liệu nhằm đẩy giá bán, tăng thuế suất và hạn chế xuất khẩu. Tiến hành thực hiện các sáng kiến mới để đối phó với những rủi ro mà môi trường gây ra, như thực hiện các hợp đồng dài hạn, tham gia vào chuỗi cung ứng sản xuất toàn cầu, đóng vai trò là một bộ phận, một mắt xích trong quá trình sản xuất, sau đó phân phối và vận chuyển đến các quốc gia có lợi thế khác hơn. Đây là cách chia sẻ rủi ro và đảm bảo an ninh lương thực toàn cầu khi có những tác động xấu từ bên ngoài làm ảnh hưởng đến nền kinh tế và cuộc sống con người.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ công thương, (2018), 'Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018', Nhà xuất bản Công thương.
2. David Begg, (2007), 'Kinh tế học', Nhà xuất bản Thống kê.
3. Tổng cục thống kê, (2019), 'Giá trị xuất khẩu năm 2019', (www.gso.vn)
4. Toby Roxburgh, WWF, (2020), 'Global futures: Assessing the global economic impacts of environmental change to support policy-making'.
5. Trung tâm WTO và hội nhập, phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam VCCI, (2020), 'Thích ứng xu hướng bảo hộ thương mại', (http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/14909-thich-ung-xu-huong-bao-ho-thuong-mai)
6. World Trade Organization, (2010), 'World Trade report 2010, Trade in natural resources', World Trade Organization.
7. World Trade Organization, (2018), 'Making trade work for the environment, prosperity and resilience' (pg 55, 63), World Trade Organization.

ẢNH HƯỞNG CỦA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI THÔNG QUA THUẾ QUAN VÀ TRỢ CẤP NÔNG NGHIỆP ĐẾN CÁC SIÊU THỊ
EFFECTS OF PROTECTIONISM THROUGH TARIFF AND AGRICULTURAL SUBSIDY TO SUPERMARKETS

TS. Nguyễn Thị Thanh Nhàn
Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Bảo hộ thương mại là chính sách kinh tế hạn chế thương mại giữa các quốc gia, được các nước áp dụng thông qua các biện pháp thuế, hạn ngạch, hàng rào phi thuế quan để hạn chế hàng hóa nhập khẩu, tăng bảo hộ cho hàng hóa sản xuất trong nước trước sức ép cạnh tranh từ bên ngoài. Các nhà phân phối hàng hóa qua siêu thị, với vị thế độc lập trên thị trường, có tính chuyên môn hoá sâu trong lĩnh vực lưu thông hàng hoá, ngày càng tạo ra nhiều sức ép cho các nhà sản xuất, các nhà cung cấp đồng thời cũng chịu sức ép từ việc gia tăng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Bảo hộ thương mại có những tác động nhất định đến các siêu thị liên quan đến giá bán, tiêu chuẩn hàng hóa, từ đó có ảnh hưởng đến người tiêu dùng, đến các nhà sản xuất, nhà cung cấp và các đối tác khác có liên quan. Bài viết dựa trên phương pháp nghiên cứu tài liệu là chủ yếu, phân tích, tổng hợp ảnh hưởng của bảo hộ thương mại đến hoạt động của các siêu thị, từ đó đưa ra các khuyến nghị về chính sách và quản trị siêu thị nhằm tranh thủ những lợi thế của bảo hộ thương mại.

Từ khóa: *Bảo hộ thương mại, siêu thị, thương mại, tiêu dùng.*

Abstract

Protectionism is an economic policy of restricting trade between nations. Trade may be restricted by high tariffs on imported or exported goods, restrictive quotas, a variety of restrictive government regulations designed to discourage imports, and anti-dumping laws designed to protect domestic industries from foreign take-over or competition. Supermarkets, with their independent position in the market, have a deep specialization in the distribution, creating more and more pressure for manufacturers and suppliers. At the same time, it is also under pressure from increasing demand of customers. Therefore, protectionism has certain effects on supermarkets, from which affects consumers, manufacturers, suppliers and other partners involved in the activities of supermarket. The paper is based on a methodology of document review, summarizing the impact of protectionism on supermarkets, thereby making policy and supermarket governance recommendations to gain the advantage of protectionism.

Keywords: *Protectionism, supermarket, trade, consumption*

1. Đặt vấn đề

Bảo hộ thương mại hay còn gọi là bảo hộ mậu dịch là chính sách kinh tế hạn chế thương mại giữa các quốc gia.Thương mại có thể bị hạn chế bởi thuế quan, bởi hạn

ngạch hay một loạt các quy định của chính phủ, kể cả các hàng rào phi thuế quan, luật chống bán phá giá để không khuyến khích nhập khẩu và bảo vệ các ngành sản xuất kinh doanh trong nước khỏi bị kiểm soát, thay thế bởi các doanh nghiệp nước ngoài hay trước sức ép cạnh tranh từ các doanh nghiệp nước ngoài đối với thị trường nội địa. Ở một khía cạnh khác thì thương mại tự do là một hệ thống trong đó thương mại hàng hóa và dịch vụ giữa hoặc trong các quốc gia không bị cản trở bởi hạn chế và can thiệp của chính phủ, lợi thế so sánh giữa các quốc gia kết tinh trong các sản phẩm xuất nhập khẩu sẽ mang lại lợi ích kinh tế có lợi cho tất cả các bên. Trên thế giới, hiện vẫn có nhiều tranh cãi về việc lựa chọn bảo hộ thương mại hay thương mại tự do vì những điều có lợi và bất lợi riêng của mỗi chính sách. Bảo hộ thương mại liên quan đến các ngành sản xuất đặc thù của mỗi nước, đến vấn đề an ninh quốc gia, an sinh xã hội, an ninh của các ngành sản xuất kinh doanh trong nước và tiêu dùng nội địa, tăng tính tự chủ, đặc biệt được coi là biện pháp cần thiết chống lại các hành vi cạnh tranh không lành mạnh của nước ngoài, trong khi thương mại tự do liên quan đến việc tuân thủ các quy định về tự do hóa thương mại, cạnh tranh công bằng, tận dụng lợi thế so sánh giữa các quốc gia trong thế giới có nhiều sức ép như hiện nay.

Từ những năm 50 của thập kỷ 20, nhu cầu xã hội phát triển, nền kinh tế thế giới chuyển biến rõ rệt, đặc biệt là ở Mỹ và các nước châu Âu. Sự xuất hiện của các cửa hàng kinh doanh tự chọn, các siêu thị, đại siêu thị, các siêu thị chuyên doanh với diện tích trưng bày hàng rộng, hàng hoá phong phú, bảng hiệu thu hút đã làm thay đổi hình ảnh và nâng cao vị thế của ngành thương mại, sự "chế ngự" của các nhà sản xuất trong phân phối hàng hoá giảm dần thay vào đó là hình ảnh của những nhà phân phối lớn chuyên nghiệp thông qua hệ thống các siêu thị bán hàng của mình. Thương mại trở thành một trong những ngành đứng đầu trong việc tạo ra giá trị gia tăng ở hầu hết các quốc gia phát triển và đang có xu hướng ngày càng nâng cao vị thế ở những thị trường mới phát triển như khu vực châu Á-Thái Bình Dương-khu vực kinh tế được đánh giá là năng động nhất trong những năm gần đây. Nếu trước đây, các nhà phân phối chỉ được đánh giá như là một trung gian chuyển tiếp hàng hoá, một bộ phận bán hàng của nhà sản xuất, luôn ở vị trí "chờ" nhà sản xuất cung cấp hàng và chỉ định giá bán lẻ cuối cùng thì giờ đây, các nhà phân phối hàng hóa qua siêu thị với vị thế độc lập trên thị trường, có tính chuyên môn hoá sâu trong lĩnh vực lưu thông hàng hoá, ngày càng có sự lớn mạnh. Trên thế giới thương hiệu của nhà phân phối ngày càng được khẳng định, đã xuất hiện thuật ngữ "người khổng lồ" dành cho các nhà phân phối lớn, chuyên nghiệp.

Nghiên cứu về ảnh hưởng của bảo hộ thương mại đến các siêu thị luôn có tính thời sự và có ý nghĩa thực tiễn khi thị trường hàng tiêu dùng ở hầu hết các quốc gia đặc biệt là các quốc gia phát triển phụ thuộc rất nhiều vào hệ thống phân phối hàng hóa qua siêu thị. Bảo hộ thương mại hay tự do thương mại đều có những tác động nhất định đến các siêu thị, từ đó có ảnh hưởng đến người tiêu dùng. Trong điều kiện bảo hộ thương mại hay tự do thương mại lĩnh vực nông nghiệp, sản xuất hàng tiêu dùng được coi là lĩnh vực có liên quan nhiều nhất, nhạy cảm nhất đến hoạt động của các siêu thị.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Bảo hộ thương mại đã có từ khá lâu cùng với sự phát triển của các nền kinh tế. Các nhà kinh tế còn khẳng định rằng sự thành công của các quốc gia đều có sự góp phần của các biện pháp bảo hộ thương mại (Shafaeddin,1998)(Reinert,2007*)*. Từ năm 1870 tại châu Âu, thuế cao đã được áp dụng vào lĩnh vực nông nghiệp và từ những năm 1950, sự trỗi dậy của nền kinh tế Nhật Bản đã gia tăng xuất khẩu hàng hóa của Nhật sang Mỹ và các nước khác cũng đã tạo nên mẫu thuẫn thương mại giữa Nhật và các nước, đẩy các nước đến việc áp dụng những biện pháp bảo hộ thương mại trước sức ép cạnh tranh của hàng hóa Nhật Bản (C, Feenstra, 2013). Ví dụ điển hình của việc thực hiện bảo hộ thương mại là nước Mỹ. Thuế quan thấp đã gây tổn hại cho các nhà sản xuất Mỹ vào đầu thế kỷ 19 và sau đó với mức thuế cao áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu đã biến Hoa Kỳ thành một cường quốc công nghiệp vào cuối thế kỷ 19 (Douglas Irwin,2017), kể từ đó đến nay Hoa Kỳ được cho là quốc gia luôn có những biện pháp mạnh trong chính sách bảo hộ thương mại thông qua việc áp thuế cao và luật chống bán phá giá đối với hàng hóa nhập khẩu trong các lĩnh vực từ công nghiệp đến nông lâm thủy sản.

Tuy nhiên, hầu hết các quốc gia và các nhà kinh tế đều cho rằng bảo hộ thương mại có những tác động tiêu cực nhiều hơn là tích cực đến tăng trưởng kinh tế và phúc lợi xã hội đặc biệt nó là không công bằng đối với các quốc gia chưa hoặc đang phát triển dựa vào việc xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế tự nhiên như nông lâm thủy sản sang các nước phát triển và ngược lại nhập những hàng hóa công nghiệp với mức giá rẻ mà mình chưa đủ trình độ, nguồn lực để sản xuất, đồng thời người tiêu dùng ở các nước này cần được sử dụng các sản phẩm nhập khẩu với mức giá không bị nâng lên bởi thuế quan (William Poole,2004), (N. Gregory Mankiw, 2015). Các quốc gia phát triển đã cam kết và cố gắng hạn chế việc áp dụng các chính sách bảo hộ thương mại, tăng cường thực thi các chính sách thương mại tự do thông qua các Hiệp ước và các tổ chức quốc tế như Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Mặc dù vậy, bảo hộ thương mại vẫn được chính các quốc gia phát triển như Mỹ, Liên minh châu Âu sử dụng như là một biện pháp phòng vệ trong những giai đoạn suy thoái kinh tế nhằm bảo vệ các doanh nghiệp trong nước và hạn chế thất nghiệp, đảm bảo an sinh xã hội trước làn sóng hàng hóa giá rẻ đến từ các nền kinh tế mới phát triển như Trung Quốc.

2.2. Cơ sở lý thuyết

Đối với các siêu thị, tuỳ theo quy mô kinh doanh, tuỳ theo mô hình phân phối các siêu thị có thể lựa chọn cơ cấu hàng hoá kinh doanh theo độ rộng, độ sâu. Mỗi sự lựa chọn có những ưu, nhược điểm riêng. Việc lựa chọn cơ cấu hàng hoá hợp lý tạo ra hình ảnh đặc trưng cho siêu thị tuy nhiên nếu không có sự thay đổi phù hợp và những cách thức thu hút đặc biệt, việc kinh doanh sẽ trở nên khó khăn khi xuất hiện sự cạnh tranh mới. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn cơ cấu hàng hoá kinh doanh của siêu thị có thể kể đến một số yếu tố cơ bản như: Chủng loại hàng hoá, giá bán sản phẩm, đối tượng khách hàng mục tiêu - thói quen tiêu dùng, khả năng thu nhập, chính sách marketing của điểm bán, vị trí địa lý điểm bán (Nhàn, 2011).

Bảng 1: Cơ cấu hàng hóa kinh doanh theo mô hình siêu thị

Mô hình siêu thị	Diện tích mặt bằng kinh doanh (m^2)	Số lượng mặt hàng	Tỷ lệ % mặt hàng lương thực, thực phẩm
Siêu thị mini, Cửa hàng tiện ích, Siêu thị giá rẻ	100-400 120 300-1000	600	90
Siêu thị tổng hợp	400-2500	3000-5000	90
Siêu thị chuyên doanh	1000 - 3000	1000 - 5000	Tùy theo mặt hàng chuyên doanh
Đại siêu thị	2500 - 5500	25 000 - 400 000	20
Trung tâm thương mại *(chủ yếu hàng may mặc và hàng tiêu dùng)*	30 000	300 000	10

Nguồn: Jacques VIGBY, 3è édition, 2000, La Distribution, DALLOZ

Cơ cấu hàng hoá kinh doanh có thể được coi như một trong những yếu tố có tính chiến lược trong phát triển các yếu tố đặc trưng của siêu thị. Đây cũng là một trong những yếu tố cơ bản thể hiện vị thế đối tác hay cạnh tranh của nhà phân phối và nhà sản xuất. Trong cơ cấu hàng hoá kinh doanh, nhãn hiệu hàng hoá đa dạng hay không, tỷ lệ hàng hoá mang nhãn hiệu quốc gia, quốc tế, hàng nhập khẩu hay hàng sản xuất nội địa, nhãn hiệu vùng, nhãn hiệu nhà sản xuất hay nhãn hiệu nhà phân phối, nhãn hiệu giá rẻ như thế nào sẽ phản ánh tính cạnh tranh của nhà phân phối trên thị trường. Mặt khác, lựa chọn cơ cấu hàng hóa, nguồn gốc xuất xứ đáp ứng nhu cầu khách hàng cũng được coi là một lợi thế cạnh tranh trong dịch vụ khách hàng của các siêu thị trong hệ thống phân phối. Các chính sách bảo hộ thương mại về thuế quan và phi thuế quan sẽ tác động đến giá bán và tiêu chuẩn hàng hóa trưng bày tại các siêu thị, do đó tác động đến mức độ hài lòng và quyết định lựa chọn của khách hàng (Nhàn, 2011).

Mặt khác, với một chủng loại sản phẩm, giá bán trong siêu thị thường đi kèm với uy tín nhãn hiệu, nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm đó. Từ sản phẩm nội bộ, giá rẻ (có thể là nhãn hiệu nhà sản xuất mới, chưa được biết đến hay nhãn hiệu nhà phân phối - siêu thị), đến sản phẩm nhãn hiệu vùng/miền, nhãn hiệu chuỗi bảng hiệu kinh doanh, nhãn hiệu quốc gia, nhãn hiệu quốc tế. Mỗi sản phẩm kinh doanh gắn với đặc trưng uy tín nhãn hiệu là giá bán và các tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt tương ứng với giá tiền và giá trị cảm nhận của khách hàng. Chính vì vậy, chính sách thuế quan và hạn ngạch có tác động trực tiếp đến giá bán của sản phẩm và độ khan hiếm hay sẵn có của sản phẩm trên các quầy hàng của siêu thị. Các tiêu chuẩn trợ cấp nông nghiệp hay các tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng hàng hóa mang tính quốc gia, áp dụng cho hàng hóa được bán tại thị trường mỗi quốc gia sẽ chi phối đến tiêu chuẩn các mặt hàng mà siêu thị được phép kinh doanh.

Các siêu thị có liên quan trực tiếp đến hàng hóa tiêu dùng và thực phẩm trên phạm vi toàn cầu, trong khi bảo hộ thương mại tác động trực tiếp đến lĩnh vực nông nghiệp và sản xuất hàng tiêu dùng. Đặc biệt trong xu thế quốc tế hóa hiện nay, các siêu thị phát triển chuỗi, mở rộng thị trường ra khắp nơi trên thế giới, do đó chính siêu thị với cơ cấu hàng hóa và dịch vụ khách hàng có thể dẫn đến sự thay đổi thói quen tiêu dùng và áp đặt các thông lệ thương

mại ra khỏi phạm vi của hệ thống thương mại đa phương. Các tập đoàn bán lẻ qua siêu thị đã trở thành nhân tố chính trong quản trị hệ thống thực phẩm toàn cầu thông qua việc thích nghi với các chính sách của bảo hộ thương mại (Kulke và Suwala, 2016).

Bảng 2. Một số thương hiệu nhà phân phối hàng hóa qua siêu thị nổi tiếng trên thế giới

TT	*Thương hiệu*	*Quốc gia*	*Doanh thu bình quân năm (Tỷ euros)*	*% doanh thu ở thị trường nước ngoài*
1	Wall Mart	Mỹ	205,5	17 %
2	Carrefour	Pháp	64,8	50 %
3	Kroger	Mỹ	52,6	0 %
4	Ahold	Hà Lan	52,4	76 %
5	Metro	Đức	46,9	45 %

Nguồn: http:// www.metro.fr

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Thông qua phương pháp nghiên cứu tại bàn các tài liệu có liên quan là chủ yếu, bài viết phân tích, tổng hợp các chính sách bảo hộ thương mại thông qua thuế quan và trợ cấp nông nghiệp, các ảnh hưởng đến hoạt động của siêu thị, đưa ra một số khuyến nghị về chính sách và quản trị siêu thị nhằm tranh thủ những lợi thế của bảo hộ thương mại cho các siêu thị tại Việt Nam.

Các tài liệu về bảo hộ thương mại, đặc biệt là các tài liệu liên quan đến chính sách thuế quan và các biện pháp trợ cấp nông nghiệp tại Mỹ và các nước châu Âu, các tài liệu liên quan đến sự phát triển của các siêu thị, cơ cấu hàng hóa kinh doanh của các siêu thị ảnh hưởng bởi các tiêu chuẩn bảo hộ thương mại thông qua thuế quan và trợ cấp nông nghiệp được tác giả tìm kiếm, đọc, phân tích, tổng hợp dựa trên nguồn dữ liệu trên mạng internet, các trung tâm thông tin- thư viện của các trường đại học trong và ngoài nước, từ nguồn hỗ trợ của bạn bè, đồng nghiệp.

Bên cạnh đó, trong quá trình trải nghiệm mua sắm tại các siêu thị tác giả đã kết hợp phỏng vấn người tiêu dùng tại siêu thị về quan điểm đối với giá bán và các tiêu chuẩn chất lượng, ảnh hưởng của các biện pháp bảo hộ thương mại như thuế quan, các tiêu chuẩn kiểm soát từ hoạt động trợ cấp nông nghiệp. Đồng thời, tác giả có tiếp cận một số nhà quản trị tại một vài siêu thị ở Hà Nội, nhà nghiên cứu là đồng nghiệp để thảo luận về các biện pháp quản trị siêu thị và mong muốn đối với chính sách quản lý.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Các chính sách bảo hộ thương mại cơ bản thường được các quốc gia áp dụng là: thuế quan, hạn ngạch, trợ cấp, luật chống bán phá giá, hạn chế đầu tư nước ngoài, bảo hộ công nghệ. Bài viết giới hạn đề cập đến hai biện pháp phổ biến nhất có ảnh hưởng đến lĩnh vực thương mại hàng hóa, liên quan đến vai trò trung gian của các siêu thị đó là thuế quan và các biện pháp trợ cấp nông nghiệp. Thuế quan ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí đầu vào của các siêu thị (đặc biệt với các hàng hóa công nghệ, hàng may mặc, hàng tiêu dùng, thực

phẩm chức năng), các tiêu chuẩn trợ cấp nông nghiệp tác động lớn đến các tiêu chuẩn của hàng hóa thực phẩm tại siêu thị. Do vậy, đây là hai biện pháp mà siêu thị bị ảnh hưởng nhiều nhất từ các chính sách bảo hộ thương mại của Chính phủ.

3.1. Tác động của bảo hộ thương mại thông qua thuế quan đến siêu thị

Chính sách thuế quan và hạn ngạch là chính sách được sử dụng phổ biến nhất trong bảo hộ thương mại. Việc tăng thuế hàng hóa nhập khẩu hay hạn chế hạn ngạch cho hàng hóa nhập khẩu sẽ kéo theo việc tăng giá bán hoặc dẫn tới tình trạng khan hiếm các mặt hàng. Với các siêu thị, tình trạng này diễn ra sẽ làm ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận, phá vỡ các hợp đồng thường xuyên với nhà cung cấp, phải điều chỉnh chính sách về cơ cấu hàng hóa, giá bán.

Sự tác động của thuế quan và hạn ngạch đến các siêu thị không chỉ là sự tác động trực tiếp đến các mặt hàng thương mại trên các quầy kệ của siêu thị mà còn tác động đến giá đầu vào nguyên vật liệu, hạn ngạch nhập khẩu nguyên vật liệu cho các nhà sản xuất, các đối tác sản xuất các mặt hàng cung cấp cho siêu thị và giá thành sản phẩm. Khách hàng của các siêu thị sẽ phải đối mặt với việc tăng chi phí cho các mặt hàng thiết yếu. Người tiêu dùng sẽ trả nhiều tiền hơn, nhà cung cấp sẽ nhận được ít hơn, tỷ suất lợi nhuận bán lẻ sẽ thấp hơn hoặc người tiêu dùng sẽ mua ít sản phẩm hơn hoặc từ bỏ mua hàng hoàn toàn. Các siêu thị dưới tác động của bảo hộ thương mại sẽ gián tiếp làm tổn thương người tiêu dùng và như vậy là không thực hiện đủ trách nhiệm liên quan đến dịch vụ khách hàng với người tiêu dùng, đặc biệt là đối tượng khách hàng của các siêu thị đại đa số là tầng lớp bình dân, tiêu dùng những sản phẩm thiết yếu hàng ngày.

Ví dụ tại Mỹ, tập đoàn bán lẻ lớn nhất thế giới Walmart với sứ mệnh cung cấp cho người mua hàng giá thấp nhất có thể. Từ việc buộc các nhà cung cấp Mỹ cắt giảm chi phí để tìm kiếm hàng nhập khẩu giá rẻ ở nước ngoài, Walmart đã trở thành một thương hiệu toàn cầu mang tính biểu tượng về đại siêu thị bán hàng giá rẻ, tạo ra 500 tỷ đô la doanh thu hàng năm nhờ khả năng nâng cao sức mua của người tiêu dùng ở mọi tầng lớp xã hội, tăng cơ hội tiêu dùng nhiều hơn, cho phép sự gia tăng của tầng lớp trung lưu ở hầu khắp các quốc gia trên thế giới mà Walmart có mặt. Năm 1984, hàng hóa nhập khẩu châu Á - trực tiếp và gián tiếp - chiếm khoảng 6% tổng doanh thu của Walmart. Kể từ năm 1994 đến nay, tỷ lệ này đã tăng lên hơn 50%. Nhưng với mức thuế cao mà chính phủ Mỹ áp dụng cho các mặt hàng nhập khẩu đã tác động không ít đến việc nhập hàng của Walmart cho hệ thống của mình đồng thời tác động đến nguồn nguyên vật liệu, nguồn hàng với giá thành tăng lên của nhiều doanh nghiệp sản xuất, nhà cung cấp hàng hóa cho các siêu thị Walmart. Việc tăng giá bán sẽ làm giảm doanh thu, lợi nhuận của siêu thị đồng thời giảm cơ hội tiêu dùng của người lao động, những người sẽ phải trả nhiều tiền hơn cho các mặt hàng thiết yếu. Năm 2018, chính phủ Mỹ áp thuế 20% và 50% đối với hàng nhập khẩu máy giặt, người mua sắm đã trả nhiều hơn 17% cho thiết bị giặt ủi. Cùng với đó là mức thuế 25% đối với đồ nội thất đã khiến người Mỹ phải trả thêm 4,5 tỷ USD mỗi năm (NRF,2019).

3.2. Tác động của bảo hộ thương mại thông qua các biện pháp trợ cấp nông nghiệp đến siêu thị

Vai trò trung gian của các siêu thị trong việc xây dựng và duy trì chuỗi cung ứng thực phẩm nông nghiệp không chỉ quan trọng trong các lĩnh vực sản xuất và phân phối, mà

còn rất quan trọng trong lĩnh vực tiêu dùng, tạo nên vị thế vững chắc của các siêu thị trong việc chi phối các tiêu chuẩn áp lên sản xuất và định hướng tiêu dùng (Dixon, 2004).

Một số chính sách bảo hộ thương mại nổi bật được áp dụng tại châu Âu và Mỹ đó là Chính sách nông nghiệp chung tại Liên minh châu Âu và Trợ cấp nông nghiệp lâu đời, đề xuất các điều khoản "Mua hàng Mỹ" trong các gói phục hồi kinh tế tại Hoa Kỳ. Có tới 17 trong số 20 quốc gia G20 đã được Ngân hàng Thế giới báo cáo là đã áp dụng các biện pháp hạn chế thương mại trong đó phổ biến là Mỹ và các quốc gia châu Âu mặc dù trước đó các nước này đã cam kết ủng hộ thương mại tự do. Các biện pháp hạn chế thương mại mới được thực hiện từ cuối năm 2009 đến nay đã làm giảm lợi ích của thương mại hàng hóa toàn cầu từ 0,25% đến 0,5%, khoảng 50 tỷ USD mỗi năm (IMF, 2017). Trợ cấp nông nghiệp tại các nước châu Âu và Mỹ được coi là chính sách trợ cấp trực tiếp của Chính phủ dành cho các nhà sản xuất nông nghiệp để tăng cạnh tranh của sản phẩm với hàng nhập khẩu, bảo vệ việc làm tại chỗ, hỗ trợ các doanh nghiệp nội địa có thêm khả năng điều chỉnh phù hợp với thị trường thế giới.

Chính sách nông nghiệp chung châu Âu yêu cầu nông dân phải tôn trọng các tiêu chuẩn phúc lợi môi trường, an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật và động vật. Mục tiêu của chính sách hướng tới tăng năng suất, bằng cách thúc đẩy tiến bộ kỹ thuật và đảm bảo sử dụng tối ưu các yếu tố sản xuất, đặc biệt là lao động; đảm bảo mức sống công bằng cho Cộng đồng nông nghiệp; ổn định thị trường; đảm bảo có sẵn nguồn cung cấp; cung cấp cho người tiêu dùng thực phẩm với giá cả hợp lý. Thông qua một hệ thống tích hợp các biện pháp hoạt động bằng cách duy trì mức giá hàng hóa chung trong Liên minh châu Âu thông qua trợ cấp sản xuất về chi phí, thủ tục thanh toán, các chứng nhận tiêu chuẩn. Các biện pháp bảo hộ thương mại mà Liên minh châu Âu (EU) đã thực hiện bao gồm:

- Thuế nhập khẩu được áp dụng cho hàng hóa được chỉ định nhập khẩu vào EU. Chúng được đặt ở mức để tăng giá thị trường thế giới lên tới giá mục tiêu của EU. Giá mục tiêu được chọn là mức giá mong muốn tối đa cho những hàng hóa đó trong EU.

- Hạn ngạch nhập khẩu được sử dụng như một biện pháp hạn chế lượng thực phẩm được nhập khẩu vào EU. Một số quốc gia không phải là thành viên đã đàm phán hạn ngạch cho phép họ bán hàng hóa cụ thể trong EU mà không cần thuế quan. Điều này đáng chú ý áp dụng cho các quốc gia có liên kết thương mại truyền thống với một quốc gia thành viên.

- Một giá can thiệp nội bộ được thiết lập. Nếu giá thị trường nội bộ giảm xuống dưới mức can thiệp thì EU sẽ mua hàng hóa để nâng giá lên mức can thiệp. Giá can thiệp được đặt thấp hơn giá mục tiêu. Giá thị trường nội bộ chỉ có thể thay đổi trong phạm vi giữa giá can thiệp và giá mục tiêu.

- Trợ cấp trực tiếp được trả cho nông dân. Điều này ban đầu được dự định để khuyến khích nông dân chọn trồng những loại cây trồng thu hút trợ cấp và duy trì nguồn cung tự trồng. Trợ cấp thường được trả cho diện tích đất trồng một loại cây trồng cụ thể, thay vì trên tổng số lượng cây trồng được sản xuất. Các cải cách được thực hiện từ năm 2005 đang giảm dần các khoản trợ cấp cụ thể theo hướng thanh toán lãi suất cố định chỉ dựa trên diện tích đất canh tác và áp dụng các phương pháp canh tác có lợi cho môi

trường. Sự thay đổi này nhằm mục đích giúp nông dân có nhiều tự do hơn để lựa chọn cho mình những cây trồng có nhu cầu cao nhất và giảm động lực kinh tế để sản xuất thừa.

- Hạn ngạch sản xuất và các khoản thanh toán ' dành riêng ' đã được đưa ra trong nỗ lực ngăn chặn việc sản xuất quá mức một số loại thực phẩm (ví dụ: sữa, ngũ cốc, rượu vang) thu hút trợ cấp vượt quá giá thị trường. Nhu cầu lưu trữ và xử lý các sản phẩm dư thừa đã gây lãng phí tài nguyên và khiến cho CAP bị phá hủy. Một thị trường thứ cấp phát triển, đặc biệt là bán hạn ngạch sữa , trong khi một số nông dân sử dụng trí tưởng tượng của "đặt sang một bên", ví dụ, dành đất khó canh tác. Hiện tại, việc đặt sang một bên đã bị đình chỉ, tùy thuộc vào quyết định thêm về tương lai của nó, sau khi giá cả tăng đối với một số mặt hàng và tăng sự quan tâm đến việc trồng nhiên liệu sinh học.

Với những chính sách đó, các siêu thị tại châu Âu đòi hỏi nâng cấp kinh tế của các nhà sản xuất nông nghiệp, yêu cầu đưa ra các quy trình mới để giảm chi phí và cải thiện chất lượng và hiệu suất giao hàng. Các công ty dẫn đầu đặt các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về chất lượng, chi phí và giao hàng và yêu cầu các công ty phải có được chứng nhận liên quan. Chứng nhận được tạo ra để thúc đẩy lợi nhuận kinh tế, có thể đóng góp thông qua các hình thức khác nhau để nâng cấp chuỗi cung ứng, cải tiến quy trình thông qua chứng nhận là những thay đổi trong sản xuất, dẫn đến những cải tiến về năng suất lao động, quản lý tài nguyên và trong thủ tục hành chính, bao gồm cả trong quản lý hợp đồng với nhà cung cấp. Điều này thúc đẩy năng lực quản lý và tổ chức trong hệ thống siêu thị với sự lan tỏa gián tiếp đến các nhà cung cấp các sản phẩm nông nghiệp trong nước. Tuy nhiên, chính sách nông nghiệp chung châu Âu cũng đã tạo ra cho các siêu thị sức ép từ phía người tiêu dùng liên quan đến vấn đề sức khỏe khi người tiêu dùng được khuyến khích tăng lượng tiêu thụ (nhất là các sản phẩm từ đường, bơ, sữa, lúa mỳ) với mức giá đã được trợ cấp, về trách nhiệm xã hội của các siêu thị trong việc lựa chọn sản phẩm của các trạng trại nhỏ hay các doanh nghiệp nông nghiệp lớn, về các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường khi người sản xuất nông nghiệp được khuyến khích sử dụng các biện pháp tăng năng suất lao động (NYT,2010).

Trợ cấp nông nghiệp tại Mỹ (còn gọi là khuyến khích nông nghiệp) là một khoản khuyến khích của chính phủ trả cho các doanh nghiệp nông nghiệp, tổ chức nông nghiệp và trang trại để bổ sung thu nhập, quản lý việc cung cấp hàng hóa nông nghiệp, ảnh hưởng đến chi phí và nguồn cung của hàng hóa đó. Các mặt hàng thường được khuyến khích trợ cấp nông nghiệp bao gồm: lúa mì, ngũ cốc thức ăn (ngũ cốc được sử dụng làm thức ăn gia súc, chẳng hạn như ngô hoặc ngô, lúa miến, lúa mạch và yến mạch), bông, sữa, gạo, đậu phộng, đường, thuốc lá, hạt có dầu như đậu nành và các sản phẩm thịt như thịt bò, thịt lợn, thịt cừu. Đây là những mặt hàng chủ lực tạo nên nguồn cung hàng hóa khổng lồ cho các siêu thị. Bên cạnh việc áp dụng các biện pháp Trợ cấp nông nghiệp, Hoa Kỳ còn đưa ra các điều khoản "Mua hàng Mỹ" trong kế hoạch kích thích kinh tế của Hoa Kỳ, trong đó sẽ cấm việc nhập khẩu hàng hóa từ bên ngoài mà ưu tiên cho việc mua hàng của các doanh nghiệp Mỹ, giúp doanh nghiệp hạn chế các khó khăn của khủng hoảng kinh tế, tạo ra nhiều việc làm cho người dân Mỹ. Các điều khoản này không chỉ áp dụng cho hàng hóa giá rẻ đến từ Trung Quốc và các nước đang phát triển mà còn áp dụng cho cả hàng hóa nhập khẩu từ châu Âu.

Chính sách nông nghiệp của Hoa Kỳ bao gồm chủ yếu các dự luật trang trại liên bang được đổi mới theo định kỳ của Hoa Kỳ. Chính phủ tìm cách hỗ trợ thu nhập và giá cả cho nông

dân Hoa Kỳ và ngăn họ khỏi những cú sốc cung và cầu bất lợi trên toàn cầu. Hỗ trợ sản xuất trong nước bằng cách thanh toán trực tiếp hoặc thông qua các biện pháp hỗ trợ giá, trong điều kiện yêu cầu nông dân đảm bảo việc sản xuất gắn với hoạt động bảo vệ môi trường. Mặt khác, bảo vệ nông dân khỏi những biến động giá cả bằng cách đảm bảo mức giá tối thiểu và hỗ trợ sự thiếu hụt về doanh thu khi giá giảm. Gần đây, Mỹ còn bổ sung những biện pháp khác thông qua đó chính phủ khuyến khích bảo hiểm mùa màng và trả một phần phí bảo hiểm cho các bảo hiểm đó chống lại các kết quả không lường trước được trong nông nghiệp trước nguy cơ của thiên tai và biến đổi khí hậu, đồng thời đặt ra các tiêu chuẩn gắn với các sản phẩm nông nghiệp liên quan đến bảo tồn đất nông nghiệp, tiêu chuẩn dinh dưỡng của lương thực trong nước, tín dụng nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn, nghiên cứu nông nghiệp và lâm nghiệp tư nhân, năng lượng sinh học và làm vườn, phát triển nông nghiệp hữu cơ.

Các chính sách này đã tạo nên làn sóng mới về các tiêu chuẩn tiêu dùng của khách hàng, đồng thời áp dụng lên các yêu cầu trong hợp đồng cung cấp sản phẩm nông nghiệp cho các siêu thị đối với các nhà cung cấp, các trang trại và các doanh nghiệp nông nghiệp tại Mỹ. Các siêu thị đã áp dụng các tiêu chuẩn cho danh mục hàng hóa của mình như là một phần chính sách về dịch vụ khách hàng trong xu hướng tiêu dùng sản phẩm có lợi cho sức khỏe, gắn với việc bảo vệ môi trường tự nhiên, các tiêu chuẩn luôn đi kèm hợp đồng cung cấp sản phẩm bao gồm:

Sản phẩm động vật (bao gồm tài liệu về chính sách quy định và đơn đặt hàng tiếp thị sữa)

Cây trồng (bao gồm tài liệu về các lĩnh vực chính sách liên quan, bao gồm đơn đặt hàng tiếp thị và năng lượng sinh học)

Kinh tế trang trại (bao gồm tài liệu về chính sách thuế của Liên bang)

Hỗ trợ Thực phẩm & Dinh dưỡng (bao gồm tài liệu về chính sách hỗ trợ dinh dưỡng và thực phẩm ngoài Dự luật trang trại)

Lựa chọn Thực phẩm & Sức khỏe (bao gồm nghiên cứu về ghi nhãn)

Thị trường thực phẩm & giá cả (bao gồm nghiên cứu về thực phẩm địa phương)

An toàn thực phẩm (bao gồm tài liệu về thông tin và chính sách quy định)

Kinh tế & Dân số Nông thôn (bao gồm tài liệu về chính sách phát triển nông thôn ngoài Dự luật trang trại, tiêu chuẩn lao động, tiêu chuẩn môi trường).

4. Kết luận và Khuyến nghị

Trong giới hạn phạm vi nghiên cứu của bài viết, tác giả đã thực hiện phỏng vấn người tiêu dùng khi mua sắm tại siêu thị trên địa bàn Hà nội và thảo luận cùng một số nhà quản trị siêu thị, nhà nghiên cứu nhằm đưa ra những khuyến nghị về chính sách và quản trị siêu thị tại Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ hay tự do thương mại vẫn đang còn nhiều vấn đề tranh cãi trên thế giới.

Khi thực hiện phỏng vấn người tiêu dùng mua sắm tại các siêu thị, giá bán và tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm là hai tiêu chí được ưu tiên hàng đầu trong quyết định mua hàng. Bảo hộ thương mại được phản đối khi giá hàng hóa nhập khẩu tăng lên do việc tăng thuế, trong khi chất lượng của hàng hóa nội địa không đảm bảo độ tin cậy với mức giá

không chênh lệch nhiều. Với hàng thực phẩm và đồ tươi sống, các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm vùng miền thì các chính sách bảo hộ thương mại được người tiêu dùng ủng hộ coi như là một tiêu chuẩn về an sinh xã hội của Chính phủ và tiêu chuẩn về thực hiện trách nhiệm xã hội của các siêu thị.

Thảo luận cùng các nhà quản trị siêu thị, các nhà nghiên cứu liên quan đến những tác động của bảo hộ thương mại đến hoạt động của siêu thị cho thấy những mặt hàng kinh doanh của siêu thị bị ảnh hưởng bởi việc tăng thuế nhập khẩu đa phần là hàng tiêu dùng có yếu tố công nghệ cao như hàng điện tử, điện máy, hàng gia dụng, rượu, bia, thực phẩm chức năng. Siêu thị luôn được người tiêu dùng lựa chọn như là điểm đến của mua hàng giá rẻ, chất lượng đảm bảo do vậy việc tăng giá bán do tăng chi phí từ việc áp thuế nhập khẩu cao, thuế tiêu thụ đặc biệt sẽ ảnh hưởng đến sức mua của người tiêu dùng, làm giảm doanh thu, lợi nhuận của các siêu thị. Mặt khác, các siêu thị lại rất cần Chính phủ có những chính sách chặt chẽ trong việc áp dụng các tiêu chuẩn trợ cấp cho sản xuất nông nghiệp, sản xuất vùng miền, sản xuất các mặt hàng đặc sản, truyền thống của địa phương.

Những khuyến nghị được đưa ra bao gồm:

Thứ nhất, Chính phủ cần cân nhắc và có những tính toán chính xác, xem xét đến khả năng sản xuất trong nước có thể đáp ứng được các yêu cầu về chi phí, tiêu chuẩn chất lượng để có thể vẫn áp mức thuế nhập khẩu cao, thuế tiêu thụ đặc biệt hay là dỡ bỏ hàng rào thuế quan để đảm bảo cho người tiêu dùng được hưởng lợi từ những hàng hóa nhập khẩu, các siêu thị có thêm điểm cộng về lợi thế đa dạng hóa cơ cấu hàng hóa và tăng thêm giá trị gia tăng trong dịch vụ khách hàng.

Thứ hai, tăng cường vai trò hoạch định và triển khai các chính sách trợ cấp nông nghiệp của các cơ quan quản lý Nhà nước, các Hiệp hội trong việc duy trì và phát triển các vùng sản xuất sản phẩm nông nghiệp sạch, sản phẩm có lợi thế vùng miền. Đảm bảo ổn định về tiêu chuẩn chất lượng đối với người sản xuất thông qua hỗ trợ vốn, kỹ thuật, trợ giá và ổn định về khả năng bán hàng của các siêu thị thông qua các hoạt động truyền thông cộng đồng.

Thứ ba, đối với các siêu thị, cần tăng cường vai trò của các nhà quản trị mua trong việc thiết lập các hợp đồng dài hạn với các trang trại, các vùng sản xuất. Tăng thêm vai trò kiểm soát về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm như là một yêu cầu về bảo hộ thương mại đối với các sản phẩm địa phương hóa.

Trong thế giới mà mỗi quốc gia đang phải đối mặt với những vấn đề liên quan đến khủng bố, an ninh lương thực, thiên tai, dịch bệnh như hiện nay, kể cả các nước lớn như Mỹ, châu Âu vẫn đang còn phải áp dụng những chính sách bảo hộ thương mại thì bảo hộ thương mại vẫn được coi là biện pháp an toàn để đảm bảo tính tự chủ cao của quốc gia đó và đảm bảo an sinh xã hội về việc làm, về chất lượng cuộc sống của người dân. Nếu phụ thuộc nhiều vào nguồn hàng nhập khẩu mà giảm bớt khả năng tự chủ trong sản xuất nội địa thì việc đối mặt với những bất ổn khi có tranh chấp thương mại, dịch bệnh, thiên tai sẽ mang lại hậu quả lớn hơn khi mà sản xuất trong nước không có khả năng thay thế. Dịch bệnh do virus Covid-19 tại Trung Quốc bắt đầu từ tháng 12 năm 2019, lan rộng ra phạm vi toàn cầu cho đến thời điểm hết tháng 3 năm 2020 vẫn chưa có tín hiệu khả quan trong tình trạng các nước khan hiếm nguồn nguyên vật liệu cho sản xuất khẩu trang y tế, các trang

thiết bị y tế khác do phụ thuộc nguồn nguyên vật liệu của Trung Quốc, các siêu thị tại Úc, Nhật, Hồng Kông khan hiếm các mặt hàng thiết yếu cho tiêu dùng, hàng lương thực, thực phẩm càng minh chứng cho việc những lợi thế của bảo hộ thương mại và tự do thương mại luôn cần được hiểu và thực hiện một cách khôn ngoan nhất ở bất kỳ quốc gia nào.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dixon, J. (2004), Adding Value(s): a Cultural Economy Analysis of Supermarket Power in A Sociology of Food and Nutrition: the Social Appetite, edited by J. Germov and L. Williams. Second Edition. Melbourne: Oxford.
2. Douglas Irwin (2017), ***Clashing over Commerce: A History of US Trade Policy,*** University of Chicago Press
3. *European Commission (2018), The common agricultural policy at a glance,* Retrieved 27 November 2018.
4. Feenstra, Robert; M, Taylor, Alan (2013-12-23), *Globalization in an Age of Crisis: Multilateral Economic Cooperation in the Twenty-First Century*, NBER.
5. Gregory Mankiw (2015), *Economists Actually Agree on This: The Wisdom of Free Trade*, New York Times (April 24, 2015).
6. International Monetary Fund (IMF) (2017), *Trade and the Crisis: Protect or Recover, Retrieved 16 October 2017.*
7. Kulke, E. and Suwala, L. (2016), Internationalisation of grocery retailing in the Global South: general conditions, formats and spatial expansion patterns of selected MNEs, Journal of the Geographical Society of Berlin.
8. *Nguyễn Thành Long (2017), Ảnh hưởng của một số hiện tượng bảo hộ thương mại nổi bật trong thời gian gần đây và khuyến nghị chính sách đối với Việt Nam, Kỷ yếu Diễn đàn Hội nhập kinh tế quốc tế Việt Nam 2017*
9. Nguyễn Thị Thanh Nhàn (2011), Tăng cường các yếu tố đặc trưng thu hút khách hàng của các siêu thị, Tạp chí Thương Mại, Số 33 + 34/năm 2011
10. National Retail Federation (NRF) (2019), ***Retail Trade*** Issues
11. *New York Times (NYT) (2010), A French Roadblock to Free Trade,* Retrieved 2010-05-22.
12. Reinert, Eric (2007), How Rich Countries got Rich and Why Poor Countries Stay Poor, New York: Carroll & Graf.
13. Shafaeddin, Mehdi (1998), How did Developed Countries Industrialize? The History of Trade and Industrial Policy: the Cases of Great Britain and the USA, United Nations Conference on Trade and Development.
14. United States Department of Agriculture Economic Research Service, Farm Commodity Policy (2018), *Agricultural Improvement Act of 2018 (2018 Farm Bill*)
15. Jacques Vigby, 3è édition, 2000, La Distribution, DALLOZ
16. William Poole (2004), *Why Are Economists and Noneconomists So Far Apart*, Federal Reserve Bank of St. Louis Review, September/October 2004.

KHÁM PHÁ TÁC ĐỘNG CỦA ÁP LỰC THỂ CHẾ ĐẾN LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THỦY SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

EXPLORING INSTITUTIONAL PRESSURES ON ENVIRONMENTALLY FRIENDLY STRATEGIES OF VIETNAM SEAFOOD ENTERPRISES IN TRADE PROTECTIONISM CONTEXT

TS. Đỗ Thị Bình

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Với cách tiếp cận nghiên cứu định tính dựa trên thu thập tài liệu thứ cấp và phỏng vấn 44 nhà quản lý đến từ 28 doanh nghiệp, bài nghiên cứu đã khám phá tác động của 03 áp lực thể chế - "qui định pháp luật, "tiêu chuẩn" và "bắt chước"- đến việc lựa chọn chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường (CLKDTTMT) của các doanh nghiệp (DN) xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Nghiên cứu khẳng định áp lực thể chế về qui định pháp luật và tiêu chuẩn môi trường trong nước còn yếu so với nước ngoài, trong khi đó áp lực bắt chước trong nước lại lớn hơn. Bài nghiên cứu cũng chỉ ra một số hàm ý, kiến nghị đối với các nhà hoạch định chính sách nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam ứng dụng CLKDTTMT như là một cách vượt qua các rào cản môi trường trong bối cảnh bảo hộ thương mại.

Từ khóa: *Áp lực thể chế, chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường, thủy sản, Việt Nam*

Abstract

Using qualitative approach based on secondary data collection and interviewing 44 managers from 28 firms, the paper explores 3 institutional pressures - coercive, normative and mimetic pressure - on environmentally friendly strategies of Vietnam seafood firms. The paper confirms local coercive, normative pressures are weaker than international one, while local mimetic pressure is higher than international mimetic pressure. The paper also highlights some implications for public policy makers to stimulate Vietnam seafood firms to adopt environmentally friendly strategy as a way to overcome environmental barriers in trade protectionism context.

Keywords: *Institutional pressures, environmentally friendly strategy, seafood, Vietnam*

1. Đặt vấn đề

Tại sao một số doanh nghiệp (DN) lại theo đuổi chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường (CLKDTTMT) vượt xa việc tuân thủ các qui định bắt buộc, thậm chí khi chưa có đủ minh chứng rằng chiến lược đó sẽ mang lại hiệu quả? Những nghiên cứu gần đây trong lĩnh vực chiến lược xanh, CLKDTTMT... đã chứng minh rằng: việc theo đuổi các loại hình chiến lược xanh của doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi các bên liên quan bên ngoài

DN cũng như các áp lực thể chế đến từ các nhà quản lý chính sách, đối thủ cạnh tranh (Aragon, 1998; Delmas, Magali A; Toffel, 2010), và các tổ chức phi chính phủ (Guay, 2006). Những phát hiện như vậy phù hợp với khoa học xã hội về thể chế, trong đó nhấn mạnh tầm quan trọng của các qui định, qui phạm và nhận thức đối với việc quyết định áp dụng một chiến lược, một thực hành nào đó của DN mà không cần cân nhắc đến hiệu quả (DiMaggio and Powell, 1983). Nhiều nhà nghiên cứu đã dựa trên học thuyết thể chế để giải thích việc chọn lựa CLKDTTMT của các DN. Jennings & Zandbergen (1995) lập luận rằng: do các áp lực cưỡng chế - chủ yếu dưới hình thức là các qui định và các điều luật - là nguyên nhân chính khiến các DN thực thi các chương trình quản lý môi trường nên các DN trong cùng một ngành cũng ứng dụng triển khai các chương trình tương tự. Delmas (2002) dựa trên học thuyết thể chế để phân tích các yếu tố khiến các công ty tại Châu Âu và Mỹ theo đuổi tiêu chuẩn môi trường ISO 14001. Berrone và các cộng sự (2013) đã điều tra những áp lực qui chuẩn khiến CLKDTTMT trở nên hấp dẫn hơn đối với nhiều DN... Những nghiên cứu này một lần nữa khẳng định mối quan hệ giữa các áp lực thể chế đối với lựa chọn CLKDTTMT ở các DN trong các ngành nghề khác nhau.

Thủy sản là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam khi nằm trong Top 10 ngành có kim ngạch xuất khẩu cao nhất. Đây cũng là ngành mà toàn bộ các khâu trong chuỗi cung ứng xuất khẩu - từ nuôi trồng, đánh bắt, chế biến xuất khẩu - đều có tác động mạnh mẽ đến môi trường. Là một trong những ngành tiêu biểu, trực tiếp liên quan đến các mục tiêu phát triển bền vững của liên hiệp quốc (FAO, 2018), nên CLKDTTMT của các doanh nghiệp trong ngành thủy sản này luôn được học giả ở nhiều quốc gia quan tâm (Do et al., 2019; Gutiérrez et al., 2019; Marschke & Wilkings, 2014; Mcewin & Mcnally, 2014; Van Thi Nguyen & Wilson, 2009; etc.). Năm 2019 vừa qua mặc dù bắt đầu được hưởng lợi thế cắt giảm thuế quan từ các Hiệp định thương mại tự do (FTA) như: Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), xét về cơ cấu ngành hàng xuất khẩu, nhóm điện thoại, điện tử, máy móc, phương tiện vận tải (nhóm hàng chủ yếu thuộc lĩnh vực FDI) chiếm đến gần 45% giá trị xuất khẩu cả nước; trong khi các ngành hàng chủ lực của DN Việt Nam, trong đó có thủy sản, lại gặp khó khăn ở các thị trường chính (VietData, tháng 1, 2020). Thủy sản Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội mở rộng thị trường nhưng cũng phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức từ nội lực cũng như những diễn biến phức tạp trong quan hệ thương mại thế giới, đặc biệt là xu hướng gia tăng bảo hộ thương mại của các quốc gia lớn. Do đó, để đạt được mục tiêu tăng kim ngạch xuất khẩu và đảm bảo sự phát triển bền vững lâu dài, nhiều DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã chọn CLKDTTMT làm chiến lược xuất khẩu chính của mình. Bài nghiên cứu này tiếp theo nghiên cứu về mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các DN chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam của Đỗ Thị Bình (2020), sẽ phân tích sự ảnh hưởng của các áp lực thể chế đến việc lựa chọn theo đuổi CLKDTTMT, từ đó đề ra các hàm ý, kiến nghị đối với các nhà hoạch định chính sách để thúc đẩy các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam lựa chọn CLKDTTMT như một cách thức tạo lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh bảo hộ thương mại gia tăng trở lại.

2. Tổng quan lý thuyết có liên quan

2.1. Chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường

DN có thể theo đuổi các loại CLKDTTMT khác nhau nhằm giảm thiểu tác động của hoạt động kinh doanh của DN mình lên môi trường tự nhiên ở các mức độ khác nhau. Ví dụ: DN có thể theo đuổi CLKDTTMT qua tạo ra các chính sách về môi trường, phát triển chương trình đào tạo về môi trường chính thống hoặc thường xuyên tiến hành kiểm toán về môi trường (Delmas, 2000). Mặt khác, có những DN lại khẳng định CLKDTTMT của mình qua sở hữu các chứng nhận về quản lý môi trường như ISO 14001 (Toffel, 2000). Các nhà quản lý cũng có thể truyền đạt tầm quan trọng của CLKDTTMT qua việc đưa các yếu tố về môi trường trở thành các yếu tố trong đánh giá hiệu suất của nhân viên (Nelson, 2002). Một trong những khái niệm về CLKDTTMT được sử dụng rộng rãi nhất là khái niệm đưa ra bởi Das và các cộng sự. Theo đó, "*CLKDTTMT đại diện cho một chiến lược của DN hướng tới cả kết quả kinh doanh và môi trường tự nhiên bền vững*" (Das et al., 2019). Một công ty theo đuổi CLKDTTMT sẽ đặt nỗ lực hạn chế ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường từ việc sản xuất và sử dụng sản phẩm hoặc các dịch vụ của họ để đáp ứng các yêu cầu từ các bên liên quan khác nhau như chính phủ, người tiêu dùng, cộng đồng và nhiều cá nhân và nhóm liên quan khác (Banerjee, 2001; Das et al., 2019). Bên cạnh mục tiêu trách nhiệm xã hội này, việc sử dụng CLKDTTMT phần nào cũng được chứng minh là mang lại một số lợi ích để cải thiện lợi thế cạnh tranh và hiệu suất DN. Vì thế, tăng cường áp dụng CLKDTTMT không chỉ là một phản ứng đối với yêu cầu từ các bên liên quan mà còn là động lực của công ty trong việc tăng cường lợi thế cạnh tranh và hiệu suất của họ. Theo cách tiếp cận của (Lee & Rhee, 2007), có 04 loại hình CLKDTTMT là CLKDTTMT thụ động, CLKDTTMT tập trung, CLKDTTMT cơ hội và CLKDTTMT chủ động. Trong đó, *CLKDTTMT thụ động* phản ánh mức độ đáp ứng thấp của DN cả về các lĩnh vực lựa chọn giải quyết lẫn mức độ giải quyết các vấn đề môi trường nên là loại hình chiến lược có hiệu suất môi trường thấp nhất (Kim, 2018). *CLKDTTMT tập trung* chỉ quan tâm đến giải quyết một số vấn đề môi trường nhất định đồng thời cũng chỉ giành nguồn lực và nỗ lực ở mức độ nhất định. *CLKDTTMT cơ hội* giải quyết các vấn đề môi trường cao hơn mức trung bình ở tất cả các lĩnh vực DN lựa chọn giải quyết các vấn đề môi trường. Cuối cùng, *CLKDTTMT chủ động* là chiến lược tìm kiếm lợi thế cạnh tranh và vị thế dẫn đạo thị trường qua khởi xướng các hoạt động quản lý môi trường chặt chẽ nhằm giảm thiểu chi phí và tăng cường cơ hội từ "xanh hoá" hoạt động. DN có thể tăng hiệu suất tài chính, môi trường và hiệu suất DN khi áp dụng CLKDTTMT chủ động (Ateş et al., 2012; Liu et al., 2015; Ryszko, 2016).

2.2. Lý thuyết về thể chế

Học thuyết thể chế giải quyết câu hỏi trung tâm là tại sao tất cả các tổ chức trong cùng một lĩnh vực lại có xu hướng nhìn nhận và ứng xử tương đồng nhau (DiMaggio and Powell, 1983). Các thể chế được xác định là "các cấu trúc và hoạt động mang tính qui định, tiêu chuẩn và nhận thức tạo nên tính ổn định và ý nghĩa cho các hành vi xã hội" (Scott, 1995). Ví dụ của các thể chế bao gồm các luật lệ, qui định, các chuẩn mực xã hội và ngành, văn hóa, và đạo đức. Trong lĩnh vực quản trị môi trường, người ta đã chứng minh rằng các thể chế có mức ảnh hưởng hạn chế đến các tổ chức, được gọi là "isomorphism" -

tính đồng hình, buộc các tổ chức trong cùng một khu vực địa lý (hoặc thậm chí trong bối cảnh phi vật chất như cùng một phân khúc thị trường, cùng một nhánh công nghiệp...) giống các tổ chức khác phải đối mặt với cùng một tập hợp các điều kiện hoặc cùng tác động như nhau của môi trường. Theo học thuyết này, các thể chế gây ra 03 loại áp lực đồng hình đối với các tổ chức, đó là: cưỡng chế, tiêu chuẩn và bắt chước (DiMaggio and Powell, 1983; Greenwood and Hinings, 1996). Áp lực đồng hình cưỡng chế phát sinh từ các qui tắc chính thức và không chính thức do chính quyền nhà nước đặt ra. Nhà nước là chủ thể phát sinh đồng hình cưỡng ép qua việc xây dựng và ban hành các bộ luật, qui tắc...buộc mọi doanh nghiệp phải hoạt động theo một khuôn khổ, đường lối nhất định (DiMaggio and Powell, 1983). Áp lực đồng hình tiêu chuẩn đề cập đến các thực hành và tiêu chuẩn chuyên nghiệp được xây dựng thông qua các phương pháp giáo dục và đào tạo, mạng lưới chuyên ngành và sự dịch chuyển lao động giữa các DN (DiMaggio, 1988; Garud et al., 2007).

Bảng 1. Ba trụ cột thể chế

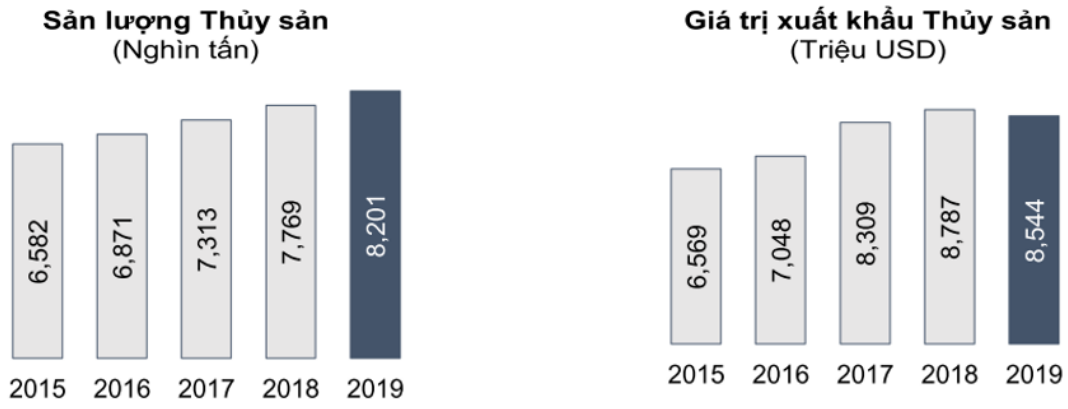
	Qui định pháp luật	**Qui chuẩn xã hội**	**Văn hóa nhận thức**
Cơ sở tuân thủ	Kinh nghiệm	Trách nhiệm xã hội	Sự công nhận; sự hiểu biết
Cơ sở trật tự	Các qui tắc	Kỳ vọng	Cấu thành
Cơ chế	*Ép buộc*	*Tiêu chuẩn*	*Bắt chước*
Các tiêu chí	Qui tắc, luật pháp, qui định	Chứng nhận, công nhận	Logic hành động
Đối tượng ảnh hưởng	Đối tượng có tội/ vô tội	Danh dự	Sự chắc chắn
Cơ sở tính hợp pháp	Xử phạt hợp pháp	Đạo đức	Có thể hiểu được, có thể nhận ra được, hỗ trợ văn hóa

Nguồn: Scott (2008)

Áp lực đồng hình bắt chước bắt nguồn từ sự hạn chế trong kỹ năng quản lý, hoạt động của DN và đòi hỏi DN phải bắt chước sự thay đổi của các DN khác đã mang lại hiệu quả. Tất cả những áp lực này gây ra các hành vi đồng hình trong tổ chức nhằm đạt được tính hợp phát từ các các thể chế bên ngoài. Tương ứng với 3 áp lực đồng hình là 3 trụ cột về thể chế, đó là: (1) Qui định pháp luật; (2) Qui chuẩn xã hội; và (3) Văn hóa nhận thức - là cốt lõi của bất kỳ cấu trúc về thể chế nào. Bên cạnh đó, Scott (2008) cũng chỉ ra rằng những trụ cột về thể chế còn có vai trò tạo ra và hỗ trợ các thể chế khác, đồng thời định hướng các qui định, tiêu chuẩn chung của xã hội (Bảng 1).

3. Khái quát xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại

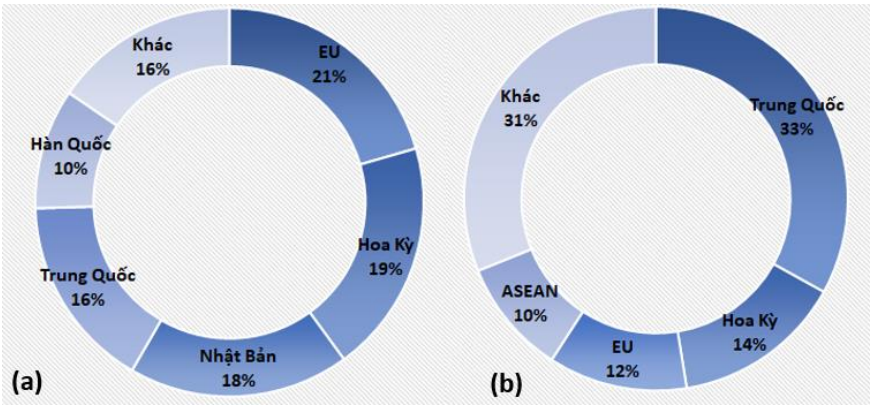
Thủy sản luôn nằm trong TOP 10 lĩnh vực có kim ngạch xuất khẩu cao nhất của Việt Nam với sản lượng nuôi trồng và khai thác không ngừng tăng trong những năm trở lại đây (Hình 1). Giá trị xuất khẩu năm 2019 (hơn 8,5 tỉ USD) giảm nhẹ so với 2018 (gần 8,8 tỉ USD) do những diễn biến phức tạp của thị trường thế giới, đặc biệt do xu hướng bảo hộ tiếp tục gia tăng trong bối cảnh cuộc xung đột thương mại do Mỹ phát động.



Hình 1. Sản lượng và giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam một số năm qua

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ tổng cục thống kê, Tổng cục Hải quan

Tôm và cá tra là 02 mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính của Việt Nam khi chiếm tương ứng 39,2% và 23,4% tổng kim ngạch thủy sản xuất khẩu trong năm 2019. Nếu EU, Hoa Kỳ và Nhật Bản là 03 thị trường chính trong xuất khẩu tôm thì Trung Quốc, Hoa Kỳ và EU là 03 thị trường chính trong xuất khẩu cá tra (Hình 2).



Hình 2. Các thị trường xuất khẩu (a) tôm và (b) cá tra của Việt Nam năm 2019

Nguồn: VietData, 2020

Tuy nhiên ở các thị trường chính này xuất khẩu thủy sản Việt Nam đang đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức khi chưa có những dấu hiệu phục hồi rõ ràng nào về xuất khẩu cá tra thị tại thị trường Mỹ và xuất khẩu tôm tại thị trường EU, trong khi đầu năm 2020 dịch bệnh COVID-19 xuất hiện khá bất ngờ làm gián đoạn xuất khẩu Việt Nam - Trung Quốc. Với Hiệp định EVFTA dự kiến có hiệu lực vào tháng 7 năm 2020 có thể tạo kỳ vọng cho xuất khẩu tôm Việt Nam sang thị trường EU khi tôm Việt Nam có lợi thế rõ rệt so với các nước sản xuất khác. Ngoài ra, xuất khẩu cá tra sang thị trường Hoa Kỳ dự kiến tốt hơn vào năm 2020 với mức thuế CBPG giai đoạn POR15 sẽ về 0% như kết quả sơ bộ mà Bộ Thương mại Mỹ (DOC) thông báo ngày 11/10/2019 (VietData, 2020).

Về cơ bản, trong bối cảnh bảo hộ thương mại gia tăng, xuất khẩu thủy sản Việt Nam hiện đối mặt với các thách thức sau khi xuất khẩu sang các quốc gia thuộc CPTTP và EVFTA:

- *Nguồn nguyên liệu không ổn định, giá thành sản xuất cao:* Hiện đầu vào sản xuất nguyên liệu như: thức ăn, con giống, hóa chất, kháng sinh đều phụ thuộc phần lớn vào các nguồn cung nước ngoài, các cơ quan quản lý chưa hoặc không kiểm soát được, dẫn đến dịch bệnh, chất lượng còn thấp. Chi phí sản xuất cao hơn so với các nước khác khiến cho giá thành sản phẩm và giá XK cao, làm giảm khả năng cạnh tranh.

- *Quy tắc xuất xứ:* Chỉ những sản phẩm đáp ứng các quy tắc xuất xứ của một FTA mới có thể hưởng các mức thuế suất ưu đãi của FTA đó. Thực tế hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam mới tận dụng được 30% ưu đãi từ FTAs. Ví dụ điển hình: Đối với EVFTA - Hàng thủy sản (HS 03 và 16): tiêu chí xuất xứ thuần túy cho hàng thủy sản là "sinh ra hoặc lớn lên" (born or raised) có định nghĩa cụ thể; Xuất xứ thuần túy cho mặt hàng cụ thể Chương 03, Chương 16 có nguyên liệu từ Chương 03 và 16 (linh hoạt cho mặt hàng mực và bạch tuộc chế biến của Việt Nam được phép cộng gộp mở rộng với các nước ASEAN là đối tác ký FTA với EU).

- *Rào cản kỹ thuật và bảo hộ thương mại:* Những rào cản điển hình là thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp, các quy định kiểm tra hóa chất, kháng sinh hay chương trình thanh tra riêng biệt, quy tắc xuất xứ, IUU, các biện pháp SPS - TBT, môi trường, trách nhiệm xã hội, lao động trong CPTPP/FTAs đặt ra những thách thức không nhỏ đối với ngành thủy sản.

- *Chịu cạnh tranh mạnh mẽ:* Hiện nay, với những ưu đãi về thuế NK nguyên liệu, một số nước đối thủ cạnh canh như: Trung Quốc hay Thái Lan hay các nguồn cung lớn khác như: Bangladesh, Indonesia, Ấn Độ... đang khiến DN thủy sản Việt Nam khó cạnh tranh để có được thị phần tốt hơn.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Thu thập dữ liệu

Bài nghiên cứu sử dụng cả dữ liệu sơ cấp và thứ cấp. Dữ liệu thứ cấp được thu thập qua tổng hợp và sàng lọc các tài liệu liên quan các tiêu chí của 3 trụ cột thể chế - qui định pháp luật, qui chuẩn xã hội, và văn hóa nhận thức - đối với xuất khẩu ngành hàng thủy sản Việt Nam trên 02 thị trường Mỹ và EU để làm rõ các áp lực thể chế; đồng thời sử dụng các nghiên cứu trước về CLKDTTMT của các DN chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

Ngoài ra, bài nghiên cứu còn sử dụng thêm dữ liệu sơ cấp qua tiến hành phỏng vấn các nhà quản lý của các DN chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam. Phỏng vấn được chọn làm phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp vì tiềm năng tạo ra những dữ liệu phong phú, thích hợp cho nghiên cứu khám phá và phát triển quan điểm toàn diện (Kvale, 1996) như nghiên cứu dạng này. Phỏng vấn được tiến hành từ tháng 11/2018 đến tháng 4/2019 đối với các DN chế biến thủy sản xuất khẩu thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long và phía Bắc Việt Nam. Với sự giới thiệu của các cán bộ thuộc 07 Sở Công Thương của 07 tỉnh/thành là Cần Thơ, Tiền Giang, Hậu Giang, An Giang, Đồng Tháp, Quảng Ninh và Hải Phòng, tác giả đã lọc được danh sách các DN chế biến thủy sản đang áp dụng CLKDTTMT. Sau 06 tháng liên lạc qua email và điện thoại, nhờ sự giúp đỡ của các cán bộ Bộ Công Thương, 44 nhà lãnh đạo đến từ 28 DN chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam (Phụ lục) đã đồng ý tham gia phỏng vấn. Các cuộc phỏng vấn được ghi âm và kéo dài

khoảng 1 tiếng đồng hồ nhằm làm rõ các áp lực thể chế mà các DN này phải đối mặt khi xuất khẩu thủy sản cũng như tác động của những áp lực thể chế đó đến việc lựa chọn theo đuổi CLKDTTMT của DN.

4.2. Xử lý dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp sau khi thu thập được tổng hợp, phân tích nhằm sàng lọc các loại áp lực thể chế mà các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu Việt Nam hiện phải đối mặt. Tác giả làm bảng phân tích, tổng hợp và sàng lọc dựa trên 03 loại áp lực đồng hình, đó là: áp lực cưỡng chế, áp lực tiêu chuẩn và áp lực bắt chước (DiMaggio and Powell, 1983; Greenwood and Hinings, 1996). Đối với dữ liệu sơ cấp, tất cả các cuộc phỏng vấn đều được ghi âm lại và xử lý thông qua phân tích nội dung gồm 2 bước riêng biệt. Bước đầu tiên (mã hóa) được bắt đầu bằng việc xác định các khái niệm sơ bộ về 03 loại áp lực đồng hình thể chế. Bước thứ hai phân loại các tiêu chí xác định các loại áp lực thể chế này (Bảng 1)và tìm kiếm các liên kết giữa các danh mục để xác định rõ các loại áp lực thể chế mà các DN được điều tra đang phải đối mặt. Phần mềm NVivo 10.0.638 (QSR International, Úc) được sử dụng để hỗ trợ mã hóa văn bản theo chủ đề được phân cấp.

5. Kết quả nghiên cứu

Trên cơ sở thông tin về các văn bản thuộc các áp lực thể chế được thu thập, phỏng vấn sâu giúp làm rõ hơn ảnh hưởng của các áp lực thể chế này. Thống kê nhận định từ phỏng vấn sâu cho thấy tác động của các áp lực thể chế trong và ngoài nước đến quyết định theo đuổi CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam như trong Bảng 2.

Bảng 2. Sự thúc đẩy DN theo đuổi CLKDTTMT từ các áp lực thể chế

Các loại áp lực thể chế		Tần suất
Áp lực thể chế từ trong nước	Các chính sách, qui định ép buộc	10
	Các tiêu chuẩn	9
	Bắt chước	24
Áp lực thể chế từ nước ngoài	Các chính sách, qui định ép buộc	32
	Các tiêu chuẩn	32
	Bắt chước	8

Nguồn: tổng hợp qua phỏng vấn

Kết quả phỏng vấn này cho thấy các áp lực thể chế từ nước ngoài có tác động mạnh mẽ hơn đến việc chuyển hướng sang CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam so với các áp lực thể chế trong nước. Ngoài ra, kết hợp với kết quả nghiên cứu trước của (Đỗ Thị Bình, 2020) về mức độ chủ động trong theo đuổi CLKDTTMT của các doanh nghiệp thuỷ sản Việt Nam (33% DN theo đuổi CLKDTTMT thụ động, 30% DN theo đuổi CLKDTTMT cơ hội, 24% DN theo đuổi CLKDMT tập trung và 13% DN theo đuổi CLKDTTMT chủ động), phỏng vấn cho thấy: các DN càng chủ động với CLKDTTMT càng bị sức ép của áp lực văn hoá nhận thức và qui chuẩn xã hội so với áp lực từ thể chế qui định pháp luật.

5.1. Áp lực từ trụ cột thể chế qui định pháp luật

Trụ cột thể chế "qui định pháp luật" ứng với áp lực đồng hình cưỡng chế, thường là các thể chế về qui định, điều lệ mang tính chất bắt buộc và mang tính cưỡng chế cao nhất trong các áp lực thể chế. Cùng là trụ cột thể chế "qui định pháp luật" nhưng chỉ có 10/44 các nhà quản lý được phỏng vấn cho rằng các chính sách, qui định ép buộc từ trong nước thúc đẩy doanh nghiệp họ chuyển hướng sang CLKDTTMT. Trong khi đó, 32/44 nhà quản lý cho rằng chính các chính sách, qui định ép buộc từ các thị trường nước ngoài khiến họ phải điều chỉnh, chuyển dần CLKD của mình sang CLKDTTMT để đáp ứng được các qui định pháp luật, và do đó mới có thể xuất khẩu thủy sản vào thị trường nước ngoài.

"*...Đối với xuất khẩu tôm và các loại hải sản khác, đáp ứng các qui định về an toàn thực phẩm theo yêu cầu của thị trường nước ngoài là quan trọng nhất. Để vào được các thị trường khó tính chúng tôi bắt buộc phải chuyển đổi CLKD sang hướng thân thiện với môi trường nhằm đáp ứng yêu cầu của các thị trường này* - 5A".

"Có rất nhiều vấn đề liên quan đến các biện pháp phi thuế quan trong CPTPP và EVFTA như hàng rào kỹ thuật trong thương mại, biện pháp an toàn thực phẩm, phòng vệ thương mại, sở hữu trí tuệ... Trong đó, đáp ứng các yêu cầu về môi trường hiện rất đáng quan tâm đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản như chúng tôi. Qui định về môi trường là hàng rào phi thuế quan trong bối cảnh bảo hộ thương mại khiến chúng tôi phải thay đổi CLKD của mình sang hướng thân thiện với môi trường - 9A*".*

"Trong nước cũng có nhiều qui định, điều lệ khuyến khích hoặc bắt buộc các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp ngành thủy sản nói riêng hướng tới CLKDTTMT như Thông tư 128 /2016/TT-BTC quy định miễn, giảm thuế xuất khẩu đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường. Tuy nhiên những ưu đãi đến từ các thông tư đó chưa đủ hấp dẫn. Các qui định thì chế tài chưa cao nên thực sự không đủ khiến doanh nghiệp chúng tôi chuyển đổi định hướng CLKD. Chính các qui định, luật lệ từ thị trường các quốc gia nhập khẩu mới khiến chúng tôi quyết định chuyển hướng CLKD của mình sang hướng thân thiện với môi trường - 23B*".*

Kết quả phỏng vấn này phù hợp với nghiên cứu của nhiều tác giả nước ngoài khi khẳng định sự ảnh hưởng lớn của các qui định pháp luật đến các hoạt động môi trường của DN (Alan & Alain, 1998; Delmas & Toffel, 2004). Nghiên cứu cũng khẳng định áp lực từ các thể chế qui định pháp luật của nước ngoài đến các DN xuất khẩu lớn hơn nhiều so với áp lực thể chế qui định trong nước. Điều này thể hiện sự phụ thuộc của các DN xuất khẩu từ các quốc gia đang phát triển vào thị trường nước ngoài.

Thực tế sàng lọc các văn bản thuộc trụ cột thể chế qui định pháp luật cũng cho thấy số lượng thông tư, nghị định, qui định... trong nước có thể khiến các DN thủy sản chuyển hướng sang CLKDTTMT cũng ít hơn số lượng các qui định bắt buộc về môi trường trên các thị trường nước ngoài. Các qui định, luật lệ, chính sách... này thường chia thành 2 loại: chính sách mang tính cưỡng chế và chính sách mang tính khuyến khích, hỗ trợ. Tại Việt Nam, chính sách mang tính cưỡng chế DN hoạt động đảm bảo môi trường còn rất hạn chế như Luật Bảo vệ môi trường năm 2014, và Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14/2/2015 của Chính Phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Bảo vệ môi trường. Các chính sách khuyến khích DN hoạt động theo hướng xanh ở Việt Nam nhiều hơn so với các

chính sách cưỡng chế. Điển hình là: Quyết định số 432/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011-2020; Quyết định số 76/QĐ-TTg ngày 11/1/2016 phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến 2020, tầm nhìn đến 2030; Thông tư 128 /2016/TT-BTC quy định miễn, giảm thuế xuất khẩu đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường; Thông tư 23/2015/TT-BNNPTNT về Quản lý sản phẩm xử lý, cải tạo môi trường dùng trong chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản do Bộ NN&PTNT... Tuy nhiên hiệu lực của các chính sách khuyến khích này còn kém, chưa đủ sức "đẩy" các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam theo đuổi CLKDTTMT. Ngược lại, các qui định, ràng buộc từ các thị trường nước ngoài về đảm bảo yếu tố môi trường trong nuôi trồng, chế biến sản phẩm thủy sản ngày càng tăng và có hiệu lực mạnh mẽ. Điển hình các áp lực từ trụ cột thể chế qui định pháp luật tại thị trường Hoa Kỳ là: Luật thực phẩm; Đạo luật chống khủng bố sinh học; Luật nhãn hiệu hàng hóa; Các yêu cầu về dán nhãn hàng hóa; Quy định về phụ gia thực phẩm; Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm; Luật hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm; Quy định về Chương trình Giám sát thuỷ sản nhập khẩu vào Mỹ (SIMP)... Các áp lực từ trụ cột thể chế qui định pháp luật tại thị trường EU là: Luật vệ sinh an toàn thực phẩm; Tiêu chuẩn REACH về dư lượng hoá chất trong ngành thủy sản; Chứng nhận khai thác IUU (hoạt động đánh bắt bất hợp pháp, không được báo cáo và không kiểm soát); Luật nhãn hiệu; Hệ thống quản lý và kiểm soát sinh thái EMAS... Những qui định này tạo lên tác động không nhỏ đến việc chuyển hướng CLKD sang CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Ngoài ra, trong số 33% DN theo đuổi CLKDTTMT thụ động, 30% DN theo đuổi CLKDTTMT cơ hội, 24% DN theo đuổi CLKDMT tập trung và 13% DN theo đuổi CLKDTTMT chủ động của mẫu nghiên cứu (cùng mẫu với nghiên cứu về mức độ chủ động theo theo đuổi CLKDTTMT của Đỗ Thị Bình, (2020b)), các DN với CLKDTTMT thụ động thể hiện là những DN bị áp lực lớn nhất từ trụ cột thể chế qui định pháp luật, sau đó đến các DN với CLKDTTMT tập trung. Các DN với CLKDTTMT chủ động là những DN không bị tác động nhiều bởi áp lực qui định pháp luật bởi họ luôn đảm bảo các hoạt động quan tâm đến môi trường của mình vượt trên những gì pháp luật qui định:

"*Doanh nghiệp chúng tôi luôn đáp ứng về đi trước mọi qui định về vấn đề môi trường để đảm bảo khác biệt hoá trên thị trường xuất khẩu - 20A*".

"*Chúng tôi cố gắng cập nhật những thay đổi trong qui định pháp luật gắn với yếu tố môi trường để đáp ứng, đảm bảo hàng được xuất khẩu - 1B*".

5.2. Áp lực từ trụ cột thể chế qui chuẩn xã hội

Trụ cột thể chế "qui chuẩn xã hội" ứng với áp lực đồng hình tiêu chuẩn, liên quan đến việc tích hợp các qui tắc mới và các thực hành hợp pháp của tổ chức. Các qui tắc mới này xuất phát từ trách nhiệm xã hội, kỳ vọng, danh dự và đạo đức của tổ chức để tổ chức được công nhận qua các tiêu chuẩn bền vững. Kết quả phỏng vấn cho thấy, 32/44 nhà quản lý cho rằng áp lực thể chế từ các tiêu chuẩn nước ngoài tạo nên sức ép lớn đến việc chuyển hướng sang CLKDTTMT; chỉ có 9/44 nhà quản lý được phỏng vấn nhận thấy tác động của các tiêu chuẩn trong nước đến lựa chọn CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Như vậy, tương tự như tác động của trụ cột thể chế qui định pháp luật, các nhà quản lý DN thủy sản xuất khẩu chịu sức ép chuyển đổi sang CLKDTTMT từ các áp lực thể chế

qui chuẩn xã hội nước ngoài cao hơn trong nước. Điều này lần nữa khẳng định sự phụ thuộc thị trường nước ngoài trong xuất khẩu của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

Qua thu thập dữ liệu thứ cấp cho thấy: hiện chỉ có 03 tiêu chuẩn trong nước có thể tác động đến chuyển đổi sang CLKDTTMT của các DN thủy sản là Chứng nhận thực hành nuôi trồng thủy sản tốt - VietGAP; các quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Hóa chất, chế phẩm sinh học xử lý môi trường nuôi trồng thủy sản, cơ sở nuôi trồng thủy sản thương phẩm, cơ sở sản xuất giống thủy sản, cơ sở sản xuất kinh doanh thủy sản (QCVN 01, 02/BNNPTNT), và Tiêu chuẩn quốc gia về hệ thống quản lý môi trường TCVN ISO 14001:2015. Tuy nhiên, các hệ thống chứng nhận trong nuôi trồng, chế biến thủy sản trên các thị trường nước ngoài lớn hơn nhiều và không ngừng tăng lên như là những rào cản phi thuế quan của các quốc gia phát triển trong bối cảnh bảo hộ thương mại gia tăng. Từ tổng hợp dữ liệu thứ cấp, hiện có khoảng 12 hệ thống chứng nhận trong nuôi trồng, chế biến thủy sản được áp dụng tại Việt Nam. Các hệ thống chứng nhận cơ bản giống nhau 60 - 70% và do những ưu tiên riêng của từng hệ thống mà có thêm điểm khác biệt. Điển hình như bộ tiêu chuẩn GlobalGAP, ASC, FOS, BAP/ACC... Đặc điểm chung của các tiêu chuẩn là tập trung vào đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh, an toàn môi trường, an toàn xã hội và truy xuất được nguồn gốc sản phẩm. Phỏng vấn trực tiếp các nhà quản lý cho thấy bên cạnh các hệ thống chứng nhận chung trong nuôi trồng thủy sản như trên, sự ra đời các tiêu chuẩn hữu cơ/sinh thái gần đây của các thị trường nước ngoài nhạy cảm càng làm tăng sức ép chuyển hướng sang CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

"... Doanh nghiệp tôi chủ yếu xuất khẩu tôm vào thị trường EU, đặc biệt là Đức. Tiêu chuẩn Naturland do Hiệp hội Naturland Đức yêu cầu: thủy sản nuôi dưới tán rừng phải trồng lại 50% rừng trong thời gian tối đa là 5 năm; 50% diện tích đê bao phải phủ thực vật với mật độ tối đa 15 con/m2 và không cho phép các hoạt động làm tổn hại tới rừng ngập mặn. Điều này buộc chúng tôi phải chuyển đổi sang CLKDTTMT - 1B".

"Xu hướng gia tăng bảo hộ thương mại cùng với xu hướng tiêu dùng xanh ở các thị trường phát triển như EU khiến doanh nghiệp chúng tôi định hướng CLKD theo hướng thân thiện môi trường từ sớm. Định hướng này bắt đầu bằng việc tuân thủ các tiêu chuẩn hữu cơ trên các thị trường chính như tiêu chuẩn hữu cơ Mỹ - USDANOP, tiêu chuẩn SELVA cho sản phẩm tiêu thụ ở thị trường Thụy Sỹ... - 16A".

"Theo yêu cầu của các nhà mua hàng quốc tế, sản phẩm thủy sản xuất khẩu của chúng tôi phải được chứng nhận qua các chứng chỉ như GAP, GlobalGAP, FOS, ASC, NATURALLAND... tùy theo từng thị trường xuất khẩu. Điều này khiến chúng tôi quyết định chuyển sang CLKD xanh nhằm tiếp cận tốt hơn với các thị trường lớn... - 28A."

Kết quả tổng hợp từ phỏng vấn và dữ liệu thứ cấp khẳng định tác động lớn của trụ cột thể chế qui chuẩn thể hiện qua các chứng nhận, tiêu chuẩn về môi trường đến việc chuyển hướng sang CLKDTTMT của các DN thủy sản xuất khẩu Việt Nam. Trong đó, áp lực từ các tiêu chuẩn quốc tế lớn hơn so với áp lực từ các tiêu chuẩn trong nước.

Ngoài ra, phỏng vấn cũng cho thấy áp lực từ trụ cột thể chế qui chuẩn đến mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các DN thuỷ sản Việt Nam ngược lại với áp lực từ trụ cột qui định pháp luật. Nói cách khác, các DN theo đuổi CLKDTTMT thụ động ít bị tác

động bởi áp lực từ trụ cột thể chế qui chuẩn, sau đó đến các DN với CLKDTTMT tập trung. Các DN với CLKDTTMT chủ động là những DN bị tác động nhiều nhất bởi áp lực qui chuẩn do họ luôn cố gắng đảm bảo tiêu chuẩn về môi trường trên từng thị trường xuất khẩu của họ.

"...Đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường trên từng thị trường xuất khẩu là mục tiêu của chúng tôi trong thời gian vừa qua - 20A".

"...Chúng tôi mới chỉ cố gắng đáp ứng các qui định pháp luật về môi trường chứ chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn về môi trường trên thị trường xuất khẩu - 8B".

5.3. Áp lực từ trụ cột thể chế văn hóa nhận thức

Trụ cột thể chế "văn hóa nhận thức" ứng với áp lực đồng hình bắt chước. Áp lực này xảy ra khi DN nhận thức được thành công của các đối thủ cạnh tranh khi triển khai một loại hình CLKD hoặc chương trình nào đó và DN bắt chước CLKD/ chương trình đó giống đối thủ cạnh tranh với mong muốn đạt được thành công như đối thủ cạnh tranh. Không giống tác động của áp lực từ trụ cột thể chế "qui định pháp luật" và "qui chuẩn xã hội" khi các áp lực thể chế từ nước ngoài cao hơn hẳn trong nước, tác động của áp lực thể chế "văn hóa nhận thức" trong nước lại cao hơn các áp lực nước ngoài. Kết quả phỏng vấn cho thấy 24/44 nhà quản lý cho rằng một trong những nguyên nhân thúc đẩy DN họ theo đuổi CLKDTTMT là do họ bắt chước cách làm của các đối thủ cạnh tranh trong ngành thủy sản nước nhà. Chỉ có 8/44 nhà quản lý được phỏng vấn cho rằng việc họ ứng dụng CLKDTTMT là do học tập các DN nước ngoài thành công trong xuất khẩu thủy sản trên các thị trường trọng điểm.

"Những tập đoàn lớn như Minh Phú sớm chuyển sang CLKDTTMT qua tích hợp chuỗi giá trị bền vững và đạt được kết quả cao khi xuất khẩu tôm sang các thị trường lớn như Mỹ và EU. Minh Phú là anh cả lớn trong ngành để chúng tôi học tập. Do đó, chúng tôi cũng đang dần chuyển hướng sang CLKDTTMT - 3A".

"Về cơ bản sự chuyển mình của các doanh nghiệp đạt thành công trên thị trường nước ngoài sẽ tạo thành xu hướng cho các doanh nghiệp còn lại. Chúng tôi cũng theo xu hướng đó, nhìn những thành công của các doanh nghiệp tập trung vào xuất khẩu tôm sinh thái để chuyển sang chiến lược xanh. Và chúng tôi tin hướng đi của doanh nghiệp mình là đúng đắn - 5A".

"Là doanh nghiệp trẻ trong ngành, chúng tôi bị hạn chế và vốn và kỹ thuật. Đi theo sau học hỏi các doanh nghiệp đi trước là phương châm của chúng tôi. Trong thời gian tới, khi xu hướng bảo hộ gia tăng trên các thị trường trọng điểm, chúng tôi bắt buộc phải chuyển hướng sang CLKDTTMT như các doanh nghiệp đã thành công trong ngành - 8A".

Do sự gần gũi của các DN trong nước nên các DN thủy sản xuất khẩu học hỏi lẫn nhau tạo nên tác động của thể chế "văn hóa nhận thức" đến quyết định theo đuổi CLKDTTMT của các DN thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

Ngoài ra, phỏng vấn cho thấy các DN càng chủ động trong CLKDTTMT càng bị ảnh hưởng của áp lực trụ cột văn hoá nhận thức: "*Chúng tôi luôn cố gắng theo đuổi những điển hình thành công trong xuất khẩu thuỷ sản của các doanh nghiệp nước ngoài - 20A*".

6. Kết luận và các hàm ý, kiến nghị

Bức tranh khám phá tác động của áp lực thể chế đến lựa chọn chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường của các DN thủy sản Việt Nam bước đầu được hiện diện qua tổng hợp kết quả từ dữ liệu thứ cấp và kết quả phỏng vấn như phần 5 đã đưa ra. Qua đó ta có thể rút ra 04 kết luận:

Một là, cả 03 trụ cột thể chế - qui định pháp luật, qui chuẩn xã hội và văn hóa nhận thức - tương ứng với 03 áp lực đồng hình là "qui định cưỡng chế", "tiêu chuẩn" và "bắt chước" đều là những áp lực thúc đẩy các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam chuyển hướng sang CLKDTTMT. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với kết luận của một số nghiên cứu nước ngoài như các nghiên cứu của Delmas, Magali A; Toffel, (2010); Glover et al. (2014); Menguc et al., (2010)...

Hai là, đối với áp lực thể chế "qui định cưỡng chế" và "tiêu chuẩn", các nhà quản lý của các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam cho rằng sự chuyển hướng sang CLKDTTMT của DN họ bị chi phối bởi các qui định cũng như các đòi hỏi về chứng nhận tiêu chuẩn trên các thị trường nước ngoài hơn là các qui định và các tiêu chuẩn trong nước. Kết luận nghiên cứu này khác so với các nghiên cứu trước (Delmas, Magali A; Toffel, 2010; Glover et al., 2014) tại thị trường quốc gia phát triển. Điều này, một mặt thể hiện sự phụ thuộc lớn của các DN Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam nói riêng vào các thị trường nước ngoài, mặt khác thể hiện tính "cưỡng chế" yếu hoặc tính khuyến khích không cao của các qui định và tiêu chuẩn về môi trường trong nước.

Ba là, đối với thể chế "bắt chước", các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam có xu hướng bắt chước sự thành công của các DN cùng ngành trong nước hơn là các DN nước ngoài trong chuyển đổi CLKD sang hướng thân thiện với môi trường. Điều này cho thấy để hướng các DN thủy sản Việt Nam phát triển theo hướng bền vững, tăng cường năng lực cạnh tranh trên thị trường nước ngoài, biện pháp tối ưu là hỗ trợ để một số DN tiên phong thành công với CLKDTTMT. Các DN này sau đó sẽ trở thành những hình mẫu đối với các DN xuất khẩu thủy sản khác.

Bốn là, ảnh hưởng của các trụ cột thể chế có sự khác nhau trong mức độ chủ động theo đuổi CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam. Các DN thuỷ sản càng chủ động trong theo đuổi CLKDTTMT càng bị ảnh hưởng bởi áp lực bắt chước và tiêu chuẩn hơn áp lực qui định pháp luật. Ngược lại các DN càng bị động trong theo đuổi CLKDTTMT càng bị áp lực lớn bởi các qui định pháp luật. Kết quả nghiên cứu này khá tương đồng với các nghiên cứu quốc tế (Ko & Liu, 2017).

Quá trình hội nhập quốc tế, đặc biệt là với CPTPP đã có hiệu lực và EVFTA vừa ký kết, thủy sản Việt Nam được đánh giá là một trong những ngành được hưởng lợi khá lớn khi đạt được những cam kết về cắt giảm thuế suất sâu nhất từ trước đến nay. Bên cạnh những cơ hội từ quá trình hội nhập quốc tế, các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam lại phải đối mặt với những thách thức về sự bảo hộ gia tăng từ các hàng rào phi thuế quan, trong đó có hàng rào môi trường, sinh thái từ các quốc gia nhập khẩu. Để có thể tận dụng các cơ hội từ quá trình hội nhập quốc tế, dưới sức ép của các áp lực thể, đặc biệt là các áp lực thể chế nước ngoài, một số DN thủy sản xuất khẩu đã chuyển hướng sang CLKDTTMT để vượt qua các rào cản bảo hộ phi thuế quan. Tuy nhiên, theo nghiên cứu của Đỗ Thị Bình (2020), hiện mới chỉ có 14%

doanh nghiệp thủy sản, dưới sức ép mạnh mẽ của các qui định và tiêu chuẩn nước ngoài, theo đuổi CLKDTTMT chủ động. Hơn nữa, theo kết quả nghiên cứu này: các DN thuỷ sản theo đuổi CLKDTTMT lại là những DN bị áp lực lớn từ văn hoá nhận thức và tiêu chuẩn chứ không phải từ áp lực qui định pháp luật; ngược lại các DN theo đuổi CLKDTTMT thụ động lại rất ảnh hưởng bởi áp lực qui định pháp luật. Kết luận của nghiên cứu về mức độ chủ động trong theo đuổi CLKDTTMT của các DN xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam của (Đỗ Thị Bình, 2020b) cùng với kết luận của nghiên cứu này, càng khẳng định tính cưỡng chế yếu, tính khuyến khích không đủ của các trụ cột thể chế trong nước về qui định pháp luật và qui chuẩn xã hội gắn với yếu tố môi trường. Điều này đặt ra hàm ý, kiến nghị với các nhà hoạch định chính sách cần xem xét, điều chỉnh lại để các luật, nghị định về môi trường có hiệu lực cao hơn đối với các DN; đồng thời bổ sung thêm các chính sách hỗ trợ và khuyến khích hơn đối với các DN theo đuổi CLKDTTMT. Chỉ khi các qui định pháp luật và qui chuẩn xã hội gắn với yếu tố môi trường trong nước đủ mạnh, đủ gây sức ép lớn hơn đến các DN thì CLKDTTMT mới được các DN thủy sản Việt Nam coi trọng hơn. Hơn nữa, các DN xuất khẩu thủy sản Việt Nam có xu hướng bắt chước sự thành công của các DN cùng ngành nên những chính sách hỗ trợ DN tiên phong thành công với CLKDTTMT là cần thiết nhằm tạo nên những điển hình tiêu biểu, tạo làn sóng "bắt chước" đối với các DN xuất khẩu thủy sản khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alan, M. R., & Alain, V. (1998). Corporate strategies and environmental regulations: An organizing framework. *Strategic Management Journal*, *19*(4), 363. http://proquest.umi.com/pqdweb?did=28987725&Fmt=7&clientId=4574&RQT=309&VName=PQD%5Cnpapers3://publication/uuid/DF82B3C1-C405-494E-B4F2-54C604073D50
2. Aragon, J. (1998). Strategic Proactivity and Firm Approach to the Natural Environment. *Academy of Management Journal*, *41*(5), 556-567. https://doi.org/10.5465/256942
3. Banerjee, S. B. (2001). Environmentalism : Interpretations From Industry and. *Journal of Management Studies*, *38*(4), 489-515. https://doi.org/10.1111/1467-6486.00246
4. Báo cáo thường niên kinh tế Việt Nam 2019. (2019). In *Báo cáo thường niên kinh tế Việt Nam*.
5. Das, A. K., Biswas, S. R., Abdul Kader Jilani, M. M., & Uddin, M. A. (2019). Corporate Environmental Strategy and Voluntary Environmental Behavior—Mediating Effect of Psychological Green Climate. *Sustainability*, *11*(11), 3123. https://doi.org/10.3390/su11113123
6. Delmas, Magali A; Toffel, M. W. (2010). *Institutional Pressures and Organizational Characteristics: Implications for Environmental Strategy*. https://doi.org/Delmas, Magali A. and Toffel, Michael W., Institutional Pressures and Organizational Characteristics: Implications for Environmental Strategy (November 18, 2010). Harvard Business School Technology & Operations Mgt. Unit Working Paper No. 11-050. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1711785 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1711785

7. Delmas, M., & Toffel, M. W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework. *Business Strategy and the Environment*, *13*(4), 209-222. https://doi.org/10.1002/bse.409
8. Do, B., Nguyen, U., Nguyen, N., & Johnson, L. W. (2019). Exploring the Proactivity Levels and Drivers of Environmental Strategies Adopted by Vietnamese Seafood Export Processing Firms: A Qualitative Approach. *Sustainability*, *11*(14), 3964. https://doi.org/10.3390/su11143964
9. Đỗ Thị Bình. (2020). Nghiên cứu mức độ chủ động trong chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam. *Tạp Chí Khoa Học Thương Mại*, *137+138*, 61-74. http://tckhtm.tmu.edu.vn/uploads/tckhtm/news/2020_01/j137-138-6.pdf
10. FAO. (2018). The State of Fisheries and Aquaculture in the world 2018. In *Fao.Org*. http://www.fao.org/state-of-fisheries-aquaculture
11. Guay, T. R. D. J. P. (2006). Corporate Social Responsibility , Public Policy , and NGO Activism in Europe and the United States : An Institutional-Stakeholder Perspective Jonathan P. *Journal of Management Studies*, *43*(1), 47-73. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00582.x
12. Gutiérrez, N. L., Valencia, S. R., Branch, T. A., Agnew, D. J., Baum, J. K., Bianchi, P. L., Cornejo-Donoso, J., Costello, C., Defeo, O., Essington, T. E., Hilborn, R., Hoggarth, D. D., Larsen, A. E., Ninnes, C., Sainsbury, K., Selden, R. L., Sistla, S., Smith, A. D. M., Stern-Pirlot, A.,... Williams, N. E. (2019). Correction: Eco-Label Conveys Reliable Information on Fish Stock Health to Seafood Consumers. *Plos One*, *14*(1), e0210844. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210844
13. Marschke, M., & Wilkings, A. (2014). Is certification a viable option for small producer fish farmers in the global south? Insights from Vietnam. *Marine Policy*, *50*, 197-206. https://doi.org/10.1016/j.marpol.2014.06.010
14. Mcewin, A., & Mcnally, R. (2014). Organic Shrimp Certification and Carbon Financing : An Assessment for the Mangroves and Markets Project in Ca Mau Province, Vietnam. In *REAP Project GiZ* (Issue May).
15. Van Thi Nguyen, A., & Wilson, N. L. W. (2009). Effects of Food Safety Standards on Seefood Exports to US, EU and japan. *Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, Atlanta, Georgia, January 31-February 3*, 1-22. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.576.2403&rep=rep1&type=pdf

PHỤ LỤC 1. CÁC QUI ĐỊNH VÀ TIÊU CHUẨN ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THỦY SẢN VIỆT NAM

Các qui định, luật lệ	Trong nước	Luật Bảo vệ môi trường ngày 23/6/2014 Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14/2/2015 của Chính Phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Bảo vệ môi trường. Nghị định số 26/2019/NĐ-CP. Trong đó, các quy định về Quản lý thức ăn thủy sản, sản phẩm xử lý môi trường NTTS được nêu chi tiết trong 07 điều (từ Điều 27 đến Điều 33) Quyết định số 432/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011-2020, Quyết định số 1393/QĐ-TTg ngày 25/9/2012 về Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh và Quyết định số 403/QĐ-TTg của Thủ tướng phê duyệt Kế hoạch hành động Quốc gia về Tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020 Quyết định số 76/QĐ-TTg ngày 11/1/2016 phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến 2020, tầm nhìn đến 2030 Quyết định số 1137/QĐ-TTg phê duyệt đề án nâng cao năng lực cạnh tranh các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2020 định hướng đến năm 2030 Thông tư 128 /2016/TT-BTC quy định miễn, giảm thuế xuất khẩu đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường; sản phẩm từ hoạt động tái chế, xử lý chất thải quy định tại Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Bảo vệ môi trường do Bộ Tài chính vừa ban hành Thông tư 23/2015/TT-BNNPTNT về Quản lý sản phẩm xử lý, cải tạo môi trường dùng trong chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản do Bộ NN&PTNT. Thông tư 04/2016/TT-BNNPTNT Quy định về phòng, chống dịch bệnh động vật thủy sản do Bộ NN&PTNT ban hành ngày 10 tháng 5 năm 2016 Thông tư 26/2016/TT-BNNPTNT Quy định về kiểm dịch động vật, sản phẩm động vật thủy sản do Bộ NN&PTNT ban hành ngày 30 tháng 6 năm 2016 Thông tư số 03/2017/TT-BNNPTNT Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về yêu cầu bảo đảm an toàn thực phẩm trong sản xuất kinh doanh thuỷ sản do Bộ NN&PTNT ban hành ngày 13 tháng 2 năm 2017. Quyết định số 1038/QĐ-BNN-TY phê duyệt "Kế hoạch Quốc gia giám sát dịch bệnh trên tôm và cá tra phục vụ xuất khẩu, giai đoạn 2017-2020" Quyết định 4088/QĐ-BNN-TY Kế hoạch giám sát chuỗi sản xuất tôm

		bảo đảm an toàn dịch bệnh phục vụ xuất khẩu do Bộ NN&PTNT ban hành ngày 7 tháng 10 năm 2017. Thông tư số 41/2013/TT-BTNMT quy định trình tự, thủ tục, chứng nhận nhãn sinh thái cho sản phẩm thân thiện với môi trường
	Quốc tế	*Mỹ:* Luật thực phẩm; Đạo luật chống khủng bố sinh học; Luật nhãn hiệu hàng hóa; Các yêu cầu về dán nhãn hàng hóa; Quy định về phụ gia thực phẩm; Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm; Luật hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm; Quy định về Chương trình Giám sát thuỷ sản nhập khẩu vào Mỹ (SIMP)... *EU:* Luật vệ sinh an toàn thực phẩm; Tiêu chuẩn REACH về dư lượng hoá chất trong ngành thủy sản; Chứng nhận khai thác IUU (hoạt động đánh bắt bất hợp pháp, không được báo cáo và không kiểm soát); Luật nhãn hiệu; Hệ thống quản lý và kiểm soát sinh thái (EMAS)
Các chứng chỉ tiêu chuẩn	Quốc tế	Chứng nhận về các thực hành tốt nhất trong nuôi trồng thủy sản toàn cầu GAA BAP) Chứng nhận của Hội đồng quản lý nuôi trồng thủy sản (ASC) đảm bảo thủy sản được nuôi có trách nhiệm, giảm thiểu tối đa tác động xấu lên môi trường, hệ sinh thái, cộng đồng dân cư và đảm bảo tốt các quy định về lao động. Chứng nhận của Hội đồng quản lý biển (MSC) đảm bảo khai thác từ ngư trường bền vững. Chứng nhận người bạn của biển cả (FOS) Chứng nhận tiêu chuẩn về nguồn cung bột cá có trách nhiệm của tổ chức dầu cá, bột cá thế giới (IFFO RS) Chứng nhận thực phẩm nông nghiệp an toàn (Global GAP) Tiêu chuẩn quốc tế về hệ thống quản lý môi trường ISO 14001:2015
	Trong nước	Chứng nhận thực hành nuôi trồng thủy sản tốt - VietGAP Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Hóa chất, chế phẩm sinh học xử lý môi trường nuôi trồng thủy sản (QCVN 02-32-1: 2019/BNNPTNT) Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về cơ sở nuôi trồng thủy sản thương phẩm - điều kiện vệ sinh thú y (QCVN 01 -80: 2011/BNNPTNT) Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về cơ sở sản xuất giống thủy sản - điều kiện đảm bảo an toàn (QCVN 02-15:2009/BNNPTNT) Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về cơ sở sản xuất, kinh doanh thủy sản giống - điều liện vệ sinh thú y (QCVN 01-81:2011/BNNPTNT) Chứng nhận hợp chuẩn thức ăn thủy sản: TCVN 9964:2014: Thức ăn hỗn hợp cho tôm sú; TCVN 10300:2014: Thức ăn hỗn hợp cho cá tra và cá rô phi; - TCVN 10301:2014: Thức ăn hỗn hợp cho cá giò và cá vược; - TCVN 10325:2014: Thức ăn hỗn hợp cho tôm thẻ chân trắng Tiêu chuẩn quốc gia về hệ thống quản lý môi trường TCVN ISO 14001:2015

PHỤ LỤC 2. DANH SÁCH CÁC DOANH NGHIỆP TIẾN HÀNH PHỎNG VẤN

STT	Tên doanh nghiệp	Mã phỏng vấn
1	Công ty TNHH Thủy Sản Biển Đông	1A - Trưởng phòng xuất khẩu 1B - Giám đốc điều hành
2	Công ty CP Thủy Sản NTSF	2A - Trưởng phòng xuất khẩu 2B - Giám đốc điều hành
3	Công ty chế biến thủy sản xuất khẩu Hải Phòng	3A - Trưởng phòng xuất khẩu
4	Công ty TNHH XNK TS Cần Thơ - CAFISH	4A - Trưởng phòng xuất khẩu 4B - Trưởng phòng nhân sự
5	Công ty CP chế biến thủy sản xuất khẩu Hạ Long	5A - Giám đốc điều hành
6	Công ty TNHH chế biến và xuất khẩu thủy sản Quảng Ninh	6A - Trưởng phòng xuất khẩu 6B - Giám đốc điều hành
7	Công ty CP xuất nhập khẩu thủy sản Quảng Ninh	7A - Trưởng phòng xuất khẩu
8	Cty TNHH thực phẩm xuất khẩu Nam Hải	8A - Trưởng phòng xuất khẩu 8B - Trưởng phòng sản xuất
9	Công ty TNHH Thủy sản Đông Hải	9A - Trưởng phòng xuất khẩu 9B - Giám đốc điều hành
10	Công ty TNHH CN Thủy Sản Miền Nam	10A - Trưởng phòng Marketing 10B - Giám đốc điều hành
11	Công ty CP CB Thủy hải sản Hiệp Thanh	11A - Trưởng phòng xuất khẩu
12	Công ty Cổ Phần Thủy Sản Mekong	12A - Trưởng phòng nhân sự
13	Công ty CP Thủy Sản Hà Nội - Cần Thơ	13A - Trưởng phòng xuất khẩu 13B - Giám đốc điều hành
14	Công ty CP Thủy Sản Cafatex	14A - Trưởng phòng xuất khẩu
15	Công ty TNHH MTV Ấn Độ Dương	15A - Trưởng phòng nhân sự 15B - Trưởng phòng Marketing
16	Công ty TNHH Thủy Sản Quang Minh	16A - Trưởng phòng

		Marketing
17	Công ty TNHH Hai Thành Viên Hải Sản 404	17A - Giám đốc điều hành
18	Công Ty CP XNK Thủy Sản Cần Thơ - CASEAMEX	18A - Trưởng phòng xuất khẩu 18B - Trưởng phòng sản xuất
19	Công Ty TNHH Thủy Sản Phương Đông	19A - Trưởng phòng sản xuất 19B - Giám đốc điều hành
20	Công Ty TNHH chế biến thủy sản Minh Phú	20A - Giám đốc
21	Công Ty CP chế biến thủy sản xuất nhập khẩu Bình Hòa	21A - Trưởng phòng Marketing 21B - Trưởng phòng sản xuất
22	Công ty TNHH chế biến thủy sản Kim Thuận Phát	22A - Giám đốc
23	Công ty TNHH Thủy Sản Đông Phương	23A - Trưởng phòng xuất khẩu 23B - Giám đốc điều hành
24	Công ty TNHH XNK TS Thiên Mã	24A - Chủ tịch HĐQT
25	Công ty TNHH chế biến thủy sản Hải Trung Kim	25A - Giám đốc điều hành 25B - Trưởng phòng sản xuất
26	Công ty CP thủy sản Biển Đông Hậu Giang	26A - Giám đốc điều hành 26B - Trưởng phòng Marketing
27	Công ty TNHH Thủy Sản Trường Nguyên	27A - Trưởng phòng xuất khẩu 27B - Trưởng phòng nhân sự
28	Công ty CP xuất nhập khẩu thủy sản An Giang	28A - Giám đốc điều hành

TẬN DỤNG CƠ HỘI PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
UTILIZING OPPORTUNITIES FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF TRADE PROTECTIONISM

ThS. Lê Quốc Anh
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Lê Thị Trâm Anh
Trường Đại học New South Wales, Australia

Tóm tắt

Gây ra nhiều cản trở, nhưng bảo hộ thương mại vẫn tạo ra nhiều cơ hội phát triển doanh nghiệp cho nước có thu nhập trung bình thấp, với nhiều hướng phát triển khác nhau. Ở Việt Nam, doanh nghiệp đã có sự phát triển nhanh mạnh, giúp gắn kết đất nước với kinh tế khu vực và kinh tế thế giới, song còn nhiều hạn chế, yếu kém bởi nhiều nguyên nhân. Nay nhiều cơ hội phát triển đang mở ra trước doanh nghiệp Việt, hứa hẹn đáp ứng yêu cầu cấp thiết và thực tiễn trong bối cảnh bảo hộ thương mại. Để biến cơ hội thành hiện thực, cần đổi mới căn bản và thực chất cách thức phát triển doanh nghiệp theo hướng tôn trọng giá trị, được tổ chức theo tín hiệu và nguyên tắc thị trường, khai thác tối đa cơ hội phát triển doanh nghiệp từ tác động của các FTA. Cải thiện hệ sinh thái để khai thác các cơ hội phái sinh; cải thiện, nâng cấp hệ thống doanh nghiệp quốc gia, để tăng khả năng vượt qua các rào cản bảo hộ thương mại khi vươn ra thế giới...

Từ khóa: *Bảo hộ thương mại, doanh nghiệp, phát triển.*

Abstract

Trade protectionism, though causing several obstacles, still creates many business development opportunities for low middle-income countries, with many different development directions. In Vietnam, businesses have experienced rapid growth, helping to connect Vietnam with the regional economy and the global economy. However, there are still many limitations and weaknesses due to many reasons. Now many development opportunities are opening up for Vietnamese enterprises, promising to meet urgent and practical requirements in the context of trade protectionism. To turn opportunities into reality, it is necessary to fundamentally and substantially renovate the way of business development in the direction of appreciating value, organized according to market signals and principles, and maximizing business development opportunities from the impact of FTAs. It is important to improve the ecosystem to exploit derivative opportunities; improve and upgrade the national enterprise system, to increase the ability to overcome barriers of trade protectionism when reaching out to the world...

Keywords: *Trade protectionism, business, development.*

1. Đặt vấn đề

Công cuộc Đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, sau hơn 30 năm đã mang về cho đất nước nhiều thành tựu to lớn và quan trọng, nhưng nhiều mặt chưa được như kỳ vọng, tiêu biểu là phát triển doanh nghiệp. Dù vài năm qua, số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới liên tục lập kỷ lục, song số doanh nghiệp bình quân trên 1.000 dân trong độ tuổi lao động của Việt Nam năm 2019 mới đạt 14,7. Trong khi, chỉ riêng số doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) bình quân trên 1.000 dân nói chung của Indonesia và Nigeria đều trên 200.000; có 5 nước khác là trên 100.000; có 35 nước trên 50.000. Sự ít ỏi về số doanh nghiệp bình quân trên số dân là hậu quả của nền kinh tế phát triển chưa cao, nhưng tới lượt nó, đó lại là nhân tố chính làm Việt Nam dễ bị chao đảo về kinh tế vĩ mô, làm năng suất lao động nhiều năm liền thấp nhất khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Các hệ quả tiếp theo là mức sống trung bình thấp, đạo đức xã hội xuống cấp, nhiều tệ nạn xã hội, nhiều tác động tiêu cực tới môi trường... - mà phần lớn là do thúc bách của cuộc sống. Mục tiêu có một triệu doanh nghiệp hoạt động vào năm 2020 do Nghị quyết số 10/NQ-TW về phát triển kinh tế tư nhân, ban hành năm 2017 đưa ra, rất khó hoàn thành. Không chỉ thế, hiện tại và 1-2 năm tới, với sự bùng phát của dịch Covid-19, và nhất là với sự trỗi dậy của bảo hộ thương mại, phát triển doanh nghiệp ở nước có độ mở kinh tế 203% như Việt Nam càng khó. Vì thế, phát triển doanh nghiệp đang là nhiệm vụ cấp thiết, và nước ta phải nghiên cứu, tìm tòi và tận dụng tối đa mọi cơ hội để tiến hành, kể cả trong bối cảnh bảo hộ thương mại... Để góp phần phục vụ sứ mệnh trên, bài viết này tập trung nghiên cứu: (i) Phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp trong bối cảnh bảo hộ thương mại; (ii) Tận dụng cơ hội phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại; và (iii) Giải pháp để tận dụng tốt hơn các cơ hội phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam, trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái quát về tổng quan nghiên cứu

Thời gian dài sau khi Chiến tranh Lạnh kết thúc, thế giới chuyển dần từ hai cực sang đa cực, đến giai đoạn 2001-2011 xu thế hòa bình - hợp tác và phát triển ngày càng phát triển lan rộng, như là không thể cưỡng lại. Nhưng ngày 23 tháng 01 năm 2017, Tổng thống Mỹ Donald Trump đã ký sắc lệnh hành pháp chính thức rút khỏi Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP), lại mở ra thời kỳ bảo hộ thương mại trỗi dậy. Do đi ngược lại xu thế kết nối của cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0, nên các nghiên cứu phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh bảo hộ hầu như rất hiếm cả trong và ngoài nước, còn là khoảng trống cần nghiên cứu.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện chuyên đề phân tích kinh tế này, trước tiên cần dựa vào kinh tế học, nhất là kinh tế vĩ mô, kinh tế vi mô, kinh tế phát triển, quản trị doanh nghiệp, tài chính doanh nghiệp để xây dựng khung phân tích, tạo thành cơ sở lý thuyết cho chuyên đề. Bên cạnh đó, còn sử dụng kiến thức về quản trị học, thống kê kinh tế, CMCN 4.0, chuỗi giá trị, và các thông tin, nhìn nhận, đánh giá về các vấn đề trên cùng diễn biến của chúng của các cơ quan chuyên ngành, người tham gia, chuyên gia, nhà nghiên cứu trong các lĩnh vực đó.

Từ nguồn tài liệu thu thập được, tiến hành nghiên cứu định tính, thông qua các phương pháp, như phương pháp: phân tích và tổng hợp lý thuyết, chuyên gia, phân tích tổng kết kinh nghiệm, nghiên cứu lịch sử... Trên quan điểm duy vật biện chứng: dùng phép diễn dịch để suy đoán hệ quả tất yếu, dùng phép so sánh để đưa ra nhận định trung gian, sử dụng phép quy nạp để đưa ra kết luận, tổng hợp lại để đề đạt kiến nghị, giải pháp. Số liệu được thu thập từ Ngân hàng Thế giới, Diễn đàn SME, Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan, từ các Báo cáo Thường niên Doanh nghiệp Việt Nam của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)...

2.3. Cơ sở lý luận về phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp trong bối cảnh bảo hộ thương mại

2.3.1. Sự cần thiết của phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp

Nước có thu nhập trung bình thấp là nước có thu nhập quốc dân (GNI) bình quân đầu người nằm giữa ngưỡng trên của nhóm nước thu nhập thấp và ngưỡng dưới của nhóm nước có thu nhập trung bình cao. Các ngưỡng này do Ngân hàng Thế giới (WB) tính theo phương pháp Atlas, xác định và công bố vào ngày 01 tháng 7 hàng năm. Trong năm tài chính 2020, bắt đầu từ 01 tháng 7 năm 2019, kết thúc vào ngày 30 tháng 6 năm 2020, có 48/190 nước có thu nhập trung bình thấp, là các nước có thu nhập bình quân từ 1.026 USD đến 3.995 USD. Dù còn 25 nước có thu nhập thấp đang phấn đấu để được như họ, nhưng thu nhập này là thấp so với mức sống bình quân toàn cầu (11.124 USD), và ngưỡng dưới của nhóm nước có thu nhập cao (12.375 USD). Nguyên nhân khiến nhiều nước giầu tiềm năng nhưng vẫn là nước có thu nhập trung bình thấp đa dạng, nhưng sâu xa là thể chế chất lượng chưa cao, gây ra nghèo đói (Daron & Jame, 2013, tr. 507). Nhiều nước: phóng đại sức mạnh quốc gia, đặt mục tiêu quá cao, mù mờ về lộ trình, thiếu lý trí và xơ cứng trong lựa chọn giải pháp tiến hành, nên trả giá. Để thoát bẫy thu nhập trung bình, tiến lên sánh vai với các cường quốc, các nước có thu nhập trung bình thấp cần phải thúc đẩy phát triển một cách hợp lý và khoa học. Trong đó, quan trọng nhất là: phải phát triển được doanh nghiệp, loại hình kinh doanh cơ bản, ưu việt, ngày càng phổ biến, đang được xem là trung tâm của nền kinh tế. Doanh nghiệp nhờ khả năng: tập hợp và khuếch trương giá trị các nguồn lực cao và hiệu quả hơn các loại hình kinh doanh khác, đã trở thành công cụ phát triển trọng yếu của mọi quốc gia (Lê Quốc Anh & cs, 2018). Điều này càng quan trọng với các nước có thu nhập trung bình thấp, bởi ở đây khu vực doanh nghiệp còn ít về lượng, thấp về chất, thiếu sự phối hợp, năng lực cạnh tranh chưa cao, khó mang lại thành công cao khi hội nhập quốc tế sâu rộng...

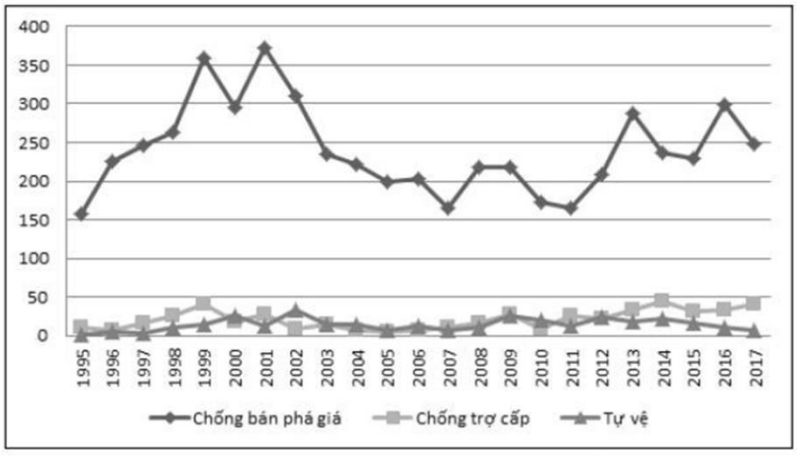
2.3.2. Các hướng phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp

Thu nhập bình quân chưa cao ở các nước có thu nhập trung bình thấp một phần không nhỏ là do người lao động ở đây còn chủ yếu tham gia hoạt động kinh tế với tư cách cá nhân, tư nhân, tổ hợp, hợp tác xã, khó phát huy sở trường, áp dụng công nghệ. Để làm tăng thu nhập bình quân, họ cần đẩy mạnh phát triển doanh nghiệp nhằm nâng cao năng suất lao động, với các hướng chính sau: (i) Phát triển mạnh số lượng doanh nghiệp để chuyển dần lao động từ khu vực nông nghiệp năng suất thấp, sang nơi có năng suất cao hơn. Dư địa này rộng, nhất là nước có số doanh nghiệp trên 1000 dân còn thấp, để khuyến

khích người dân thành lập doanh nghiệp mới, nhà nước cần hỗ trợ tích cực, nhất là cải cách thể chế, tăng độ thông thoáng cho môi trường đầu tư, kinh doanh. (ii) Liên kết, phối hợp và thúc đẩy đầu tư bổ sung, nâng cấp để làm hình thành các cộng đồng doanh nghiệp mạnh, nhằm hạ giá thành, nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm, nhất là hàng xuất khẩu. Các bộ, ngành, địa phương, hiệp hội cần phối hợp để làm hình thành các cụm, khu doanh nghiệp, phục vụ phát triển kinh tế địa phương, hình thành các chuỗi cung ứng, nhất là cho sản phẩm xuất khẩu. (iii) Thu hút và phát triển khu vực doanh nghiệp FDI, để bổ sung vốn cho phát triển, có thêm việc làm, du nhập tạo sự lan tỏa công nghệ và cách quản trị tiên tiến. Cần phải có chính sách thu hút FDI khôn ngoan, để khu vực này là bộ phận bổ sung tích cực, không cản trở, gây họa cho các doanh nghiệp trong nước. (iv) Nâng quy mô một số doanh nghiệp lên đủ sức dẫn dắt thị trường, thay mặt quốc gia đứng ra cạnh tranh quốc tế, trở thành nguồn cung cấp hàng xuất khẩu. Phối hợp sự hỗ trợ của nhà nước, cố gắng của doanh nghiệp, chung sức của các ngành và cộng đồng, biến chúng thành các thương hiệu quốc gia, nắm trọng trách giữ cân đối cán cân thương mại. (v) Phát triển các khu vực doanh nghiệp quốc gia hài hòa, cân đối và hiệu quả thông qua chức năng kiến tạo - phát triển, điều hành quyết liệt của nhà nước. Chú trọng lựa chọn đối tác, đàm phán luật chơi và thực thi các FTA, để lợi thế quốc gia được phát huy, biến doanh nghiệp quốc gia thành bộ phận gắn kết trong các hệ thống kinh tế thế giới...

2.3.3. Bảo hộ thương mại cản trở đáng kể việc phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp

Bảo hộ thương mại, hay còn gọi là bảo hộ mậu dịch, là việc quốc gia áp đặt thuế nhập khẩu cao hoặc các hàng rào kỹ thuật (yêu cầu cao về chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ...) đối với một số mặt hàng hay dịch vụ có lợi thế, để hạn chế nhập khẩu, bảo vệ sản xuất trong nước. Sau giai đoạn 2001-2011 với chiều hướng giảm bớt, bảo hộ thương mại: đang có dấu hiệu trỗi dậy, chỉ riêng giai đoạn 2008-2018 đã có thêm khoảng 4.000 biện pháp bảo hộ thương mại mới. Nhiều nhất là biện pháp phòng vệ thương mại, tăng thuế, rào cản địa phương, trợ cấp phí xuất khẩu, phân biệt đối xử, từ đó không chỉ ảnh hưởng tới tăng trưởng toàn cầu, mà còn cản trở không nhỏ đến phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp.



Hình 1. Xu hướng điều tra phòng vệ thương mại trong Tổ chức Thương mại Quốc tế

Nguồn: Dẫn theo Lê Quang Thuận & Nguyễn Thị Phương Thúy (2018)

Các rào cản chính là: (i) Làm hẹp danh sách và quy mô các sản phẩm có thể mang lại lợi nhuận kỳ vọng cao, thu hẹp đáng kể "cầu", làm nản lòng mong muốn thành lập doanh nghiệp mới của nhà khởi nghiệp. (ii) Làm tổng chi phí đầu tư cho việc thành lập một doanh nghiệp tham gia xuất khẩu tang lên, khiến số doanh nghiệp được thành lập mới ít đi, giảm nguồn "cung" trước tổng đầu tư xã hội thực tế. (iii) Buộc doanh nghiệp đang hoạt động phải đầu tư thêm nhiều hạng mục mới để sản phẩm vượt qua được rào cản kỹ thuật, làm giảm nguồn đầu tư vào mở rộng quy mô sản xuất, nên khó có lượng sản phẩm đủ lớn để tham gia vào hệ thống tiêu thụ dạng "chuỗi" ở các thị trường lớn. (iv) Ngăn chặn chính phủ các nước hỗ trợ "khống" cho sản xuất hàng xuất khẩu, khiến chúng khó thắng trong cạnh tranh quốc tế gay gắt, phải chấp nhận phận "tầm gửi" trong thương mại quốc tế. (v) Khiến số doanh nghiệp đang hoạt động xuất khẩu phải ngừng hoạt động hoặc phá sản tăng cao, làm suy giảm lợi thế của các sản phẩm xuất khẩu chủ đạo của nước phát triển thấp hơn, khi phải đầu tư nhiều vào việc san lấp khoảng cách phát triển...

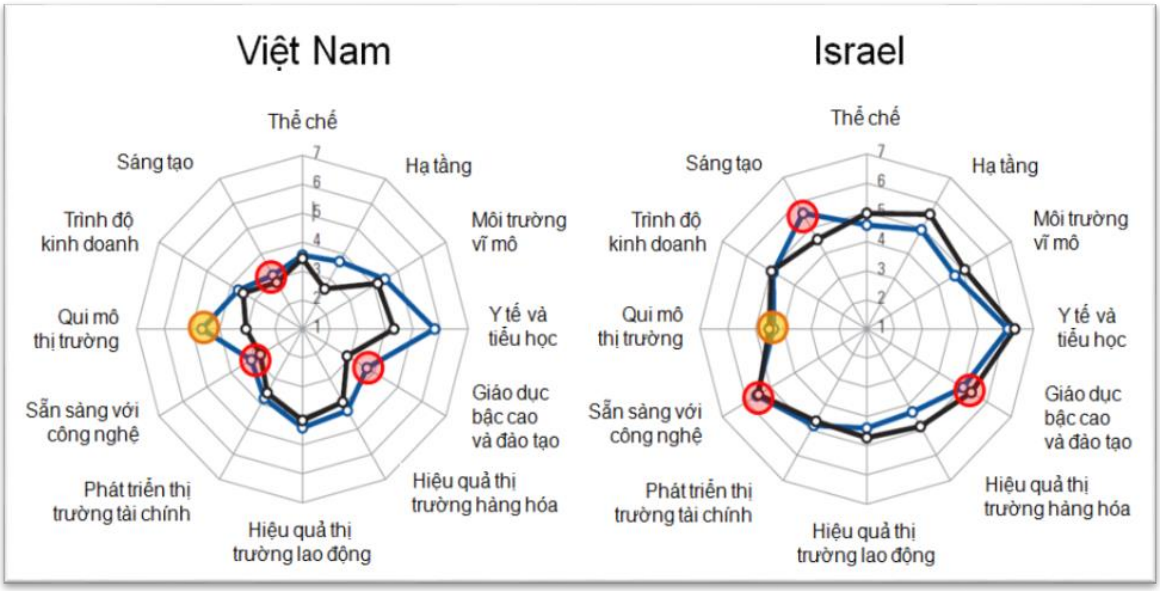
2.3.4. Cơ hội phát triển doanh nghiệp ở nước có thu nhập trung bình thấp trong bối cảnh bảo hộ thương mại

"Doanh nghiệp hóa" các chủ thể kinh tế là điều kiện không thể thiếu khi muốn đưa đất nước từ nhóm nước có thu nhập trung bình thấp lên nhóm nước có thu nhập trung bình cao. Vì thế, phải tận dụng mọi cơ hội có thể để phát triển doanh nghiệp, trong đó trong bối cảnh bảo hộ thương mại, cần khai thác các cơ hội: (i) Phát triển doanh nghiệp theo hướng khai thác các FTA, nhất là doanh nghiệp phục vụ xuất khẩu, bởi FTA là hình thức chống bảo hộ thương mại giữa các thành viên nội khối. Tận dụng sự đổi mới thể chế cho tương thích với các cam kết trong các FTA để phát triển các doanh nghiệp bấy lâu bị cấm đoán, hoặc để khai thác lợi thế mới, nhất là lợi thế về nông nghiệp đang bị "lãng quên". (ii) Mở rộng quy mô hoặc nâng cấp, đổi mới công nghệ theo hướng "đi tắt, đón đầu" cho các doanh nghiệp giầu tiềm lực, giúp chúng tham gia sâu và ổn định vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Khuyến khích phát triển doanh nghiệp hỗ trợ để nâng cấp, bổ sung cho các khâu còn yếu và thiếu trong các chuỗi cung ứng, hoặc để thúc đẩy các quá trình kinh tế - xã hội khác. (iii) Thay thế doanh nghiệp nước ngoài trong các chuỗi cung ứng khi chúng bị đánh bật ra khỏi thị trường do bị áp đặt hình thức bảo hộ ngặt nghèo hơn, nhất là bị trừng phạt bằng cấm vận, can thiệp hành chính. Cơ hội rõ nhất là thay thế doanh nghiệp Trung Quốc để cung cấp hàng dệt may, đồ chơi cho thị trường Mỹ; hoặc thay thế doanh nghiệp EU để cung cấp hàng hoa quả, nông sản cho thị trường Nga. (iv) Thu hút các dự án FDI chất lượng, trong nước đang cần mà chúng phải dịch chuyển ra khỏi quốc gia nào đố do bị chèn ép, trả đũa vì bảo hộ thương mại. Điển hình là các dự án của Mỹ, Hàn Quốc bị dịch chuyển ra khỏi Trung Quốc do tác động của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, để tăng cường cho khu vực doanh nghiệp FDI trong nước. (v) Thu hút nguồn FDI mới buộc phải thay đổi địa chỉ đầu tư vì bị trừng phạt, vì chiến tranh thương mại, mà vẫn giữ ý đồ tiếp tục đưa sản phẩm thâm nhập thị trường nước đối thủ. Hoặc kết hợp với CMCN 4.0 để phát triển doanh nghiệp, nhằm đưa thêm sản phẩm tiềm tàng của nước có thu nhập trung bình thấp vào thương mại quốc tế, trong bối cảnh bảo hộ thương mại...

2.3.5. Kinh nghiệm phát triển của Israel trong bối cảnh bảo hộ thương mại

Israel là một nước nhỏ, chỉ có diện tích 22.072 km^2, trong đó 3/4 là sa mạc, ít tài

nguyên, khan hiếm nước; dân số năm 2017 là 8,7 triệu người, với 3/4 là người Do Thái, vốn là những người "tha phương cầu thực" quay về. Nước này: được tách ra thành nước độc lập năm 1948, bị không ít "cô lập" vì bị bao bọc giữa các nước Hồi giáo thù địch, vẫn đang trong "tình trạng có chiến tranh". Nhưng từ năm 2011, Israel đã là thành viên Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), là quốc gia phát triển, năm 2018 có GDP đạt 371 tỷ USD, thu nhập bình quân 40.920 USD đứng thứ 24 thế giới. Bí quyết thành công của Israel có nhiều, nhưng nổi bật là: (i) Lý trí chính trị và sự quyết liệt của lãnh đạo được lựa chọn dựa trên phổ thông đầu phiếu; tinh thần khao khát đổi mới, sáng tạo của toàn dân; và cách tiếp cận thực dụng dựa trên cơ chế và tín hiệu thị trường của giới doanh nhân. (ii) Khắc phục khan hiếm tài nguyên, Israel phấn đấu trở thành đất nước giàu "tài nguyên sáng tạo", mọi vấn đề luôn được giải thích, trả lời logic, minh bạch, cùng với văn hóa, tôn giáo và tố chất con người, tạo nên hệ sinh thái phát triển cho đổi mới sáng tạo, để toàn dân đồng lòng chung sức cho mục tiêu thành "quốc gia khởi nghiệp".



Hình 2. Khái quát về hệ sinh thái sáng tạo và khởi nghiệp của Việt Nam và Israel năm 2014

Nguồn: Học viện Quản lý PACE (2014).

(iii) Bên việc duy trì ổn định kinh tế vĩ mô, Israel tăng cường đầu tư theo các định hướng: xuất khẩu, công nghệ tiên tiến, nhân lực có kỹ năng cao, xây dựng văn hóa kinh doanh, tạo động lực cho đầu tư và nghiên cứu, trở thành quốc gia khởi nghiệp, và không ngừng đổi mới. (iv) Israel tìm cách gắn kết với phần còn lại của thế giới ngoài Hồi giáo, thông qua thương mại, hợp tác, và hoạt động đầu tư của 9 FTA với 42 quốc gia, hiện là một trung tâm thu hút đầu tư, nhất là các công nghệ mang tính đa dụng (Nguyễn Phong, 2017). (v) Tuy được xem là "Thung lũng Silicon thứ hai", lại là nước phát triển dựa vào sáng tạo; nhưng với quan điểm: "nông nghiệp mang tính cách mạng nhiều hơn công nghiệp", Israel lấy nông nghiệp làm đột phá phát triển, làm cho sản lượng nông nghiệp tăng 27 lần trong 25 năm, thành nhà cung cấp nông sản chính cho EU, xuất khẩu hoa cho "cường quốc hoa" Hà Lan... Các bí quyết trên giúp cho Israel có hệ sinh thái phát triển cao

cho doanh nghiệp khởi nghiệp và phát triển, trở thành nước dẫn đầu thế giới về công nghệ cao, khởi nghiệp công nghệ, thu hút vốn đầu tư mạo hiểm. Giúp đất nước nhỏ bé này phát triển thành công, dù suốt 70 năm lịch sử vừa qua luôn bị các nước Hồi giáo lân cận cấm vận; là bài học cho nhiều nước về cần làm sao để phát triển nói chung và phát triển được doanh nghiệp trong bối cảnh bảo hộ thương mại nói riêng.

3. Tận dụng cơ hội phát triển doanh nghiệp Việt trong bối cảnh bảo hộ thương mại

3.1. Doanh nghiệp Việt Nam đã có sự phát triển nhanh mạnh, từng bước gắn kết với kinh tế khu vực và kinh tế thế giới

3.1.1. Doanh nghiệp Việt Nam đã có sự phát triển nhanh mạnh, từng bước gắn kết với kinh tế khu vực và kinh tế thế giới

Mới thoát khỏi nhóm nước thu nhập thấp từ năm 2008, thu nhập bình quân năm 2018 mới là 2.360 USD, nên Việt Nam là nước có thu nhập trung bình thấp điển hình, doanh nghiệp chưa phát triển cao là đương nhiên. Nhưng so với buổi đầu Đổi mới, doanh nghiệp Việt đã có sự phát triển nhanh mạnh, gắn kết hơn với kinh tế khu vực và thế giới, cụ thể: (i) Số doanh nghiệp đã tăng từ 12.000 chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước năm 1986, đến cuối năm 2018, lên 714.755 doanh nghiệp đang hoạt động, tăng lên tới 59,6 lần. Trong đó, có 2.486 doanh nghiệp nhà nước; 541.753 doanh nghiệp nội ngoài nhà nước và 16.178 doanh nghiệp FDI; có tổng vốn hơn 33 triệu tỷ đồng; tương ứng lần lượt chiếm 53,1; 28,8 và 18,1 % tổng vốn. (ii) Đến cuối năm 2017, các khu vực I, II và III lần lượt có 4.942; 151.000 và 362.000 doanh nghiệp, tương ứng có tỷ trọng 0,95; 29,1 và 68,9%; về quy mô, mới có 1,9% là doanh nghiệp lớn, 74% là doanh nghiệp siêu nhỏ. Phân bố chủ yếu ở Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Hồng, lần lượt chiếm hơn 2/5 và xấp xỉ 1/3; tập trung ở Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội lần lượt chiếm hơn 1/3 và gần 1/4 số doanh nghiệp. (iii) Vai trò của doanh nghiệp ngày càng cao, từ huy động nguồn lực, tạo việc làm mới, là hạt nhân phát triển, tăng năng suất lao động, đến thành loại hình kinh doanh chủ đạo, thúc đẩy các quá trình khác. Đóng góp ngày càng cao cho tăng trưởng, doanh nghiệp còn là nhân tố chính "giữ nhiệt" và tiếp sức cho hai động cơ tăng trưởng chính hiện nay là xuất khẩu và khu vực FDI. (iv) Còn là "vật chủ" chính cho đất nước thúc đẩy chuyển giao công nghệ, tiếp nhận sự lan tỏa về ngoại ứng tích cực và cách quản trị kinh doanh tiên tiến. Giúp nước ta giữ thị trường nội địa, gắn nền kinh tế còn non trẻ vào các chuỗi cung ứng toàn cầu, hội nhập sâu và thành công hơn vào các FTA, hòa nhập nhanh và hiệu quả vào CMCN 4.0. (v) Gắn kết tốt hơn vào kinh tế thế giới, khi số lượng doanh nghiệp có hoạt động xuất, nhập khẩu đầu năm 2017 đã đạt 63.000 doanh nghiệp, tăng 48,2% so với đầu năm 2012, tăng bình quân năm lên đến 8,2%. Trong đó: 23.300 doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu; 55.100 doanh nghiệp hoạt động nhập khẩu; 15.400 doanh nghiệp hoạt động cả xuất nhập khẩu (Kiều Linh, 2018); và đến năm 2018 đã tăng lên 85.600 doanh nghiệp...

3.1.2. Doanh nghiệp Việt còn nhiều hạn chế, yếu kém trong hoạt động thương mại quốc tế

Nhìn chung, doanh nghiệp Việt còn nhiều hạn chế, yếu kém; riêng trong hoạt động thương mại quốc tế có các hạn chế, yếu kém điển hình là: (i) Thiếu doanh nghiệp có tầm toàn cầu, đủ sức quy tụ và hỗ trợ các doanh nghiệp khác cùng vươn ra thế giới, top 5 doanh nghiệp lớn nhất trong VNR500 không thay đổi trong các năm 2017-2019, lần lượt là

Samsung Electronics Thái Nguyên, EVN, PVN, Viettel và Petrolimex. Năm 2019, "anh cả" Samsung Electronics Thái Nguyên mới có tổng vốn đầu tư 5 tỷ USD, trong khi Microsoft - công ty lớn nhất thế giới có vốn hóa tới 905 tỉ USD, thứ nhì là Apple có vốn hóa 896 tỉ USD. (ii) Nhiều doanh nghiệp có quy mô quá nhỏ lại đơn độc nên vai trò mờ nhạt, và chỉ mới có khoảng 21% số doanh nghiệp Việt tham gia các chuỗi cung ứng toàn cầu, trong khi tỷ lệ này ở Thái Lan là 30%, ở Malaysia là 46%...

Bảng 1. Cơ cấu doanh nghiệp Việt Nam giai đoạn 2000 - 2015

Năm	Phân theo quy mô lao động			Cơ cấu theo quy mô (%)		
	Dưới 10 người	Từ 10-199 người	Trên 199 người	Dưới 10 người	Từ 10-199 người	Trên 199 người
2000	19.973	16.345	3.351	51,12	40,30	8,58
2005	54.528	46.969	5.119	51,16	44,14	4,80
2010	173.313	98.770	7.277	62,04	35,35	2,61
2015	303.937	129.703	8.845	68,68	29,33	1,99

Nguồn: Tổng cục Thống kê

(iii) Đa phần doanh nghiệp Việt còn sử dụng công nghệ 2.0 hoặc thấp hơn, sự phối hợp giữa các doanh nghiệp còn ít, sản phẩm ít theo quy chuẩn quốc tế, nên khó thâm nhập các chuỗi cung ứng toàn cầu. Quy mô sản phẩm của nhiều doanh nghiệp nhỏ, khó cung cấp sản phẩm ổn định cho các hệ thống tiêu thụ dạng chuỗi ở các nước Âu - Mỹ, Nhật Bản, khó xây dựng và phát huy thương hiệu. (iv) Nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực, nhất là hàng nông sản, được tập hợp từ nhiều SME sản xuất phân tán, quy trình công nghệ lỏng lẻo, nên thường không đồng đều về chất lượng. Sự tùy tiện trong chọn giống, sử dụng phân khoáng và thuốc bảo vệ thực vật, quy trình sản xuất... - làm cho hàng Việt khó vượt được các rào cản về chất lượng, nguồn gốc xuất xứ. (v) Các doanh nghiệp hỗ trợ nội còn yếu và thiếu, trong lúc khu vực FDI chiếm trên 70% nguồn cung sản phẩm xuất khẩu, làm cho dường như nước ta đang xuất khẩu hộ cho các nước đối tác. Làm cho dường như GDP của Việt Nam đang "chạy đi đâu" (Bùi Trinh, 2016) chứ ít mang về lợi ích cho người dân, thậm chí có ý kiến cho rằng: càng tăng trưởng cao, nước ta càng nghèo đi, nên cần đổi mới cơ bản cách thức và trọng tâm phát triển doanh nghiệp ở nước ta.

3.1.3. Nguyên nhân của các hạn chế, yếu kém của doanh nghiệp Việt trong hoạt động thương mại quốc tế

Có nhiều, trong đó các nguyên nhân chính là: (i) Tư duy phát triển thương mại quốc tế của Việt Nam lạc hậu và xơ cứng, sang kinh tế thị trường nhưng vẫn giữ thể chế kiểu "cũ" xem nhẹ các phạm trù kinh tế thông thường (Todd, 2008, 251). Việc chỉ "cơi nới" và "dò đá qua sông" về thể chế làm cho nước ta khó tiến dài, tiến xa (Hải Lộc, 2019), nay tư duy phát triển đã "đụng trần" để kích thích sáng tạo. (iv) Môi trường kinh doanh, đầu tư còn nhiều rào cản, trong đó lớn nhất là vẫn dùng bộ máy với cơ cấu và chức năng như thời bao cấp (Bùi Quang Vinh, 2016) để quản trị nền kinh tế thị trường hội nhập sâu rộng. Cơ chế xin-cho cùng sự trùng điệp về tầng nấc quản lý, mà luôn thấp thoáng lợi ích cục bộ, trục lợi, làm doanh nghiệp: một cổ nhiều tròng, trở nên èo uột, khó phát triển. (iii) Chưa có hình thức tổ chức phát triển doanh nghiệp hợp lý, khi quyền phát triển doanh nghiệp hiện là do chủ doanh nghiệp quyết định, khiến khu vực doanh nghiệp quốc gia thiếu

tính tổ chức, lộn xộn, tự phát, tùy tiện. Sự rời rạc, ít phối hợp, thậm chí còn cạnh tranh ngược, làm từng doanh nghiệp phải nỗ lực nhiều hơn, khó mạnh hơn mà còn yếu đi trước các doanh nghiệp nước ngoài, dù họ là "doanh nghiệp Việt" khi vươn ra thế giới. (iv) Nhiều yếu kém nội tại của doanh nghiệp, như vốn ít, luôn khát vốn, công nghệ thấp, khi đa phần mới ở công nghệ 2.0, hơn 1/2 số doanh nghiệp sử dụng thiết bị lạc hậu, phụ thuộc vào nguyên vật liệu nhập khẩu, sử dụng lao động thủ công, gia công, lắp ráp giản đơn - chậm được khắc phục. Nay khi vươn ra thế giới, phải đối đầu với các tên tuổi lớn, giá trị thương hiệu cao, trường vốn, dầy dặn kinh nghiệm thương trường - trở nên nhỏ bé, thất thế rõ trong cạnh tranh. (v) Hỗ trợ từ nhà nước đơn điệu, ít và thiếu, doanh nghiệp Việt lại non tuổi nghề, chất lượng quản trị chưa cao, nắm bắt thông tin và tiếp cận thị trường chưa tốt, phần đông ở tình trạng "li ti hóa" (Võ Trí Thành, dẫn theo Nguyễn Hoài, 2016). Đa phần doanh nghiệp lớn là doanh nghiệp nhà nước vừa dễ vi phạm cam kết trong các FTA, vừa có lãnh đạo chưa phải là doanh nhân (Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh, 2019), nên chưa đủ tầm "chơi" lâu dài và hiệu quả khi tham gia thương mại quốc tế...

3.1.4. Nhiều cơ hội phát triển mở ra trước doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay

Sự phát triển chưa cao của nền kinh tế, cùng đường lối ngoại giao "muốn làm bạn" với tất cả các nước, làm cho Việt Nam không trở thành "đối thủ không đội trời chung" của bất kỳ nước nào trên thế giới. Vì thế, doanh nghiệp Việt tuy vẫn chịu thiệt hại khó tránh khỏi trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay, nhưng lại có nhiều cơ hội phát triển, với các cơ hội lớn nhất là: (i) Giảm bớt đối thủ cạnh tranh tại một số thị trường lớn, như sẽ giảm sự cạnh tranh với hàng may mặc, đồ gỗ, điện thoại di động của Trung Quốc tại thị trường Mỹ. Hàng hoa quả và thủy sản đông lạnh của nước ta tại thị trường Nga, cũng bớt phải cạnh tranh với sản phẩm có thể thay thế từ: EU hoặc một vài nước khác, nên doanh nghiệp Việt có thể phát triển để mở rộng thị phần. (ii) Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đã đẩy lùi không ít "công xưởng của thế giới" ra khỏi nhiều thị trường, làm đứt gẫy các chuỗi cung ứng bấy lâu do cường quốc thứ hai thế giới này chi phối. Tạo ra cơ hội để nhiều nước, trong đó có Việt Nam, phát triển doanh nghiệp nhằm thay thế doanh nghiệp Trung Quốc, nhất là để cung cấp các sản phẩm giá rẻ dành cho tầng lớp khách hàng bình dân, ít có nguồn khác thay thế. (iii) Các khoản áp thuế của Mỹ đã bị Trung Quốc đáp trả, làm nhiều doanh nghiệp Mỹ và nước ngoài bị kỳ thị, tẩy chay phải rời khỏi Trung Quốc. Trong số đó có các tên tuổi lớn như Seagate Technology, Samsung Electronics, Toshiba, Sony, Asahi Kasei... với công nghệ tiên tiến, số vốn mỗi dự án thường vài trăm triệu, thậm chí hàng tỷ USD, mà Việt Nam rất muốn được họ dịch chuyển sang. (iv) Ngược lại, không ít nhà máy của 143 công ty Trung Quốc bị Mỹ liệt vào "Danh sách thực thể" sẽ phải rời Mỹ, cùng lượng FDI hàng tỷ USD mỗi năm của Trung Quốc sẽ không thể chảy vào Mỹ. Một phần không nhỏ trong đó sẽ đổ bộ vào Việt Nam để tìm đường thâm nhập vào thị trường Mỹ, bởi quan hệ Việt - Mỹ đang nồng ấm, và nhiều chính trị gia Mỹ đang dành nhiều lời ca tụng có cánh dành cho Việt Nam. (v) Việt Nam còn giữ vị trí cầu nối cho nhiều nhà đầu tư nước ngoài muốn thâm nhập Trung Quốc, nhưng lại bất mãn với chủ trương cưỡng ép chuyển giao công nghệ, cùng chính sách đồng Nhân dân tệ yếu của Trung Quốc. Ngoài ra, nước ta còn có thể khai thác các bất đồng kinh tế giữa Mỹ với các nước

châu Mỹ, giữa Nga với EU, giữa Trung Quốc với Úc và New Zealand, giữa Nhật Bản với Hàn Quốc... để phát triển doanh nghiệp.

3.1.5. Tận dụng cơ hội để phát triển doanh nghiệp để thúc đẩy thương mại quốc tế đang là yêu cầu cấp thiết và thực tiễn ở Việt Nam, trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay

Dĩ nhiên, nhiều cơ hội phát triển doanh nghiệp phát sinh do bảo hộ thương mại mang lại không phải dành riêng cho Việt Nam, các cơ hội đó cũng không bắt buộc nước ta phải khai thác, tận dụng. Nhưng nước ta rất cần khai thác chúng, bởi: (i) Số doanh nghiệp nói chung, và số doanh nghiệp đang hoạt động thương mại quốc tế nói riêng của nước ta đang ít, cần phải phát triển mạnh. Số doanh nghiệp hoạt động ít là nguyên nhân chính dẫn đến năng suất lao động ở nước ta "thấp một cách kỳ lạ" (Nguyễn Đức Thành & Nguyễn Văn Đại, 2014); còn số doanh nghiệp hoạt động thương mại quốc tế ít làm tăng rủi ro cho Việt Nam, khi mở cửa đang là "sự lựa chọn sinh - tử" (Nguyễn Đức Kiên, dẫn theo Tư Giang, 2014). (ii) Phải phát triển nhiều doanh nghiệp có công nghệ tiên tiến, Việt Nam mới có thể trở thành nước có thu nhập trung bình cao, còn hy vọng trở thành nước có thu nhập cao. Ngược lại, sẽ khó thoát bẫy thu nhập trung bình, thậm chí mắc kẹt ở mức thu nhập trung bình thấp, nếu cứ để 70% lao động tập trung ở nông thôn, hoạt động trong khu vực nông nghiệp đang có nguy cơ sụp đổ (Lê Quốc Phương, dẫn theo San Ngọc, 2015). (iii) Thu hút FDI mới giảm bớt nạn khan hiếm vốn trong phát triển doanh nghiệp, bởi hàng nghìn tỷ VND bị sử dụng vào việc xây dựng các trung tâm hành chính, khu quảng trường, và nâng cấp hạ tầng. Bà Victoria Kwakwa nguyên Giám đốc quốc gia của WB tại nước ta, đã từng thốt lên: "Việt Nam sẽ lấy nguồn ở đâu ra để tài trợ cho chương trình phát triển đầy tham vọng trong 5 năm tới?", vì có tới 1/2 nhu cầu vốn ở thời điểm đó chưa tìm được nguồn huy động (Bích Diệp, 2015). (iv) Thu hút nguồn FDI bị chuyển dịch do chiến tranh thương mại Mỹ - Trung còn giúp Việt Nam mau chóng hoàn thành giai đoạn I trong tiến trình thực hiện công nghiệp hóa "bắt kịp" có tính bắt buộc (Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh, 2018b). Đó còn là bước tiến lớn trong việc thoát dần "cái bóng" Trung Quốc quá lớn, để nước ta gắn bó chặt hơn, có vị thế cao hơn trong kinh tế khu vực và kinh tế thế giới. (v) Việc chuyển giao công nghệ và lan tỏa ngoại ứng từ doanh nghiệp FDI chất lượng thu hút được nhờ các FTA hoặc từ bối cảnh bảo hộ thương mại, còn giúp nước ta sàng lọc các doanh nghiệp yếu kém. Là nhân tố quan trọng để từng bước làm hình thành hệ thống doanh nghiệp Việt đông về lượng, mạnh về chất, có năng lực cạnh tranh cao, đóng góp được nhiều cho đất nước, và giảm dần nỗi lo bảo hộ thương mại...

3.2. Giải pháp để tận dụng tốt hơn các cơ hội phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại hiện nay

Khai thác các cơ hội phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh bảo hộ thương mại chỉ là một phần trong chiến lược phát triển doanh nghiệp của Việt Nam, nhưng lại là phần quan trọng, bởi ảnh hưởng lớn đến việc thúc đẩy xuất khẩu - là một trong hai động cơ tăng trưởng chính của nước ta. Để làm tốt sứ mệnh này, bên việc hỗ trợ cho phát triển doanh nghiệp nói chung, như cải cách thể chế, hạ thấp giá vốn, hỗ trợ thuê mướn mặt bằng, phát triển logistics, sửa đổi Luật Doanh nghiệp, ngăn chặn nhũng nhiễu và tham nhũng vặt... Còn cần có các giải pháp bổ sung, phù hợp với phát triển thương mại quốc tế trong bối cảnh bảo hộ thương mại, cụ thể như sau:

3.2.1. Đổi mới căn bản và thực chất cách thức phát triển doanh nghiệp theo hướng tôn trọng giá trị, được tổ chức theo tín hiệu và nguyên tắc thị trường, để các doanh nghiệp được phát triển đóng góp tích cực và hiệu quả vào công cuộc phát triển bền vững ở nước ta

Doanh nghiệp được phát triển từ cơ hội phát sinh trong bối cảnh bảo hộ thương mại, thường chủ yếu sẽ hoạt động trong lĩnh vực thương mại quốc tế, vì thế: (i) Đó là các doanh nghiệp phải cạnh tranh quốc tế, bởi các cơ hội này đâu chỉ dành riêng cho Việt Nam, nên phải được tổ chức và quản trị phù hợp với áp lực cạnh tranh gay gắt, lợi nhuận biên chỉ còn rất nhỏ. (ii) Dù hoạt động là để thu về lợi nhuận cho chủ sở hữu, nhưng đó không chỉ là doanh nghiệp của chủ sở hữu, mà còn là "doanh nghiệp Việt Nam". Do đó, cách thức phát triển phải có nhiều đổi mới, doanh nghiệp được lựa chọn phát triển phải nằm trong quỹ đạo quy hoạch của nhà nước. Các doanh nghiệp được lựa chọn phát triển để góp phần nâng cấp các chuỗi cung ứng, giúp đảm bảo quy tắc xuất xứ cần được sự đồng thuận của các hiệp hội doanh nghiệp, và phải được hỗ trợ cao hơn. Đồng thời, chúng phải đáp ứng các yêu cầu về tổ chức bộ máy, công nghệ, quy chuẩn sản phẩm, vệ sinh an toàn... theo chuẩn quốc tế. Các dự án FDI bị dịch chuyển phải có công nghệ vượt trội, không tiềm ẩn rủi ro gây trả đũa, trừng phạt thương mại, cấm vận... Đặc biệt, đó phải là các đổi mới thực chất, theo chuẩn mực về giá trị, trên nguyên tắc thị trường, để chúng vừa "lách" được rào cản bảo hộ, vừa góp phần tích cực và hiệu quả vào phát triển bền vững ở nước ta.

3.2.2. Khai thác tối đa cơ hội phát triển doanh nghiệp từ tác động của các FTA vừa và sắp có hiệu lực, để vừa mở rộng thương mại quốc tế, gia tăng tăng trưởng cho đất nước, vừa giảm thiểu tác động tiêu cực của các rào cản bảo hộ thương mại từ các nước khác

Khai thác cơ hội phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh bảo hộ thương mại là để: phát triển được nhiều doanh nghiệp nhằm thúc đẩy việc giao lưu nguồn lực, sản phẩm với thế giới, mang lại thịnh vượng cho đất nước. Nhưng các cơ hội này lại không bền, chỉ cần quan hệ giữa các khổ chủ "ấm lên" hoặc "xấu đi", là có thể có nhiều thay đổi về các biện pháp phòng vệ giữa họ. Vì thế, bên các cơ hội do bảo hộ thương mại, Việt Nam nên tập trung khai thác các cơ hội có nội hàm tương tự, rõ nhất là phát triển doanh nghiệp từ tác động của các FTA vừa và sắp có hiệu lực. Đây là cơ hội lớn, bởi trong 6 năm vừa qua, Việt Nam có đến 4 FTA tầm cỡ, là FTA Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA, 2015), FTA Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu (VCUFTA, 2015) và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP, 2018) đã có hiệu lực. FTA Việt Nam - EU (EVFTA) dự kiến có hệu lực vào tháng 7 năm 2020, và Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC, 2016) được xem như là một FTA "ngầm", cùng 9 FTA đã có trước đó, cho phép nước ta hội nhập sâu rộng với 56 nền kinh tế. Nếu năng động hơn, thì cùng với tác động của CMCN 4.0, cơ hội phát triển doanh nghiệp theo hướng thúc đẩy thương mại quốc tế là không nhỏ. Cụ thể, có thể phát triển nhanh, mạnh doanh nghiệp trong các ngành được hưởng lợi, thế chỗ doanh nghiệp ngoại ở các "đứt gãy" chuỗi cung ứng, thâm nhập vào phân khúc giá rẻ và các ngách của các chuỗi giá trị. Đồng thời, có thể phát triển doanh nghiệp ở các khâu còn yếu và thiếu trong chuỗi cung ứng; phát triển doanh nghiệp hỗ trợ để thu hút FDI từ các nước nội khối (Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh, 2018a), mặc bảo hộ thương mại trỗi dậy và bành trướng.

3.2.3. Tận dụng các cơ hội phát triển doanh nghiệp phái sinh do bảo hộ thương mại tạo ra ở các khu vực, quốc gia có liên quan, để làm hình thành một bộ phận doanh nghiệp đặc thù, hiệu quả, giúp Việt Nam gắn kết sâu hơn, rộng hơn vào kinh tế khu vực và kinh tế thế giới

Nhờ các mối quan hệ do lịch sử để lại, nhờ ảnh hưởng của các FTA, nước ta còn có nhiều cơ hội phát triển doanh nghiệp phái sinh do bảo hộ thương mại tạo ra ở các khu vực, quốc gia khác. Hai nhóm cơ hội chính là: (i) Phát triển doanh nghiệp trên cơ sở nguồn FDI bị chuyển dịch do chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đưa đẩy, mà trước tiên là các dự án FDI của Mỹ di dời khỏi Trung Quốc do bị trả đũa, kỳ thi. Nhiều đối tác thân cận với Mỹ có nhà máy ở Trung Quốc sản xuất xe cộ, lốp xe, đồ nhựa, sản phẩm dệt may... đều bắt đầu chuyển dây chuyền lắp ráp sang Việt Nam để tránh thuế cao. Sau đó là các dự án FDI xuất xứ Trung Quốc đầu tư vào Việt Nam để thâm nhập vào Mỹ, biến Việt Nam thành "công xưởng thế giới" thay thế Trung Quốc, bù đắp cho các chuỗi cung ứng bị "đứt gẫy" hoặc điều chỉnh vì chiến tranh thương mại Mỹ - Trung... (ii) Phát triển doanh nghiệp từ cơ hội phát sinh do cấm vận qua lại, liên tục gia hạn giữa Nga với EU và Mỹ, sau sự kiện Nga sáp nhập Crimea năm 2014. Nhằm xuất sản phẩm sang Nga, thay thế các loại nông sản, nguyên liệu và thực phẩm có nguồn gốc từ các nước đang áp đặt lệnh trừng phạt chống Nga. Hoặc để thu hút khách du lịch từ Nga, khi nhiều địa điểm du lịch ở châu Âu không còn an toàn cho khách Nga, khi cát và nắng Việt Nam rất thích hợp với việc nghỉ Đông của người Nga. Hai nhóm cơ hội này cho phép phát triển nhiều doanh nghiệp chất lượng cao, làm hình thành một bộ phận doanh nghiệp đặc thù, hỗ trợ Việt Nam chuyển mạnh sang kinh tế số theo xu thế thời đại (Lê Quốc Anh, 2019). Song để việc tận dụng các cơ hội này phát triển doanh nghiệp được thuận lợi, nhà nước cùng các bộ ngành, hiệp hội doanh nghiệp cần phải hỗ trợ giúp chủ doanh nghiệp khắc chế bớt các ảnh hưởng tiêu cực từ bảo hộ thương mại có liên quan.

3.2.4. Chủ động cải thiện hệ sinh thái, nâng cấp hệ thống doanh nghiệp quốc gia, giúp chúng phát triển nhanh mạnh, đưa đất nước mau chóng trở thành nước có thu nhập bình quân cao, tăng khả năng vượt qua các rào cản bảo hộ thương mại nếu có khi vươn ra thế giới

Mục đích cao nhất trong phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam không phải chỉ tập trung vào khai thác các cơ hội, mà hướng tới: việc làm hình thành nên hệ thống doanh nghiệp quốc gia hài hòa, vững mạnh. Từng khu vực doanh nghiệp I, II và III, cũng như khu vực doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp nội ngoài nhà nước và khu vực doanh nghiệp FDI, hoặc các cụm doanh nghiệp theo vùng, miền, địa phương - đều là tập hợp doanh nghiệp mạnh, giầu tiềm năng phát triển. Chúng không chỉ mang lại lợi nhuận cao cho chủ sở hữu, mà còn tạo ra ngoại ứng tích cực cho các chủ thể kinh tế khác, liên kết phối hợp để đưa năng suất lao động lên ngày một cao, sẵn sàng vượt qua các rào cản bảo hộ. Hơn nữa, trong thế giới kết nối đa chiều như hiện nay, các doanh nghiệp thường có ảnh hưởng qua lại với nhau, không thể có doanh nghiệp, nhóm doanh nghiệp mạnh khi các doanh nghiệp có liên quan trì trệ, ốm yếu. Vì vậy, nước ta cần tập hợp trí tuệ toàn dân tộc để đưa ra chủ thuyết phát triển Việt Nam, nhằm tập hợp mọi sức mạnh kinh tế để phát triển trên con đường đã chọn. Trong đó, trong phát triển doanh nghiệp, cần tập trung sức để cải thiện,

nâng cấp hệ sinh thái sáng tạo và khởi nghiệp, nhanh chóng khắc phục ba vùng "lõm" là "giáo dục bậc cao và đào tạo", "sáng tạo" và "sẵn sàng với công nghệ" (hình 2). Tiếp tục nâng cao chất lượng thể chế, hạ tầng và trình độ kinh doanh; cải thiện môi trường vĩ mô, phát triển thị trường tài chính, và hiệu quả thị trường hàng hóa; mạnh dạn vận dụng kinh nghiệm của các nước đi trước, để không ngừng cải thiện, nâng cấp hệ thống doanh nghiệp quốc gia...

4. Kết luận

Sau 3 năm tăng trưởng ấn tượng vừa qua, nền kinh tế Việt Nam đang đứng trước bài "test" quan trọng, khi bối cảnh đầu tư, kinh doanh không thuận. Kinh tế thế giới tiếp tục tăng trưởng chậm lại, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung và nhiều bất ổn khu vực làm gia tăng bất ổn của thương mại toàn cầu, làm suy giảm niềm tin kinh doanh của nhiều nhà đầu tư. Ở trong nước, bên cạnh những hiệu ứng từ kết quả tăng trưởng tích cực trong các năm 2017-2019, kinh tế vĩ mô ổn định; còn đan xen nhiều khó khăn, thách thức. Thời tiết diễn biến phức tạp ảnh hưởng mạnh đến ngành trồng trọt, ngành chăn nuôi khó khăn bởi dịch tả lợn châu Phi vẫn tái phát tại nhiều nơi, giải ngân vốn đầu tư công không thuận. Song thách thức lớn nhất là đại dịch Covid-19 với hai ổ dịch Trung Quốc và Hàn Quốc, đe dọa nguồn nguyên liệu nhập phục vụ sản xuất, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực khó đạt kế hoạch vì thiếu nguyên liệu. Ngành du lịch sẽ thiệt hại hàng tỷ USD, nhưng nguy hiểm nhất là nếu virut Covíd-19 lây sang, chỉ cần khủng hoảng doanh thu 1-2 tháng thì hàng vạn SME sẽ phá sản khi phải trả "khống" nhiều chi phí... Làm cho việc khai thác cơ hội phát triển doanh nghiệp, nhất là phát triển để bù đắp cho phần hàng xuất khẩu bị giảm sút do bối cảnh tệ hại hiện nay là rất quan trọng và cấp thiết. Và cơ hội phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh bảo hộ thương mại đang là cơ hội lớn và "sáng" nhất, bởi chỉ cần có những cố gắng thì Việt Nam sẽ có nhiều doanh nghiệp mới được phát triển. Chúng không chỉ thay thế cho các doanh nghiệp bị tổn hại, mà còn góp cho hệ thống doanh nghiệp quốc gia nhiều doanh nghiệp tầm cỡ, với nhiều thương hiệu lừng lẫy với công nghệ và phương thức quản trị hiện đại. Góp phần bổ sung cho khu vực doanh nghiệp nội ngoài nhà nước: nhiều doanh nghiệp có thể tham gia sâu vào các chuỗi giá trị toàn cầu, tăng độ hoàn thiện cho các chuỗi cung ứng, làm xuất hiện nhiều doanh nghiệp đầy triển vọng, lấy hội nhập làm môi trường hoạt động... Nhưng khai thác được các cơ hội này không dễ, bởi bên cạnh các nút thắt, như vốn thiếu và đắt, thiếu nhân lực chất lượng, công nghiệp phụ trợ yếu và thiếu. Nước ta còn nhiều nút thắt vô hình, như vẫn dùng chủ thuyết phát triển và mô hình tăng trưởng của hàng chục năm trước đây, để tư duy bao cấp chi phối kinh tế thị trường. Nhiều bộ ngành, quan chức vô cảm trước sự tụt hậu của dân tộc, bàng quang trước khó khăn của doanh nghiệp, gây khó khăn cho kinh tế số... May mắn là bên các rào cản đó, sự nghiệp phát triển doanh nghiệp đang có nhiều động lực thúc đẩy, từ sự lãnh đạo của Đảng, hỗ trợ của Quốc hội, sự chỉ đạo của Chính phủ đồng hành cùng doanh nghiệp, cùng quyết tâm vươn lên của giới doanh nhân, sự góp sức của giới khoa học, sự chung sức của cộng đồng. Hứa hẹn làm cho hoạt động phát triển doanh nghiệp có nhiều bước tiến dài, khai thác tốt và hiệu quả cơ hội từ mọi bối cảnh, góp phần giúp Việt Nam thu hẹp khoảng cách phát triển với các cường quốc...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bích Diệp (2015), *Việt Nam lấy tiền đâu để phát triển?* Truy cập ngày 03 tháng 03 năm 2020, từ <http://vinacorp.vn/news/viet-nam-lay-tien-dau-de-phat-trien/ct-579470>.
2. Bùi Quang Vinh (2016), *Bài phát biểu tâm huyết, thẳng thắn của Bộ trưởng Bùi Quang Vinh*, truy cập ngày 26 tháng 02 năm 2020, từ <http://vietnamnet.vn/vn/thoi-su/bai-phat-bieu-tam-huyet-thang-than-cua-bo-truong-bui-quang-vinh-286196.html>.
3. Bùi Trinh (2014), *GDP chạy đi đâu?* Truy cập ngày 24 tháng 02 năm 2020, từ: <http://vneconomy.vn/thoi-su/gdp-chay-di-dau-20140206031427536.htm>.
4. Daron Acemoglu và Jame A. Robinson (2013), *Tại sao các quốc gia thất bại*, bản dịch của Nguyễn Thị Kim Chi, Nxb Trẻ, Tp Hồ Chí Minh.
5. Hải Lộc (2019), *Tâm thế cơi nới và dò đá qua sông thì không thể tiến dài, tiến xa*, truy cập ngày 25 tháng 02 năm 2020, từ: <https://vietnamnet.vn/vn/tuanvietnam/tam-the-coi-noi-va-do-da-qua-song-thi-khong-the-tien-dai-tien-xa-529927.html>.
6. Kiều Linh (2018), *2.700 doanh nghiệp nhà nước đang hoạt động*, truy cập ngày 24 tháng 02 năm 2020, từ <http://vneconomy.vn/2700-doanh-nghiep-nha-nuoc-dang-hoat-dong-20180119121233502.htm>.
7. Lê Quang Thuận & Nguyễn Thị Phương Thúy (2018), *Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam,* truy cập ngày 20 tháng 02 năm 2020, từ: <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/xu-huong-bao-ho-thuong-mai-tren-the-gioi-va-kien-nghi-doi-voi-viet-nam-301021.html>.
8. Lê Quốc Anh (2019), *Doanh nghiệp Việt Nam với kinh doanh số trong kỷ nguyên toàn cầu hóa*, Kỷ yếu Hội thảo: "Kinh doanh số trong kỷ nguyên toàn cầu hóa", Nxb Lao động - Xã hội, trang 01-19.
9. Lê Quốc Anh & cs (2018), *Phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Quản lý Kinh tế, số 89 tháng 7+8/2018, trang 36-44.
10. Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh (2018a), *Các FTA thế hệ mới với vấn đề phát triển doanh nghiệp Việt Nam***,** Kỷ yếu Hội thảo quốc tế về "Thương mại và phân phối" - CODI 2018, Nxb Nông nghiệp, trang 1028-1038.
11. Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh (2018b), *Economic development in lower middle-income countries in this day and age, through practical study in Vietnam*, Kỷ yếu Hội thảo: "Các vấn đề đương đại trong Kinh tế, Quản trị và Kinh doanh", Nxb ĐHKTQD, trang 1029-1047.
12. Lê Quốc Anh & Lê Thị Trâm Anh (2019), *Breakthrough in the Development of Vietnamese Business in Order to Grow Rapidly and Sustainably*, European Journal of Business and Management, Tập 11, Số 9 (2019), trang 158-175.
13. Nguyễn Đức Thành và Nguyễn Văn Đại (2014), *Chẩn đoán tăng trưởng kinh tế Việt Nam: Những rào cản cho giai đoạn 2015-2020*, truy cập ngày 01 tháng 03 năm 2020, từ <http://vepr.org.vn/hoi-thao-quoc-gia-thuc-day-tang-truong-bao-ham-o-viet-nam-nhung-ham-y-tu-cach-tiep-can-chan-doan-tang-truong-.html>.

14. Nguyễn Hoài (2016*), Ông Võ Trí Thành: Doanh nghiệp đang rơi vào xu hướng li ti hóa*, truy cập ngày 26 tháng 02 năm 2020, từ <http://infonet.vn/ong-vo-tri-thanh-doanh-nghiep-dang-roi-vao-xu-huong-li-ti-hoa-post192346.info>.
15. Nguyễn Phong (2017), *Kỳ tích phát triển của Israel và kinh nghiệm đối với Việt Nam, Kỳ I*, truy cập ngày 20 tháng 02 năm 2020, từ: <https://vietnamfinance.vn/ky-tich-phat-trien-cua-israel-va-kinh-nghiem-doi-voi-viet-nam-ky-1-20171015224612189.htm>.
16. San Ngọc (2015), *"Cường quốc" nông nghiệp có nguy cơ sụp đổ?* Truy cập ngày 01 tháng 03 năm 2020, từ <http://cafef.vn/vi-mo-dau-tu/cuong-quoc-nong-nghiep-co-nguy-co-sup-do-20150701144105589.chn>.
17. Todd G. Buchholz (2008), *Ý tưởng mới từ các kinh tế gia tiền bối*, bản dịch của Phạm Hồng Bắc và Bùi Ngọc Sơn, Nxb Tri thức, Hà Nội.
18. Tư Giang (2014), *"Chúng ta chỉ còn hai lựa chọn, mở cửa hay là chết",* truy cập ngày 01 tháng 03 năm 2020, từ <http://fica.vn/dong-chay-von/-chung-ta-chi-con-hai-lua-chon-mo-cua-hay-la-chet--33128.html>.

CUỘC CHIẾN TIỀN TỆ MỸ - TRUNG: DIỄN BIẾN, ẢNH HƯỞNG VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

THE US-CHINA MONETARY WAR: DEVELOPMENTS, EFFECTS AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

TS. Vũ Xuân Dũng

ThS. Trần Thị Thu Trang

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung năm 2019 đã có những diễn biến phức tạp, khó lường và đã có những ảnh hưởng nhiều chiều đến nền kinh tế của hai nước đối thủ cũng như các quốc gia có liên quan, trong đó, Việt Nam được xem là một trong quốc gia hứng chịu các ảnh hưởng của cuộc chiến này. Bài viết tổng hợp và phân tích các diễn biến, nguyên nhân của cuộc chiến tiền tệ này, đánh giá các ảnh hưởng hai chiều của nó đến nền kinh tế Việt Nam, từ đó đưa ra một số khuyến nghị biện pháp ứng xử của Việt Nam trong thời gian tới

Từ khóa: *cuộc chiến tiền tệ, thao túng tiền tệ, tỷ giá, lãi suất, thuế quan.*

Abstract

The US-China monetary war in 2019 has had complicated and unpredictable developments and has had many dimensional effects on the economies of the two rival countries as well as related countries. Vietnam is considered one of the countries affected by the war. The article summarizes and analyzes the events and causes of this currency war, assesses its two-way effects on the Vietnam's economy. Additionally, the research group also suggests some recommendations for Vietnam in the future.

Keywords: *currency war, currency manipulation, exchange rate, interest rate, tariffs*

1. Đặt vấn đề

Trước những biện pháp thuế quan mạnh mẽ mà Chính quyền Mỹ áp dụng, Trung Quốc đã sử dụng những biện pháp đáp trả tiền tệ thông qua những động thái để cho đồng nhân dân tệ (CNY) suy yếu chạm và vượt ngưỡng 07 CNY đổi 01 USD vào đầu tháng 8/2019, ngay sau đó, Chính quyền Mỹ cũng đã đáp trả bằng động thái tuyên bố dán nhãn Trung Quốc là quốc gia thao túng tiền tệ. Đây được coi là sự kiện khơi mào cho một cuộc chiến tiền tệ giữa hai nền kinh tế hàng đầu thế giới. Kể từ đó đến nay, cuộc chiến tiền tệ này đã có những diễn biến khó lường, đồng thời đã có những ảnh hưởng nhất định không chỉ đối với nền kinh tế của hai nước mà còn có những tác động đến các nền kinh tế của các quốc gia khác có liên quan, trong đó có Việt Nam. Làm thế nào có thể nhìn nhận được một cách đầy đủ và có hệ thống những diễn biến, nguyên nhân của cuộc chiến tiền tệ này và ảnh hưởng của nó đến nền kinh tế Việt Nam để từ đó có thể đưa ra những biện pháp ứng phó phù hợp cho Việt Nam đang là một vấn đề thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách và doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết về cuộc chiến tiền tệ và tổng quan nghiên cứu

Cuộc chiến tiền tệ không phải là một hiện tượng mới trong nền kinh tế toàn cầu. Thuật ngữ này đã xuất hiện trong các cuộc tranh luận học thuật (Angeloni và cộng sự, 2011; Bergsten, 2013; Włodarczyk, 2014). Các tài liệu cho thấy các cách tiếp cận khác nhau để định nghĩa của hiện tượng này trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hiện nay. Theo đó, đa số quan điểm nhận định ***cuộc chiến tiền tệ là một tình huống khi một quốc gia cố ý làm mất giá đồng tiền của mình và do đó khiến nó trở nên cạnh tranh hơn, trong khi các đối tác thương mại của họ, trở nên ít cạnh tranh hơn***. Một số nhà nghiên cứu mô tả cuộc chiến tiền tệ là ***các chính sách của ngân hàng trung ương hoặc chính phủ của một quốc gia nhằm mục đích phá giá đồng tiền quốc gia để đáp lại hành động tương tự của một quốc gia khác, hoặc một đối tác thương mại quan trọng***. Sau khi đồng nội tệ giảm giá, việc nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ sẽ đắt hơn trước đồng thời, hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu sẽ rẻ hơn trước đó một cách tương đối. Trên thực tế, một số quốc gia xây dựng chiến lược phát triển kinh tế của họ dựa trên việc cố ý giữ tiền tệ của họ bị định giá thấp so với các loại tiền tệ khác trong một thời gian dài. Điều này đặc biệt liên quan đến các quốc gia hy vọng sẽ đạt được tăng trưởng kinh tế nhờ xuất khẩu cao. Phần lớn các nền kinh tế Đông Á, bao gồm cả những nền kinh tế lớn nhất, như Trung Quốc hay Nhật Bản đang thực hiện chính sách kinh tế như vậy. Trong nhiều năm, Trung Quốc đã bị Mỹ hoặc thậm chí các nước đang phát triển khác (ví dụ như Brazil) buộc tội cố tình duy trì tỷ giá nhân dân tệ dưới mức cân bằng - là mức tỷ giá đạt được hình thành theo quy luật thị trường. Trong lịch sử kinh tế thế giới, có những giai đoạn mà sự can thiệp với tỷ giá hối đoái của các quốc gia trở nên mạnh mẽ hơn. Các nhà kinh tế đã xác định có hai thời kỳ như vậy trong thế kỷ 20 khi nhiều quốc gia trên toàn thế giới cố tình giữ tiền tệ của họ bị định giá thấp đến mức những giai đoạn đó được gọi là chiến tranh tiền tệ.

Vào tháng 9 năm 2010, Guido Mantega, sau đó là Bộ trưởng Tài chính Brazil, lần đầu tiên sử dụng công khai khái niệm chiến tranh tiền tệ sau cuộc khủng hoảng 2007-2008. Nó phản ứng với chính sách nới lỏng định lượng ở Hoa Kỳ (Menkes & Znojek, 2011). Mantega chỉ trích chính sách tiền tệ do Cục Dự trữ Liên bang áp dụng để chống lại giảm phát và kích thích nền kinh tế đang gặp khủng hoảng (Eichengreen, 2013). Sau đó khái niệm này thường được sử dụng phổ biến và vấn đề này đã được thảo luận rộng rãi trong Hội nghị thượng đỉnh G-20 được tổ chức tại Moscow vào tháng 2 năm 2013.

Trong nhiều trường hợp, chiến tranh tiền tệ không chỉ đơn thuần là sự mất giá của đồng tiền quốc gia, mà còn là động thái triệt tiêu sự định giá của tiền tệ. Trung Quốc là một ví dụ điển hình về một quốc gia đã triệt tiêu sự đánh giá hợp lý về mặt kinh tế đối với đồng tiền của chính họ bởi lẽ ngân hàng Trung ương Trung Quốc đã duy trì tỷ giá hối đoái CNY/USD cố định trong nhiều năm, đánh giá thấp đồng tiền riêng của mình tới 50%. (Darvas & Pisani, 2010; Portes, 2012; Gagnon, 2013).

Gần đây, khái niệm về cuộc chiến tiền tệ được hiểu rộng hơn, bao gồm mọi sự can thiệp vào tỷ giá hối đoái của chính phủ các nước nhằm mục đích chủ ý làm suy yếu đồng tiền quốc gia (Dunin-Wąsowicz, 2012)

Như vậy có thể thấy cuộc chiến tiền tệ được hiểu là tình trạng xung đột kinh tế, trong đó các nền kinh tế dùng các công cụ khác nhau tìm cách giảm giá đồng tiền của mình để tăng khả năng cạnh tranh quốc tế từ đó gây thiệt hại cho các nền kinh tế khác.

Tổng quan nghiên cứu

Cho đến nay, đã có nhiều công trình nghiên cứu về cuộc chiến tiền tệ. Tuy nhiên, mỗi công trình nghiên cứu đều có những nét riêng xét trên các giác độ tiếp cận khác nhau.

Về lịch sử chiến tranh tiền tệ thế giới và quan điểm về cuộc chiến tiền tệ lần thứ 3 tác giả Jacek Pera (2018) trong bài nghiên cứu của mình đã tóm lược 3 cuộc chiến tranh tiền tệ thế giới lần 1, 2, 3 trong đó có cuộc chiến giữa Mỹ và Trung Quốc và phân tích các tác động của chiến tranh tiền tệ đến thị trường tài chính và nền kinh tế các nước giai đoạn 2012-2017; Nghiên cứu của Guillermo Valencia Arana (2014) xây dựng mô hình định lượng dự báo cho các kịch bản cho cuộc chiến tiền tệ lần thứ 3.

Bên cạnh đó cũng có nhiều nghiên cứu tập trung nghiên cứu các công cụ được sử dụng trong cuộc chiến tiền tệ của các nước đặc biệt là Trung Quốc như nghiên cứu của nhà nghiên cứu Surjit S. Bhalla (1998) nghiên cứu về Chính sách tiền tệ của trung quốc trong giai đoạn 1990-1998, đặc biệt trong nghiên cứu này, tác giả đã phân tích nguyên nhân Trung Quốc giảm giá đồng CNY; Tác giả Stefan Collignon (2010) phân tích chính sách tỷ giá của Trung Quốc và chính sách tiền tệ của Mỹ đồng thời đưa gia giải pháp để tránh bùng nổ chiến tranh tiền tệ trong tương lai; Nhà nghiên cứu Zoryana Lutsyshyn và Natalia Reznikova (2013) nghiên cứu về cách sử dụng tỷ giá như một công cụ bảo hộ về tài chính và những tác động của chính sách này đến nền kinh tế; Nhóm nghiên cứu Uri Dadush và Vera Eidelmen (2014) mô tả hệ thống tiền tệ trên thế giới và khủng hoảng tài chính toàn cầu đồng thời phân tích chính sách tỷ giá của Trung Quốc trong cuộc chiến tiền tệ; Báo cáo thường niên tháng 8/2019 của quỹ Tiền tệ thế giới (IMF) tiến hành phân tích các chính sách vĩ mô của Trung Quốc sử dụng để đối phó với căng thẳng và bất ổn trong thương mại trong năm 2018 và dự báo đến 2024.

Về tác động của chiến tranh tiền tệ đến kinh tế, nhóm nghiên cứu Wayne M. Morrison và cộng sự (2013) nghiên cứu chính sách tiền tệ của Trung Quốc, đặc biệt nhấn mạnh đến chính sách tỷ giá và những ảnh hưởng của chính sách này đến kinh tế Mỹ và kinh tế TQ; Trong báo cáo thường kỳ tháng 6/2019 của ngân hàng trung ương Thái Lan cũng phân tích tác động của căng thẳng thương mại và tiền tệ Mỹ - Trung đến kinh tế của Thái Lan; Tác giả Katarzyna Twarowska (2018) nghiên cứu về tác động của chính sách tiền tệ Trung Quốc đến sự ổn định của hệ thống tiền tệ quốc tế; Theo báo cáo nghiên cứu của tổ chức AD&B (2011) tác động của chiến tranh tiền tệ đến các khía cạnh của nền kinh tế đã được phân tích dưới góc độ lý luận và một số ví dụ minh họa thực tiễn; Ben Mohr (2019) đã nghiên cứu tác động của việc Trung Quốc phá giá đồng nội tệ đến hoạt động của các doanh nghiệp Trung Quốc; Tác giả Aditya Rai (2019) nghiên cứu tác động của hạ giá đồng Nhân dân tệ đến Ấn Độ và thị trường thế giới; Nhà nghiên cứu Usama Ehsan Khan (2019) nghiên cứu tác động hạ giá đồng Nhân dân tệ đến một số quốc gia lân cận như Malaysia, Pakistan.

Như vậy cho đến nay, chiến tranh tiền tệ đã được nghiên cứu ở các góc độ khác nhau như diễn biến, nguyên nhân, tác động của cuộc chiến này đến nền kinh tế. Tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào nghiên cứu một cách đầy đủ những diễn biến mới nhất và nguyên nhân liên quan đến đến cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung trong năm 2019 cũng như tác động của cuộc chiến này đến kinh tế Việt Nam.

3. Diễn biến và nguyên nhân của cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung

3.1. Diễn biến

** Diễn biến sử dụng công cụ tỷ giá và dán nhãn quốc gia thao túng tiền tệ*

Cho đến đầu tháng 8/2019, trước những biện pháp áp đặt thuế quan của Chính quyền Mỹ đối với dòng nhập khẩu từ Trung Quốc với qui mô lớn, Chính quyền Trung Quốc đã tính đến việc sử dụng các công cụ tiền tệ để đáp trả. Với các biện pháp can thiệp, điều chỉnh có chủ ý của Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) vào thị trường ngoại hối nhằm hạ giá đồng CNY, ngày 5/8/2019, lần đầu tiên trong hơn một thập kỷ, giá CNY phá ngưỡng 07 CNY đổi 01 USD, đây là mức giá thấp nhất của CNY so với USD kể từ cuối năm 2018 (Hình 8.1). PBOC giải thích động thái này chủ yếu để thể hiện sự lo ngại của thị trường trước "các biện pháp bảo hộ và thuế nhập khẩu mới nhằm vào hàng hóa của Trung Quốc mà Mỹ áp dụng" (Việt Hoàng, 2019). Tuy nhiên, với các diễn biến leo thang căng thẳng trong quan hệ thương mại với Mỹ và việc để đồng nội tệ hạ giá thấp kỷ lục, thực chất Trung Quốc đang phát đi tín hiệu rằng họ sẵn sàng sử dụng tiền tệ làm "vũ khí" trong cuộc chiến thương mại với Mỹ.

Hình 1: Diễn biến tỷ giá USD/CNY

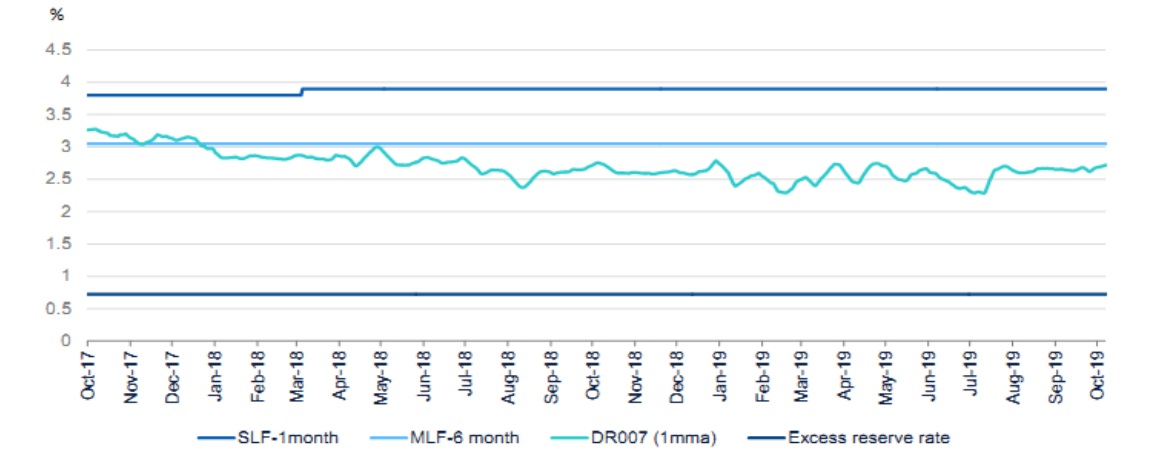
(Nguồn:https://vn.tradingview.com/symbols/USDCNY/)

Trước động thái kể trên của Trung Quốc, ngày 5/8/2019, Đại diện cho Chính quyền Mỹ - Bộ trưởng Tài chính Mỹ Steven Mnuchin - đã chính thức tuyên bố Trung Quốc là quốc gia "thao túng tiền tệ" và sẽ phối hợp với Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) để thực hiện các biệp pháp trấn áp các hình thức cạnh tranh không lành mạnh từ Trung Quốc. Bước đi này của Chính quyền Mỹ thể hiện việc hiện thực hóa lời cảnh báo trước đây của Tổng thống Mỹ Donald Trump liệt Trung Quốc vào diện các nước thao túng tiền tệ và điều này càng làm gia tăng căng thẳng Mỹ - Trung. Giá của CNY tiếp tục được hạ thấp trong các tháng 9, 10 của năm 2019 và có thời điểm chạm ngưỡng 7.15 CNY đổi 01 USD. Tuy nhiên, trong các tháng tiếp theo của năm 2019, tỷ giá USD/CNY lại có chiều hướng giảm. Đến đầu năm 2020, khi thỏa

thuận thương mại Mỹ - Trung giai đoạn 1 được ký kết, cũng là lúc tỷ giá USD/CNY lùi về dưới ngưỡng 07 CNY đổi 01 USD, và cũng là thời điểm chính quyền Mỹ đã tuyên bố gỡ bỏ dán nhãn Trung Quốc là quốc gia "thao túng tiền tệ".

** Diễn biến sử dụng công cụ lãi suất và hỗ trợ tín dụng*

Về phía Trung Quốc, bên cạnh các biện pháp can thiệp ngoại hối để hạ giá nội tệ, để góp phần giảm bớt những tác động bất lợi của chiến tranh thương mại, Trung Quốc còn sử dụng công cụ lãi suất và hỗ trợ tín dụng. Ngày 17/08/2019, PBOC đã công bố một biện pháp cải cách về lãi suất để giảm chi phí đi vay của các công ty và hỗ trợ nền kinh tế. Cụ thể, Lãi suất LPR (lãi suất được xác định dựa trên các mức lãi suất mà các định chế tài chính áp dụng với những khách hàng tốt nhất, ít rủi ro nhất. Từ khi ra đời tháng 10/2013, lãi suất này đã trở thành mức lãi suất cho vay tối thiểu không chính thống ở Trung Quốc) sẽ được điều chỉnh cách tính, được tính bằng bình quân số học lãi suất đóng góp của các ngân hàng thương mại (loại bỏ giá trị cao nhất và thấp nhất) và lãi suất đóng góp này sẽ được xác định dựa trên lãi suất cho vay trung hạn trên thị trường mở hay lãi suất MLF (Medium Lending Facility). Cụ thể, LPR đóng góp của từng ngân hàng = Lãi suất MLF + điểm điều chỉnh tùy thuộc vào điều kiện từng ngân hàng (chi phí vốn, cung cầu, rủi ro...). LPR được ấn định vào ngày 20 hàng tháng thay vì hàng ngày như trước đây. Số định chế tài chính được phép tham gia quá trình ấn định lãi suất LPR cũng được tăng từ 10 lên 18. Với cơ chế mới, PBOC đang buộc các ngân hàng tính toán lãi suất cho vay dựa trên một lãi suất mà họ kiểm soát để hướng tới mục tiêu là hạ lãi suất và cải thiện cơ chế lan tỏa của chính sách tiền tệ. Việc cải cách cơ chế LPR và gắn kết LPR với lãi suất MLF sẽ tăng cường khả năng định giá độc lập, cũng như tính cạnh tranh toàn diện của các thể chế tài chính, giúp nền kinh tế và lĩnh vực tài chính của Trung Quốc có thể hỗ trợ cho nhau tốt hơn (Le Xia và cộng sự, 2019)



Hình 2: Hệ thống hành lang trong chính sách tiền tệ của Trung Quốc

(Nguồn: Nghiên cứu của CEIC và BBVA)

Chính sách tiền tệ mà Trung Quốc áp dụng là sự kết hợp của hai chính sách lãi suất cùng một thời điểm. Một mặt, các nhà chức trách đã thiết lập một hệ thống lãi suất hành

lang, trong đó tỷ lệ lãi suất trên thị trường liên ngân hàng 7 ngày (DR007) cam kết là lãi suất chính sách của ngân hàng trung ương, mà có thể dao động trong một hành lang hẹp theo thiết kế. Mặt khác, PBOC tiếp tục thiết lập và công bố lãi suất cho vay chuẩn, điều này khiến ngân hàng thương mại có thể ấn định lãi suất cho vay cho khách hàng của họ với sự linh hoạt nhất định (Xiaoyu Zhang và Fanghui Pan, 2019).

Bên cạnh việc cải cách và điều chỉnh chính sách lãi suất, để kích thích nền kinh tế hơn nữa, ngày 20/8/2019, Trung Quốc quyết định bơm ra 400 tỷ CNY (tương đương 56,9 tỷ USD) kỳ hạn 1 năm, lãi suất 3,3%/năm theo cơ chế MLF nhằm hỗ trợ vốn để các NHTM đẩy mạnh cho vay các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) đồng thời bơm qua thị trường mở khoảng 130 tỷ CNY (tương đương 18 tỷ USD). PBOC tái khẳng định sẽ duy trì chính sách tiền tệ thận trọng để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế do ảnh hưởng của thương chiến và góp phần giảm thiểu những cú sốc trong xu hướng đồng CNY yếu đi. (Wayne M. Morrison, 2013)

Về phía Mỹ, trước những ảnh hưởng xấu đến TTCK Mỹ do sự phá giá của đồng CNY và những ảnh hưởng xấu của thương chiến đến triển vọng tăng trưởng kinh tế của Mỹ, Cục dữ trữ Liên bang Mỹ (FED) đã bắt đầu sử dụng các biện pháp điều chỉnh lãi suất.

Từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2019, FED đã 3 lần liên tiếp hạ lãi suất để hỗ trợ cho nền kinh tế vào ngày 31/7, 18/9 và 31/10 năm 2019, trong cả 3 lần này, FED đều đưa ra mức cắt giảm 0,25% lãi suất cơ bản.

Bảng 1: Thay đổi trong chính sách lãi suất của Mỹ trong năm 2019

Thời gian	Tăng	Giảm	Tỷ lệ (%)
31/10/2019	0	25	1.50-1.75
19/9/2019	0	25	1.75-2.00
1/8/2019	0	25	2.00-2.25

(Nguồn: www.federalreserve.gov)

3.2. Nguyên nhân

Việc thực hiện những động thái khơi mào cho một cuộc chiến tiền tệ giữa hai nền kinh tế lớn nhất thế giới được bắt nguồn từ những động cơ, tình thế và mục tiêu của mỗi nước trong giải quyết xung đột lợi ích kinh tế thương mại với nhau.

Về phía Trung Quốc, có hai nguyên nhân chính:

- Thứ nhất, với mô hình phát triển kinh tế dựa nhiều vào xuất khẩu được hỗ trợ bởi nền tảng duy trì đồng nội tệ yếu để kích thích xuất khẩu mà họ đã thực hiện thành công nhiều năm, thì việc thực hiện các biện pháp can thiệp để hạ giá đồng CNY trong cuộc chiến thương mại với Mỹ chỉ là vấn đề thời gian. Trong xung đột thương mại Mỹ - Trung, ban đầu các biện pháp đáp trả thuế quan từ phía Trung Quốc thể hiện sự cân bằng về qui mô áp thuế qua đó đảm bảo bù đắp cân bằng lợi ích kinh tế thương mại với Mỹ. Tuy nhiên, với tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Mỹ khoảng 500 tỷ USD và nhập khẩu từ

Mỹ trên 130 tỷ USD mỗi năm thì thuế quan không phải là "vũ khí" có lợi thế giúp cho Trung Quốc có thể đáp trả tương xứng với những đòn thuế quan từ Mỹ. Do đó, khi Chính quyền Mỹ tung ra các đòn thuế quan mạnh mẽ (tuyên bố từ ngày 1/9/2019 sẽ áp thuế bổ sung 10% đối với phần hàng hóa còn lại trị giá 300 tỷ USD nhập khẩu của Trung Quốc) đe dọa nghiêm trọng để khả năng xuất hàng hóa của Trung Quốc, trong khi đó, việc phản đòn của Trung Quốc bằng thuế quan đã không còn "dư địa" để đảm bảo cân bằng lợi ích, cho nên Trung Quốc đã sử dụng đến công cụ tiền tệ để làm cho đồng CNY mất giá mạnh vào đầu tháng 8/2019.

- Thứ hai, việc thực hiện các biện pháp can thiệp để cắt giảm lãi suất, nới lỏng hay hỗ trợ tín dụng nhằm kích thích kinh tế khi kinh tế bị suy thoái hay gặp khó khăn luôn là một biện pháp được các quốc gia ưu tiên lựa chọn. Với diễn biến kéo dài của cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung từ đầu năm 2018 đã chặn đà tăng trưởng của kinh tế Trung Quốc và làm cho đà tăng trưởng nền kinh tế nước này chững lại. Những đòn thuế quan mạnh mẽ với quy mô lớn mà Mỹ tuyên bố vào đầu tháng 8/2019 là dấu hiệu đe dọa lớn đối với tăng trưởng kinh tế thiên vào xuất khẩu vốn dĩ đang gặp khó khăn trong thời gian xảy ra thương chiến vừa qua của Trung Quốc. Cho nên, bên cạnh việc sử dụng biện pháp hạ giá nội tệ, Trung Quốc đã đồng thời sử dụng biện pháp can thiệp lãi suất và hỗ trợ tín dụng để góp phần khắc phục khó khăn kinh tế, hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu tốt hơn.

Về phía Mỹ, cũng có hai nguyên nhân chính:

- Một là, việc phản đòn bằng tuyên bố Trung quốc là quốc gia thao túng tiền tệ được xem như là sự lựa chọn tất yếu của Mỹ khi mà khó có thể sử dụng biện pháp tương tự như đối thủ trong cuộc chiến tiền tệ. Một mặt, với cơ chế hoạt động độc lập của FED, Chính quyền Mỹ không thể chỉ thị hay ép buộc FED phải thực hiện can thiệp để hạ giá đồng USD trước sức ép giảm giá của đồng CNY. Mặt khác, việc hạ giá hay phá giá đồng USD sẽ đưa lại rủi ro lớn là sẽ lôi kéo hai nước lún sâu vào cuộc chiến tiền tệ từ đó lan rộng ra các nước thành chiến tranh tiền tệ trên thế giới và sẽ đưa lại hậu quả không lường cho kinh tế toàn cầu. Do đó, biện pháp dán nhãn quốc gia thao túng tiền tệ được xem là lựa chọn phù hợp tất yếu lúc này với Chính quyền Mỹ cho dù biện pháp này chủ yếu có ý nghĩa biểu trưng.

- Hai là, việc can thiệp cắt giảm lãi suất của FED để điều chỉnh kinh tế vốn dĩ là một biện pháp thường thấy của tổ chức này khi xuất hiện những tình hình mới đe dọa đến mục tiêu kinh tế vĩ mô của Mỹ. Trước và sau khi nổ ra chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, Tổng thống Mỹ Donald Trump đã từng nhiều lần bày tỏ quan điểm lo ngại về trạng thái đồng USD mạnh và đã từng nhiều lần hối thúc FED thực hiện nới lỏng tiền tệ để hạ giá đồng USD. Tuy nhiên, đến nửa cuối năm 2019, khi mà chiến tranh thương mại kéo dài và cuộc chiến tiền tệ được khơi mào đe dọa khả năng tăng trưởng kinh tế của Mỹ, FED mới thực sự can thiệp cắt giảm lãi suất của đồng USD.

4. Ảnh hưởng và khuyến nghị đối với Việt Nam

4.1. Ảnh hưởng

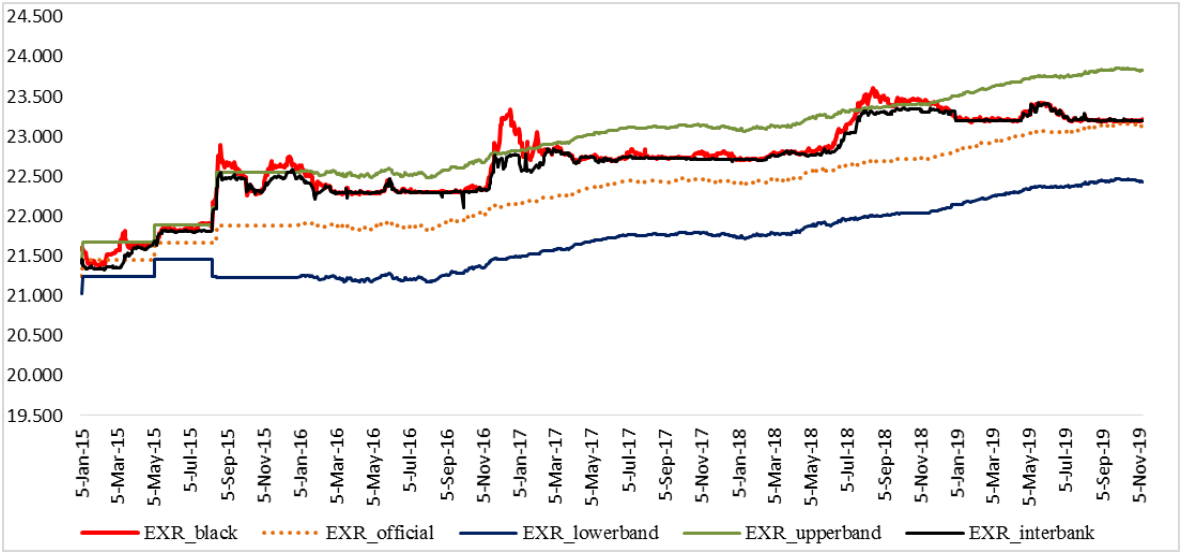
Việt Nam thực hiện nền kinh tế mở, có quan hệ kinh tế thương mại với nhiều nước, trong đó Trung Quốc và Mỹ là hai quốc gia có qui mô giao dịch thương mại hàng đầu đối

với Việt Nam. Do đó, cuộc chiến giữa hai đồng tiền của hai quốc gia này sẽ tất yếu có những ảnh hưởng đến Việt Nam. Có thể xem xét các ảnh hưởng của cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung trên hai mặt như sau:

Ảnh hưởng tiêu cực

- Gây ra những biến động bất thường của tỷ giá USD/VND.

Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam, sự giảm giá sâu của CNY đã có tác động ngay lập tức đến giá trị đồng VND. Với can thiệp của PBOC, ngày 05/08/2019, giá đồng CNY so với USD rơi xuống mức thấp nhất trong hơn một thập kỷ qua, vượt ngưỡng 7 CNY/USD. Động thái của PBOC và biến động bất thường của giá trị đồng CNY đã gây sức ép lên tỷ giá USD/VND, bởi lẽ USD là tiền tệ thanh toán hàng đầu của phần lớn các quốc gia trong đó có Việt Nam và CNY là một trong 8 loại tiền tệ trong rổ tính tỷ giá trung tâm của Việt Nam. Kết quả là giá của USD trên thị trường liên ngân hàng và thị trường chợ đen đã gia tăng vượt ngưỡng 23,500 đồng. Những động thái của PBOC cùng với biến động của giá USD trên thị trường liên ngân hàng đã buộc NHNN đã có động thái điều chỉnh tăng thêm 15 đồng, đưa tỷ giá trung tâm lên mức 23,115 đồng vào ngày 06/08/2019 (Ban Dự báo Kinh tế vĩ mô, 2019).

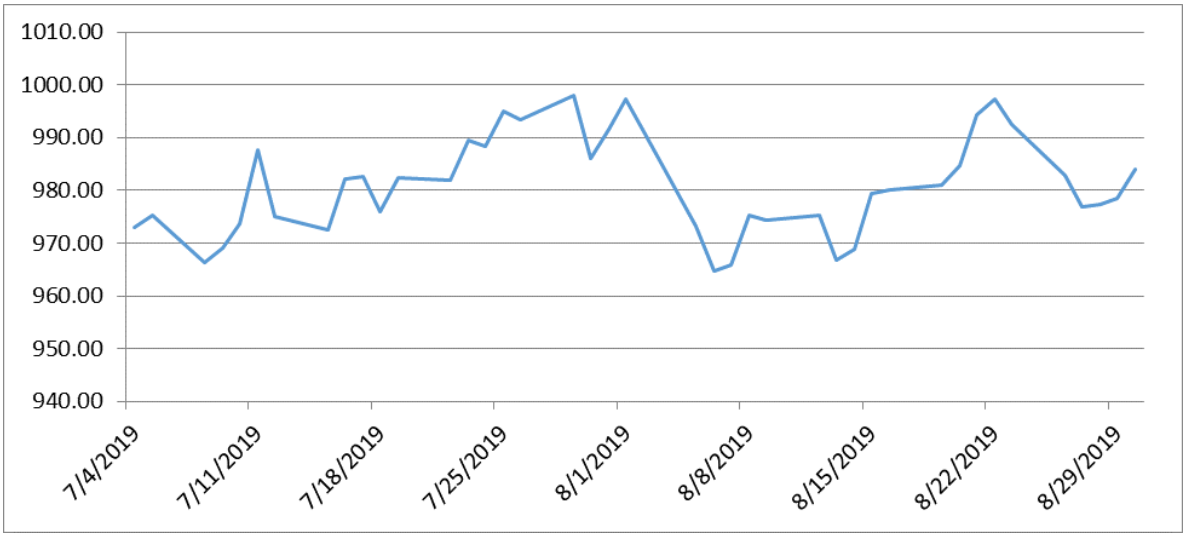


Hình 3: Diễn biến tỷ giá USD/VND giai đoạn T1/2015-T10/2019

(Nguồn: IMF)

- Góp phần tạo ra những biến động mạnh trên Thị trường chứng khoán Việt Nam.

Cuối tháng 7/2019, chỉ số VnIndex đạt 991.66 điểm, ngày 5/8/2019, động thái hạ giá đồng CNY chạm và vượt ngưỡng 7CNY/1USD đã gây ra những lo ngại cho giới đầu tư trên TTCK Việt Nam. Kết quả là chỉ số VnIndex sụt giảm ngay lập tức còn 973.15 điểm và tiếp tục giảm còn 965.93 điểm và 964.61 điểm trong các phiên giao dịch hai ngày kế tiếp. Đây cũng chính là một trong những tác động nhanh chóng của diễn biến chiến tranh tiền tệ Mỹ - Trung đến TTCK Việt Nam.



Hình 4: Diễn biến chỉ số Vnindex tháng 7 và tháng 8 năm 2019

(Nguồn: Ủy ban chứng khoán nhà nước)

- Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Trung Quốc tăng trong khi xuất khẩu sang nước này chậm lại.

So thị trường ngoại hối và TTCK, xung đột tiền tệ Mỹ - Trung đã có những ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam nhưng với độ trễ lâu hơn. Sự suy yếu của CNY so với USD đã góp phần làm cho hàng hoá nước ngoài trên thị trường nội địa của Trung Quốc bị giảm sức cạnh tranh về giá do việc quy đổi theo tỷ giá mới sẽ trở lên đắt đỏ hơn, từ đó khiến cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa của các nước vào Trung quốc trong đó có Việt Nam bị sụt giảm. Động thái can thiệp của PBOC làm CNY giảm giá khá mạnh so với USD (mức giảm gần 3%), trong khi đó VND được xem là chỉ giảm giá đôi chút so với USD (mức giảm chưa tới 0,5%). Diễn biến này đã gây ra ảnh hưởng tiêu cực nhiều hơn đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường nước này khi mà nông lâm sản xuất khẩu của Việt Nam như rau quả, cao su, thủy sản, gỗ,... vốn đã có giá cao hơn tương đối so với trước đây và kém tính cạnh tranh hơn so với sản phẩm cùng loại tại thị trường Trung Quốc (Nguyễn Lê Đình Quý, 2018). Theo báo cáo của Tổng cục hải quan, trong năm 2019, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc chỉ đạt 41,41 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 15,7% tổng kim ngạch nhập khẩu và tăng trưởng 0,1% so với năm 2018, trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc đạt tới 75,45 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 29,8% tổng kim ngạch nhập khẩu và tăng trưởng tới 29,8% so với năm 2019 và đây là mức tăng trưởng cao nhất so với các nước và khu vực khác mà Việt Nam có hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa (Bảng 2). So với năm 2018, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc năm 2019 tăng thêm tới 10,014 tỷ USD, trong khi xuất khẩu chỉ tăng gần 150 triệu USD. Chính vì vậy, cán cân thương mại của Việt Nam với Trung Quốc bị thâm hụt rất lớn lên tới hơn 34 tỷ USD mà một trong những nguyên nhân góp phần làm gia tăng tình trạng thâm hụt thương mại này là do tác động của cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung.

Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu của Việt Nam theo châu lục, khối nước và một số thị trường lớn năm 2019

Thị trường	Xuất khẩu			Nhập khẩu		
	Kim ngạch (Tỷ USD)	So với năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch (Tỷ USD)	So với năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)
Châu Á	**135,45**	**2,9**	**51,3**	**202,90**	**6,6**	**80,2**
- ASEAN	*24,96*	*1,3*	*9,4*	*32,09*	*0,9*	*12,7*
- Trung Quốc	*41,41*	*0,1*	*15,7*	*75,45*	*15,2*	*29,8*
- Nhật Bản	*20,41*	*8,4*	*7,7*	*19,53*	*2,5*	*7,7*
- Hàn Quốc	*19,72*	*8,1*	*7,5*	*46,93*	*-1,4*	*18,5*
Châu Âu	**47,27**	**2,0**	**17,9**	**18,63**	**4,9**	**7,4**
- EU(28)	*41,48*	*-1,0*	*15,7*	*14,91*	*7,4*	*5,9*
Châu Đại Dương	**4,46**	**-7,4**	**1,7**	**5,14**	**16,4**	**2,0**
Châu Mỹ	**73,89**	**27,3**	**28,0**	**22,46**	**10,6**	**8,9**
- Hoa Kỳ	*61,35*	*29,1*	*23,2*	*14,37*	*12,7*	*5,7*
Châu Phi	**3,12**	**8,1**	**1,2**	**3,95**	**-3,7**	**1,6**
Tổng	**264,19**	**8,4**	**100,0**	**253,07**	**6,8**	**100,0**

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Trong danh mục những hàng hóa xuất khẩu năm 2019 sang thị trường Trung Quốc, ba nhóm mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch giảm mạnh so với năm 2018 là gạo giảm tới 64,82%, thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh giảm 45,76% và máy ảnh, máy quay phim và linh kiện giảm 45,24%.

Bảng 3: Xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc năm 2019

(Theo số liệu của TCHQ công bố ngày 13/1/2020)

ĐVT: USD

Mặt hàng	Năm 2019 (USD)	So với năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng kim ngạch XK	***41.414.093.484***	***0,35***	***100***
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	1.533.925.720	-45,24	3,7
Gạo	240.391.971	-64,82	0,58
Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	20.526.391	-45,76	0,05

(Nguồn: Tổng cục hải quan)

Ảnh hưởng tích cực

- Góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ.

Các động thái của PBOC nhằm hạ giá CNY so với USD đã đưa đến tác động làm tăng giá của đồng USD so với nhiều đồng tiền khác trong đó có đồng VND của Việt Nam. Cùng với xu hướng mua hàng thay thế cho hàng hóa Trung Quốc từ các nước khác của người tiêu dùng Mỹ trước sự tăng giá do các biện pháp thuế quan của Chính quyền Mỹ, sự tăng giá của USD so với VND cũng đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường Mỹ (Trần Thị Thanh Hương, 2019). Theo báo cáo của Tổng cục hải quan, trong năm 2019, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ đạt 14,37 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 5,7% tổng kim ngạch nhập khẩu và tăng trưởng 12,7% so với năm 2018, trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ đạt tới 61,35 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 23,2% tổng kim ngạch xuất khẩu và tăng trưởng tới 29,1% so với năm 2019 và đây là mức tăng trưởng cao nhất so với các quốc gia và khu vực khác mà Việt Nam có quan hệ thương mại (Bảng 2).

- Góp phần giảm bớt nghĩa vụ trả nợ của Việt Nam đối với các khoản nợ tính bằng đồng CNY

Trên lý thuyết, việc hạ giá đồng CNY của Trung Quốc đã góp phần giảm bớt nghĩa vụ trả nợ của Việt Nam đối với các khoản nợ tính bằng đồng CNY. Trên thực tế, do các khoản cho vay, viện trợ ODA của chính phủ Trung Quốc cho Việt Nam cũng như các khoản nợ của doanh nghiệp Việt Nam với doanh nghiệp Trung Quốc tính bằng đồng CNY chiếm tỷ trọng nhỏ, cho nên những tác động tích này được cho là không nhiều nhưng vẫn là một khía cạnh ảnh hưởng tích cực đối với Việt Nam.

4.2. Khuyến nghị cho Việt Nam

Cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung đã được nhen nhóm từ đầu tháng 8/2019, có diễn biến khó lường và đã có những ảnh hưởng đến các quốc gia thực hiện nền kinh tế mở, trong đó có Việt Nam. Trong thời gian tới, để chủ động ứng phó với các tình huống diễn biến khó lường và những ảnh hưởng có thể của cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung, Việt Nam cần triển khai các biện pháp chủ yếu sau đây:

Một là, cần xây dựng các định hướng chính sách tỷ giá, lãi suất và hỗ trợ tín dụng theo các kịch bản khác nhau của cuộc chiến tiền tệ.

Diễn biến của cuộc chiến tiền tệ phụ thuộc vào diễn biến của chiến tranh thương mại, những kết quả đàm phán thương mại đạt được cũng như trạng thái phát triển hai nền kinh tế hàng đầu thế giới. Trong thời gian tới, cuộc chiến tiền tệ được cho là có thể đi theo một trong ba kịch bản sau:

- Cuộc chiến tiền tệ giữa Mỹ và Trung Quốc sẽ chấm dứt: Trên cơ sở đạt được sự nhất trí trong thỏa thuận thương mại giai đoạn 1 và định hướng đàm phán trong dài hạn về các bất đồng mang tính cốt lõi. Khi đó, cuộc chiến tiền tệ giữa hai quốc gia sẽ kết thúc, giá đồng CNY sẽ có xu hướng gia tăng trở lại nhưng với biên độ hạn chế nhằm không gây ra những cú sốc. Kịch bản này sẽ giúp thúc đẩy các triển vọng kinh tế toàn cầu, qua việc củng cố lòng tin của các nhà đầu tư và người tiêu dùng trên thế giới.

- Cuộc chiến tiền tệ giữa Mỹ và Trung Quốc sẽ tiếp diễn nhưng chỉ trong một giới hạn nhất định: Mỹ và Trung Quốc đã nhất trí về một thỏa thuận thương mại giai đoạn 1, nhưng nếu không nhất trí về định hướng đàm phán dài hạn thì đây chỉ là một "hiệp định đình chiến" và được xem là phần mở đầu của cuộc chiến thương mại dài hơi. Như vậy bế tắc giữa hai nền kinh tế Mỹ-Trung sẽ kéo dài. Khi đó, sẽ dẫn tới các triển vọng u ám tại cả hai nền kinh tế hàng đầu thế giới và ảnh hưởng đến phần còn lại của nền kinh tế toàn cầu.

- Cuộc chiến tiền tệ giữa Mỹ và Trung Quốc sẽ bùng phát thành chiến tranh tiền tệ thế giới: Nếu Mỹ và Trung Quốc thất bại trong đàm phán, thỏa thuận thương mại "giai đoạn 1" sẽ bị suy yếu, trong khi hai bên không đạt được định hướng đàm phán dài hạn. Khi đó rất có thể Mỹ sẽ đẩy mạnh áp dụng các đòn thuế quan và dẫn đến Trung Quốc sẽ tiếp tục phá giá CNY sâu hơn. Khi đó, Mỹ sẽ có những hành động đáp trả tương ứng. Để hạ giá USD, Bộ Tài chính Mỹ có thể bán USD để mua ngoại tệ, và có thể yêu cầu hỗ trợ từ FED đang nắm giữ các tài sản trị giá hàng ngàn tỷ USD để can thiệp thị trường. Lúc này, sự phá giá của 2 đồng tiền của hai nền kinh tế hàng đầu thế giới sẽ lôi kéo các nước khác vào vòng xoáy phá giá tiền tệ, châm ngòi cho một cuộc chiến tranh tiền tệ lan rộng trên toàn thế giới Nếu kịch bản này xảy ra, thế giới sẽ phải hứng chịu các hậu quả tồi tệ nhất khi các đồng tiền giảm giá, kinh tế các nước và toàn cầu đối mặt với suy thoái nghiêm trọng.

Với kịch bản thứ nhất, Việt Nam không cần phải thực hiện các biện pháp điều chỉnh tỷ giá bám sát với biến động của CNY hay tiếp tục cắt giảm lãi suất và đẩy mạnh hỗ trợ tín dụng, bởi lẽ diễn biến tăng giá CNY sẽ có lợi cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc đồng thời sẽ góp phần hạn chế hoạt động nhập khẩu từ thị trường này, qua đó cải thiện cán cân thương mại, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Với kịch bản thứ hai, Việt Nam cần chủ động theo dõi diễn biến cặp tỷ giá USD/CNY và dự báo tác động của chúng đến kinh tế Việt Nam để có định hướng điều chỉnh giá đồng VND phù hợp. Một mặt, Việt Nam sẽ điều chỉnh giảm giá đồng VND so với USD một cách thận trọng với biên độ vừa phải để vừa hạn chế tác động tiêu cực từ tăng giá của đồng CNY, vừa không làm tăng gánh nặng công nợ quốc gia, không tạo ra áp lực rút vốn đầu tư, chuyển đổi tài sản của nhà đầu tư, đồng thời không bị Mỹ áp dụng biện pháp dán nhãn quốc gia thao túng tiền tệ. Mặt khác, cần chủ động điều chỉnh lãi suất và hỗ trợ tín dụng hợp lý để hỗ trợ kinh tế trong nước trước những tác động bất lợi của cuộc chiến tiền tệ. Trong kịch bản này, Việt Nam sẽ có được những ảnh hưởng bù trừ như đã từng xẩy ra trong những tháng cuối năm 2019 khi mà thâm hụt thương mại với Trung Quốc bị suy giảm, đổi lại thặng dư thương mại với Mỹ lại gia tăng. Với kịch bản thứ 3, Việt Nam cũng như nhiều quốc gia khác sẽ bị cuốn vào chiến tranh tiền tệ, nên tất yếu phải thực hiện phá giá nội tệ và thực hiện các biện pháp cắt giảm lãi suất và hỗ trợ tín dụng mạnh mẽ để thích ứng với tình hình của thế giới. Tuy nhiên, trong tình huống này, Việt Nam cần hết sức thận trọng và tính toán kỹ càng nhằm hạn chế thấp nhất những tác động tiêu cực của chiến tranh tiền tệ đến nền kinh tế trong nước.

Hai là, tiếp tục chú trọng việc kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô

Trong tình hình hiện nay, dịch bệnh COVID19 đã và đang có những ảnh hưởng xấu và rất xấu đến đời sống kinh tế xã hội của các quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng. Các biện pháp phòng chống dịch bệnh như cách ly, giãn cách xã hội, dừng xuất nhập cảnh...đã và đang được hầu hết các nước áp dụng. Điều này góp phần hạn chế và ngăn

chặn sự lây lan của dịch bệnh nhưng lại làm đông cứng các hoạt động kinh tế, từ đó đưa đến sự suy giảm kinh tế hay suy thoái của các quốc gia. Trong giai đoạn này, các quốc gia đều tập trung nguồn lực, sử dụng các công cụ tài chính, tiền tệ để khắc phục hậu quả dịch bệnh và nỗ lực phục hồi kinh tế. Các gói hỗ trợ tài chính từ các chính phủ, các biện pháp nới lỏng cung ứng tiền tệ với quy mô lớn bất thường từ các ngân hàng trung ương đang được đưa ra áp dụng. Các biện tài chính và tiền tệ lúc này không phải tập trung hướng tới mục tiêu cạnh tranh thương mại quốc tế mà là góp phần khắc phục hậu quả xã hội, duy trì sự sống cho hoạt động kinh tế và đầu tư trong nước, ngăn chặn sự suy thoái hay đổ vỡ của nền kinh tế. Trong bối đó, Việt Nam cũng không phải là một ngoại lệ, Chính phủ Việt Nam đã và đang triển khai một loạt các biện pháp tháo gỡ khó khăng như các gói hỗ trợ tài chính 62.000 tỷ đồng, gói hỗ trợ tín dụng 285.000 tỷ đồng, giãn hoãn thời gian nộp thuế cho các doanh nghiệp,... Trong ngắn hạn và trung hạn, các biện pháp này được xem là sẽ có tác dụng khắc phục hậu quả xã hội, ngăn chặn đà suy giảm và phục hồi kinh tế. Tuy nhiên, trong dài hạn, sẽ gây ra lạm phát cao và gia tăng nợ xấu trong nền kinh tế. Do đó, Chính phủ cũng cần có những tính toán cân nhắc thận trọng trong quá trình triển khai để đảm bảo tính hiệu quả, đồng thời dự báo được tác động vĩ mô của các biện pháp này đến các vấn đề lạm phát, lãi suất, tỷ giá,... để chủ động điều chỉnh cho thích hợp.

Trong điều kiện nền kinh tế có độ mở cao như Việt Nam hiện nay, những yếu tố biến động bên ngoài như khủng hoảng kinh tế, xung đột thương mại, chiến tranh tiền tệ,... xảy ra hoàn toàn có thể tác động xấu đến kinh tế trong nước. Nếu cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung tiếp diễn hoặc bùng phát thành thành chiến tranh tiền tệ thì tất yếu sẽ có những ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế Việt Nam. Do đó, Việt Nam cần phải chủ động điều hành chính sách tiền tệ thận trọng và linh hoạt, chọn lựa hình thức, biện pháp can thiệp tỷ giá hợp lý, điều chỉnh lãi suất, hỗ trợ tín dụng hợp lý thận trọng để kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô nhằm hạn chế thấp nhất những tác động tiêu cực của cuộc chiến tiền tệ.

Ba là, tăng cường năng lực can thiệp thị trường ngoại hối

Nếu cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung tiếp diễn, đặc biệt là nếu bùng phát thành chiến tranh tiền tệ, sẽ đưa đến biến động tỷ giá giữa các đồng tiền liên quan. Khi đó, tỷ giá giữa đồng VND với USD, CNY và các đồng tiền mạnh khác cũng sẽ bị biến động bất thường, từ đó gây tổn thương đến hoạt động xuất nhập khẩu và kinh tế của Việt Nam. Trong tình hình đó, Ngân hàng nhà nước Việt Nam cần chủ động can thiệp, điều chỉnh tỷ giá trên thị trường trong nước nhằm hạn chế thấp nhất những tác động bất lợi đến nền kinh tế. Để có thể can thiệp, điều chỉnh tỷ giá một cách có hiệu quả, một mặt, NHNN Việt Nam cần chủ dộng theo dõi và dự báo chính xác xu hướng biến động của các cặp tỷ giá chủ chốt liên quan đến chặt chẽ đến các hoạt động xuất, nhập khẩu, đầu tư của Việt Nam. Mặt khác, cần tiếp tục tăng cường dự trữ ngoại hối để đảm bảo thực sự có đủ năng lực can thiệp thị trường khi cần thiết.

5. Kết luận

Cuộc chiến tiền tệ Mỹ - Trung năm 2019 xuất hiện như là một quá trình tất yếu của sự leo thang chiến tranh thương mại giữa hai nền kinh tế hàng đầu thế giới. Cuộc chiến tiền tề này đã có những tác động nhiều chiều và có thể đưa đến những bất ổn kinh tế vĩ mô cho các quốc gia thực hiện nền kinh tế mở như Việt Nam. Trong bối cảnh đó, để có thể chủ

động ứng phó hiệu quả với những diễn biến của cuộc chiến, Việt Nam cần phải liên tục theo dõi, cập nhật tình hình, chủ động dự báo các kịch bản diễn biến của cuộc chiến để có thể định hướng sử dụng các công cụ chính sách tiền tệ như tỷ giá, lãi suất, tín dụng,... phù hợp. Bên cạnh đó, cần tăng cường năng lực can thiệp thị trường ngoại hối, đồng thời tiếp tục chú trọng các biện pháp kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô nhằm hạn chế thấp nhất các ảnh hưởng tiêu cực của cuộc chiến tiền tệ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Anh

1. Angeloni, I., Bénassy-Quéré, A., Carton, B., Darvas, Z., Destais, Ch., Pisani-Ferry, J., Sapir, A., & Vallée, S. (2011). Global currencies for tomorrow: A European perspective (Research reports, Vol. XIII). Paris: Bruegel Blueprint Series/CEPII.
2. Aditya Rai (2019), Chinese Currency Devaluation: Impact on Indian and Global Markets Chinese Currency Devaluation: Impact on Indian and Global Markets, Journal of Economy
3. Ben Mohr (2019), The Impact of China's Currency Devaluation, journal of Perspectives, August 2019
4. Bergsten, C. F. (2013). *Currency wars, the economy of the United States and reform of the International Monetary System* (Stavros Niarchos Foundation Lecture, No. 123). Washington, DC: Peterson Institute for International Economics.
5. Darvas, Z., & Pisani-Ferry, J. (2010). *The threat of currency wars: A European perspective* (Working Paper). Budapest: BCE Matematikai Közgazdaságtan és Gazdaságelemzéstanszék
6. Eichengreen, B., & Irwin, D. A. (2009). The slide to protectionism in the Great Depression: Who succumbed and why? *The Journal of Economic History*, *70*(4), 871-897.
7. Gagnon, J. E. (2013). Currency wars. *The Milken Institute Review*, *15*(1), 47-55
8. Guillermo Valencia Arana (2014), Currency Wars: The Lack of a Global Monetary System, A thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master in Management, Technology, and Economics
9. IMF (2019), People's republic of China 2019 article IV consultation - Press release; staff report; staff statement and statement by the executive director for China, IMF Country Report No. 19/266
10. Jacek Pera (2018), the third currency war as an effect of post-crisis changes in the international currency system. The risk aspect - the case analyses of Brazil, Journal of Economics and Management, Vol. 31 (1), 2018
11. Katarzyna Twarowska (2018) The impact of the renminbi internationalization on stability of the international monetary system, 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM2018
12. Le Xia, Jinyue Dong, Betty Huang, Ying Zhang (2019), China Economic Outlook Third Quarter 2019, BBVA research July 2019

13. Menkes, M., & Znojek, B. (2011). Brazylia a wojna walutowa (Brazil and currency war). *Biuletyn Polskiego Instytutu Spraw Miedzynarodowych*, *7*, 2356-2357.
14. Portes, R. (2012). Monetary policies and exchange rates at the zero lower bound, *Journal of Money, Credit and Banking*, *44*(1), 157-163
15. Stefan Collignon (2010), How to avoid currency war? European Parliament's Committee on Economic and Monetary Affairs.
16. Surjit S. Bhalia (1998), Chinese mercantilism: currency wars and how the east was lost, Indian council for research on international economic relations
17. Uri Dadush and Vera Eidelman (2011), Currency war, Carnegie Endowment for International Peace
18. Usama Ehsan Khan (2019), Impact of Devaluation on Balance of Trade: A Context of Neighboring Countries, Journal of Finance & Economics Research
19. Wayne M. Morrison (2013), China's Currency Policy: An Analysis of the Economic Issues, CRS Report for Congress.
20. Włodarczyk, R. (2014). Wojny walutowe we współczesnej gospodarce światowej (Currency wars in the modern world economy). *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, *18*(1), 299-309
21. Xiaoyu Zhang 1 and Fanghui Pan, The Dependence of China'sMonetary Policy Rules on Interest Rate Regimes: Empirical Analysis Based on a Pseudo Output Gap, Sustainability 2019, 11, 2557
22. Zoryana Lutsyshyn and Nataliia Reznikova (2019), Competitive devaluations in currency wars: financial projections of neo-protectionism, International economic policy 2013.No 2 (19)

Tài liệu tiếng Việt

1. Ban Dự báo Kinh tế vĩ mô (2019) Diễn biến của tỷ giá USA/VND thời gian qua dưới tác động của chiến tranh thương mại Mỹ-Trung đăng trên website của Trung tâm thông tin và dự báo kinh tế - xã hội quốc gia
2. Nguyễn Lê Đình Quý (2018), Tác động của chiến tranh thương mại Mỹ-Trung đến kinh tế toàn cầu và Việt Nam, tạp chí Tài chính
3. Tổng cục hải quan, Tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và năm 2019
4. Trần Thị Thanh Hương (2019), Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và một số tác động đến Việt Nam, Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 5/2019;
5. VITIC (2020), Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam-Trung Quốc năm 2019 đạt gần 117 tỷ USD
6. Việt Hoàng (2019), Hậu quả của chiến tranh tiền tệ đối với thế giới và Việt Nam ra sao?, Tạp chí điện tử Tài chính. Bài viết đăng trên Tạp chí Tài chính Kỳ 1 - Tháng 10/2019

ADOPTING GREEN STRATEGY IN TRADE PROTECTIONISM CONTEXT: CONSTRAINS ANALYSIS APPROACH

ÁP DỤNG CHIẾN LƯỢC XANH TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: TIẾP CẬN TỪ PHÂN TÍCH CÁC RÀO CẢN

Do Thi Binh, PhD

Thuongmai University

Abstract

''Global warming'', ''carbon footprint'' or ''green house gasses'' have become common issues that put changing enterprises in ways that improve the environment, and that change is accelerating. However, very few Vietnamese companies have established an enterprise-level green strategy. Recognizing and ranking the constrains of adopting green strategy is become a call for export manufacturing Vietnamese firms, who are under more environmental pressures that act as nontariff trade barriers in trade protectionism context, from imported countries, so that they can overcome them to adopt environmentally friendly strategies. This study employs a two-phase methodology to identify constrains of environmental strategies in Vietnamese export manufacturing firms in trade protectionism context. Through literature review and interviews of selective manager's, main and sub-category constrains were identified and then Best - Worst methodology is applied to rank the constrains. The results of the analysis can act as suggestions for Vietnamese managers to eliminate and overcome constrains to adopt green strategies as ways to become successful in trade protectionism context.

Keywords: *Constrains analysis, green strategy adoption, Vietnam export manufacturing firms, Best - Worst methodology.*

Tóm tắt

"Sự nóng lên toàn cầu", ""Dấu chân carbon", "Hiệu ứng nhà kính" đã trở thành những vấn đề phổ biến làm thay đổi các doanh nghiệp theo hướng vcải thiện vấn đề môi trường và sự thay đổi đó đang gia tăng. Tuy nhiên, rất ít công ty Việt Nam hiện nay áp dụng chiến lược xanh ở cấp công ty. Việc nhận thức và xếp hạng các rào cản trong áp dụng chiến lược xanh trở nên cấp thiết đối với các công ty sản xuất xuất khẩu của Việt Nam, những doanh nghiệp chịu áp lực ngày càng lớn về vấn đề môi trường từ các nước nhập khẩu như là những rào cản phi thuế trong bối cảnh bảo hộ thương mại, để giúp những doanh nghiệp này có thể vượt qua là áp dụng chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp hai giai đoạn để xác định các rào cản trong áp dụng chiến lược môi trường của các công ty sản xuất xuất khẩu của Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại. Giai đoạn 1, các rào cản chính và phụ được xác định thông qua tổng quan lý thuyết và phỏng vấn các nhà quản lý trong mẫu chọn lọc, và sau đó giai đoạn 2, phương pháp Tốt nhất - Tệ nhất được áp dụng để xếp hạng các rào cản đó. Kết quả phân tích có thể góp phần tạo hàm ý kiến nghị cho các nhà quản lý Việt Nam loại

bỏ và vượt qua các rào cản nhằm áp dụng chiến lược xanh như một cách thức thành công trong bối cảnh bảo hộ thương mại.

Từ khoá: *Phân tích các rào cản, áp dụng chiến lược xanh, các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu Việt Nam, phương pháp nghiên cứu Tốt nhất - Tệ nhất.*

1. Introduction

Customers are more conscious about environment and the government is making stricter regulations to control the environmental pollution caused by these organizations than ever before (Mumtaz et al., 2018; Mathiyazhagan et al., 2014). So many countries, especially developed countries are using environmental regulations as non-tariff barriers, new trade protectionism ways and therefore, organizations irrespective of their type are essential for growth of a country and also contribute substantially towards the degradation of the environment. Consequently, due to surmounting customer awareness, calls by various stakeholders and pressure from the government, eventually has increased the responsibility of these organizations, especially export manufacturing firms, towards minimizing the impact of industrial activities on the environment (Walker et al., 2008). Various conventions at international level have highlighted the need to protect environmental resources and also eliminate the challenges of climate change through reductions in environment pollution by industries. In response, Vietnamese export manufacturing firms are gradually shifting their business strategies to green but they are facing lots of constrains. Thus, there is growing need for Vietnamese firms to identify and overcome these constrains. Keeping in view of the above, this study has following 02 objectives: (1) Identifying the constrains of adopting green strategies for Vietnamese export manufacturing firms; and (2) Ranking these constrains to highlight implementations for public policy makers and firms' managers to adopt green strategies as ways to become successful in trade protectionism context.

To achieve these objectives a two-phase method is used in this research. In the first phase, Delphi method along with literature review is used to identify the constrains of adopting green strategies. In second phase, Best - Worst methodology is used to rank the constrains.

2. Identifying constrains to the addoption of green strategy

Green strategy leads to a reduction in pollution, environmental risks and another negative impact of product use on the environment throughout its life cycle. There are many definitions of green strategy given by researchers over the period of time. Green strategy, environmentally friendly strategy and environmental strategy are used interchangeably. Kemp (2010) defines green strategy as a set of initiatives that mitigate a firm's impact on the natural environment. Firms achieve such a strategy by implementing products, processes, and policies that reduce energy consumption and waste, use ecologically sustainable resources, and employ environmental management systems (Bansal & Roth, 2000). However, adopting a green strategy is often marred with many obstacles. Firms in developing country like Vietnam especially are at the back foot when it

comes to adaptation and implementation of green strategies. After studying the available papers on barriers and constrains to green strategy (Table 1), Delphi method approach as applied by Bouzon et al. (2016) was used to finalize the constrains.

Table 1. Previous studies on constrains to green strategy

Author(s)	Key findings/issues	Methodology	Context
Hillary (2004)	A detailed review of 33 studies was done to identify constrains, opportunities, and drivers for green strategy implementation. The major constrains identified include, "resources, understanding & perception, implementation, attitudes & company culture, certifiers, economics, institutional weaknesses and support & guidance".	Literature review	European Union
Runhaar et al. (2008)	This paper studied environmental leaders from different backgrounds regarding their recommendations for going green. The study came out with around 26 constrains and prominent among these based on their frequency are modest demand for green and sustainable products, increased costs, availability of resources for green production and customer not willing to pay for sustainability.	Exploratory study/interviews	Netherlands
Walker et al. (2008)	The paper explores the barriers and drivers to green strategy in SMEs. Few important barriers identified are characteristics of SMEs, resource availability and lack of environmental knowledge apart from strict legislation and policies.	Literature review	Australia
Arundel and Kemp (2009)	The paper identified the constrains of green strategy, which includes: economic barriers, regulations, lack of research efforts, lack of market demand, technological barriers, labor-related barriers, managerial and supplier related barriers.	Survey-based research	Japan
Del Río et al. (2010)	The study formulates policy strategies for promoting green strategy. The studied barriers to green strategy and found the absence of pressure from stakeholders, weak legislation, lack of financial resources, low technological competencies as key barriers.	Conceptual Study	Generalized
Matus et al. (2012)	The paper identifies drivers, policies, and constrains to green strategy in China. The major constrains identified include: "competition between economic growth and environmental agenda", "regulatory and bureaucratic barriers", "availability of research funding", "technical barriers", "workforce training", "industrial engineering capacity", and "economic and	Semi-structured interviews	China

	financial barriers".		
Marin et al. (2015)	In their study of constrains to green strategy in European SMEs, the author have identified certain barriers namely funds, uncertain returns, technical capabilities, knowledge barriers, market barriers etc.	Cluster analysis, Principal Component Analysis	European Union
Pinget et al. (2015)	A sample of 435 SMEs was taken to analyze the extent to which SMEs perceive these to be barriers to green strategy. Important barriers that were identified include: knowledge barriers, financial barriers, and market-related barriers.	Multinomial logit estimation and regression	France
Abdullah et al. (2016)	The paper identified internal and external constrains to green strategy and found that barriers are different for product, process and service innovations. Environmental resources, attitude and perception, customer demand and government support are specific to green product innovation whereas poor external partnerships, lack of information and environmental benefits are few barriers related to green process innovations.	Partial Least Square (PLS)	Malaysia
Cecere et al. (2016)	The authors have analyzed the effect of financial constrains and public funding on green strategy. They tried to distinguish between internal, external and public funding. The study found that lack of internal funding is a major challenge for green strategy and also public funding effectively improve green strategy	Logit regression	Europe
Hojnik and Ruzzier (2016)	The paper categorized the barriers to internal and external and found that cost is the most important internal barrier and legislations are a most important external barrier.	Case study	Slovenia
Ghisetti et al. (2017)	The paper analyzed the effect of financial constrains in the adoption of green strategy in SMEs. It was found that financial barriers often impede the adoption of green strategy and they are mostly neglected by SMEs.	Simultaneous Equation Modelling	European Union

After several rounds of discussion with managers, seven main categories of constrains and thirty-two sub-constrains were finalized. The various constrains finalized after literature review and discussion with managers are discussed below:

2.1. Managerial, organizational and human resource related constrains

Lack of commitment from top management is a major impediment to adopt green strategy in organizations (Fai Pun, 2006). Management needs to ensure superior human resources for implementation of green strategy (Lee, 2008; Wu et al., 2012). Firms in developing countries are often marred in this aspect due to lack of commitment from top management, their top management consists of entrepreneurs which often tend to work in traditional ways in order to avoid risk and lack commitment towards green strategy. The major constrains under this category involves, lack of commitment from entrepreneur (Ashford, 1993; Ravi and Shankar, 2005; Zhu et al., 2012a, 2012b; Mathiyazhagan et al., 2013; Dubey et al., 2015; Mangla et al., 2017); reluctance to switch to green strategy (Ashford, 1993; Zhu et al., 2012a, 2012b; Lin and Ho, 2008; Jones et al., 2011); lack of training and consultancy programs related to green strategy (Ashford, 1993; Carter and Dresner, 2001; Urban and Naidoo, 2012; Longoni et al., 2014; Mangla et al., 2017); lack of human resources for green strategy (Collins et al., 2007; Lin and Ho, 2008); high costs for certifications related to green strategy for firms (Hillary, 2004); lack of interaction with government agencies and participation in programs organized by government related to green strategy (Gupta & Barua, 2018); lack of reward systems for green strategy (Gupta & Barua, 2018).

2.2. Technological and green resource-related constrains

Technology is defined as "the practical knowledge, know-how, skill and artifacts that can be used to develop a new product or service and/or a new production/delivery system" (Moriarty and Kosnik, 1989). Resources can be defined as "stocks of available factors that are owned or controlled by the firm (Amit and Schoemaker, 1993). Technology and resources are essential for strategy are often found to be resource constrains (Gupta and Barua, 2017). The major constrains under this category involves, lack of capabilities in green strategy (Lai et al., 2003; Perron, 2005; Silva et al., 2008; Pawanchik and Sulaiman, 2010); technological and market uncertainty and fear of failure related to green strategy (Rao and Holt, 2005; Jinzhou, 2011); incompetent technologies to absorb green strategy (Del Río et al., 2010); complex designing process in order to reuse/recycle products and reduce resource usage (Russel, 1998; Beamon, 1999; Perron, 2005); lack of new technology, materials, processes and skills to green strategy (Perron, 2005; Collins et al., 2007); lack of investments in strategy (Hall and Lerner, 2010; Mina et al., 2013; Nanda and Kerr, 2015; Hall et al., 2016).

2.3. Financial and economic constrains

High cost often acts as a deterrent to finance a green strategy. Organizations often face cash crunch due to lack of internal and external financial resources (Pinget et al., 2015). These financial barriers hamper environmental plans of the organizations and thus preclude them from adopting strategy (AlKhidir and Zailani, 2009; Ghisetti et al., 2017). The major financial barriers to strategy include, less payoff as compared to investment in strategy (Matus et al., 2012; Govindan et al., 2014); lack of access to government subsidies and financial incentives (EIO, 2011; Cecere et al., 2016; Hojnik and Ruzzier, 2016);

unavailability of bank loans to promote green strategy (Mathiyazhagan et al., 2013; Cecere et al., 2016); high costs of disposing hazardous wastes (Mathiyazhagan et al., 2013; Govindan et al., 2014); high change over costs from traditional to green strategy (Konar and Cohen, 2001; Mudgal et al., 2010); no economies of scale for green products for green strategy (Gupta & Barua, 2018).

2.4. Poor external partnership and stakeholders' engagement

External linkages are essential for firms to pursue green strategy. However, finding partners having common interests in green strategy is difficult for firms in developing countries (Ylinenpää, 1998; Hadjimanolis, 1999). External organizations often shy away from connecting with firms for green initiatives for variety of reasons, the major barriers under this category involves, unwillingness of supply chain partners to exchange information on green practices (Walker et al., 2008; Hong et al., 2009; Mudgal et al., 2010; Ninlawan et al., 2010; Dhull and Narwal, 2016); lack of understanding regarding green strategy by other partners (Sarkar and Mohapatra, 2006; Wolf and Seuring, 2010; Dhull and Narwal, 2016); poor communication with external partners and lack of role clarity (Lettenmeier et al., 2012; Dubey et al., 2015; Mangla et al., 2017); lack of platforms or forums for firms to discuss problems related to green strategy (Gupta & Barua, 2018).

2.5. Lack of government support for green strategies

Often government regulations and policies act as impediment for green strategy due to their stringent nature and unclear procedures. Organizations are often demotivated due to lack of government support to green strategy (Runhaar et al., 2008). The major barriers under this category are discussed below, complex and rigid rules for green strategy (Runhaar et al., 2008; Brammer et al., 2012; Zhu et al., 2012a, 2012b); poor enforcement of environmental policies thus giving trespassing advantage to few firms (Runhaar et al., 2008; AlKhidir and Zailani, 2009; Zhu et al., 2012a, 2012b; Blok et al., 2015); lack of training programs by government to incorporate green strategy (Gupta & Barua, 2018);

2.6. Market and customer related constrains

Customers are determinant in deciding the demand of green products in the market and hence are the basis for implementation and adoption of green strategy in firms (Dhull and Narwal, 2016). Generally high costs associated with producing green products often forces industries not to adopt green strategy and this problem is more prominent in firms in developing countries (Ghisetti et al., 2017). However, high market demand can spur even small industries to adopt green strategy. The various barriers under this category involves, lack of customers' responsiveness towards green strategy (Ashford, 1993; Silva et al., 2008; Dhull and Narwal, 2016); lack of awareness and knowledge regarding green strategy (Min and Galle, 2001; Chen et al., 2006; Mudgal et al., 2010; Dhull and Narwal, 2016).

2.7. Insufficient knowledge and information regarding green strategy

Green strategies require certain information and employees that have required skills and knowledge regarding environmental practices and technologies (Pinget et al., 2015). The level of knowledge required to pursue green strategy is quite high and complex

(MesseniPetruzzelli et al., 2011; De Marchi, 2012). However, firms in developing country lack necessary skills, managerial expertise and knowledge to adopt green strategy. The various barriers under this category involves, lack of knowledge regarding green strategy and legislations by employees and entrepreneurs (Shen and Tam, 2002; Simpson et al., 2004; Runhaar et al., 2008; Mudgal et al., 2010; Horbach et al., 2012; Mathiyazhagan et al., 2013; Longoni et al., 2014; Mangla et al., 2017); lack of ability of employees to identify environmental opportunities (Theyel, 2000; Runhaar et al., 2008; Govindan et al., 2014); lack of belief in environmental benefits of green products (Revell and Rutherfoord, 2003; Walker et al., 2008; Mathiyazhagan et al., 2013; Govindan et al., 2014); lack of technological information regarding green technologies (Woolman and Veshagh, 2006; Madrid-Guijarro et al., 2009; Pinget et al., 2015; Mangla et al., 2017); lack of awareness about recycling and reverse logistics facilities (Ravi and Shankar, 2005; Meade et al., 2007; Marsillac, 2008; Mathiyazhagan et al., 2013).

3. Research method for ranking constrains to the adoption of green strategy

To identify and rank constrains to adoption of green strategy in Vietnamese firms, a two-phase methodology is proposed.

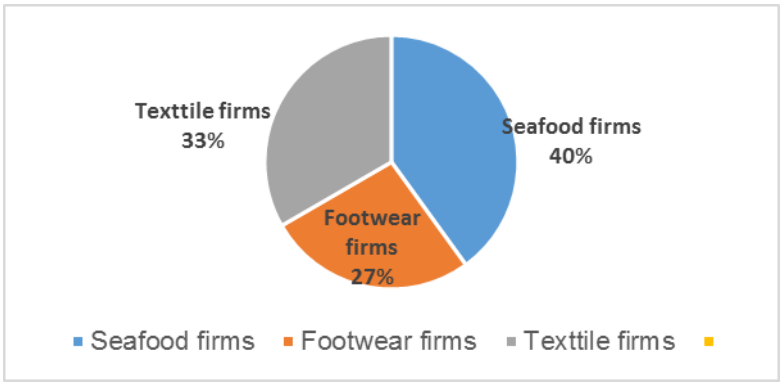


Figure 1. Percentage of companies for each sector

Phase 1 involves the identification of managers of Vietnamese exporting firms, literature review and discussion with these managers through Delphi method to finalize constrains to green strategy. The empirical investigation is restricted to the case of exporting companies and classified into 3 sectors, namely seafood, textile, and footwear (Figure 1). Not only these 3 sectors are in the list of Top export products of Vietnam and but also their manufacturing processes have affected much to natural environment. Therefore, they are chosen as typical sample of this research.

Delphi method involves several rounds of discussion with managers until a final consensus is reached between managers. Through a detailed literature review, a total of thirty-two constrains were identified and put for discussion with 32 managers of 32 Vietnamese export manufacturing firms. After three rounds of discussion with these managers (1st round was taken in March 2019, 2nd round was in June, 2019 and 3rd round was in October 2019), three constrains were deleted and six new barriers were added in the context of Vietnam and a total of thirty-five constrains were identified which were categorized into seven main categories.

Phase 2 involves ranking of the constrains. Best - Worst Methodology (BWM) given by Rezaei (2015, 2016) is used to rank the constrains. There are several MCDM techniques available like AHP, ANP, MAUT, SMART etc. to rank the constrains by calculating weights of the constrains but BWM has advantage over these MCMD techniques because it requires lesser number of pairwise comparisons as compared to other MCDM techniques like AHP (Rezaei, 2015). BWM compares the alternatives with best alternatives and worst alternative with all other alternatives only, so relatively lesser data is required than AHP which requires pairwise comparison among all the alternatives. The steps of using BWM as given by Rezaei (2015, 2016) are explained below:

Step 1: Selection of attributes (constrains) for analysis. Through literature review and manager opinion, the attributes (constrains) are finalized for analysis.

Step 2: Among finalized attributes best and the worst attribute is finalized by each manager for both main category and subcategory attributes.

Step 3: Next each manager is asked to give preference rating for the best attribute selected over all other attributes using a scale of 1 to 9.

Step 4: After this, preference rating of all attributes with the worst attribute is taken by managers.

Step 5: Optimized weights (w1, w2,.....,wn) for all the attributes is calculated next.

The objective is to obtain the weights of attributes so that the maximum absolute differences for all j can be minimized for {|wB − aBjwj|,|wj − ajWwW|}. This minimax model will be obtained: min max {|wB − aBjwj|,|wj − ajWwW|}

$\sum_j Wj = 1;$ wj ≥0; for all j (1). Model (1) when transformed into a linear model gives better results, the model is shown below:

|wB − aBjwj| ≤ξL, for all j.

|wj − ajWwW| ≤ξL, for all j

$\sum_j Wj = 1;$ wj ≥0; for all j (2)

Model (2) can be solved to obtain optimal weights (w 1 , w 2 ,....., wn) and optimal value ξL

Consistency (ξL) of attribute comparisons close to 0 is desired (Rezaei, 2016).

4. Results of ranking constrains to the adoption of green strategy

4.1. Finalization of selection constrains

A combined method of extensive literature review and Delphi method developed by Dalkey and Helmer (1963) is used to finalize the criteria constrains to green strategy. This approach involves first identifying constrains through review of past studies and then putting these constrains before 32 Vietnam firms' managers for their deliberations to add or delete any constrains. A panel of all the 32 managers selected for study was formed and they were made to hold 03 rounds of discussions in order to finalize the constrains among the thirty-two constrains that were identified through literature review. After three rounds of discussions among managers and various additions and deletions in constrains, thirty-five constrains were finalized which were categorized into seven categories as shown in Table 2.

Table 2. Constrains to the adoption of green strategy

Constrains	Sub-constrains
Managerial, organizational and human resource related constrains (MO)	Lack of commitment from export manufacturing firms' entrepreneur (MO1) Reluctance to switch to green strategy (MO2) Lack of training and consultancy programs related to green strategy (MO3) Lack of human resources for green strategy (MO4) High costs for certifications related to green strategy (MO5) Lack of interaction with government agencies and participation in programs organized by government related to green strategy (MO6) Lack of reward systems for green strategy (MO7)
Technological and green resource-related constrains (TG)	Lack of capabilities in R&D for green strategy (TG1) Technological and market uncertainty and fear of failure related to green strategy (TG2) Incompetent technologies to adopt green strategy (TG3) Complex designing process in order to reuse/recycle products and reduce resource usage (TG4) Lack of new technology, materials, processes, and skills to innovate (TG5) Lack of investments in R&D for green strategy (TG6)
Financial and economic constrains (FE)	Less payoff as compared to investment in green strategy (FE1) Lack of access to government subsidies and financial incentives (FE2) Unavailability of bank loans to promote green strategy (FE3) High costs of disposing of hazardous wastes (FE4) High change over costs from traditional strategy to the green strategy (FE5)
Poor external partnership and stakeholder engagement (PP)	The unwillingness of supply chain partners to exchange information on ES (PP1) Lack of understanding about green strategy (PP2) Poor communication with external partners and lack of role clarity (PP3) Lack of platforms or forums for export manufacturing firms to discuss problems related to green strategy (PP4) Lack of pressure from partners to switch to green strategy (PP5)
Lack of government support for green strategy	Complex and rigid rules for green strategy (GS1) Enforcement of environmental policies thus giving trespassing advantage to few (GS2) Lack of training programs by the government regarding green

(GS)	strategy for export manufacturing firms (GS3) Lack of help by the government for technology upgradation by export manufacturing firms (GS4)
Market and customer related constrains (MC)	Lack of customers' responsiveness towards green products (MC1) Lack of awareness and knowledge regarding green products (MC2) Unable to access resources from market to produce green products (MC3)
Insufficient knowledge and information regarding green strategy (IK)	Lack of knowledge regarding ES and legislations among employees and entrepreneurs (IK1) Lack of ability of employees to identify environmental opportunities (IK2) Lack of belief in environmental benefits of green products (IK3) Lack of technological information regarding green technologies (IK4) Lack of awareness about recycling and reverse logistics facilities (IK5)

4.2. Calculation of weights of constrains using Best-Worst Methodology

After constrains are finalized by 32 managers of Vietnamese firms, they are then evaluated the weights. All 32 managers were asked to rate the constrains in main criteria as well as sub-criteria as best and worst constrains. Here the best constrains in BWM methodology is the one that is most severe and needs to be addressed first and the worst barrier is the one that is least severe and hence least important from the point of view of study and can be addressed last.

The managers from each firms were asked to rate the main criteria constrains as well as sub-criteria constrains using the steps shown in Section 3 above. 32 export manufacturing firms are considered as 32 cases. The results of pairwise comparison of each of the main criteria constrains and sub-criteria constrains are separated into 32 scenarios for 32 firm and the results of pairwise comparison of each of the main criteria constrains and sub-criteria constrains for scenario 1 - case 1 (company 1) as in Table 3, 4, 5, 6, 7, 8 and 9 as following:

Table 3. Pairwise comparison of Managerial, organizational and human resource related constrains for company 1

BO	MO_1	MO_2	MO_3	MO_4	MO_5	MO_6	MO_7
Best criterion: MO_2	3	1	2	4	6	8	5
OW					Worst criterion: MO_6		
MO_1					5		
MO_2					8		
MO_3					6		
MO_4					4		
MO_5					2		
MO_6					1		
MO_7					3		

Table 4. Pairwise comparison of Technological and green resource-related constrains for company 1

BO	TG_1	TG_2	TG_3	TG_4	TG_5	TG_6
Best criterion: TG_5	2	3	6	8	1	5
OW						Worst criterion: TG_6
TG_1						4
TG_2						3
TG_3						2
TG_4						2
TG_5						8
TG_6						1

Table 5. Pairwise comparison of Financial and economic constrains for company 1

BO	FE_1	FE_2	FE_3	FE_4	FE_5
Best criterion: FE_5	9	3	7	2	1
OW					Worst criterion: FE_1
FE_1					1
FE_2					3
FE_3					2
FE_4					4
FE_5					9

Table 6. Pairwise comparison of Poor external partnership and stakeholder engagement for company 1

BO	PP_1	PP_2	PP_3	PP_4	PP_5
Best criterion: PP_2	3	1	2	8	4
OW					Worst criterion: PP_4
PP_1					3
PP_2					8
PP_3					4
PP_4					1
PP_5					2

Table 7. Pairwise comparison of Lack of government support for green initiatives for company 1

BO	GS_1	GS_2	GS_3	GS_4
Best criterion: GS_4	2	5	8	1
OW			Worst criterion: GS_3	
GS_1			4	
GS_2			2	
GS_3			1	
GS_4			8	

Table 8. Pairwise comparison of Market and customer related constrains for company 1

BO	MC_1	MC_2	MC_3
Best criterion: MC_3	8	3	1
OW		Worst criterion: MC_1	
MC_1		1	
MC_2		4	
MC_3		8	

Table 9. Pairwise comparison of Insufficient knowledge and information regarding green strategy for company 1

BO	IK_1	IK_2	IK_3	IK_4	IK_5
Best criterion: IK_1	1	7	4	3	9
OW				Worst criterion: IK_5	
IK_1				9	
IK_2				2	
IK_3				3	
IK_4				4	
IK_5				1	

After the pairwise comparison of each of the main criteria constrain and sub-criteria constrain by 32 Vietnamese managers, the main criteria and sub-criteria weights for all the constrains are calculated and an average of weights obtained through ratings are presented in Table 10. Weights of main category and sub-category constrains are calculated individually through ratings obtained by each expert and they were then aggregated using average of weights obtained by each manager. A similar method was adopted for calculating aggregated consistency ratio.

Table 10. Aggregate weights of main and sub-criteria constrains for Vietnamese export manufacturing firms

Main criteria	Weights of main criteria	Aggregated consistency ratio of main criteria	Sub criteria	Weights of sub-criteria	Aggregated consistency ratio of sub-criteria	Global weights	Ranking
Managerial, organizational and human resource related constrains (MO)	0.059	0.033	MO1	0.166	0.029	0.012	24
			MO2	0.250		0.017	18
			MO3	0.256		0.016	19
			MO4	0.121		0.009	28
			MO5	0.054		0.005	34
			MO6	0.036		0.004	35
			MO7	0.083		0.007	31
Technological and green resource-related constrains (TG)	0.376		TG1	0.220	0.033	0.085	3
			TG2	0.126		0.049	5
			TG3	0.113		0.047	7
			TG4	0.056		0.029	14
			TG5	0.421		0.162	1
			TG6	0.064		0.024	15
Financial and economic constrains (FE)	0.201		FE1	0.045	0.027	0.011	27
			FE2	0.149		0.032	11
			FE3	0.071		0.016	19
			FE4	0.165		0.035	10
			FE5	0.430		0.089	2
Poor external partnership and stakeholders engagement (PP)	0.046		PP1	0.174	0.042	0.008	30
			PP2	0.376		0.019	16
			PP3	0.256		0.015	21
			PP4	0.063		0.006	33
			PP5	0.130		0.009	28
Lack of government support for green initiatives (GS)	0.072		GS1	0.407	0.028	0.031	12
			GS2	0.130		0.013	23
			GS3	0.071		0.007	31
			GS4	0.392		0.031	12
Market and customer related constrains (MC)	0.136		MC1	0.098	0.036	0.015	21
			MC2	0.336		0.048	6
			MC3	0.567		0.079	4
Insufficient knowledge	0.110		IK1	0.322	0.044	0.039	9
			IK2	0.073		0.012	24

and information regarding green strategies (IK)			IK3	0.139		0.018	17
			IK4	0.378		0.044	8
			IK5	0.088		0.012	24

5. Findings

In this study, Delphi method is used to identify and then Best-Worst analysis is used to rank the constrains to green strategy. Table 10 shows the weights of main criteria constrains as well as sub-criteria constrains, the rankings are obtained on their respective weights. Total seven main constrains were finalized and among them, Technological and green resources related constrains (TG) is ranked first through manager opinion and analysis. The results are in conformance with previous studies of Perron (2005) and Silva et al. (2008) wherein they also found lack of technical expertise as one of the major barriers to green strategy. Lack of technical expertise negatively effects green strategy abilities of firms (Revell and Rutherfoord, 2003), and sufficient R&D capabilities, resources, and green strategy abilities provides an edge to firms over their competitors and help them further venture into green product categories through innovations (Lai et al., 2003). For any firm to sustain in long run, environmental resources are a necessity. The general deficiency of resources and the reluctance of management in order to allocate resources for green initiatives act as a major constrain for firms in developing countries (Hillary, 2004; Silva et al., 2008). Physical as well as science-technology infrastructure is an important part of innovation system but this infrastructure requires monetary support and private agencies are often unable to support much, thus assistance from public agencies is required to build infrastructure for innovation (Foxon and Pearson, 2008). Second among a ranking of constrains is Financial and economic constrains (FE). Financial support is necessary for innovations but despite the need to develop a proper financial system, the financial support system for green strategy is still not developed (Cainelli and Mazzanti, 2013). Companies often invest more than 20% of their revenues towards buying resources for green strategy (Nikolaou and Evangelinos, 2010). But firms in developing countries lack the capital investments for these resources and thus financial barriers act as a major constrain for green strategy (Del Río et al., 2010). High cost for green strategy is also a major concern for Vietnamese export manufacturing firms. Green strategy's activities like environmental packing of materials, environmentally friendly waste disposal, and management, maintaining hazardous material inventory all involve substantial investments. The amount of financial budget available with these firms are too less to handle these activities, thus costs along with limited financial support from both internal and external sources act as a major impediment to green strategy (Pinget et al., 2015). Third among main category constrains is Market and customer related constrains (MC). The demand for any product depends upon willingness of the customers to pay for that product, with green products customers are often reluctant to shed extra money, this, in turn, hampers green strategy efforts of the firms which often loose motivation to carry on innovations due to lack of customer demand (Silva et al., 2008). It is generally found that

customers are not aware of the benefits of green products and this lack of awareness about benefits of eco-friendliness influences their buying decisions and thus leads to the low demand of green products (Chen et al., 2006; Mudgal et al., 2010; Dhull and Narwal, 2016). Green strategy involves complex technologies and different demand pattern, thus there is a need to effectively manage the technology push and demand pull for green products that often act as a barrier to green strategy (Pinget et al., 2015). Among sub-criteria constrains, lack of new technology, materials, processes, and skills to innovate (TG5) is ranked first. Innovation requires access to latest technologies, raw materials, and novel methodologies. Almost Vietnamese firms lack on all these fronts and thus are unable to innovate to that extent. Lack of technology to design efficient products, inadequate facility to switchover to the new system (Revell and Rutherfoord, 2003; Perron, 2005) are few constrains under this category. Second among sub-criteria constrains is high change over costs from traditional to the green system (FE5). Mudgal et al. (2010) also found that adoption of the new system is often costly and switching over to the green system is considered unnecessary burden by the organizations and act as a major barrier. Third among sub-criteria constrain, is lack of capabilities in green strategy (TG1). Organizations involved in innovations get first mover advantage, increase their market share significantly and gain over their competitors and this is possible only when organizations have more capabilities in R&D and green strategy as compared to its competitors (Lai et al., 2003).

6. Discussions and conclusions

The results obtained through this research has several managerial and practical implications, these are discussed as follows.

First of all, export manufacturing firms in Vietnam are recently facing to various constrains to adopting green strategies. Green strategy can act as a way to become successful in trade protectionism context, and Vietnamese export manufacturing firms are also not left out. However, as compared to other firms in developed countries, Vietnamese export manufacturing firms face a lot of constraints in adopting green strategies. To become environmentally and economically sustainable, Vietnamese export manufacturing firms need to overcome these barriers. This study can act as a cornerstone for Vietnamese export manufacturing firms to identify hindering forces to green strategy and work towards overcoming them. Through extensive literature review and discussion with 32 managers, seven main constrains and thirty-five subcategory constrains were identified. Managers of export manufacturing companies, as well as other firms, can benefit from these constrains as they can work towards improving these constrains in their firm.

Second, attention should be devoted to the different meanings that barriers to green strategy adoption assumes depending on the specific sector. In this research, the sample is focus on seafood, footwear and textile export manufacturing companies. They are all in low-tech character of the industries. Therefore, technological and resource-related constrains are ranked first among all constrains. In the past, sustainability efforts in these industries focused on safe, fair working conditions, and eradicating child labor practices. In recent years, the growing concern has been the industries' environmental impact. Challenges focus on resource depletion and pollution emissions from processing fossil

fuels for synthetic fibers, significant water and chemical use related to production of fiber crops, and water, toxicity and hazardous waste and effluents related to the production stage. To overcome this constrain, managers can work towards improving their technologies and also look for avenues to acquire green resources from the market. However, the ranking of this constrain may be changed depending on the specific sector. For example, it has emerged that in the 'energy' and 'utilities' sectors, green product development is mainly referred to renewable energy offerings and technologies, while in the 'basic materials', 'industrial' and 'consumer' sectors it is mainly concerned with the use of recycled materials, the adoption of a life cycle approach and green packaging. Moreover, in the 'healthcare' sector it is mainly related to green packaging, while in the 'technology' and 'telecommunication' sectors to energy efficient products or to services that replace physical mobility.

Finally, the study carried out may be particularly useful for Vietnam manufacturing companies that want to pursue green strategy as a way to become successful in trade protectionism context. Given that companies in the sample belong to Top export sectors of Vietnam, they are typical manufacturing companies. Therefore, the constrains they are facing can be considered as a benchmark for other manufacturing companies. However, further research should be devoted to extend the analysis to companies operating in the same sectors and geo- graphical areas as those analyzed in this paper.

REFERENCES

1. Abdullah, M., Zailani, S., Iranmanesh, M., Jayaraman, K., 2016. *Barriers to green innovation initiatives among manufacturers: the Malaysian case.* Rev. Manag. Sci. 10 (4), 683-709.
2. AlKhidir, T., Zailani, S., 2009. *Going green in supply chain towards environmental sustainability*. Global Journal of Environmental Research 3 (3), 246-251.
3. Amit, R., Schoemaker, P.J., 1993. *Strategic assets and organizational rent*. Strateg. Manag. J. 4 (1), 33-46.
4. Ashford, N.A., 1993. *Understanding technological responses of industrial firms to environ-mental problems: implications for government policy*. In: Fischer, K., Schot, J. (Eds.), Environmental Strategies for Industry, pp. 277-307.
5. Beamon, B.M., 1999. *Designing the green supply chain*. Logist. Inf. Manag. 12 (4), 332-342.
6. Beise, M., Rennings, K., 2005. *Lead markets and regulation: a framework for analyzing the international diffusion of environmental innovations*. Ecol. Econ. 52 (1), 5-17.
7. Bliesner, A., Liedtke, C., Rohn, H., 2014. *Resource efficiency and culture—workplace training for small and medium-sized enterprises*. Sci. Total Environ. 481, 645-648.
8. Blok, V., Long, T.B., Gaziulusoy, A.I., Ciliz, N., Lozano, R., Huisingh, D., Boks, C., 2015. *From best practices to bridges for a more sustainable future: advances and challenges in the transition to global sustainable production and consumption: introduction to the ERSCP stream of the special volume*. J. Clean. Prod. 108, 19-30.

9. Brammer, S., Hoejmose, S., Marchant, K., 2012. *Environmental management in SMEs in the UK: practices, pressures and perceived benefits*. Bus. Strateg. Environ. 21 (7), 423-434.
10. Cainelli, G., Mazzanti, M., 2013. *Environmental innovations in services: manufacturing- services integration and policy transmissions*. Res. Policy 42 (9), 1595-1604.
11. Carter, C.R., Dresner, M., 2001. *Purchasing's role in environmental management: cross-functional development of grounded theory*. J. Supply Chain Manag. 37 (2), 12-27.
12. Chen, Y.S., Lai, S.B., Wen, C.T., 2006. *The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan.* J. Bus. Ethics 67 (4), 331-339.
13. Collins, E., Lawrence, S., Pavlovich, K., Ryan, C., 2007. *Business networks and the uptake of sustainability practices: the case of New Zealand.* J. Clean. Prod. 15 (8), 729-740.
14. De Marchi, V., 2012. *Environmental innovation and R&D cooperation: empirical evidence from Spanish manufacturing firms*. Res. Policy 41 (3), 614-623.
15. Del Río, P., Carrillo-Hermosilla, J., Könnölä, T., 2010. *Policy strategies to promote eco-innovation*. J. Ind. Ecol. 14 (4), 541-557.
16. Dhull, S., Narwal, M., 2016. *Drivers and barriers in green supply chain management adaptation: a state-of-art review*. Uncertain Supply Chain Management 4 (1), 61-76.
17. Dubey, R., Gunasekaran, A., Ali, S.S., 2015. *Exploring the relationship between leadership, operational practices, institutional pressures and environmental performance: a framework for green supply chain*. Int. J. Prod. Econ. 160, 120-132.
18. Eltayeb, T.K., Zailani, S., Ramayah, T., 2011. *Green supply chain initiatives among certified companies in Malaysia and environmental sustainability: investigating the outcomes*. Resour. Conserv. Recycl. 55 (5), 495-506.
19. Fai Pun, K., 2006. *Determinants of environmentally responsible operations: a review*. International Journal of Quality & Reliability Management 23 (3), 279-297.
20. Foxon, T., Pearson, P., 2008. *Overcoming barriers to innovation and diffusion of cleaner technologies: some features of a sustainable innovation policy regime*. J. Clean. Prod. 16 (1), S148-S161.
21. Friedman, A.L., Miles, S., 2002. *SMEs and the environment: evaluating dissemination routes and handholding levels.* Bus. Strateg. Environ. 11 (5), 324-341.
22. Ghisetti, C., Mancinelli, S., Mazzanti, M., Zoli, M., 2017. *Financial barriers and environmental innovations: evidence from EU manufacturing firms*. Clim. Pol. 17 (sup1), S131-S147.
23. Govindan, K., Kaliyan, M., Kannan, D., Haq, A.N., 2014. *Barriers analysis for green supply chain management implementation in Indian industries using analytic hierarchy process*. Int. J. Prod. Econ. 147, 555-568.
24. Green, K., McMeekin, A., Irwin, A., 1994. *Technological trajectories and R&D for environ-mental innovation in UK firms*. Futures 26 (10), 1047-1059.

25. Gupta, H., 2017. *Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR.* Journal of Air Transport Management https://doi.org/10.1016/j. jairtraman.2017.06.001 (in press).
26. Gupta, H., Barua, M.K., 2018. *A grey DEMATEL-based approach for modeling enablers of green innovation in manufacturing organizations*. Environ. Sci. Pollut. Res.:1-23 https://doi.org/10.1007/s11356-018-1261-6.
27. Hadjimanolis, A., 1999. *Barriers to innovation for SMEs in a small less developed country* (Cyprus). Technovation 19 (9), 561-570.
28. Hall, B.H., Lerner, J., 2010. *The financing of R&D and innovation*. Handbook of the Econom-ics of Innovation 1, 609-639.
29. Hall, B.H., Moncada-Paternò-Castello, P., Montresor, S., Vezzani, A., 2016. *Financing con-straints, R&D investments and innovative performances: new empirical evidence at the firm level for Europe*. Econ. Innov. New Technol. 25 (3), 183-196.
30. Hillary, R., 2004. *Environmental management systems and the smaller enterprise*. J. Clean.Prod. 12 (6), 561-569.
31. Hojnik, J., Ruzzier, M., 2016. *Drivers of and barriers to eco-innovation: a case study*. Inter-national Journal of Sustainable Economy 8 (4), 273-294.
32. Hong, P., Kwon, H.B., Jungbae Roh, J., 2009. *Implementation of strategic green orientation in supply chain: an empirical study of manufacturing firms*. Eur. J. Innov. Manag. 12(4), 512-532.
33. Horbach, J., 2008. *Determinants of environmental innovation—new evidence from Ger-man panel data sources.* Res. Policy 37 (1), 163-173.
34. Horbach, J., Rammer, C., Rennings, K., 2012. *Determinants of eco-innovations by type of environmental impact—the role of regulatory push/pull, technology push and market pull*. Ecol. Econ. 78, 112-122.
35. Jabbour, C.J.C., Jugend, D., de Sousa Jabbour, A.B.L., Gunasekaran, A., Latan, H., 2015. *Green product development and performance of Brazilian firms: measuring the role of human and technical aspects*. J. Clean. Prod. 87, 442-451.
36. Jinzhou, W., 2011. *Discussion on the relationship between green technological innovation and system innovation.* Energy Procedia 5, 2352-2357.
37. Jones, P., Hillier, D., Comfort, D., 2011. *Shopping for tomorrow: promoting sustainable consumption within food stores.* Br. Food J. 113 (7), 935-948.
38. Kapetanopoulou, P., Tagaras, G., 2011. *Drivers and obstacles of product recovery activities in the Greek industry.* Int. J. Oper. Prod. Manag. 31 (2), 148-166.
39. Konar, S., Cohen, M.A., 2001. *Does the market value environmental performance?* Rev.
40. Econ. Stat. 83 (2), 281-289.
41. Lee, S.Y., 2008. *Drivers for the participation of small and medium-sized suppliers in green supply chain initiatives*. Supply Chain Management: An International Journal 13 (3), 185-198.

42. Madrid-Guijarro, A., Garcia, D., Van Auken, H., 2009. *Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs*. J. Small Bus. Manag. 47 (4), 465-488.
43. Marin, G., Marzucchi, A., Zoboli, R., 2015. *SMEs and barriers to eco-innovation in the EU: exploring different firm profiles.* J. Evol. Econ. 25 (3), 671-705.
44. Marsillac, E.L., 2008. *Environmental impacts on reverse logistics and green supply chains: similarities and integration.* International Journal of Logistics Systems and Management 4 (4), 411-422.
45. Maruthi, G.D., Rashmi, R., 2015. *Green manufacturing: its tools and techniques that can be implemented in manufacturing sectors*. Mater. Today 2 (4), 3350-3355.
46. Mathiyazhagan, K., Govindan, K., Noorul-Haq, A., 2014. *Pressure analysis for green supply chain management implementation in Indian industries using analytic hierarchy process*. Int. J. Prod Res. 52 (1), 188-202.
47. Min, H., Galle, W.P., 2001. *Green purchasing practices of US firms*. Int. J. Oper. Prod.Manag. 21 (9), 1222-1238.
48. Montalvo, C., 2003. *Sustainable production and consumption systems—cooperation for change: assessing and simulating the willingness of the firm to adopt/develop cleaner technologies. The case of the In-Bond industry in northern Mexico*. J. Clean. Prod. 11 (4), 411-426.
49. Perron, G.M., 2005. *Barriers to Environmental Performance Improvements in Canadian SMEs*. Dalhousie University, Canada.
50. Pinget, A., Bocquet, R., Mothe, C., 2015. *Barriers to environmental innovation in SMEs: empirical evidence from French firms.* Management 18 (2), 132-155.

ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP CÔNG NGHỆ CAO TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

MOTIVATIONS FOR PROMOTING HIGH-TECH AGRICULTURE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF TRADE PROTECTION

TS. Hoàng Văn Mạnh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Hiện nay tự do hóa thương mại toàn cầu đang gặp phải một thách thức rất lớn đó là xu hướng các nước gia tăng thực hiện các biện pháp bảo hộ thương mại (BHTM). BHTM gia tăng được cho là có ảnh hưởng đa chiều đến phát triển kinh tế - xã hội của các quốc có mức độ hội nhập sâu vào nền kinh tế toàn cầu. Bài báo phân tích một góc nhìn tích cực khi xem xét xu hướng gia tăng BHTM trên thế giới lại là động lực để thúc đẩy phát triển nông nghiệp công nghệ cao (CNC) ở Việt Nam. Trên cơ sở sử dụng các nguồn dữ liệu thứ cấp bài báo phân tích khái quát tình hình phát triển nông nghiệp CNC ở Việt Nam và xu hướng gia tăng BHTM trên thế giới; phân tích một số lý do khiến Việt Nam cần phải đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC trong bối cảnh BHTM; đề xuất một số kiến nghị nhằm đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC trong bối cảnh BHTM.

Từ khóa: *Bảo hộ thương mại, nông nghiệp công nghệ cao, Việt Nam*

Abstract

Currently, global trade liberalization faces a huge challenge, which is the increasing trend of countries applying trade protection. Increased trade protection measures are believed to have a multidimensional effect on the socio-economic development of countries with a deep integration into the global economy. The article analyzes based on a positive view when it considers the trend of increasing trade protection is the driving force to promote the development of high-tech agriculture in Vietnam. On the basis of using secondary data sources, the article targets to provide an overview of the development of high-tech agriculture in Vietnam and the trend of increasing world trade protection; to interpret some reasons why Vietnam needs to strengthen the development of high-tech agriculture in the context of trade protection; to propose some recommendations for enhancing the development of high-tech agriculture in the context of trade protection.

Keywords: *trade protection, high-tech agriculture, Vietnam*

1. Tổng quan phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam

Phát triển nông nghiệp CNC đã và đang là xu hướng chủ đạo và tất yếu trong xu thế hội nhập, là giải pháp mạnh, hiệu quả trong tái cơ cấu ngành nông nghiệp. Có nhiều cách hiểu khác nhau về nông nghiệp CNC hay nông nghiệp ứng dụng CNC. Ở đây, nông nghiệp CNC được hiểu là nền nông nghiệp mà trong đó khoa học và CNC được ứng dụng

rộng rãi nhằm phát huy tối đa các điều kiện tự nhiên cũng như xã hội nhằm tạo ra sự vượt trội về năng suất, chất lượng sản phẩm nông nghiệp hàng hóa gắn với đảm bảo ở mức cao vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường sinh thái đồng thời giúp người dân làm giàu từ chính ngành nông nghiệp[4].

Tại Việt Nam, nhiệm vụ cơ bản của phát triển nông nghiệp CNC bao gồm: (1) nghiên cứu phát triển CNC trong nông nghiệp (tập trung phát triển CNC trong các lĩnh vực: chọn tạo, nhân giống cây trồng, giống vật nuôi và giống thủy sản cho năng suất, chất lượng cao; phòng, trừ dịch bệnh cây trồng, vật nuôi và thủy sản; nghiên cứu, phát triển các quy trình công nghệ trong sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản đạt hiệu quả kinh tế cao; tạo ra các loại vật tư, máy móc, thiết bị sử dụng trong nông nghiệp; Bảo quản, chế biến sản phẩm nông nghiệp; nhập CNC trong nông nghiệp); (2) phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC với các nội dung cơ bản: phát triển doanh nghiệp nông nghiệp ứng dụng CNC; phát triển khu nông nghiệp ứng dụng CNC; phát triển vùng vùng sản xuất nông nghiệp tập trung ứng dụng CNC trong sản xuất một hoặc một vài loại sản phẩm nông nghiệp hàng hóa có chất lượng, năng suất và hiệu quả kinh tế cao; (3) phát triển dịch vụ CNC phục vụ nông nghiệp[6]. Phát triển nông nghiệp, nâng cao đời sống của nông dân và xây dựng nông thôn mới là chủ trương lớn của Đảng Cộng sản và Nhà nước Việt Nam. Để góp phần hiện thực hóa chủ trương lớn này, ngày 29-1-2010, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 176/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC đến năm 2020. Để thực hiện Đề án, ngày 17-2-2012, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 1895/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC thuộc Chương trình quốc gia phát triển CNC đến năm 2020 nhằm góp phần thúc đẩy phát triển nông nghiệp CNC, xây dựng nền nông nghiệp theo hướng hiện đại, sản xuất hàng hóa lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cao. Thực hiện quyết định trên, các tỉnh, thành phố trong cả nước đã và đang tích cực đẩy mạnh ứng dụng CNC vào sản xuất nông nghiệp. Đến tháng 6-2017, cả nước có 29 khu nông nghiệp CNC, trong đó có 3 khu nông nghiệp CNC được Chính phủ phê duyệt tại các tỉnh Hậu Giang, Phú Yên và Bạc Liêu, các khu nông nghiệp CNC còn lại do UBND tỉnh thành lập. Cho đến nay đã xuất hiện và phát triển nhiều mô hình phát triển nông nghiệp CNC. Ngoài việc hình thành các khu, các vùng nông nghiệp CNC, còn có các mô hình cụ thể như: mô hình trồng rau khí canh, trồng rau thủy canh, trồng rau trong nhà lưới, nhà kính; mô hình trồng hoa trong nhà kính; mô hình nuôi tôm siêu thâm canh trong nhà kính; mô hình chăn nuôi lợn ứng dụng nền đệm lót sinh học,...

Tương tự như nông nghiệp truyền thống, thị trường cho sản phẩm nông nghiệp CNC cũng bao gồm thị trường trong nước và thị trường nước ngoài (xuất khẩu). Vì vậy tình hình thị trường trong nước và thị trường quốc tế, chính sách thương mại của Việt Nam và chính sách thương mại của các nước trên thế giới có quan hệ thương mại với Việt Nam đều có tác động, ảnh hưởng đa chiều đến phát triển kinh tế nông nghiệp Việt Nam, trong đó có nông nghiệp CNC. Đó có thể là tác động tích cực và cũng có thể là tác động tiêu cực, đó có thể là những cơ hội mới kèm theo những thách thức mới cho phát triển nông nghiệp Việt Nam nói chung, phát triển nông nghiệp CNC nói riêng.

2. Phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại trên thế giới

2.1. Xu hướng gia tăng bảo hộ thương mại trên thế giới

Trong thời gian gần đây, chủ nghĩa BHTM có xu hướng gia tăng trên phạm vi toàn cầu. Hệ quả của xu thế này là các nước gia tăng sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ và chống lẩn tránh cũng như các hàng rào kỹ thuật để bảo hộ ngành sản xuất trong nước[2]. Chủ nghĩa BHTM đề cập đến các chính sách của chính phủ hạn chế thương mại quốc tế nhằm trợ giúp các nhà sản xuất trong nước. Các chính sách BHTM thường được sử dụng nhằm mục tiêu cải thiện các hoạt động kinh tế nội địa cũng như được sử dụng cho các mối quan tâm về chất lượng và sự an toàn. Các công cụ thường được sử dụng trong BHTM bao gồm: thuế quan, hạn ngạch, tiêu chuẩn sản phẩm, các trợ cấp của chính phủ [7]. Theo báo cáo của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), tính từ ngày 1/1/1995 đến 31/12/2015, trên thế giới đã có 311 vụ khởi xướng áp dụng biện pháp tự vệ. Trong 5.448 vụ phòng vệ thương mại trên thế giới thì chống bán phá giá chiếm 4.757 vụ. Mức độ ban hành các biện pháp hạn chế thương mại trong thời gian qua của G20 là cao nhất kể từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Báo cáo về biện pháp thương mại của G20 cho thấy, từ trung tuần tháng 10/2015 đến trung tuần tháng 5/2016, các nền kinh tế G20 - chiếm 90% GDP toàn cầu - đã áp dụng 145 biện pháp mới về hạn chế thương mại, trung bình mỗi tháng áp dụng 21 biện pháp, nhiều hơn so với mức trung bình 17 biện pháp/tháng trong giai đoạn 7 tháng trước đó, trong đó các biện pháp chống bán phá giá chiếm tuyệt đại đa số. Số lượng các biện pháp này cao hơn rất nhiều so với các biện pháp ghi nhận trong khoảng thời gian trước đó, với chỉ khoảng 15 biện pháp mỗi tháng. Nổi bật nhất của xu hướng gia tăng BHTM trong những năm gần đây là cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung bắt đầu từ tháng 7 năm 2018. Cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đã và đang diễn ra trong bối cảnh thế giới đang xảy ra những sự kiện có khả năng tác động, ảnh hưởng lớn tới hoạt động kinh tế, thương mại ở phạm vi rộng, thậm chí là toàn cầu với việc mở rộng các xung đột về kinh tế, thương mại, chính trị, an ninh - quốc phòng giữa Hoa Kỳ với các nền kinh tế lớn và giữa các nền kinh tế lớn như châu Âu, Nhật Bản, Canada, Nga,... Các xung đột này đã và đang gây ra những xáo động lớn trên phạm vi toàn cầu, không chỉ đối với thương mại quốc tế mà còn đối với hệ thống thương mại đa phương cũng như các hoạt động kinh tế, đầu tư khác, thậm chí đặt ra những vấn đề mới có thể tác động tới định hướng lớn trong phát triển của một số quốc gia[2].

2.2. Động lực thúc đẩy phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại trên thế giới

Phát triển nông nghiệp CNC là xu hướng tất yếu, đã và đang tạo ra động lực mới cho nền nông nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế, biến đổi khí hậu, cách mạng công nghiệp 4.0 và đặc biệt là trong bối cảnh BHTM trên thế giới có xu hướng gia tăng.

+ Đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC ở Việt Nam trong bối cảnh gia tăng BHTM trên thế giới là bởi vì sản phẩm của nền nông nghiệp ứng dụng CNC có khả năng đáp ứng yêu cầu của các công cụ BHTM, đặc biệt là các hàng rào kỹ thuật. Nông nghiệp

CNC được đánh giá không chỉ có khả năng tạo ra một lượng sản phẩm lớn, năng suất cao mà còn tạo ra các sản phẩm chất lượng tốt, thân thiện môi trường[3]. Trước thực trạng xuất khẩu nông sản Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức từ các yếu tố thị trường và phi thị trường; trong đó rào cản kỹ thuật như quy định chặt chẽ về kiểm dịch thực vật, an toàn thực phẩm và chất lượng, nguồn gốc xuất xứ, quy trình sản xuất,... đang là những vấn đề lớn đối với nhiều mặt hàng nông sản Việt Nam khi tham gia thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh đó, việc thúc đẩy phát triển nông nghiệp CNC trở thành một giải pháp quan trọng có thể giúp giải quyết vấn đề hàng rào kỹ thuật.

+ Đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC ở Việt Nam trong bối cảnh gia tăng BHTM trên thế giới là bởi vì ngành nông nghiệp giữ một vị trí và đóng một vai trò rất quan trọng đối với xuất khẩu, tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội. Để duy trì và tiếp tục phát huy vai trò của ngành nông nghiệp trong bối cảnh gia tăng BHTM, đòi hỏi ngành nông nghiệp phải được tái cơ cấu, bố trí lại nguồn lực theo hướng đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC.

Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban chấp hành Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn cho rằng: "Nông nghiệp, nông dân, nông thôn có vị trí chiến lược trong sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, là cơ sở và lực lượng quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội bền vững, giữ vững ổn định chính trị, đảm bảo an ninh, quốc phòng; giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc và bảo vệ môi trường sinh thái của đất nước"[5]. Trên thực tế, kể từ khi thực hiện "đổi mới" cho đến nay, nông nghiệp Việt Nam luôn đóng một vai trò và chiếm một vị trí quan trọng đối với sự tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội. Với đặc thù là một nước đang phát triển, giá trị sản xuất nông nghiệp trong cơ cấu GDP có xu hướng giảm nhưng vẫn chiếm một tỷ trọng khá lớn và giá trị sản xuất ngành nông nghiệp tăng lên hàng năm.

Bảng 1: Tổng sản phẩm theo giá thực tế ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản giai đoạn 2014-2018 (*)

Năm	2014	2015	2016	2017	Sơ bộ 2018
Giá trị (Tỷ đồng)	696.969,00	712.460,00	734.830,00	768.161,00	813.723,69
Cơ cấu trong GDP (%)	17,7	17	16,32	15,34	14,68

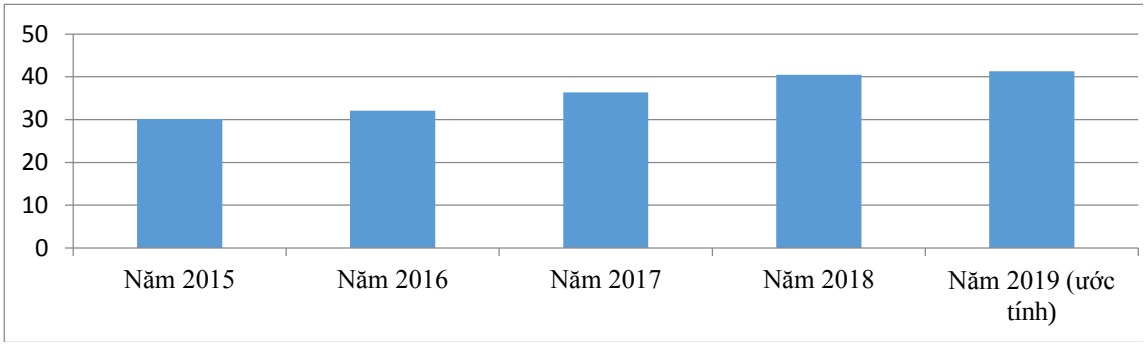
(*) Bắt đầu từ năm 2010 giá trị tăng thêm của các khu vực kinh tế được tính theo giá cơ bản.

Nguồn: Tổng Cục Thống kê

Tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7, Khóa X cho thấy: nông nghiệp, nông thôn Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu to lớn, luôn duy trì được tăng trưởng và phát triển khá toàn diện, chất lượng tăng trưởng ngày càng được cải thiện hơn, tiếp tục khẳng định được vị thế quan trọng trong nền kinh tế. Sản xuất nông nghiệp chuyển mạnh theo hướng chất lượng và giá trị gia tăng. Giá trị và sản lượng nhiều nông sản đều tăng mạnh, sản xuất nông nghiệp sạch, nông nghiệp ứng dụng CNC, nông nghiệp hữu cơ được quan tâm phát triển, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, giải quyết việc làm, giảm nghèo và nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Nông nghiệp

chuyển mạnh sang sản xuất hàng hóa cạnh tranh quốc tế. Năng suất chất lượng, hiệu quả sản xuất nhiều loại nông sản được nâng cao. Giá trị sản xuất trên 1 đơn vị diện tích tăng lên, năm 2017 đạt 90,1 triệu đồng/ha đất trồng trọt. Giai đoạn 2008-2017, tốc độ tăng trưởng GDP bình quân của toàn ngành nông, lâm, thủy sản đạt 2,66%/năm, tốc độ tăng giá trị sản xuất ngành đạt 3,9%/năm. Kim ngạch xuất khẩu nông sản tăng trưởng liên tục trong nhiều năm qua, kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2017 so với 2008 tăng 2,2 lần và đạt 36,5 tỷ USD, đến năm 2019 đạt 41,3 tỷ USD. Một số nông sản đã khẳng định được vị thế và khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Đến nay, Việt Nam đã trở thành một trong những cường quốc về xuất khẩu nông lâm thủy sản trên thế giới với nhiều mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đạt từ 1 tỷ USD trở lên.

Biểu đồ: Kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam giai đoạn 2015-2019 (ĐV: tỷ USD)



Nguồn: Tổng hợp từ Bộ Nông nghiệp &Phát triển Nông thôn

Như vậy, để duy trì và tăng thêm những đóng góp của khu vực nông nghiệp cho xuất khẩu, tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh BHTM, Việt Nam cần thiết phải đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC.

+ Việt Nam có đủ những tiền đề cần thiết cho việc đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC trong bối cảnh BHTM.

Tiềm lực khoa học và công nghệ (KH&CN) quốc gia ngày càng phát triển. Trong thập niên 60 của thế kỷ XX, cả miền bắc chỉ có tám viện nghiên cứu, sáu trường đại học. Đến nay, cả nước đã có hơn 4.000 tổ chức KH&CN, ba khu CNC quốc gia, 13 khu nông nghiệp ứng dụng CNC, tám khu công nghệ thông tin tập trung và gần 67.000 cán bộ nghiên cứu. Hạ tầng nghiên cứu trong một số lĩnh vực trọng điểm như công nghệ sinh học, hóa dầu, vật liệu, năng lượng, tự động hóa, na-nô, công nghệ tính toán, y học được tăng cường. Khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật và công nghệ đóng góp tích cực vào việc nâng cao năng lực nghiên cứu trong nước, thúc đẩy năng suất, chất lượng và tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, góp phần tạo nên thế và lực mới cho đất nước. Năng lực đổi mới sáng tạo của Việt Nam liên tục tăng cao, năm 2019 đạt thứ hạng tốt nhất từ trước tới nay, xếp thứ 42 trên 129 quốc gia, dẫn đầu nhóm quốc gia thu nhập trung bình thấp. Số lượng công bố quốc tế của các nhà khoa học Việt Nam tăng trung bình 26%/năm. Việc ứng dụng CNC và phát triển sản phẩm theo chuỗi được đẩy mạnh trong các ngành nông nghiệp và công nghiệp. Nhân tố KH&CN đóng góp hơn 30% giá trị gia tăng trong sản xuất nông nghiệp, 38% trong sản xuất giống cây trồng, vật nuôi[1].

Lực lượng lao động dồi dào và cơ cấu lao động trẻ với chất lượng ngày càng được nâng cao. Kết quả Tổng điều tra năm 2019 cho thấy dân số Việt Nam có khoảng 96.208.984 người, tỷ trọng dân số từ 15-64 tuổi chiếm 68,0%, tỷ trọng dân số dưới 15 tuổi và từ 65 tuổi trở lên chiếm 32,0%. Như vậy, Việt Nam vẫn đang trong thời kỳ "cơ cấu dân số vàng" khi mà cứ một người phụ thuộc thì có hai người trong độ tuổi lao động. Hầu hết người dân Việt Nam từ 15 tuổi trở lên biết đọc biết viết, chiếm tỷ lệ 95,8% trong tổng dân số từ 15 tuổi trở lên. Dân số từ 15 tuổi trở lên có trình độ chuyên môn kỹ thuật chiếm tỷ lệ ngày càng tốt hơn.

Bảng 2: Tỷ lệ lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc trong nền kinh tế đã qua đào tạo phân theo trình độ chuyên môn kỹ thuật

(ĐV: %)

Trình độ	2014	2015	2016	2017	Sơ bộ 2018
Dạy nghề	4,9	5	5	5,4	5,5
Trung cấp chuyên nghiệp	3,7	3,9	3,9	3,8	3,7
Cao đẳng	2,1	2,5	2,7	2,8	3,1
Đại học trở lên	7,6	8,5	9	9,4	9,6
Tổng cộng	18,3	19,9	20,6	21,4	21,9

Nguồn: Tổng Cục Thống kê

Thu nhập của người dân Việt Nam không ngừng tăng lên. Trong bối cảnh BHTM gia tăng đòi hỏi các chủ thể sản xuất kinh doanh nông nghiệp phải quan tâm nhiều hơn đến thị trường trong nước. Thu nhập tăng lên là điều kiện rất quan trọng ảnh hưởng đến cầu nội địa đối với sản phẩm nông nghiệp CNC theo hướng tích cực từ đó tạo động lực nông nghiệp CNC phát triển.

Bảng 3: Thu nhập bình quân đầu người một tháng theo giá hiện hành giai đoạn 2010-2018

(ĐV: nghìn đồng)

Năm	2010	2012	2014	2016	Sơ bộ 2018
CẢ NƯỚC	1.387	2.000	2.637	3.098	3.876
Thành thị	2.130	2.989	3.964	4.551	5.623
Nông thôn	1.070	1.579	2.038	2.423	2.990

Nguồn: Tổng Cục Thống kê

Việt Nam có nền kinh tế mở, mức độ hội nhập quốc tế cao và môi trường kinh doanh được cải thiện. Hội nhập kinh tế quốc tế đã trở thành một trong những động lực quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội, làm tăng sức mạnh tổng hợp quốc gia, nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, từng bước đưa Việt Nam khẳng định được vị thế trên trường quốc tế và trong mắt các nhà đầu tư. Báo cáo Môi trường kinh doanh 2018 do Ngân hàng Thế giới công bố dự báo Việt Nam đứng thứ 68/190 nền kinh tế, tăng 14 bậc so với năm 2017 (82/190 nền kinh tế). Việt Nam cũng đã tích cực, chủ động tham gia các tổ chức kinh tế - tài chính và các hiệp định thương mại. Theo thống kê của Trung tâm WTO (thuộc

VCCI), Việt Nam đã tham gia ký kết 13 FTA (gồm 7 FTA ký kết với tư cách là thành viên ASEAN và 7 FTA ký kết với tư cách là một bên độc lập, trong đó FTA với Khối thương mại tự do Châu Âu - EVFTA vừa được Nghị viện châu Âu bỏ phiếu thông qua ngày 21/1/2020) và đang hiện đàm phán 2 FTA (gồm Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực - RCEP, FTA Việt Nam - Israel). Việc tích cực đàm phán, ký kết các FTA đã, đang và sẽ góp phần quan trọng trong việc hạn chế những tác động tiêu cực từ xu thế BHTM trên thế giới đối với xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có xuất khẩu nông sản.

Như vậy, việc đẩy mạnh phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC đối với Việt Nam là sự cần thiết mang tính khách quan trong bối cảnh BHTM. Xu hướng BHTM mang lại những tác động nhiều chiều đối với phát triển kinh tế và thương mại, trong đó có nông nghiệp và nông nghiệp CNC. Những tác động này bao gồm cả tác động tích cực và tác động tiêu cực, tạo ra cả những cơ hội và những thách thức. Tác động tích cực và tiêu cực, cơ hội và thách thức do xu hướng BHTM mang lại có thể cũng là những lý do khiến Việt Nam phải đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC để ứng phó.

3. Một số kiến nghị

Để thúc đẩy phát triển nông nghiệp CNC trong bối cảnh BHTM, trong thời gian tới các bên liên quan cần chú trọng giải quyết một số vấn đề chủ yếu sau đây

- Các bên liên quan cần nâng cao nhận thức và nhận thức một cách cụ thể về các xu hướng BHTM với các biện pháp bảo hộ được các nước đã, đang và sẽ áp dụng. Việc nhận thức rõ về những biện pháp được các nước áp dụng nhằm BHTM sẽ giúp các bên liên quan ra quyết định đúng đắn tùy theo vị trí, vai trò của mình. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, việc nhận thức rõ về xu hướng BHTM cũng như các công cụ BHTM được áp dụng, đặc biệt là các hàng rào kỹ thuật sẽ giúp họ xây dựng được các cơ chế, chính sách tốt nhằm hỗ trợ tích cực cho các chủ thể có liên quan đến phát triển nông nghiệp CNC trong bối cảnh BHTM. Đối với các chủ thể sản xuất và kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ liên quan đến ngành nông nghiệp, việc nhận thức rõ các biện pháp BHTM và xu hướng gia tăng sử dụng các biện pháp BHTM sẽ giúp họ tổ chức các hoạt động sản xuất, cung cấp dịch vụ theo hướng tăng cường ứng dụng CNC để đáp ứng các tiêu chuẩn cao về mặt kỹ thuật của các rào cản thương mại. Vì vậy, Nhà nước cùng với các chủ thể có liên quan cần thực hiện các nghiên cứu, đánh giá kịp thời về các vấn đề liên quan đến BHTM đang diễn ra trên thế giới.

- Đẩy mạnh phân công lao động, chuyển dịch cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC. Mặc dù có sự phát triển liên tục và có đóng góp lớn cho tăng trưởng, phát triển kinh tế kể từ khi Việt Nam thực hiện "Đổi mới", nông nghiệp nói chung, xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp nói riêng vẫn được đánh giá là còn nhiều hạn chế, bất cập với tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, lạc hậu, xuất khẩu còn gặp nhiều khó khăn,... Vì vậy để đối phó với xu hướng gia tăng BHTM trên thế giới, Việt Nam phải tiếp tục đẩy mạnh phân công lao động lại trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp theo hướng phát huy tối đa các tiềm năng, thế mạnh mà mình có, trong đó đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC là một hướng đi có tính tất yếu. Để đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC cần thiết phải có quy hoạch hợp lý cùng với những chính sách hỗ trợ đủ tốt về

vốn, nhân lực, thị trường và các điều kiện cần thiết cho sản xuất và kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp CNC.

- Thực hiện có trọng điểm các giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển KH&CN theo định hướng hỗ trợ phát triển nông nghiệp CNC. Nông nghiệp CNC là ngành đòi hỏi chất lượng nguồn nhân lực cao, tiềm lực KH&CN mạnh vì vậy để đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC phải có nguồn nhân lực đủ về số lượng và đảm bảo về chất lượng đồng thời chăm lo xây dựng và phát triển tiềm lực KH&CN quốc gia nói chung, tiềm lực KH&CN cho lĩnh vực nông nghiệp CNC nói riêng. Các chủ thể có liên quan, tùy theo vị trí, vai trò của mình cần thiết thực hiện các giải pháp về phát triển nguồn nhân lực và tiềm lực KH&CN phục vụ cho đẩy mạnh phát triển nông nghiệp CNC.

- Tiếp tục thực hiện tốt các giải pháp phát triển kinh tế vĩ mô nhằm không ngừng nâng cao thu nhập cho người dân để từ đó tạo cầu nội địa cho các sản phẩm nông nghiệp CNC. Trước xu thế BHTM gia tăng, việc phát triển nông nghiệp nói chung, nông nghiệp CNC nói riêng cần phải mở rộng thị trường hơn nữa. Việc mở rộng thị trường bên ngoài gặp khó khăn thách thức do xu thế BHTM, một mặt các chủ thế liên quan tìm kiếm và thực hiện các giải pháp vượt qua các biện pháp BHTM khi xuất khẩu, mặt khác cần phải mở rộng thị trường nội địa với nhiều giải pháp khác nhau, trong đó có giải pháp tăng cầu trong nước thông qua tăng thu nhập của người dân.

Kết luận

Xu thế BHTM ngày càng gia tăng trên thế giới đã ảnh hưởng đa chiều đến các hoạt động xuất nhập khẩu của các quốc gia, đặc biệt là những quốc gia với nền kinh tế có độ mở cao như Việt Nam. Các quốc gia có trình độ phát triển kinh tế - xã hội khác nhau, độ mở của nền kinh tế khác nhau chịu tác động khác nhau từ xu thế BHTM trên thế giới. Với các nước đang phát triển như Việt Nam, ngành kinh tế nông nghiệp còn chiếm tỷ trọng lớn, đóng góp quan trọng nhưng lại là ngành dễ bị tổn thương từ xu thế BHTM. Mặc dù vậy, vẫn có những khoảng sáng hay những cơ hội rõ ràng cho sự phát triển của ngành nông nghiệp ứng dụng CNC. Thậm chí, đối với Việt Nam, đây còn được xem là cơ hội để phát huy những tiềm năng, lợi thế trong phát triển nông nghiệp CNC nhằm ứng phó với xu thế gia tăng BHTM trên thế giới. Vì vậy các bên liên quan cần nhận thức rõ hơn những cơ hội và thách thức từ xu hướng BHTM trên thế giới để chủ động tìm kiếm và thực hiện những giải pháp thích hợp nhằm đẩy mạnh phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Ngọc Anh (2019), *Khoa học và Công nghệ Việt Nam - 60 năm xây dựng và phát triển*, truy cập ngày, tại trang web: https://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/khoa-hoc-va-cong-nghe-viet-nam-60-nam-xay-dung-va-phat-trien-17189-3101.html.
2. Trần Tuấn Anh (2020), truy cập ngày, tại trang web: https://www.moit.gov.vn/web/guest/bo-truong-bo-cong-thuong-tra-loi-dai-bieu-quoc-hoi-va-cu-tri?p_p_id=quantri_WAR_EcoIT_TiepXucCuTriportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_quantri_WAR_EcoIT_TiepXucCuTriportlet_mvcPath=%2Fht

ml%2FView_Detail.jsp&_quantri_WAR_EcoIT_TiepXucCuTriportlet_cauHoiId=147.

3. Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia (2017), *Nông nghiệp công nghệ cao: xu thế tất yếu của nông nghiệp Việt Nam*, truy cập ngày, tại trang web: http://www.vista.gov.vn/LinkClick.aspx?fileticket=5BTm4Ewrji8%3d&tabid=152&language=vi-VN.
4. Hoàng Văn Mạnh (2018), Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển nông nghiệp công nghệ cao tỉnh Đắk Lắk, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia "Phát triển Kinh tế - Xã hội vùng Tây Nguyên" lần 2 năm 2018*, chủ biên, Đắk Lắk, tr. 97-102.
5. Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (2008), *Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 BCH TW khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn, Nghị quyết số: 26-NQ/TW, ngày 05/8/2008,*
6. Thủ tướng Chính phủ (2010), *Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020,* Ban hành kèm theo Quyết định số 176/QĐ-TTg ngày 29 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ
7. https://www.investopedia.com/terms/p/protectionism.asp.

BẢO HỘ THƯƠNG MẠI - NHỮNG VẤN ĐỀ THÁCH THỨC CỦA VIỆT NAM ĐỐI VỚI VIỆC MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA

TRADE PROTECTION - CHALLENGES FOR VIETNAM IN EXPANDING EXPORT MARKETS

ThS. Võ Thị Hoài

Trường Đại học Sài Gòn

Tóm tắt

Chính sách mở cửa hội nhập và thúc đẩy tăng trưởng về xuất khẩu của Việt Nam đang phải đối mặt với làn sóng bảo hộ thương mại của nhiều thị trường lớn. Điều này sẽ đặt ra nhiều thách thức cho Chính phủ và các doanh nghiệp trước mục tiêu phát triển kinh tế và lợi nhuận trong thời gian tới. Tìm kiếm những giải pháp để tận dụng được thời cơ từ các FTA đã ký kết và khắc phục những khó khăn từ các rào cản của các quốc gia trên thế giới là một trong những công việc quan trọng cần nghiên cứu và trao đổi. Trong bài viết này, tác giả xin được phân tích những vấn đề về bảo hộ thương mại, những biện pháp bảo hộ thương mại mà các quốc gia đang áp dụng làm ảnh hưởng tới chính sách xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp, nhiệm vụ của Việt Nam trong thời gian tới để có thể thực hiện được các chỉ tiêu về xuất khẩu hàng hóa và thực hiện chính sách hội nhập sâu rộng.

Từ khóa: *bảo hộ thương mại; giải pháp của Việt Nam*

Abstract

Vietnam's policy of integration and promoting export growth is facing a wave of trade protectionism in many major markets. This will pose many challenges for the Government and businesses in the goal of economy development and profitability improvement in the future. Finding solutions to take advantage from the signed FTAs and overcoming the difficulties from the other countries' barriers is one of the important jobs that need to be studied and discussed. In this article, the author would like to analyze trade protectionism's issues and the trade protection measures that other countries are applying which affecting Vietnam's goods export policy. On that basis, proposing some solutions and tasks of Vietnam in the coming time to be able to fulfill the targets of goods export and implement extensive integration policies.

Keywords: *trade protectionism; solutions of Vietnam*

1. Mở đầu

Thành công của Việt Nam trong thời gian qua là đã đàm phán và ký kết được số lượng khá nhiều các FTA, đặc biệt việc gia nhập CPTTP và EVFTA được coi là thành công lớn của Việt Nam, mở ra cơ hội tăng thêm GDP rất lớn bằng cách xâm nhập vào thị trường rộng lớn với nhiều chính sách ưu đãi. Tuy nhiên, thời gian gần đây chúng ta cũng đang phải đối mặt với làn sóng bảo hộ thương mại cả công khai và bán công khai bằng

nhiều hình thức khác nhau của các quốc gia phát triển. Điều đó đặt ra vấn đề cần phải nhanh chóng thích nghi và tìm ra hướng đi hợp lý để có thể khắc phục được khó khăn và nắm lấy cơ hội. Để làm được điều này ngoài nhiệm vụ của Chính phủ, các Bộ và cơ quan liên ngành phối hợp để xây dựng các chiến lược kinh tế nhanh chóng và hợp lý còn cần phải sự nỗ lực tự thân của các doanh nghiệp, sự cải cách thể chế, pháp luật và nhiều giải pháp đồng bộ được thực thi để đạt được hiệu quả tăng trưởng kinh tế như kỳ vọng.

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Nội dung về bảo hộ thương mại rất được quan tâm hiện nay khi chúng ta đang tăng cường các chính sách hội nhập qua việc đã ký kết thành công nhiều hiệp định FTA thế hệ mới nhưng cũng đang đối mặt với làn sóng bảo hộ thương mại tại nhiều thị trường lớn của Việt Nam. Đã có nhiều công trình của nhiều chuyên gia kinh tế, pháp lý, của nhiều cơ quan quản lý về thương mại nghiên cứu về vấn đề này. Về bài viết trên các tạp chí chuyên ngành có thể kể đến như là:" Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam" của Lê Quang Thuận, Nguyễn Thị Phương Thúy. Bài viết phân tích về xu hướng, tác động của bảo hộ thương mại và đề xuất một số khuyến nghị đối với Việt Nam trong việc vượt qua thách thức của bảo hộ thương mại; bài viết "Xu hướng mới trong bảo hộ thương mại trên thế giới và những khuyến nghị đối với Việt Nam" của các tác giả Ngô Tuấn Anh, Nguyễn Cẩm Tú, Ngô Anh Thái đăng trên Tạp chí Tài chính nhằm phân tích ảnh hưởng của bảo hộ thương mại và một số kiến nghị đối với nước ta... Đề tài cấp Bộ có: "Ảnh hưởng của một số hiện tượng bảo hộ thương mại nổi bật trong thời gian gần đây và khuyến nghị chính sách đối với Việt Nam" (Bộ Công thương, năm 2018). Đã có những hội thảo được tổ chức như "Hội thảo về kinh nghiệm quốc tế tốt nhất trong phòng chống gian lận xuất xứ, chuyển tải bất hợp pháp hàng hóa và lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại" do Bộ Tài chính, Bộ Công thương và USAID Việt Nam phối hợp tổ chức nhằm chia sẻ các kinh nghiệm, nghiên cứu các vấn đề tồn tại liên quan đến đấu tranh chống lại các hành vi gian lận và lẩn tránh biện pháp bảo hộ thương mại. Nhiều trường đại học, viện nghiên cứu cũng tổ chức các hội thảo có liên quan như hội thảo "Thương mại quốc tế - Chính sách và thực tiễn tại Việt Nam", do Trường Đại học Hải Phòng và Đại học Thương mại tổ chức; "Tác động của xu hướng bảo hộ thương mại đến nền kinh tế Việt Nam", do Khoa Tài chính quốc tế (Học viện Tài chính) tổ chức; **"**Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới - Những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam**"** do Học viện Ngân hàng, Khoa Kinh doanh Quốc tế tổ chức... Đồng thời nhiều hội thảo với các nội dung có liên quan cũng sẽ được tổ chức trong thời gian tới. Điều đó cho thấy nội dung về bảo hộ thương mại là nội dung nghiên cứu cấp thiết rất cần sự phân tích, đánh giá, đóng góp ý kiến và đề xuất các giải pháp của những người nghiên cứu, quản lý về kinh tế. Những công trình nghiên cứu này là tư liệu tham khảo được tác giả sử dụng cho bài viết của mình. Trên cơ sở đó tác giả tập trung vào nội dung nghiên cứu bao gồm:

- Phân tích khái quát về bảo hộ thương mại, những tác động tích cực và tiêu cực khi các quốc gia áp dụng các biện pháp bảo hộ thương mại;

- Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, những thành công và hạn chế; các biện pháp nhằm bảo hộ thương mại cho thị trường trong nước của một số nước trên thế giới hiện nay gây trở ngại cho việc mở rộng thị trường xuất khẩu của Việt Nam;

- Một số kiến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời gian tới.

Cơ sở lý thuyết là học thuyết chủ nghĩa trọng thương, lý thuyết lợi thế tuyệt đối của A.Smith.

Phương pháp nghiên cứu xuyên suốt toàn bộ nội dung bài viết là phương pháp luận biện chứng duy vật, trên cơ sở chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, kết hợp giữa lý luận với thực tiễn, kiểm chứng lý luận trong thực tiễn nhằm phân tích, bàn luận những vấn đề lý luận, thực trạng, hạn chế, bất cập để đưa ra một số giải pháp nhằm giải quyết vấn đề thực tiễn. Những phương pháp nghiên cứu cụ thể như: phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp (sưu tầm tài liệu, số liệu, nghiên cứu chính sách) phân tích, bàn luận, tổng hợp, đánh giá được tác giả sử dụng trong bài viết của mình.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Khái quát về bảo hộ thương mại và tác động của bảo hộ đối với các quốc gia

3.1.1. Khái quát về bảo hộ thương mại

Bảo hộ thương mại hay còn gọi là bảo hộ mậu dịch là thuật ngữ kinh tế học, là việc thực hiện các chính sách đóng cửa thanh toán nội địa, danh mục hàng hóa hạn chế xuất nhập khẩu được thể hiện qua biện pháp tác động của Nhà nước vào lĩnh vực thương mại bằng các hình thức như nâng cao một số tiêu chuẩn thuộc các lĩnh vực như chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ hay việc áp đặt thuế xuất nhập khẩu cao đối với một số mặt hàng nhập khẩu nào đó để bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa và dịch vụ trong nước mà mình có lợi thế nhằm hạn chế nhập khẩu. Trái với bảo hộ thương mại, tự do thương mại là việc các nước trong hệ thống đa phương tự nguyện loại bỏ hoặc giảm bớt các hạn chế hoặc rào cản về sự phân biệt đối xử với hàng hóa xuất nhập khẩu. Đây được coi là hai hình thức đối nghịch nhau trong các chính sách thương mại của các quốc gia. Trong đó mỗi chính sách đều có những mục đích khác nhau. Mục đích thực hiện nguyên tắc thương mại tự do nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho lưu thông hàng hóa và dịch vụ giữa các quốc gia thành viên, thúc đẩy thương mại quốc tế phát triển. Ngược lại, chính sách bảo hộ thương mại được áp dụng khi các quốc gia có nền kinh tế có năng lực cạnh tranh thấp, nhà nước đang cần thi hành chính sách bảo vệ nền kinh tế và nền sản xuất trong nước phát triển ổn định; các ngành chưa có khả năng cạnh tranh ở thị trường trong nước và thị trường thế giới nên cần có sự trợ giúp của Nhà nước để có thêm thời gian hoặc có điều kiện tăng năng lực cạnh tranh.

Trong thời gian qua, với chính sách mở cửa và tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, theo sự chỉ đạo của Đảng và Nhà nước chúng ta đã xác định về mục tiêu của hội nhập quốc tế tại Nghị quyết số 22/NQ-TW của Bộ Chính trị: "*Thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển; đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế; nâng cao vị thế đất nước; vì lợi ích quốc gia, dân tộc, vì một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa giàu mạnh*". Chủ trương của Việt Nam là lấy hội nhập kinh tế làm trọng tâm, hội nhập trong các lĩnh vực khác phải tạo thuận lợi cho hội nhập kinh tế và góp phần tích cực vào phát triển kinh tế. Trên cơ sở đường lối chỉ đạo đó, đến thời điểm hiện nay (tháng 2/2020) Việt Nam đã tham gia ký kết, thực thi và

đang đàm phán 16 hiệp định thương mại tự do (FTA). 12 FTA đã có hiệu lực thực thi (AFTA, AJCEP, VJEPA, AIFTA, AANZFTA, VCFTA, VKFTA, VN - EAEU FTA, CPTPP, AHKFTA); ký thông qua nhưng chưa có hiệu lực là EVFTA, đang đàm phán 3 FTA (RCEP, Việt Nam - EFTA FTA, Việt Nam - Israel FTA) [Trung tâm WTO và Hội nhập, 2020]. Độ mở cửa của Việt Nam trong các FTA đang ở mức rất cao, đặc biệt là 2 FTA thế hệ mới như Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và FTA Việt Nam với EU (EVFTA). FTA trong khuôn khổ ASEAN cam kết cắt giảm 98% số dòng thuế, CPTPP cắt giảm 100% dòng thuế và EVFTA 99% số dòng thuế. Nhiều ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như thủy sản, cà phê, dệt may được dự kiến xóa bỏ hoàn toàn thuế quan trong vòng 7 năm hay sau 4 năm thực thi. Toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại sẽ là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thế giới. Tuy nhiên, trong một vài năm gần đây làn sóng chống toàn cầu hóa có xu hướng gia tăng do có sự bất bình đẳng về lợi ích kinh tế giữa các quốc gia; sự phân hóa quyền lợi trong nội bộ các quốc gia. Nhằm gia tăng lợi ích của quốc gia mình một số nước hiện đang thực hiện chính sách thúc đẩy các doanh nghiệp dịch chuyển trở về nước. Nhiều chính phủ mặc dù đối ngoại thì tuyên bố ủng hộ tự do hóa thương mại, lên án chủ nghĩa bảo hộ nhưng trên thực tế lại hành động ngược lại. Trào lưu chủ nghĩa bảo hộ hiện nay được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau. Trong đó có 3 hình thức bảo hộ thương mại thường được áp dụng là thuế chống bán phá giá, áp dụng thuế chống trợ cấp, biện pháp thuế quan tự vệ. Ngoài ra còn nhiều những biện pháp phi thuế quan khác được các nước áp dụng như hạn ngạch nhập khẩu, các quy định về thủ tục hành chính, tăng các hạn chế định lượng, thắt chặt các thủ tục hải quan, trợ cấp phí xuất khẩu hay các rào cản kỹ thuật. Việc Anh rời khỏi EU và Mỹ rút khỏi TTP để ký kết các hiệp ước song phương thay vì đa phương là minh chứng cho xu thế bảo hộ thương mại. Xung đột thương mại của Mỹ và Trung Quốc với việc áp thuế các mặt hàng nhập khẩu của Trung Quốc vào thị trường Mỹ và sự trả đũa của Trung Quốc được coi như đỉnh điểm của vấn đề bảo hộ thương mại như một trào lưu ngày càng mở rộng.

3.1.2. Tác động của bảo hộ thương mại đối với các quốc gia

Nhiều chuyên gia kinh tế đã cho rằng bảo hộ thương mại là con dao hai lưỡi. Nó là vấn đề cần đặc biệt quan tâm và sự tác động của nó tới các quốc gia được đánh giá cả theo hướng tích cực và tiêu cực.

Về mặt tích cực:

- Bảo hộ thương mại nhằm bảo vệ thị trường trong nước: Việc hạn chế hàng hóa từ nước ngoài vào thị trường trong nước bằng các rào cản thị trường sẽ là một biện pháp bảo vệ cho sản xuất hàng hóa trong nước, đặc biệt là ngành công nghiệp còn non trẻ và chưa có năng lực cạnh tranh lớn. Đối với các nước có nền sản xuất đang phát triển, các doanh nghiệp sẽ có thị trường và khách hàng nội địa để có thể sản xuất hàng hóa với số lượng lớn, có thể thực hiện từng bước nâng cao, đổi mới hình thức mẫu mã chất lượng để dần dần khẳng định được vị trí chỗ đứng của mình và dần chiếm được thị phần mà trong bị sức ép quá lớn từ hàng hóa nhập khẩu với chất lượng và giá cả hơn hẳn. Từ việc sản xuất gia tăng dẫn tới doanh nghiệp sẽ có khả năng mở rộng thị trường, sử dụng thêm nhiều lao động và là nguyên nhân dẫn tới giảm tỷ lệ thất nghiệp và nâng cao đời sống của người lao động.

- Áp dụng bảo hộ thương mại hợp lý góp phần cân bằng thị trường: thường công cụ phòng vệ được đưa ra khi quốc gia cân nhắc đến việc bảo vệ cho ba chủ thể tham gia vào thị trường kinh doanh, bao gồm: DN sản xuất trong nước, DN xuất khẩu nước ngoài và lợi ích của người tiêu dùng. Trong đó nếu áp dụng một mức thuế tự vệ hợp lý thì sẽ chặn đứng được hành vi bán phá giá của DN nhập khẩu nước ngoài, giúp DN trong nước có một khung giá vừa phải không bị chèn ép của hàng nhập khẩu nhưng lại không bị quá ỷ lại vào sự bao cấp, bao tiêu của nhà nước, buộc phải đổi mới quản trị, quản lý để nhằm có được những bước đột phá tăng năng suất, cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng cường biện pháp quảng cáo, tiếp thị, giới thiệu sản phẩm. Người tiêu dùng có khả năng lựa chọn sản phẩm với giá cả hợp lý, chất lượng cạnh tranh và không bị chèn ép bởi các hành vi thống lĩnh thị trường của các DN trong nước. Vì vậy, lợi ích to lớn của bảo hộ thương mại không phải là bảo vệ DN trong nước mà chính là tạo sự công bằng trong một môi trường có sự cạnh tranh hợp lý. Bởi thực tế cho thấy, nếu bản thân sản xuất trong nước không tự lực cánh sinh thì sẽ dẫn đến sự lệ thuộc vào hàng nhập khẩu từ nước ngoài và dẫn tới tình trạng ngày hôm nay có thể được hưởng mức giá hàng hóa rẻ nhưng ngày mai có thể phải chấp nhận một giá nhập khẩu rất đắt.

- Bảo hộ mậu dịch có ý nghĩa đối với việc giữ dìn và bảo vệ văn hóa và truyền thống dân tộc: Mỗi dân tộc đều có những giá trị văn hóa truyền thống đặc trưng lâu đời được gìn giữ qua nhiều thế hệ. Những giá trị văn hóa đó được thể hiện và giữ lại, cách điệu và thể hiện trong nhiều sản phẩm hàng hóa được các doanh nghiệp trong nước sản xuất. Những yếu tố văn hóa đó sẽ dần mất đi khi người tiêu dùng sử dụng nhiều các mặt hàng nhập khẩu.

Ngoài ra, bảo hộ thương mại cũng có thể là yếu tố để tăng nguồn thu của quốc gia thông qua các loại thuế nhập khẩu đánh vào hàng hóa.

Về mặt tiêu cực:

Mặc dù chính sách bảo hộ mậu dịch có những tác động tích cực nhất định đối với nền kinh tế, nhưng khi tính toán trên góc độ kinh tế thì những lợi ích mà chính sách bảo hộ mậu dịch mang lại được ít hơn thiệt hại mà nó gây ra cho xã hội. Những tác động tiêu cực của chính sách bảo hộ mậu dịch có thể kể đến như là:

- Ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng: Đối với các nước theo đuổi chủ nghĩa bảo hộ thương mại, người tiêu dùng không có điều kiện để lựa chọn hàng hóa chất lượng cao và giá thành cạnh tranh như ở các nước theo đuổi thương mại tự do và ngay cả các nhà sản xuất cũng không có động lực để áp dụng công nghệ kỹ thuật cao vào sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh. Các biện pháp hạn chế nhập khẩu khiến giá cả hàng hóa trong nước trở nên đắt đỏ và người tiêu dùng bị hạn chế khả năng được lựa chọn hàng hóa. Từ đó, có thể hạn chế sức mua của dân chúng.

- Ảnh hưởng đến sự phát triển của khoa học kỹ thuật trong nước: Áp dụng chính sách bảo hộ thương mại không hợp lý sẽ dẫn tới các doanh nghiệp ỷ lại vào sự bảo hộ của nhà nước mà không có động lực đầu tư khoa học công nghệ, máy móc hiện đại để tăng năng suất và chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp có thể vẫn tồn tại và bán được hàng hóa của mình nhưng đó là những hàng hóa kém chất lượng. Về lâu dài sẽ kéo theo cả một

nền kinh tế trì trệ, lạc hậu và kém phát triển. Đồng thời có thể dẫn tới sự độc quyền và lạm dụng độc quyền không phải xuất phát từ yếu tố ngành nghề lĩnh vực đòi hỏi đầu tư vốn và công nghệ hiện đại làm hạn chế khả năng đầu tư mà do sự vận động chính trị của những thế lực có quyền lực đặc biệt. Nhiều quốc gia có lợi thế sản xuất một số hàng hóa không tiếp cận được nơi không có lợi thế sản xuất dẫn tới tình trạng nơi thì dư thừa hàng hóa nơi lại không đủ nguồn cung cấp gây nên sự lãng phí các nguồn lực.

- Khi các doanh nghiệp được bảo hộ sẽ làm cho thị trường thế giới bị chia cắt manh mún, môi trường thương mại trở nên kém thuận lợi. Thay vì mỗi quốc gia có thể tập trung vào lợi thế của mình để mở rộng thị trường cung cấp một số sản phẩm hàng hóa cho nhiều quốc gia khác nhau thì các rào cản của bảo hộ thương mại khiến cho ngoài việc các quốc gia không phát huy được lợi thế của mình còn phải phân bố nguồn lực cho việc sản xuất các mặt hàng mình không có lợi thế để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước. Từ đó dẫn tới tình trạng lãng phí tài nguyên và lãng phí tài chính không cần thiết. Nền kinh tế các quốc gia cũng không thể phát triển mạnh mẽ được vì không phát huy được lợi thế của mình. Việc gia tăng các biện pháp bảo hộ thương mại của các quốc gia sẽ ảnh hưởng rất lớn đến chỉ tiêu xuất khẩu hàng hóa của các nước, đòi hỏi các doanh nghiệp cũng như Chính phủ của các nước phải có những biện pháp và chiến lược chủ động vượt qua rào cản của các biện pháp phòng vệ thương mại tại các nước.

3.2. Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam và các biện pháp bảo hộ thương mại của một số thị trường lớn ảnh hưởng đến chỉ tiêu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

3.2.1. Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Theo mục tiêu chỉ đạo được đặt tại Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ quyết định Phê duyệt chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 thì đối với hoạt động xuất khẩu, định hướng đối với mặt hàng xuất khẩu Việt Nam là:

- Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản: đây được đánh giá là nhóm hàng chúng ta có lợi thế về tài nguyên nhưng tài nguyên đó không phải là vô tận để khai thác nên cần định hướng giảm dần xuất khẩu thô để chuyển sang tăng về xuất khẩu sản phẩm chế biến. Theo đó định hướng xuất khẩu giảm dần (tỷ trọng nhóm hàng này trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ 11,2% năm 2010 xuống còn 4,4% vào năm 2020)

- Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản: là nhóm hàng có lợi thế và năng lực cạnh tranh dài hạn nhưng giá trị gia tăng còn thấp nên cần chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển sản phẩm xuất khẩu có ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến. Định hướng tỷ trọng nhóm hàng này trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ 21,2% năm 2010 xuống còn 13,5% vào năm 2020.

- Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo: đây là nhóm hàng có tiềm năng phát triển và thị trường thế giới có nhu cầu nên cần được chú trọng đẩy mạnh theo hướng phát triển sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao; phát triển công nghiệp hỗ trợ, nâng cao tỷ lệ giá trị trong nước, giảm phụ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu. Định hướng tỷ trọng nhóm hàng này trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ 40,1% năm 2010 tăng lên 62,9% vào năm 2020.

- Nhóm hàng mới (nằm trong nhóm hàng hóa khác): Rà soát các mặt hàng mới có kim ngạch hiện nay còn thấp nhưng có tiềm năng tăng trưởng cao trong thời gian tới để có các chính sách khuyến khích phát triển, tạo sự đột phá trong xuất khẩu. Định hướng tỷ trọng trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ 12% năm 2010 tăng lên 19,2% vào năm 2020.

Đối với thị trường xuất khẩu, chúng ta phát triển định hướng về cơ cấu thị trường đến năm 2020: châu Á chiếm tỷ trọng khoảng 46%, châu Âu khoảng 20%, châu Mỹ khoảng 25%, châu Đại Dương khoảng 4% và châu Phi khoảng 5%. Như vậy thị trường chúng ta hướng đến và phát triển vẫn là Châu Á (với các thị trường các nước ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,...), Châu Âu (với các thị trường lớn như Hà Lan, Đức, Anh,...) Châu Mỹ (Mỹ, Canada, Mehico,...)

Thực hiện mục tiêu đặt ra, Việt Nam hiện đang có những thành công nhất định trong xuất khẩu một số mặt hàng chủ lực. Theo thống kê của WTO, nếu như năm 2007, Việt Nam đứng thứ 50 thì đến năm 2017, đã vươn lên vị trí thứ 27 về xuất khẩu. Theo số ước của liên Bộ, tính đến hết tháng 7 năm 2019, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 145,13 tỷ USD, tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018. 7 tháng đầu năm 2019, đã có 24 mặt hàng xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD. Có tới 33/45 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng so với cùng kỳ năm 2018. Mức tăng trưởng này tuy có phần chậm lại so với cùng kỳ năm 2018 (7 tháng năm 2018 tăng 16% so với cùng kỳ năm 2017) nhưng vẫn có thể đạt chỉ tiêu của Quốc hội là tăng trưởng xuất khẩu từ 7%-8% trong năm 2019. Trong 6 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu sang các thị trường có ký kết FTA với Việt Nam đa số đều đạt mức tăng trưởng tốt như xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 9,66 tỷ USD, tăng 8,9%; xuất khẩu sang Hàn Quốc đạt 9,12 tỷ USD, tăng 4,7%; xuất khẩu sang ASEAN đạt 12,92 tỷ USD, tăng 5,6%. Một số thị trường mới trong CPTPP có mức tăng tốt. Canada tăng 32,9% (đạt 1,83 tỷ USD), trong đó, dệt may tăng 22,6%, giày dép tăng 21,9%, túi xách, vali mũ ô dù tăng 16,5%. Mexico tăng 23,43% (đạt 1,31 tỷ USD), trong đó, thủy sản tăng 21,28%, gỗ và sản phẩm gỗ tăng 23,8%, dệt may tăng 24,63%, giày dép tăng 11,17%. Xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 27,51 tỷ USD, tăng 27,3% so với cùng kỳ năm 2018. Những mặt hàng chủ lực đều tăng cao như: gỗ và sản phẩm gỗ tăng 32,2% (đạt 2,25 tỷ USD); dệt may tăng 10,1% (đạt 7,03 tỷ USD); giày dép tăng 15,3% (đạt 3,18 tỷ USD); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tăng 77,1% (đạt 2,3 tỷ USD); điện thoại các loại và linh kiện tăng 81,9% (đạt 4,18 tỷ USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng tăng 52% (đạt 2,07 tỷ USD). [Báo cáo xuất khẩu tháng 7-2019]. Về việc duy trì xuất siêu, Việt Nam đã đạt xuất siêu trong 6 năm kể từ năm 2012, chỉ duy nhất năm 2015 có cán cân thương mại thâm hụt.

Nhìn chung, tính đến hết năm 2019, Việt Nam đã đạt được một số thành tựu về xuất khẩu như: hoàn thành vượt mức chỉ tiêu kế hoạch được Quốc hội và Chính phủ giao; cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục cải thiện theo chiều hướng tích cực, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, phù hợp với lộ trình thực hiện Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030, tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu; quy mô các mặt hàng xuất khẩu tiếp tục được mở rộng (nếu năm 2011 có 21 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD thì đến năm 2019 là 32 mặt hàng); thị trường xuất khẩu, nhập khẩu được mở rộng, không chỉ tăng

cường ở các thị trường truyền thống mà còn khai thác được các thị trường mới, tiềm năng và tận dụng hiệu quả các FTA; xuất khẩu của khối doanh nghiệp trong nước tiếp tục tăng trưởng tốt; cán cân thương mại năm 2019 ghi nhận mức xuất siêu kỷ lục (9,94 tỷ USD)[Bộ Công thương, 2019]

Bên cạnh những thuận lợi đã có thì vấn đề xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt cũng đang đối mặt với những khó khăn và thách thức như: sự cạnh tranh về giá và chất lượng sản phẩm ngày càng khốc liệt giữa các nước xuất khẩu; sự đa dạng về mặt hàng xuất khẩu chưa phong phú, một số mặt hàng chỉ mới "đóng đinh" vào một vài thị trường cố định nên khi có sự biến động, hạn chế của thị trường nhập khẩu đó sẽ gây tác động rất lớn cho doanh nghiệp sản xuất về đầu ra của sản phẩm; việc đàm phán để được công nhận về quản lý chất lượng, quản lý an toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật còn hạn chế; sự phụ thuộc lớn về nguồn cung cấp nguyên liệu từ Trung Quốc, Hàn Quốc; khả năng tài chính để tham gia vào các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tìm kiếm khách hàng và mở rộng cơ hội kinh doanh ra thị trường nước ngoài của nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn bị hạn chế vì vậy thị trường xuất khẩu chưa đa dạng (Ví dụ như ở thị trường Châu Mỹ, nếu tính riêng thị trường châu Mỹ, Mỹ chiếm gần 83% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu lục này); hiện tượng hàng hoá nhập khẩu từ Trung Quốc mượn Việt Nam để lẩn tránh xuất xứ, rồi tái xuất đi Mỹ để né tránh thuế đang là vấn đề cần quan tâm; tình hình thế giới luôn có những biến động khó lường, làn sóng bảo hộ thương mại gia tăng khiến nhiều doanh nghiệp dù rất tích cực và chủ động vẫn gặp rất nhiều khó khăn. Việc xuất khẩu hàng hóa tăng trưởng càng nhiều thì sự đối mặt với các biện pháp phòng vệ thương mại càng tăng như là tất yếu cần được giải quyết.

3.2.2. Các biện pháp phòng vệ thương mại của một số thị trường lớn ảnh hưởng đến chỉ tiêu xuất khẩu của Việt Nam

Theo thống kê của Bộ Công Thương, tính hết năm 2018, đã có 144 vụ việc phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra, áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (trong đó, năm 2018 có 19 vụ việc mới được khởi xướng). Hiện nay, Hoa Kỳ vẫn là quốc gia điều tra phòng vệ thương mại nhiều nhất với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (27 vụ việc), tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (21 vụ việc), Ấn Độ (17 vụ việc) và EU (14 vụ việc). Trong số 144 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại, có 81 vụ việc về chống bán phá giá, 30 vụ việc tự vệ có liên quan đến hàng hóa Việt Nam, 14 vụ việc trợ cấp và 19 vụ việc chống lẩn tránh thuế. Như vậy, nếu như năm 2017 chỉ có 13 vụ việc phòng vệ thương mại được khởi xướng, thì năm 2018 đã tăng lên 19 vụ việc (trong đó có 6 vụ việc chống bán phá giá, 7 vụ việc tự vệ, 4 vụ việc chống trợ cấp và 2 vụ việc chống lẩn tránh thuế), tăng thêm xấp xỉ 50%. [Thế Hoàng, 2019]. Trong thời gian gần đây Việt Nam đã bị Mỹ điều tra PVTM chống bán phá giá 14 vụ, trong đó 13 vụ bị kiện đồng thời với kiện Trung Quốc. Ngoài ra còn có 6/6 vụ việc điều tra chống trợ cấp của Mỹ đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam được áp dụng đồng thời đối với hàng hóa của Trung Quốc.[Quốc Cường, 2019]. Đây là vấn đề đặt ra cho Việt Nam nhiều thách thức cần được quan tâm và có giải pháp khắc phục.

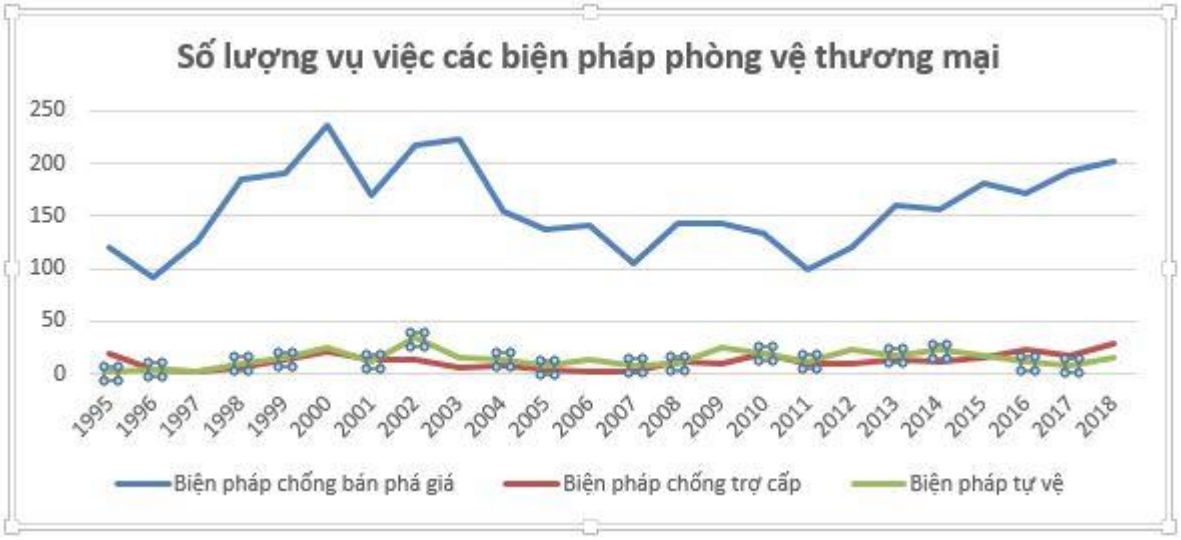
Để hạn chế và kiểm soát hàng nhập khẩu vào thị trường nội địa, các quốc gia sẽ ban hành các biện pháp như một rào cản mà hàng hóa nhập khẩu phải đáp ứng được mới có thể

vượt qua. Rào cản thương mại thường được thể hiện dưới các hình thức: công cụ thuế quan và công cụ phi thuế quan. Công cụ thuế quan là biện pháp áp đặt thuế đối với mỗi đơn vị hàng hóa xuất khẩu hoặc nhập khẩu vào mỗi quốc gia. Thuế nhập khẩu là loại thuế áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu vào một quốc gia. Công cụ này là loại rào cản khá phổ biến trong thương mại quốc tế giai đoạn trước. Hiện nay, thông qua việc cùng nhau đàm phán, ký kết các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA), các nước đang dần loại bỏ thuế nhập khẩu cho đối tác có FTA đối với phần lớn các loại hàng hóa. Nhưng khi làn sóng bảo hộ thương mại đang ngày càng gia tăng, với mục đích các nước quay về với việc bảo vệ thị trường trong nước, các biện pháp phòng vệ thương mại ngày càng đa dạng. Cụ thể như là:

- Biện pháp chống bán phá giá được xem là một biện pháp nhằm đối phó với các hành vi bán sản phẩm với giá thấp của các nước xuất khẩu so với giá hàng hóa trên thị trường nội địa. Để bảo vệ cho sự công bằng của hoạt động thương mại, các nước nhập khẩu sẽ áp dụng các biện pháp như tăng thuế quan nhập khẩu đối với những hàng hoá đã xác định là bán phá giá. Mức thuế quan được xác định dựa trên kết quả xác định mức phá giá, gọi là thuế chống bán phá giá.

- Biện pháp chống trợ cấp là biện pháp được áp dụng để loại bỏ tác động tiêu cực gây ra cho ngành sản xuất hàng hóa trong nước xuất phát từ các chính sách trợ cấp của chính phủ nước xuất khẩu. Khi nước nhập khẩu chứng minh là lượng hàng hoá vào thị trường của họ tăng nhanh do được trợ cấp từ nước xuất khẩu, việc áp đặt một mức thuế đủ để làm mất sức cạnh tranh của hàng nhập khẩu, giúp loại bỏ đối thủ cạnh tranh quá mạnh đối với các nhà sản xuất kinh doanh trong nước sẽ được áp dụng.

- Biện pháp tự vệ nhằm bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa tương tự hoặc cạnh tranh trực tiếp trong nước trong trường hợp khẩn cấp nhằm hạn chế những tác động không thuận lợi gây thiệt hại nghiêm trọng cho sản xuất trong nước do tình trạng gia tăng bất thường của hàng hóa nhập khẩu. Biện pháp tự vệ có thể áp dụng dưới nhiều hình thức như: hạn ngạch, thuế nhập khẩu phụ thu... trong đó phổ biến là thuế nhập khẩu. Lý do áp dụng biện pháp này không vì cạnh tranh công bằng như hai biện pháp trên mà vì cần bảo vệ doanh nghiệp do năng lực cạnh tranh quá yếu của nước sở tại. Từ trước đến nay, biện pháp bảo hộ thương mại mà các quốc gia nhập khẩu áp dụng chủ yếu là biện pháp chống bán phá sản. Số lượng biện pháp tự vệ và biện pháp chống trợ cấp là rất thấp so với số lượng các vụ việc chống bán phá giá. Tuy nhiên, xu hướng điều tra áp dụng các biện pháp tự vệ trong 09 tháng đầu năm năm 2019 đã có sự thay đổi rõ nét. Số lượng các vụ việc tự vệ có sự gia tăng so với các năm trước đó. Trong vòng 9 tháng, các nước Thành viên WTO đã tiến hành khởi xướng điều tra tổng cộng 27 vụ việc tự vệ. Đây là số lượng vụ việc cao nhất trong 15 năm trở lại đây và với xu hướng hiện tại, số lượng vụ việc có thể vượt ngưỡng vụ việc tự vệ cao nhất đã từng đạt được vào năm 2002 (34 vụ). Số liệu vụ việc các biện pháp phòng vệ thương mại do nguồn WTO thống kê có thể minh chứng cho điều này.



Nguồn : Thống kê của WTO

Ngoài ba biện pháp chủ yếu đó thì hiện nay còn rất nhiều biện pháp phi thuế quan mà các nước nhập khẩu dựng lên qua việc thông qua các văn bản luật, nghị định, thông tư, quyết định của Chính phủ, các Bộ, cơ quan ngang Bộ nay chính quyền địa phương quy định về các biện pháp vệ sinh an toàn thực thẩm (SPS), các rào cản kỹ thuật đối với thương mại (TBT), các biện pháp phòng vệ thương mại (TR - bao gồm các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ), và các biện pháp hạn chế định lượng xuất nhập khẩu (như cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu, giấy phép nhập khẩu, hạn ngạch nhập khẩu)... Có thể nói, hiện xu hướng bảo hộ hàng hóa trong nước ở các quốc gia nhập khẩu đã có nhiều sự thay đổi lớn theo chiều hướng, thay vì áp dụng những biện pháp bảo hộ mang tính lộ liễu như áp đặt lệnh cấm, hạn chế số lượng hoặc áp đặt thuế suất nhập khẩu cao, nhiều nước đã sử dụng các biện pháp bảo hộ được lồng vào những lý do chính đáng như bảo vệ những ngành sản xuất trong nước trước những hành động thương mại không lành mạnh, bảo vệ sức khỏe con người, kiểm soát chất lượng, môi trường, quy định về an toàn thực phẩm, điều kiện lao động, kiểm soát dịch bệnh, chống bán phá giá, chống trợ cấp, ghi nhãn hàng hóa, v.v...Ví dụ như hàng hóa thuộc mặt hàng thực phẩm muốn nhập khẩu vào Nhật Bản đều phải đảm bảo dư lượng hóa chất nông nghiệp tối đa (MRLs) cho phép. Thực phẩm bị phát hiện vượt quá mức MRLs trong danh sách xác nhận được coi là vi phạm Luật Vệ sinh Thực phẩm và bị từ chối tại cảng. Một hành vi vi phạm có thể dẫn đến việc tăng cường giám sát (khoảng 30%) tất cả các hoạt động nhập khẩu của cùng loại hàng hóa từ quốc gia đó. Sau hai lần vi phạm vượt mức MRLs cụ thể, sản phẩm đó có thể phải theo lệnh yêu cầu giám định rất tốn kém, bị giữ lại và bị kiểm tra 100% , do đó sẽ bị trì hoãn kéo dài tại cảng. Để trở về tình trạng giám sát bình thường sau một hành vi vi phạm, Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi yêu cầu phải có hồ sơ 60 lần kiểm tra đạt kết quả sạch hoặc một năm không có hành vi vi phạm. Sau nhiều lần vi phạm, sẽ yêu cầu phải có 300 hồ sơ kiểm tra sạch và 2 năm không có hành vi vi phạm trước khi được loại bỏ lệnh yêu cầu giám định (100% bị giữ lại và kiểm tra). Đối với việc hàng hóa không có MRLs chính thức hoặc tạm thời, Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi đã thiết lập giới hạn chung về dung sai cho phép tối đa là 0,01ppm với hầu hết các loại hóa chất[trungtamwto].

Theo thống kê của WTO về số lượng các biện pháp phi thuế được sử dụng bởi các quốc gia ở các nhóm nước và khu vực cho thấy châu Á là khu vực đứng đầu về việc sử dụng biện pháp phi thuế trong chính sách thương mại của mình, trong đó những biện pháp được các nước khu vực này sử dụng nhiều nhất là biện pháp vệ sinh dịch tễ, biện pháp kỹ thuật, biện pháp chống bán phá giá, biện pháp hạn chế số lượng; trong khi EU là khu vực đứng đầu về việc sử dụng hạn ngạch thuế quan; Bắc Mỹ là khu vực đứng đầu về việc sử dụng các biện pháp đối kháng. Chẳng hạn theo UNCTAD, có đến 89% mặt hàng và 91% giá trị hàng nhập khẩu vào Trung Quốc chịu ảnh hưởng của các rào cản phi thuế, trong đó đáng kể là rào cản kỹ thuật. Trung Quốc sử dụng rào cản phi thuế khá đồng đều đối với các nhóm mặt hàng nông sản và phi nông sản. Đối với thị trường châu Mỹ, tính đến hết năm 2018, Mỹ đang có 3.041 biện pháp SPS, 1.631 biện pháp TBT, 393 biện pháp AD, 131 biện pháp CV, 496 biện pháp tự vệ đặc biệt, 59 biện pháp hạn chế số lượng và 52 biện pháp hạn ngạch thuế quan. EU có 707 biện pháp SPS (trong đó có 153 biện pháp đang còn hiệu lực), 1.248 biện pháp TBT (trong đó có 151 biện pháp còn hiệu lực), 131 biện pháp AD và 19 biện pháp CV. Ngoài ra, EU vẫn đang duy trì 18 biện pháp hạn chế số lượng và 87 biện pháp hạn ngạch thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế của mình[wto.org]. Đây là những thị trường lớn của Việt Nam và việc các thị trường lớn này áp dụng mạnh mẽ các biện pháp phòng vệ thương mại đã ảnh hưởng rất lớn cho việc xâm nhập của hàng hóa Việt Nam vào thị trường tại các nước này. Bên cạnh đó, các nước cũng đẩy mạnh việc điều tra các vụ việc lẩn tránh thương mại là vấn đề mà Việt Nam cần quan tâm.

3.3. Những khuyến nghị nhằm thúc đẩy hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trước xu hướng bảo hộ thương mại

3.3.1. Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ của Nhà nước nhằm giúp doanh nghiệp chủ động trước xu hướng bảo hộ thương mại của các nước nhập khẩu

Ngày 01/3/2020 Thủ tướng chính phủ đã ký quyết định số 316/QĐ-TTg phê duyệt Đề án "Xây dựng và vận hành hiệu quả Hệ thống cảnh báo sớm về phòng vệ thương mại" Mục tiêu của đề án nhằm xây dựng và vận hành hiệu quả hệ thống cảnh báo sớm để theo dõi, cảnh báo và hỗ trợ cơ quan điều tra về phòng vệ thương mại và các cơ quan liên quan trong việc điều tra, xử lý các vụ việc phòng vệ thương mại trong và ngoài nước, giải quyết tranh chấp tại Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), đảm bảo mục tiêu bảo vệ sản xuất trong nước, chủ động phòng ngừa và ứng phó với các vụ kiện phòng vệ thương mại của nước ngoài, hướng tới xuất khẩu bền vững. Đây sẽ là đầu mối giúp cộng đồng doanh nghiệp nắm tình hình, cập nhật những điều chỉnh trong chính sách thương mại của các nước là đối tác thương mại lớn của Việt Nam; phân tích, dự báo, sớm phát hiện những chính sách cạnh tranh không lành mạnh gây thiệt hại cho hoạt động sản xuất và xuất nhập khẩu của Việt Nam; nghiên cứu học tập kinh nghiệm của các nước trong lĩnh vực phòng vệ thương mại làm kinh nghiệm cho việc xây dựng hệ thống cảnh báo và hướng giải quyết ở Việt Nam; xây dựng mạng lưới các chuyên gia uy tín trong và ngoài nước trong lĩnh vực phòng vệ thương mại để bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ chuyên trách, các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp trong nước; xây dựng chiến lược, sách lược và thực thi pháp luật về phòng vệ thương mại. Muốn đề án thực hiện có

hiệu quả cần có sự tập trung trí tuệ của các nhà kinh tế, các chuyên gia về kinh tế quốc tế để nghiên cứu và tư vấn cho sự vận hành của hệ thống. Đây được coi là một đầu mối hỗ trợ cho doanh nghiệp xuất khẩu nên đội ngũ chuyên trách cần được tập huấn những kiến thức đầy đủ về thương mại quốc tế để hỗ trợ có hiệu quả các doanh nghiệp.

Nhà nước, bằng cách chính sách ngoại giao mềm dẻo cũng cần thực hiện tốt các công việc nhằm khuếch trương các thế mạnh trong nền kinh tế Việt Nam về những loại hàng hóa có giá cả cạnh tranh mà không phá giá, không gian lận thương mại. Tăng cường kiểm soát chất lượng, xuất xứ, chống gian lận thương mại và có chế tài nghiêm khắc đối với các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu vi phạm để đảm bảo uy tín của Việt Nam trong quan hệ quốc tế, đặc biệt là các doanh nghiệp có hành vi lẩn tránh thương mại. Tăng cường quản lý chống lẩn tránh các biện pháp phòng vệ thương mại là việc làm cần thiết để bảo vệ ngành sản xuất trong nước cũng như giữ vững hình ảnh, uy tín của hàng xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh thương mại thế giới nhiều biến động như hiện nay

Có chiến lược xây dựng và ban hành tiêu chuẩn hàng hóa xuất khẩu. Đối với lĩnh vực công nghiệp, trên cơ sở chiến lược phát triển tổng thể của từng ngành, tập trung đầu tư vào những khâu còn yếu, giảm thiểu khâu sản xuất, gia công. Đặc biệt cần có chính sách đầu tư thỏa đáng nhằm phát triển các ngành nghề sản xuất phụ liệu, không để hiện tượng phụ thuộc quá lớn vào nguồn nguyên phụ liệu, linh phụ kiện của các thị trường nước ngoài như Trung Quốc, Hàn Quốc. Xây dựng các cụm công nghiệp đồng bộ, các trung tâm nguyên phụ liệu theo hướng chuyên môn hóa. Từng bước tham gia sâu vào chuỗi cung ứng khu vực, toàn cầu của sản phẩm điện tử, dệt may, da giầy... Đối với lĩnh vực nông nghiệp cần điều chỉnh lại quy hoạch, bố trí lại vùng sản xuất chuyên canh, vùng nguyên liệu. Có chính sách hỗ trợ, tư vấn trong việc áp dụng phương thức sản xuất tiên tiến, đầu tư ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật về công nghệ và giống mới vào sản xuất. Có như vậy thì mới có thể đáp ứng được các tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh của các thị trường lớn.

3.3.2. Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường xuất khẩu

Để đáp ứng được các biện pháp phòng vệ thương mại của các thị trường lớn, bản thân các doanh nghiệp cần phải chủ động thực hiện biện pháp điều chỉnh cho phù hợp với các tiêu chuẩn do các nước nhập khẩu đặt ra. Những công việc mà doanh nghiệp cần phải thực hiện như: đổi mới công nghệ sản xuất, đầu tư máy móc thiết bị, nâng cao chất lượng sản phẩm, xác định cơ hội thị trường để nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường hỗ trợ nghiên cứu, đào tạo và ứng dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật hợp lý. Doanh nghiệp nên dành những khoản chi phí lớn cho việc đầu tư các nghiên cứu ứng dụng công nghệ để sản xuất được những sản phẩm đảm bảo yêu cầu của thị trường xuất khẩu. Muốn tồn tại và phát triển, bản thân các doanh nghiệp cũng phải nỗ lực trong việc tự trang bị cho mình những kiến thức cần thiết về phòng vệ thương mại để có thể xử lý nhanh chóng các vụ kiện ngay từ ban đầu, nhằm tránh nguy cơ gây tổn thất về thời gian và tiền của. Có như vậy mới là cách bảo vệ quyền lợi của mình một cách nhanh nhất và hiệu quả nhất. Cần tăng cường năng lực quản trị kinh doanh và kiến thức pháp lý của người quản lý doanh nghiệp, hình thành thói quen sử dụng tư vấn pháp luật hoặc nghiên cứu pháp luật trước khi đưa ra những quyết sách quan trọng để tránh những vụ kiện tụng vì thiếu hiểu biết. Đối với chiến lược kinh doanh nên thực hiện việc đa dạng các thị trường xuất nhập khẩu và sản phẩm hàng

hóa xuất khẩu, tránh phụ thuộc quá lớn vào một hoặc một số ít thị trường dẫn đến không trở tay kịp khi bị áp đặt các biện pháp phòng vệ thương mại. Thực ra, doanh nghiệp không thể phòng tránh hay đối phó được với các biện pháp bảo hộ mà chỉ có cách thức duy nhất đó là thích nghi và tuân thủ. Nếu chúng ta đảm bảo tuân thủ được các biện pháp này thì chúng ta sẽ vượt qua được các rào cản, đặc biệt là các rào cản kỹ thuật. Vì vậy, các doanh nghiệp phải áp dụng những tiêu chuẩn quốc tế trong việc sản xuất, nuôi trồng hàng hóa của mình để đảm bảo đủ tiêu chuẩn bán ra thị trường khó tính ở nước ngoài. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng không nên bỏ qua thị trường nội địa để cân đối với sự sụt giảm trong xuất khẩu.

3.3.3. Phát huy vai trò của các Hiệp hội trong việc góp phần thúc đẩy phát triển xuất khẩu

Cần nâng cao vai trò của các Hiệp hội trong việc tăng cường hợp tác, đoàn kết, bảo vệ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực kháng kiện. Một thực tế là tinh thần đoàn kết của các doanh nghiệp Việt rất yếu, vì lợi nhuận rất dễ phát sinh các hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Vì vậy, các Hiệp hội cần phát huy vai trò là đầu mối hỗ trợ và liên kết giữa các doanh nghiệp để có kế hoạch đối phó chung với các vụ kiện. Đồng thời, bằng sức lan tỏa của mình cũng giúp cộng đồng doanh nghiệp trong nước chủ động tìm hiểu, tuân thủ quy tắc xuất xứ hàng hóa, phòng tránh, ngăn chặn hành vi chuyển tải hàng hóa, gian lận thương mại để đảm bảo được sự phát triển bền vững của xuất khẩu, đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế. Hiệp hội cũng cần đẩy mạnh các hoạt động tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo thị trường, ngành hàng, lĩnh vực kinh doanh cụ thể để nâng cao khả năng tiếp cận thị trường nước ngoài cũng như hỗ trợ doanh nghiệp tiếp thị thương hiệu của sản phẩm tới các thị trường xuất khẩu trọng điểm. Cần tích cực, chủ động triển khai các hoạt động cung cấp và tư vấn cho các doanh nghiệp về pháp luật kinh doanh, các kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế cũng như kinh nghiệm đối phó với các vụ kiện quốc tế.

4. Kết luận

Tóm lại, bảo hộ thương mại của các nước phát triển sẽ là khó khăn và thách thức cho Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, chúng ta phải thích ứng và tìm ra hướng đi phù hợp cho nền kinh tế của đất nước trong mỗi thời kỳ và mỗi giai đoạn. Không ngừng đổi mới để nâng cao chất lượng sản phẩm; hoàn thiện hệ thống pháp luật minh bạch, rõ ràng, khả thi; tăng cường sự phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ giữa các các cấp ngành từ trung ương tới địa phương; nâng cao năng lực tự thân của các doanh nghiệp kết hợp với sự hỗ trợ tích cực của Nhà nước đó là một trong những giải pháp cho sự phát triển của kinh tế Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương (2019), Báo cáo tổng kết công tác năm 2019 và triển khai nhiệm vụ năm 2020
2. Lê Quang Thuận & Nguyễn Thị Phương Thúy (2018/12/20), *Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam,* Truy xuất từ http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/xu-huong-bao-ho-thuong-mai-tren-the-gioi-va-kien-nghi-doi-voi-viet-nam-301021.html

3. WTOCENTRE (2019/12/20), *Các biện pháp bảo hộ thương mại trên thế giới gia tăng ở mức kỷ lục,* Truy xuất từ http://trungtamwto.vn/an-pham/14577-cac-bien-phap-bao-ho-thuong-mai-tren-the-gioi-gia-tang-o-muc-ky-luc
4. Thủ tướng Chính phủ (2020/3/01) *Quyết định số 316 về việc Phê duyệt Đề án "Xây dựng và vận hành hiệu quả Hệ thống cảnh báo sớm về phòng vệ thương mại"*
5. Phân tích và dự báo thị trường (2019/8/08), *Kết quả xuất nhập khẩu 7 tháng đầu năm 2019 và dự báo 5 tháng cuối năm*. Truy xuất từ http://infodatavn.com/ket-qua-xuat-nhap-khau-7-thang-dau-nam-2019-va-du-bao-5-thang-cuoi-nam/
6. Thế Hoàng (2019/5/22), Hàng xuất khẩu Việt Nam dính 144 vụ kiện phòng vệ thương mại. Truy xuất từ https://baodautu.vn/hang-xuat-khau-viet-nam-dinh-144-vu-kien-phong-ve-thuong-mai-d100730.html
7. Quốc Cường (2019), Mỹ gia tăng kiện phòng vệ thương mại đối với hàng Việt Nam. Truy xuất từ https://doanhnhanplus.vn/my-gia-tang-kien-phong-ve-thuong-mai-doi-voi-hang-viet-nam-413912.html
8. wto.org

BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÁC BIỆN PHÁP VƯỢT RÀO CẢN SPS TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN TRUNG QUỐC

PRACTICES ON MEASURES TO OVERCOME SPS BARRIERS IN EXPORTING AGRICULTURE PRODUCE IN CHINA

PGS,TS. An Thị Thanh Nhàn

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Thương mại quốc tế về nông sản và thực phẩm của Trung Quốc đã tăng trưởng mạnh mẽ kể từ khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Tuy nhiên, ở thời điểm đó, nông sản xuất khẩu của Trung Quốc cũng gặp phải các vấn đề liên quan đến tuân thủ các tiêu chuẩn vệ sinh và kiểm dịch thực vật SPS (Significant sanitary and phytosanitary standards). Trung Quốc đã phải giải quyết hàng loạt các vụ vi phạm về rào cản SPS để có được quyền truy cập rộng hơn vào thị trường thế giới và gia tăng năng lực cạnh tranh bền vững mặt hàng nông sản xuất khẩu.Với những nỗ lực liên tục trong các năm sau đó, Trung Quốc đã tìm ra đường đi cho hoạt động xuất khẩu nông sản của mình và có được vị trí đáng kể trên thị trường thế giới như hiện nay.

Bài viết tập hợp các dữ liêu thứ cấp từ thực tiễn các giải pháp vượt rào cản SPS với mặt hàng nông sản của Trung quốc ở giai đoạn sau khi gia nhập WTO (Tháng 12 năm 2001). Những kinh nghiệm này cũng là bài học cần thiết cho các nước đang phát triển và có năng lực xuất khẩu nông sản lớn trong bối cảnh các chính sách bảo hộ thương mại ngày càng gia tăng hiện nay

Từ khóa: *Thương mại quốc tế, nông sản, thực phẩm, xuất khẩu nông sản, chính sách bảo hộ thương mại....*

Abstract

China's international agricutural trade witnessed an exponential growth after the accession into the World Trade Organization (WTO). However, at that time, China agricutural trade faced immense difficulties in complying with Sanitary and phytosanitary (SPS) standards. China had to resolve a considerable number of violations related to SPS in order to gain access to wider international market as well as to improve competitiveness and sustainability of export in agricuture. With these undiniable endeavors, China had paved way for export and claimed a solid position in the international market in this field

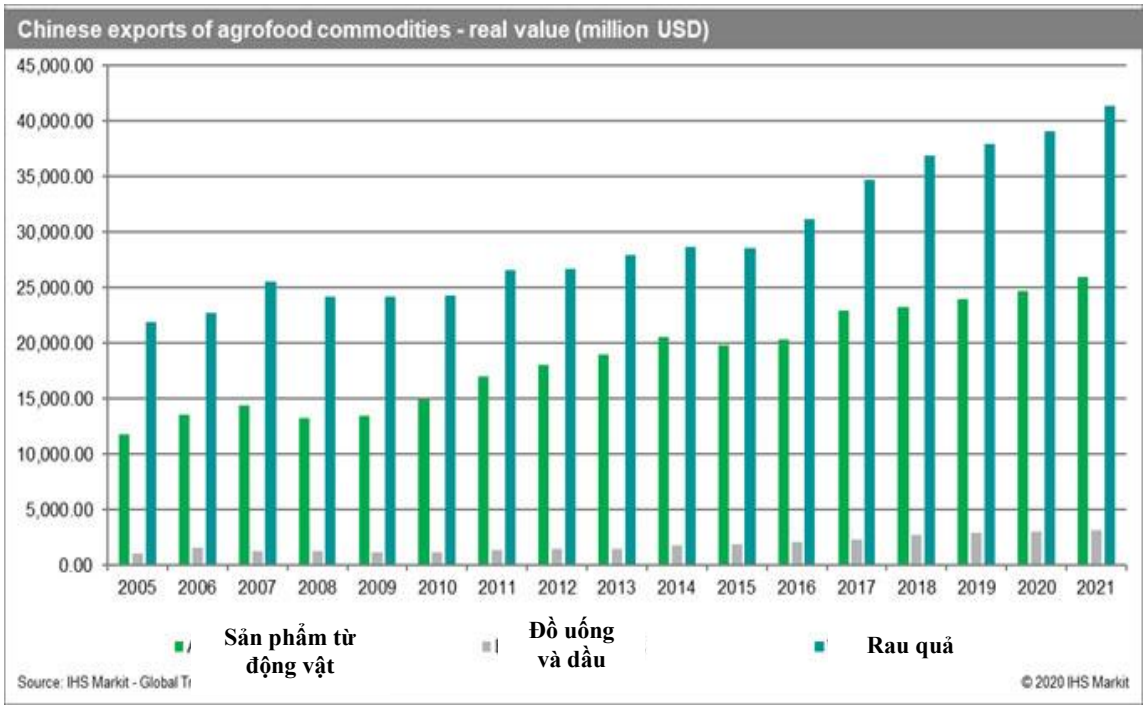
The paper collects, organizes and analyzes secondary data related to China's efforts in overcomming SPS barriers after WTO accession (December, 2001). The experience obtained is an essential and vital lesson for agricultural export-oriented developing countries in the context of increasing protectionism in international trade

Keywords: *International trade, agricultural products, food, agricultural exports, trade protection policies*

1. Kết quả xuất khẩu nông sản của Trung Quốc sau khi ra nhập WTO và hiện nay

Năm 2019, Trung Quốc có dân số 1.439.323.776 người, là quốc gia lớn nhất thế giới chiếm 18,5% dân số toàn cầu. Với quy mô lớn như vậy, Trung Quốc là nhà nhập khẩu nông sản lớn thứ hai sau Hoa Kỳ (42 tỷ USD, chiếm 6,4% nông sản toàn cầu). Đồng thời,Trung Quốc cũng là một trong những nhà xuất khẩu chính các sản phẩm nông sản. Năm 2019, Trung Quốc (đại lục) là nước xuất khẩu hàng hóa nông sản lớn thứ sáu sau Mỹ, Brazil, Hà Lan, Đức và Pháp chiếm thị phần 4,1% xuất khẩu nông sản toàn cầu, tương đương 64,83 tỷ USD, tăng 85% so với năm 2005. Khối lượng xuất khẩu đạt 45,13 triệu tấn và tăng 34% so với năm 2005. Các mặt hàng nông sản chiếm khoảng 7% tổng khối lượng và 2,5% tổng giá trị hàng xuất khẩu của Trung Quốc *(HIS Markit, 2020)*[1]

Với chiến lược thị trường và sản phẩm đa dạng, Trung Quốc xuất khẩu các mặt hàng nông sang cả các nước phát triển và đang phát triển trong đó có Việt Nam. Các thị trường hàng đầu cho xuất khẩu sản phẩm động vật của Trung Quốc theo giá trị (USD) bao gồm Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hồng Kông, Hàn Quốc và Đức. Xuất khẩu đồ uống và dầu chủ yếu vào thị trường các nước Đông Á bao gồm Hồng Kông, Bắc Triều Tiên, Malaysia và Hàn Quốc. Xuất khẩu rau quả (nhóm quan trọng nhất về giá trị thực) tập trung vào các thị trường Nhật Bản, Việt Nam, Hồng Kông, Hoa Kỳ, Hàn Quốc. (Xem hình 1)



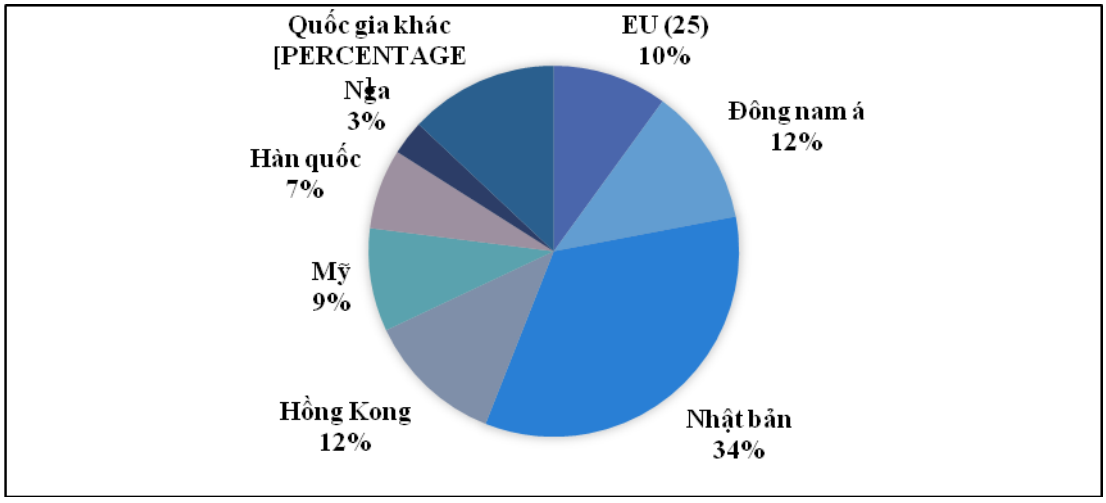
Hình1: Xuất khẩu các nhóm nông sản chính của Trung quốc tính theo giá trị (Tỷ USD)

(HIS Markit, 2020)[2]

[1] **IHS Markit Ltd** là nhà cung cấp thông tin toàn cầu của Anh, được thành lập vào năm 2016 với sự hợp nhất của IHS Inc. và Markit Ltd.
Số liệu trong bài này của IHS Markit chỉ tập trung vào 3 nhóm mặt hàng chính là sản phẩm động vật, đồ uống và dầu, nhóm rau quả (không tính cho tất cả mọi mặt hàng nông sản)

[2] Số liệu 2020 và 2021 là dự báo

Tuy nhiên ở giai đoạn trước 2005, thị trường các nước phát triển như Hoa kỳ, Nhật, EU chiếm phần lớn sản lượng nông sản xuất khẩu Trung Quốc (Hình 2). Các thị trường này luôn đóng góp giá trị lớn cho hoạt động thương mại quốc tế của Trung Quốc



Hình 2: Các thị trường xuất khẩu nông sản chính của Trung quốc năm 2004

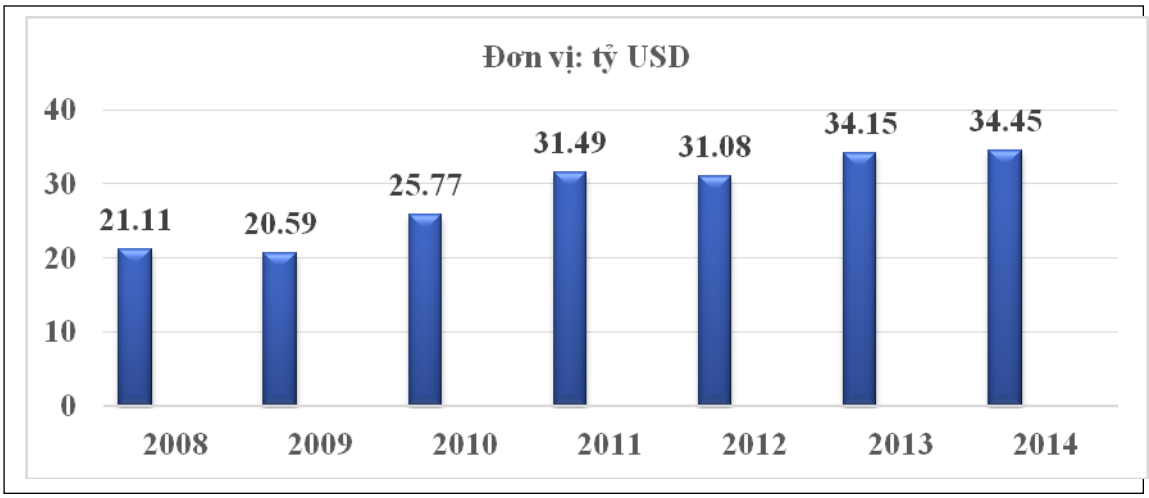
(ERS tính toán từ số liệu thống kê từ tổ chức GTIS)

IHS Markit cũng dự đoán tổng khối lượng xuất khẩu các sản phẩm động vật của Trung Quốc sẽ tăng 3,6% vào năm 2020 và 5,2% vào năm 2021. Khối lượng xuất khẩu đồ uống và dầu được dự báo sẽ tăng 4,3% vào năm 2020 và 4,4% vào năm 2021. Khối lượng rau quả được dự đoán sẽ tăng 3,0% vào năm 2020 và 5,8% vào năm 2021

Tuy nhiên để có những thành công, Trung quốc đã trải qua những nỗ lực rất lớn để phát triển ngành nông sản xuất khẩu vượt qua các rào cản SPS ngay sau khi gia nhập WTO. Đồng thời để giữ vững vị trí trong nhóm các nhà xuất khẩu nông sản toàn cầu, Trung Quốc cần kiên định theo đuổi định hướng phát triển xuất khẩu của mình theo hướng bền vững để vượt qua những cản trở ngày một lớn hơn trong xu hướng gia tăng bảo hộ thương mại toàn cầu

2. Thách thức của việc tuân thủ và các vi phạm tiêu chuẩn SPS trong xuất khẩu nông sản của Trung Quốc sau khi gia nhập WTO

Ngày 11 tháng 12 năm 2001, sau 15 năm đàm phán, Trung Quốc đã trở thành thành viên thứ 143 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Kể từ đó, các hàng rào thuế quan đã bị loại bỏ hoặc giảm dần, thương mại song phương của Trung Quốc đã tăng trưởng đáng kể. Ngay từ năm 2002, giá trị xuất khẩu và nhập khẩu cho các sản phẩm nông sản đạt 14,5 tỷ đô la và 16,1 đô la tỷ tương ứng, và tổng giá trị thương mại các sản phẩm nông sản tăng 1,2 đô tỷ đo la so với năm 2001 và tiếp tục tăng đều vào các năm sau (Hình 3)



Hình 3: Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản chính của Trung quốc 2008-2014

(Đỗ Đức Bình, Đỗ Thu Hằng, 2015)

Tuy nhiên, ngoài các tác động tích cực khi gia nhập WTO đến sản xuất và xuất khẩu nông sản thì nhiều sản phẩm như rau, trái cây, chăn nuôi, thủy sản và các sản phẩm gia cầm lại bị ảnh hưởng nặng nề do yêu cầu phải đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh và kiểm dịch thực vật (SPS) từ thị trường các nước phát triển, và điều này đã kìm hãm đáng kể sự tăng trưởng trong xuất khẩu nông sản. Đây là giai đoạn các nhà xuất khẩu Trung Quốc phải đối mặt với những thách thức mới chưa từng có trước đây, do đó đây cũng là giai đoạn có những thay đổi lớn trong các biện pháp vượt rào cản SPS nhằm thích nghi với các mặt hàng nông sản xuất khẩu vào thị trường thế giới.

Theo điều tra của bộ Thương mại Trung Quốc năm 2002, khoảng 90% các nhà xuất khẩu thực phẩm, sản phẩm và phụ phẩm động vật của Trung Quốc bị ảnh hưởng bởi các rào cản thương mại kỹ thuật nước ngoài và chịu thiệt hại tổng cộng 9 tỷ đô la Mỹ (China Daily, 2003).

Các thách thức rào cản SPS mà Trung Quốc phải đối phó phần lớn là từ các thị trường EU, Nhật Bản và Hoa Kỳ do các vi phạm xuất hiện chủ yếu ở các thị trường này. Vào năm 2002, ba thị trường này chiếm lần lượt 41%, 30% và 24 % các tổn thất thương mại do hạn chế từ các biện pháp SPS (Zhu 2003). Khi nông sản không vượt qua hàng rào SPS lần đầu, thường dẫn đến việc kiểm tra chặt chẽ hơn trong các hoạt động xuất khẩu về sau. Chính vì vậy nông sản của Trung Quốc đã phải đối mặt với sự kiểm soát gắt gao hơn khi xuất khẩu các lô hàng và mặt hàng khác sau khi vi phạm vào một số tiêu chuẩn SPS.

Ví dụ, vào tháng 11 năm 2001, 300 tấn tôm được vận chuyển từ tỉnh Chiết Giang đến Liên minh châu Âu được phát hiện có chứa 0,2 phần tỷ cloramphenicol. Kết quả là EU đã đình chỉ nhập khẩu các sản phẩm Trung Quốc có nguồn gốc động vật dành cho tiêu dùng của con người hoặc sử dụng trong thức ăn chăn nuôi. Trong đó gồm cả các sản phẩm khác như thịt thỏ, thịt gia cầm và động vật giáp xác như tôm và chế phẩm từ tôm. Sau đó, các quốc gia như Hungary, Nga và Nhật Bản cũng tiến hành kiểm tra chặt chẽ hơn đối với thịt gia cầm từ Trung Quốc. Do đó, xuất khẩu thịt gia cầm từ Trung Quốc giảm khoảng 33% trong năm 2002 so với năm trước.

Vào tháng 2 năm 2002, EU cấm nhập khẩu mật ong từ Trung Quốc sau khi tìm thấy chloramphenicol ở mức cao hơn 0,1 phần tỷ. Tiếp sau đó, EU, Hoa Kỳ và Nhật Bản đã tăng cường kiểm soát và kiểm tra mật ong từ Trung Quốc. Kết quả là xuất khẩu mật ong Trung Quốc giảm từ hơn 100.000 tấn năm 2001 xuống còn 76.000 tấn vào năm 2002. Sau đó, EU vẫn duy trì lệnh cấm và sản lượng xuất khẩu mật ong của Trung Quốc tiếp tục giảm ở năm 2003.

Tháng 7 năm 2002, Nhật Bản đã chặn nhập khẩu rau bina đông lạnh từ Trung Quốc sau khi tìm thấy chlorpyrifos. Trước khi có lệnh cấm này, rau bina nhập khẩu từ Trung Quốc chiếm 99% lượng nhập khẩu hàng năm của Nhật Bản (Khoảng 40.000 đến 50.000 tấn). Lệnh cấm nhập khẩu của Nhật Bản về rau bina đông lạnh từ Trung Quốc kéo dài khoảng tám tháng (cho đến tháng 2 năm 2003). Tới tháng 5 năm 2003, sau khi phát hiện dư lượng thuốc trừ sâu cao hơn mức cho phép, Nhật Bản lại khuyến cáo các nhà nhập khẩu của mình không nhập khẩu rau bina đông lạnh từ Trung Quốc.

Năm 2002, sau khi thực hiện các tiêu chuẩn kiểm tra chặt chẽ hơn, xuất khẩu trà Trung Quốc sang EU giảm hơn 30% và sang Nhật Bản giảm hơn 15%. Liên minh châu Âu đã tăng số lượng kiểm tra đối với dư lượng thuốc trừ sâu từ 6 lên 62 hạng mục. Nhật Bản đã áp dụng các phương pháp kiểm tra mới và tăng các hạng mục kiểm tra lên 77.

Bảng 1: Sản phẩm nông nghiệp và thủy sản bị FDA (Hoa Kỳ) từ chối và các lý do

(Fengxia Dong, Helen H. Jensen)

Sản phẩm	**Số lượng từ chối theo lý do**	**Lý do từ chối**
Hải sản	34	Khuẩn salmonella
	19	Thuốc thú y
	35	Nhiễm bẩn
	34	Các lý do khác (không an toàn, chất phụ g sai lệch về thông tin, nhãn mác)
Hạt tiêu nghiền	15	Thuốc trừ sâu
	3	Nhiễm bẩn
	1	Khuẩn salmonella
	2	Các lý do khác
Mật ong	5	Chloramphenicol
	1	Thuốc thú y
	2	Chất phụ gia không an toàn
Hoa quả/rau củ	27	Thuốc trừ sâu
	13	Lý do khác (P. gia không an toàn, phẩm màu
Nấm khô	50	Nhiễm bẩn
	8	Lý do khác
Các loại thực phẩm khác	115	Nhiễm bẩn
	115	Phụ gia không an toàn
	146	Lý do khác

Ngoài việc giảm sản lượng và kim ngạch xuất khẩu, việc không vượt qua kiểm tra SPS cũng làm tăng các tổn thất liên quan đến hàng hóa bị trả lại. Khi hàng hóa bị trả lại, các nhà xuất khẩu không chỉ phải chịu tổn thất về giá trị của hàng hóa mà còn phải trả thêm chi phí vận chuyển và chi phí phát sinh khác.

Từ tháng 8 năm 2002 đến tháng 7 năm 2003, cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) đã từ chối 1.285 lô hàng thực phẩm Trung Quốc nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Trong đó sản phẩm nông nghiệp và thủy sản chiếm 630 lô, xấp xỉ 50% trong tổng số các từ chối. Tại thời điểm đó, xuất khẩu hải sản, rau và trái cây, trà, mật ong, thịt gia cầm và thịt đỏ của Trung Quốc tạo ra những vấn đề SPS thường gặp nhất.

Bảng 1 liệt kê danh mục các loại sản phẩm và số lượng các lô hàng nông sản và thủy sản bị xuất khẩu của Trung Quốc bị Hoa Kỳ từ chối và lý do từ chối. Mặc dù các mặt hàng xuất khẩu của Trung Quốc thay đổi theo từng quốc gia khác nhau, các số liệu trong bảng 1 cũng cho thấy rõ một số vấn đề vi phạm SPS phổ biến với các sản phẩm nông sản xuất khẩu của Trung Quốc. Ngoại trừ các vấn đề liên quan đến ghi nhãn và đóng gói, hầu hết các từ chối đều do vi phạm tiêu chuẩn SPS về dư lượng thuốc trừ sâu quá mức, vệ sinh thực phẩm thấp, phụ gia không an toàn, và lạm dụng thuốc thú y

Những thiệt hại lớn này đã nhận được sự chú ý từ chính phủ, ngành công nghiệp thực phẩm và nông dân Trung Quốc, thúc đẩy các nỗ lực giải quyết vấn đề SPS để có thể tiếp cận tốt hơn vào thị trường thế giới

3. Phân tích các điều kiện vệ sinh và kiểm dịch thực vật trong sản xuất nông nghiệp Trung Quốc

Các vấn đề SPS đã tồn tại trong sản xuất nông nghiệp ở Trung Quốc trong một thời gian dài nhưng chỉ nhận được sự quan tâm trên toàn thế giới kể từ khi Trung Quốc gia nhập WTO (2001). Mặc dù lý do cấm hoặc trả lại nông sản xuất khẩu từ Trung Quốc không loại trừ chủ nghĩa bảo hộ nhập khẩu của các nước, nhưng các lý do chính vẫn nằm trong những tồn tại của chính Trung Quốc. Ở giai đoạn này, nguyên nhân của các vấn đề SPS của Trung Quốc có thể được quy cho nhiều yếu tố, hầu hết trong số đó là phổ biến cho các nước đang phát triển và tập trung vào các khía cạnh dưới đây.

- Hệ thống điều tiết và giám sát các tiêu chuẩn và quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm. Năm 2001, khi mới ra nhập WTO, chính phủ Trung Quốc vẫn đang nỗ lực để hoàn thiện các quy định SPS, hệ thống giám sát, các quy định giám sát, kiểm tra chất lượng thực phẩm nên chưa cung cấp đầy đủ các hướng dẫn cần thiết cho sản xuất nông nghiệp và thực phẩm. Chế độ hiện tại lúc đó không đủ để đáp ứng các yêu cầu thực tế trong thương mại quốc tế.

Nhiều năm trước đó, Trung Quốc đã ban hành các quy định về thực phẩm và sản xuất nông nghiệp. Nhưng một số ngành công nghiệp và hàng hóa vẫn chưa có tiêu chuẩn kỹ thuật, và không có quy định hợp lý để hỗ trợ và thực hiện kiểm tra an toàn thực phẩm. Liên quan đến các hạn chế về dư lượng thuốc trừ sâu, Codex [3] đã thiết lập hơn 2.500 mức dư lượng tối đa, liên minh châu Âu có hơn 22.000, Hoa Kỳ có hơn 8.600, Nhật Bản có hơn 9.000. Trong khi đó, Trung Quốc chỉ có 484 tiêu chuẩn và dưới 20% (<97) trong số này là phù hợp với cấp độ Codex Các tiêu chuẩn còn lại bị lỗi thời, không phù hợp hoặc thấp hơn nhiều so với tiêu chuẩn quốc tế. Số lượng các tiêu chuẩn phù hợp quá ít ỏi so với những

[3] *Uỷ ban Tiêu chuẩn Thực phẩm Quốc tế Codex - CAC (Codex Alimentarius Commission)* do Tổ chức Nông lương Thế giới (FAO) và Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) đồng sáng lập vào năm 1963 nhằm xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế, các hướng dẫn về thực phẩm và các tài liệu liên quan như quy phạm thực hành theo Chương trình Tiêu chuẩn Thực phẩm của FAO/WHO

hạng mức ở trên, dẫn tới các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu của Trung quốc không thể đáp ứng hết các yêu cầu hiện tại trong thương mại quốc tế.

Bên cạnh đó, việc thiết lập các tiêu chuẩn nông nghiệp ở Trung quôc liên quan đến 10 Bộ của chính phủ, với rất ít sự phối hợp từ chính quyền trung ương đến địa phương. Mỗi cấp chính quyền thường phát triển các tiêu chuẩn riêng, cấu trúc phân tán này không tạo điều kiện cho sự phối hợp cũng như hỗ trợ thực hiện hiệu quả các quy định an toàn thực phẩm. Ngoài ra, việc thiếu năng lực kỹ thuật, năng lực quản lý để kiểm soát và đảm bảo tuân thủ các quy định cũng làm cho việc áp dụng các tiêu chuẩn kém hiệu quả.

- Môi trường sản xuất: Việc thiếu các quy định hiệu quả về tiêu chuẩn chất lượng và hệ thống giám sát để kiểm soát sản xuất và chế biến nông sản, cùng với việc không tuân thủ các quy định, dẫn đến hiện tượng các nhà sản xuất Trung Quốc thường lạm dụng phân bón hóa học, thuốc trừ sâu và kháng sinh. Kỹ thuật và công nghệ sản xuất cũ và lạc hậu cũng có ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm. Một số hóa chất rất nguy hiểm có thể được tìm thấy trong các sản phẩm nông nghiệp. Ngoài ra, ô nhiễm và nguồn cung cấp đầu vào có chất lượng thấp làm cho tình trạng tồi tệ hơn**.**

Năm 2001, tại Trung quốc, việc sử dụng thuốc trừ sâu trung bình là 14 kg mỗi ha, cao gấp hai lần trung bình 7 kg mỗi ha được sử dụng ở các nước phát triển *(Wan, 2002*)**.** Nông dân thiếu kiến thức về cách thức và thời điểm sử dụng hóa chất phù hợp. Chất lượng thấp của các yếu tố đầu vào trong nông nghiệp cũng làm tình hình xấu hơn. Theo báo cáo của Tổng quản trị viên giám sát chất lượng (quý III năm 2001) về giám sát, kiểm tra và kiểm dịch của Trung Quốc, có 86 (gần 50%) trong số 181 mẫu rau chứa dư lượng thuốc trừ sâu. Trong đó 25 mẫu chứa rogor, 18 mẫu chứa carbofuran, 16 mẫu chứa isocarbophos, đây là 03 loại thuốc trừ sâu độc hại bị cấm.

Ô nhiễm công nghiệp ngày càng tăng ở Trung Quốc cũng làm hủy hoại môi trường nước, đất và không khí, ảnh hưởng trực tiếp đến sản xuất nông nghiệp. Năm 2000, kiểm tra lấy mẫu trên 220 triệu kg sản phẩm nông sản trồng trên 300.000 ha đất cho thấy 10% sản lượng chứa quá nhiều kim loại nặng *(Wan 2002).* Trong chăn nuôi, rất nhiều vi phạm về các quy định phụ gia thuốc và tiêu chuẩn chất lượng. Năm 2002, bộ Nông nghiệp Trung Quốc đã tiến hành lấy mẫu kiểm tra về sản xuất, và sử dụng thực phẩm, thức ăn chăn nuôi, chất phụ gia thực phẩm. Trong sáu tháng đầu năm 2002, 14 % mẫu được lấy từ các trang trại và các doanh nghiệp sản xuất, phân phối không đạt tiêu chuẩn; gần 2% thức ăn được lấy từ các trang trại có chứa thuốc cấm. Trong nửa cuối năm 2002, 10 % mẫu không đạt tiêu chuẩn và khoảng 5 % thức ăn được lấy từ các trang trại có chứa thuốc cấm. Bên cạnh các chất phụ gia bị cấm, thì tỷ lệ % chì, aflatoxin B1 và Salmonella là những chất ngoại lai gây ô nhiễm phổ biến nhất được tìm thấy.

- Quy mô sản xuất: Quy mô nhỏ của các hoạt động sản xuất, trồng trọt và chăn nuôi ở Trung Quốc cùng với sự phân bố tương đối rải rác cũng góp phần gia tăng việc lạm dụng hóa chất nông nghiệp. Ví dụ, 92% những người chăn nuôi lợn có sản lượng chỉ từ một đến năm con lợn hàng năm *(Ke 2002).* Do có quy mô nhỏ và phân bố phân tán, nông dân thiếu khả năng tiếp cận và cơ hội cộng tác thực hiện các quy định đã đặt ra.

Bên cạnh đó, năng lực triển khai và kiểm soát thực hiện các quy định sử dụng hóa chất và thuốc thú y của Chính phủ ở một đất nước rộng lớn với hơn 900 triệu nông dân và vô số hoạt động nông nghiệp nhỏ lẻ, tản mạn của các hộ gia đình là vô cùng khó khăn

Máy móc kém và trình độ quản lý thấp trong sản xuất hộ gia đình cũng góp phần gây ra các vấn đề SPS. Với quy mô nhỏ, người nông dân hầu như không có động lực để tuân thủ các quy định SPS, vì họ không phải đối mặt với các hình phạt quy định cũng như các rủi ro sản xuất lớn. Ngay cả trong trường hợp khi quy mô sản xuất lớn, sản phẩm được tiêu chuẩn hóa thì việc tuân thủ các tiêu chuẩn SPS cũng sẽ làm tăng đáng kể chi phí sản xuất. Trong ngắn hạn, khả năng mất doanh thu cũng là một rào cản đáng kể chống lại thay đổi.

Sản xuất phân tán, quy mô nhỏ đồng nghĩa với cấu trúc chuỗi cung ứng thực phẩm phân mảnh, rời rạc, gây khó khăn cho việc truy nguyên dòng sản phẩm để đáp ứng các yêu cầu đảm bảo chất lượng. Các vấn đề SPS có thể xảy ra ở mỗi khâu, nấc của quy trình nuôi, trồng, quản lý, thu hoạch, vận chuyển, lưu trữ, xử lý và phân phối nông sản tới thị trường và đều ảnh hưởng đến chất lượng cuối cùng của sản phẩm. Tuy nhiên lại rất khó kiểm soát khi không thể truy nguyên được những lỗi này bắt nguồn từ khâu nào trong chuỗi cung ứng

- ***Kỹ thuật và thiết bị kiểm tra:*** Ở giai đoạn này, tình trạng kỹ thuật và các dụng cụ kiểm tra không đảm bảo cung cấp các biện pháp cần thiết để phát hiện các vấn đề SPS. Trong một số trường hợp, phương pháp kiểm tra và dụng cụ lạc hậu không thể phát hiện mức dư lượng tối đa được thiết lập bởi các nước phát triển cho nông sản nhập khẩu. Đặc biệt là khi ngày càng nhiều dung sai được đặt ở mức rất thấp (ví dụ: phần triệu [mg /kg], phần tỷ [ug / kg] và phần nghìn tỷ [mug / kg. i.e...

Các tổ chức kiểm tra chất lượng của Trung Quốc không thể đáp ứng được nhu cầu về chất lượng dịch vụ, đặc biệt là kỹ thuật đánh giá và phân tích về thuốc trừ sâu và thuốc thú y cũng như quy mô hoạt động. Kỹ thuật và thiết bị kiểm tra lỗi thời dẫn đến kết quả kiểm soát không đảm bảo và tốc độ kiểm tra chậm, hạn chế khả năng tuân thủ các quy trình đánh giá được quốc tế chấp nhận.

- ***Chia sẻ và truyền đạt thông tin:*** Tại Trung Quốc, thời điểm đó vẫn tồn tại hệ thống thông tin không hiệu quả giữa các thị trường biệt lập. Thiếu các kênh thông tin hiệu quả từ các cấp chính phủ tới các ngành công nghiệp và khu vực. Do đó, khi một số công ty hoặc ngành công nghiệp đối mặt với các vấn đề khó khăn về SPS trên thị trường xuất khẩu thì các công ty hoặc ngành công nghiệp có liên quan sẽ không được thông báo kịp thời, hoặc thông tin thị trường và các yêu cầu kỹ thuật khác không được truyền đạt một cách hiệu quả tới các đối tượng cần thiết. Bên cạnh đó, hầu hết nông dân không có quyền truy cập vào thông tin về các tiêu chuẩn SPS. Họ cũng không có các nguồn lực cần thiết để tuân thủ các tiêu chuẩn về công nghệ phù hợp và chuyên môn khoa học kỹ thuật. Phần lớn, các nhà sản xuất thiếu hiểu biết về tầm quan trọng và có nhận thức rất hạn chế về các biện pháp SPS nói chung

4. Các biện pháp giải quyết vấn đề vi phạm vệ sinh và kiểm dịch thực vật với nông sản xuất khẩu của Trung Quốc giai đoạn 2001 tới 2010

Giai đoạn 10 năm sau khi ra nhập WTO là giai đoan Trung quốc có những chuyển biến mạnh mẽ nhất về những chính sách và biện pháp để giải quyết tốt nhất vấn đề SPS với nông sản xuất khẩu. Do sự tương tác ngày càng tăng với thị trường thế giới, Chính phủ và thương nhân Trung Quốc đã nhận ra các vấn đề về SPS và có những hành động để

cải thiện môi trường sản xuất và xuất khẩu. Chính phủ Trung Quốc đã thành lập *Kế hoạch phát triển tiêu chuẩn nông nghiệp quốc gia 2003-2005*, tập trung vào việc giảm mức dư lượng và tăng cường các phương pháp kiểm tra hóa chất, thuốc thú y và phụ gia thực phẩm. Chính phủ cũng đã nỗ lực xây dựng các trung tâm kiểm tra chất lượng nông sản và tăng cường nỗ lực giáo dục nhà sản xuất về các yêu cầu đối với phương pháp sản xuất phù hợp trên thị trường quốc tế. Bộ Nông nghiệp đã phê duyệt hơn 90 cơ sở kiểm soát sản phẩm thực phẩm nông nghiệp nguy hiểm ngoài công lập, thành lập 23 khu vực kiểm soát sản phẩm thực phẩm nông nghiệp quốc gia tiêu chuẩn hóa. Các cơ sở này được trang bị kỹ thuật và thiết bị đủ để phân tích và đánh giá chất lượng sản phẩm. Ngoài ra hàng loạt biện pháp đồng bộ được quan tâm chỉ đạo và triển khai trong ngành sản xuất và xuất khẩu nông sản.

- Tăng cường đầu tư trực tiếp nước ngoài và phát triển các doanh nghiệp chủ lực trong ngành nông nghiệp

Nhằm phát triển cơ sở hạ tầng cần thiết để hỗ trợ kiểm soát an toàn thực phẩm tốt hơn, Trung Quốc đã tìm cách tăng đầu tư vào nông nghiệp. Với nguồn vốn trong nước tương đối khan hiếm, chính phủ đã khuyến khích đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào chế biến nông sản. Chính sách này giúp tăng cường vốn, công nghệ tiên tiến, các kỹ năng sản xuất và quản lý trong cải thiện chất lượng sản phẩm, hỗ trợ chuyển đổi từ các hoạt động nông nghiệp truyền thống sang hiện đại và giúp gia tăng xuất khẩu.

Năm 2002, các ngành sản xuất nông nghiệp và chế biến thực phẩm cũng mới chỉ chiếm khoảng hơn 2% tổng vốn FDI (Xem bảng 2). Chế biến thực phẩm, chế biến ngũ cốc và thức ăn, và chế biến thủy sản có nhiều vốn FDI hơn các thành phần khác. Vốn FDI chủ yếu được đầu tư tập trung ở các khu vực ven biển phía đông nam Trung quốc, là các địa phương có độ mở lớn. Các đối tác đầu tư lớn và quan trọng nhất thuộc về quốc gia Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc.

Để hỗ trợ cho xuất khẩu nông sản, Trung Quốc đã đẩy mạnh công nghiệp hóa ngành nông nghiệp. Chính phủ đã hỗ trợ cho sự phát triển của các doanh nghiệp hàng đầu, quy mô lớn, và các doanh nghiệp đầu tàu.Theo Bộ Nông nghiệp Trung Quốc, đến cuối năm 2002, có 372 doanh nghiệp chủ chốt đã hình thành ở cấp quốc gia và gần 1.900 doanh nghiệp cấp tỉnh. Khoảng 30% các hộ nông dân sản xuất nông nghiệp đã bán nông sản của họ cho các doanh nghiệp công nghiệp này. Các doanh nghiệp đầu tàu cấp quốc gia và cấp tỉnh là trụ cột để tiến tới một hệ thống nông nghiệp hiện đại, có năng lực sản xuất và phân phối lớn hơn.

Bảng 2: Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào nông nghiệp và chế biến nông sản ở Trung Quốc, 2001 - 2002 ***(Bộ thương mại Trung Quốc, 2003)***

FDI	Số dự án		Giá trị hợp đồng (Tỷ USD		Tỷ lệ % trên tổng số	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
NÔNG NGHIỆP	**887**	**975**	**1.76**	**1.69**	**2.5**	**2.0**
Trồng trọt	536	571	0.96	0.79		
Lâm nghiệp	24	26	0.04	0.03		
Chăn nuôi	115	133	0.35	0.45		
Thủy sản	126	157	0.25	0.27		

THỰC PHẨM CHẾ BIẾN	**927**	**1.154**	**1.44**	**1.77**	**2.1**	**2.1**
Gạo và Ngũ cốc	134	122	0.28	0.24		
Dầu ăn	24	28	0.10	0.13		
Thịt và trứng	67	86	0.15	0.11		
Thủy sản chế biến	213	256	0.23	0.23		

Vốn đầu tư bổ sung từ nguồn FDI và các doanh nghiệp chủ chốt đã mang lại lợi ích cho nông dân quy mô nhỏ với kỹ năng quản lý thấp và kỹ thuật sản xuất kém. Việc tổ chức cho nông dân quy mô nhỏ hoạt động thích nghi như một thực thể quy mô lớn sẽ cho phép họ không chỉ đạt được hiệu quả kinh tế theo quy mô mà còn dễ dàng tiêu chuẩn hóa sản xuất và tuân thủ các biện pháp SPS với chi phí thấp hơn. Cải thiện tổ chức và đầu tư để tạo điều kiện cho sản xuất và chế biến quy mô lớn hơn cũng cho phép các nhà sản xuất quy mô nhỏ duy trì khả năng cạnh tranh trong môi trường an toàn thực phẩm khắt khe hơn nhưng bắt buộc phải đáp ứng trên thị trường quốc tế.

Thiết lập một hệ thống hoàn chỉnh và đáng tin cậy về các tiêu chuẩn, quy định, giám sát, kiểm tra và thực thi SPS tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế sẽ là một quá trình lâu dài đối với Trung Quốc. Những thay đổi này cũng đòi hỏi đầu tư tương đối lớn vào sản xuất và cơ sở chế biến. Tuy nhiên, khi quá trình chuyển đổi sang quy trình sản xuất quy mô lớn hơn hoàn tất, các nhà sản xuất sẽ có nhiều cơ hội xuất khẩu sản phẩm của họ ra thế giới

- Áp dụng hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn (HACCP)[4]

Theo yêu cầu của thị trường Hoa Kỳ và các nước xuất khẩu tiềm năng khác, Trung Quốc đã chuyển sang thực hiện hệ thống HACCP với mục tiêu giải quyết các vấn đề vi phạm SPS.

Ngành thủy sản là ngành đầu tiên áp dụng hệ thống HACCP. Năm 2002, Tổng cục giám sát, kiểm tra và kiểm dịch của Trung Quốc đã đưa ra các quy định yêu cầu các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sáu loại thực phẩm bao gồm: Thực phẩm đóng hộp, thủy sản, thịt và các sản phẩm thịt, rau đông lạnh, nước ép trái cây và thực phẩm tiện lợi đông lạnh có chứa thịt hoặc các sản phẩm thủy sản, phải được kiểm tra bằng hệ thống HACCP để chứng nhận vệ sinh trước khi sản xuất, chế biến và đưa vào xuất khẩu.

Việc sử dụng các hệ thống HACCP đã cải thiện đáng kể tình hình vệ sinh thực phẩm xuất khẩu trong giai đoạn này.Tuy nhiên, do các nhà sản xuất và cung cấp dịch vụ trong các khâu khác nhau của chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu không bắt buộc phải áp dụng HACCP, nên trách nhiệm cải thiện các điều kiện SPS sẽ thông qua nguyên tắc định hướng thị trường. Những doanh nghiệp đạt được các kết quả tốt sẽ tạo ra các thông lệ tốt trên thị trường xuất khẩu và khẳng định được vị thế cạnh tranh cũng như mang lại giá trị gia tăng cho chính doanh nghiệp mình.

Ngoài việc hỗ trợ các tiến bộ kỹ thuật và xây dựng các quy định tiêu chuẩn chất lượng trong nước, chính phủ Trung quốc còn tiếp tục nâng cao nhận thức về các tiêu chuẩn

[4] HACCP, là những nguyên tắc được sử dụng trong việc thiết lập hệ thống quản lý an toàn thực phẩm. HACCP được nhiều nước trên thế giới quy định bắt buộc áp dụng trong quá trình sản xuất, chế biến thực phẩm. Uỷ ban Tiêu chuẩn Thực phẩm quốc tế (CODEX) cũng khuyến cáo việc nên áp dụng HACCP kết hợp với việc duy trì điều kiện sản xuất (GMP) để nâng cao hiệu quả của việc đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm.

SPS và tầm quan trọng của các yêu cầu SPS đối với hoạt động xuất khẩu cho các nhà sản xuất, vận hành, xử lý, thương nhân, thanh tra chất lượng và quan chức chính phủ thông qua giáo dục và truyền thông công cộng

- Phát triển sản xuất thực phẩm xanh và thực phẩm hữu cơ

Trong nỗ lực giải quyết các vấn đề môi trường và cải thiện chất lượng nông sản, chính phủ Trung Quốc đã khuyến khích phát triển thực phẩm xanh, không ô nhiễm, đảm bảo dinh dưỡng, có chất lượng cao cấp và được chứng nhận đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định.

Các hệ thống quản lý thực phẩm xanh của Trung Quốc bao gồm sáu nhóm tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng là: chất lượng môi trường; quy trình sản xuất và chế biến; chất lượng sản phẩm; bao bì xanh; lưu trữ và vận chuyển; và các tiêu chuẩn liên quan khác.

Thực phẩm xanh ở Trung Quốc được phân thành hai loại, xanh cấp độ AA và cấp độ A. Cả hai loại đều đòi hỏi thực phẩm phải được sản xuất trong một môi trường đáp ứng các tiêu chí quy định và phù hợp với các quy trình vận hành cụ thể, bao gồm các thử nghiệm về chất lượng và kiểm tra bao bì. Sự khác biệt giữa hai loại thực phẩm xanh là nhóm AA không được phép sử dụng hóa chất tổng hợp có hại trong sản xuất và tuyệt đối không áp dụng công nghệ biến đổi gen. Nhóm A có một số lượng hạn chế của hóa chất tổng hợp theo quy định được cho phép trong sản xuất và không quy định về vấn đề công nghệ biến đổi gen.

Đến cuối năm 2001, có 964 doanh nghiệp và 1.831 loại sản phẩm thực phẩm mang nhãn thực phẩm xanh. Năm 2001, Trung Quốc đã xuất khẩu 300 triệu đô la Mỹ thực phẩm xanh, chiếm khoảng 2% tổng xuất khẩu nông sản từ Trung Quốc và Trung Quốc đặt mục tiêu nâng tổng sản lượng thực phẩm xanh lên 45 triệu tấn (mmt) vào năm 2005 (Asia Times 2002). Mặc dù có tiêu chuẩn vượt trội so với các sản phẩm nội địa, hầu hết các tiêu chuẩn của các nhóm sản phẩm xanh tại Trung Quốc cũng không thống nhất với các tiêu chuẩn được quốc tế công nhận đối với các sản phẩm hữu cơ. Hơn nữa, thực phẩm xanh nhóm A lại chiếm phần lớn trong tổng khối lượng sản xuất thực phẩm xanh nên chưa thể đáp ứng yêu cầu đối với thực phẩm hữu cơ do vẫn sử dụng hóa chất tổng hợp hạn chế.

Vào năm 2002, thương mại thực phẩm hữu cơ thế giới đạt 21 tỷ đô la Mỹ và thị trường này phát triển rất nhanh chóng. Do nhu cầu ngày càng mạnh mẽ từ thị trường thế giới, nhiều nhà sản xuất Trung Quốc chọn sản xuất thực phẩm hữu cơ để tận dụng giá thị trường sản phẩm cao hơn, công nghệ sản xuất có thể có lợi cho các nhà sản xuất nhỏ và với chi phí lao động tương đối thấp. Chính phủ Trung Quốc nhanh chóng tạo các điều kiện để thúc đẩy các cơ hội này cho các doanh nghiệp. Cùng với Trung tâm phát triển thực phẩm hữu cơ (OFDC) của Cục bảo vệ môi trường nhà nước (thành lập năm 1994), Trung tâm chứng nhận thực phẩm hữu cơ Trung Quốc (COFCC) được thành lập vào năm 2003. Đến cuối năm 2003, OFDC đã chứng thực khoảng 200 nhà sản xuất và 28.000 ha sản xuất là hữu cơ. COFCC đã chứng thực hơn 50 nhà sản xuất (chủ yếu là nông sản chính) và 4.000 ha sản xuất là hữu cơ.

Trung Quốc có khả năng sản xuất thực phẩm hữu cơ rất lớn, ngoài những lợi thế về chi phí lao động thấp, diện tích đất đai rộng lớn, địa hình và khí hậu đa dạng, thì còn có

nhiều khu vực rất có tiềm năng. Đó là các địa phương ở phía tây Trung quốc, nơi ít bị ô nhiễm, diện tích đất đai chưa qua canh tác khá rộng, là khu vực lý tưởng cho tương lai nông nghiệp hữu cơ. Tuy nhiên, các địa phương ở khu vực này còn kém phát triển và khan hiếm vốn, cần có chính sách hỗ trợ và đầu tư từ chính phủ và từ các doanh nghiệp đầu đàn để cung cấp các dịch vụ hậu cần, kiểm soát xói mòn đất nhằm mang lại lợi thế cạnh tranh cho địa phương. Với chi phí lao động thấp, môi trường sạch sẽ, tiềm năng phát triển sản xuất hữu cơ ở vùng phía tây Trung Quốc sẽ có tiềm năng giành được thị phần lớn trên thị trường hữu cơ thế giới.

- Đánh giá các cơ hội thị trường cho một số sản phẩm nông sản xuất khẩu đáp ứng các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch thực vật

Ở giai đoạn này, dù mức độ đáp ứng các tiêu chuẩn SPS chung ở Trung Quốc còn thấp, nhưng các tỉnh mở cửa và khu vực ven biển đã đạt được điều kiện SPS phù hợp với yêu cầu quốc tế do thị trường tương đối mở. Các hoạt động xuất khẩu nông sản ở đây được kiểm soát bởi tác động vô hình của thị trường quốc tế, chủ yếu là các thị trường các nước phát triể, do đó các nhà sản xuất có thể nhanh chóng điều chỉnh kinh doanh theo tín hiệu thị trường. Tuy nhiên, sự chênh lệch lớn về khả năng thích nghi với thị trường quốc tế giữa các khu vực trong cả nước cần nhiều thời gian để thực hiện.

Trong quá trình chuyển đổi, tiềm năng xuất khẩu nông sản Trung Quốc sẽ thay đổi. Tuy nhiên việc nhận thức cơ hội thị trường cho mỗi loại sản phẩm nông sản xuất khẩu đáp ứng các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch thực vật vào thị trường các nước cũng được chú ý

Sản phẩm thủy sản. Xuất khẩu thủy sản có khả năng tốt để bắt kịp nhu cầu mạnh mẽ, mặc dù một số vấn đề liên quan đến an toàn thực phẩm vẫn tiếp tục ảnh hưởng đến thương mại. Ngành thủy sản là ngành đầu tiên áp dụng các tiêu chuẩn của hệ thống HACCP, hầu hết các công ty chế biến thực phẩm đã áp dụng các dự án FDI và HACCP. Với quy định mới về việc áp dụng HACCP, các điều kiện SPS có thể sẽ được cải thiện nhiều. Mặc dù lợi nhuận sản phẩm chưa lớn, xuất khẩu thủy sản đạt hơn 2 triệu tấn vào năm 2002 và được định giá 4,69 tỷ đô la Mỹ, tương đương hơn 25% tổng xuất khẩu nông sản của Trung Quốc

Thịt lợn: Xuất khẩu thịt lợn của Trung Quốc ít bị ảnh hưởng bởi các rào cản tiêu chuẩn SPS chặt chẽ vì phần lớn thịt lợn Trung Quốc xuất khẩu đến các nước đang phát triển. Giá thấp là chìa khóa để Trung Quốc đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước này. Một số bệnh truyền nhiễm, bao gồm bệnh lở mồm long móng (FMD) là cản trở chính với xuất khẩu thịt lợn sang Hoa Kỳ và EU. Do sự tồn tại của FMD trong thịt lợn, Trung Quốc sẽ khó xâm nhập vào thị trường mới ở các nước phát triển, nơi mối quan tâm tới các tiêu chuẩn SPS lớn hơn so với mức giá thấp. Ngoài ra, các vấn đề về nguồn cung cấp thức ăn đầu vào, quy trình sản xuất, kỹ thuật giết mổ, doanh nghiệp quy mô nhỏ không phù hợp với tiêu chuẩn thế giới là những yếu tố chưa thể giải quyết trong ngắn hạn với xuất khẩu thịt lợn Trung Quốc.

Trà. Là một nước sản xuất trà hàng đầu, thị phần của Trung Quốc trên thị trường trà thế giới đang bị giảm nhẹ do các tiêu chuẩn và sự kiểm tra chặt chẽ hơn của Liên minh châu Âu và Nhật Bản. Sản xuất trà tại Trung Quốc có quy mô nhỏ và phân bố rải rác (70%

được điều hành bởi các hộ gia đình phân tán trên 2,6 triệu mẫu đất trồng (International Financial News, 2002), điều đó có nghĩa là sản xuất và chế biến trà khó có thể cải thiện theo hướng công nghiệp hóa với quy mô lớn và tiêu chuẩn thống nhất trong thời gian ngắn. Trung quốc cũng thiếu các sản phẩm trà có thương hiệu đại diện cho chất lượng tốt. Ngoài ra, Trung Quốc còn phải đối mặt với cạnh tranh gia tăng từ Việt Nam và Indonesia trên thị trường xuất khẩu trà quốc tế.

Trái cây và rau. Trái cây và rau quả Trung Quốc là một trong những ngành tăng trưởng nhanh nhất trong sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, do sức tiêu dùng trong nước cao nên thị trường nội địa hấp thụ hầu hết nguồn cung sản phẩm, triển vọng để mở rộng xuất khẩu rau quả từ Trung Quốc trong ngắn hạn là hạn chế. Mặc dù sản lượng trái cây tăng từ 30 triệu tấn năm 1990 lên 70 triệu tấn năm 2002, sản lượng rau tăng từ 128 triệu tấn năm 1991 lên 368 triệu tấn năm 2002, nhưng chủ yếu là phục vụ thị trường nội địa, chỉ dưới 2% được xuất khẩu. Điểm đến xuất khẩu rau quả của Trung Quốc chủ yếu là các nước châu Á với 68% sản lượng.Trong đó, hơn 70% trái cây tươi xuất khẩu sang các nước châu Á có mức độ thấp hơn về các tiêu chuẩn SPS. Hơn 50% rau tươi, rau chế biến và trái cây được xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản. Với vai trò là nhà cung cấp rau hàng đầu cho Nhật Bản, các nhà sản xuất và chế biến rau Trung Quốc phải đáp ứng nhu cầu theo hướng tăng cường các tiêu chuẩn SPS chặt chẽ. Rau quả xuất khẩu của Trung Quốc tập trung vào một số tỉnh định hướng xuất khẩu như Sơn Đông và Quảng Đông, nên có khả năng nhanh chóng điều chỉnh sản xuất theo sự thay đổi của thị trường. Ví dụ, chính quyền tỉnh Sơn Đông (chiếm khoảng 20% xuất khẩu rau của Trung Quốc) đã thực thi một bộ tiêu chí về dư lượng thuốc trừ sâu. Quy định cho các doanh nghiệp xuất khẩu rau thiết lập hệ thống giám sát và chỉ mua rau từ các cơ sở sản xuất đã đăng ký. Các nhà cung cấp được yêu cầu cung cấp giấy chứng nhận để chứng minh rằng họ không sử dụng thuốc trừ sâu bị cấm (Tân Hoa Xã, 2003).

Trung Quốc có vị trí gần Nhật Bản, giống nhau về thói quen ăn kiêng, với ưu thế cung cấp sản phẩm rộng rãi, giá rẻ, Trung Quốc vẫn có thể là nhà cung cấp rau hàng đầu vào Nhật Bản, ngay cả khi có một số vấn đề về dư lượng hóa chất. Đầu tư nước ngoài vào Trung Quốc tăng cũng thúc đẩy xuất khẩu sang Nhật Bản, nhất là từ các FDI Nhật Bản đã có mặt ở Trung Quốc. Họ cung cấp hạt giống, bào tử, kỹ thuật sản xuất, đóng gói và kết nối với thị trường Nhật Bản.

- Vai trò và quan điểm của chính phủ Trung Quốc trong giải quyết các vấn đề SPS

Mặc dù Hiệp định SPS của WTO yêu cầu các thành viên đảm bảo rằng các biện pháp SPS được dựa trên bằng chứng khoa học đầy đủ. Có một số lo ngại có căn cứ rằng các quốc gia có thể lạm dụng các biện pháp SPS bằng cách sử dụng chúng làm rào cản thương mại. Ví dụ, vào năm 1996, báo cáo của Sở Nông nghiệp nước ngoài (USDA) đã phát hiện ra rằng 62 quốc gia có các rào cản kỹ thuật đáng ngờ đối với xuất khẩu nông sản của Hoa Kỳ (Roberts, Josling và Orden,1999).

Nhiều nghiên cứu cũng cho thấy các nước đang phát triển phải chịu nhiều hành động kỷ luật SPS hơn các nước phát triển. Nhờ chi phí sản xuất và nhân công rất thấp, một số sản phẩm xuất khẩu từ Trung Quốc rất cạnh tranh trên thị trường thế giới. Khi Trung Quốc làm việc để đáp ứng các quy định SPS của các quốc gia khác, các mối quan ngại đã

phát sinh rằng một số quốc gia sẽ sử dụng các rào cản SPS để tránh các sản phẩm Trung Quốc do có chi phí thấp hơn. Do đó, các nước nhập khẩu có thể tìm cách hạn chế nhập khẩu từ Trung Quốc bằng cách thiết lập các tiêu chuẩn tương đối cao hoặc kiểm tra nghiêm ngặt để bảo vệ thị trường trong nước. Khi Trung Quốc đối mặt với nhiều xung đột SPS, chính phủ sẽ tham gia vào các cuộc đàm phán song phương để chống lại các hạn chế và phân biệt đối xử thương mại không công bằng, phối hợp với WTO để giải quyết các tranh chấp thương mại. Là thành viên của WTO, Trung Quốc có thể tham gia đàm phán và thiết lập các quy định và tiêu chuẩn quốc tế để có được vị thế bình đẳng hơn cho xuất khẩu nông sản của mình.

4. Bài học rút ra từ các giải pháp vượt rào cản SPS của Trung Quốc

Vào những năm 2001, 2002 Trung Quốc đang ở xuất phát điểm là nước nông nghiệp đang phát triển với các điều kiện sản xuất khá thấp. Để có vị trí xuất khẩu nông sản như hiện nay, Trung quốc đã triển khai nhiều chính sách và biện pháp tích cực để vượt qua những rào cản SPS. Đằng sau những thành công này là bài học kinh nghiệm quý giá mà các nước đang phát triển có nguồn nông sản xuất khẩu rồi rào có thể tham khảo và ứng dụng có chọn lọc trong điều kiện và bối cảnh thực tế của nước mình.

(1) Trung quốc đã có quan điểm đúng đắn về các rào cản SPS trong xuất khẩu nông sản. Chú trọng vai trò của chính phủ ở cả tầm vi mô và vĩ mô, có chính sách hiệp thương và đàm phán mềm dẻo, linh hoạt với các đối tác thương mại, chủ động tham gia xây dựng tiêu chuẩn quốc tế.

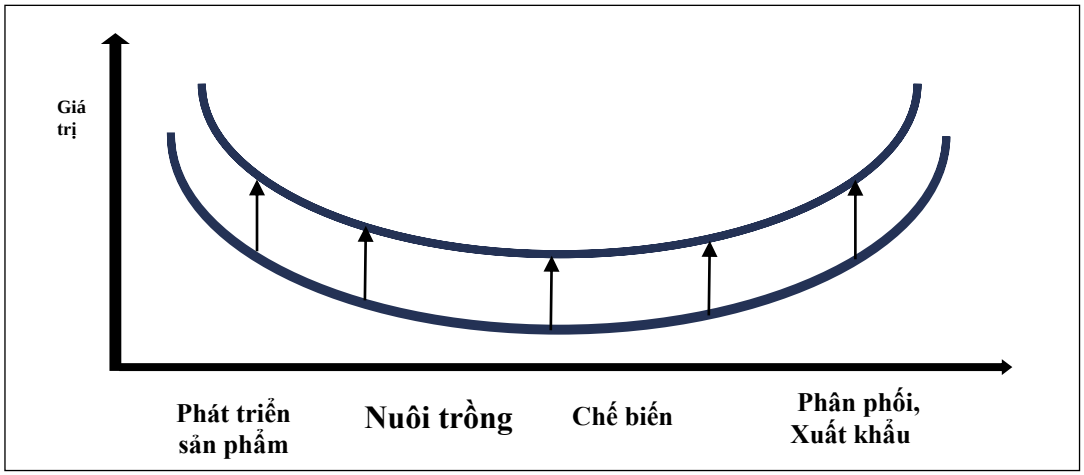
Khi xu hướng tự do hóa thương mại ngày càng lan rộng và trở thành một xu thế không thể đảo ngược trên toàn cầu thì các biện pháp bảo hộ thị trường trong nước dưới hình thức các rào cản kỹ thuật và môi trường sẽ ngày càng trở nên đa dạng, tinh vi với các ràng buộc ngày càng chặt chẽ. Điều này là phù hợp với quy luật phát triển trên thế giới nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống con người và bảo vệ, gìn giữ môi trường bền vững trong tương lai. Về cơ bản các hiệp định SPS đưa ra các quy định, tiêu chuẩn, quy tắc mang tính toàn cầu, các thành viên của WTO sẽ phải có nghĩa vụ thực hiện khi tham gia vào thương mại quốc tế. Mỗi quốc gia có biện pháp SPS của riêng mình, nhưng các biện pháp đó phải dựa trên bằng chứng khoa học và đảm bảo công bằng và minh bạch. Do đó, theo Roberto Azevedo, tổng giám đốc WTO, việc kết hợp các biện pháp SPS và thương mại có thể giúp tăng cường xuất khẩu và đóng góp vào mục tiêu phát triển bền vững. Tuy nhiên, ngoài mục tiêu điều chỉnh việc áp dụng các biện pháp vệ sinh, kiểm dịch động, thực vật vì các lý do chính đáng, hiệp định SPS còn hạn chế khả năng lạm dụng các biện pháp này để bóp méo hoạt động thương mại toàn cầu, tạo ra những rào cản không công bằng.Vì vậy, các thành viên WTO, đặc biệt là các nước phát triển có thị trường nhập khẩu hấp dẫn như Mỹ, EU, Nhật Bản... ngày càng coi trọng hơn nữa các rào cản phi thuế quan nhằm bảo vệ thị trường nội địa trước các đối tác thương mại trong WTO.

Trung Quốc đã kết hợp hài hòa hai khía cạnh trên trong các nỗ lực giải quyết các thách thức rào cản SPS khi xuất khẩu nông sản sang các thị trường quốc tế. Tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế để định hướng đi cho xuất khẩu nông sản, đảm bảo hiệu quả kinh tế, phát triển nông nghiệp bền vững, gia tăng giá trị nông sản, giúp doanh nghiệp tham gia sâu

hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Mặt khác có các biện pháp đấu tranh chống phân biệt đối xử và phòng tránh các rào cản không công bằng tạo nên những trở ngại trong xuất khẩu nông sản để bảo vệ lợi ích quốc gia.

(2) Các giải pháp phát triển bền vững ngành nông sản xuất khẩu và đối phó với những thách thức về SPS của Trung Quốc có tính toàn diện cao. Kết hợp được cả ở tầm vĩ mô và vi mô, cả trong ngắn hạn và dài hạn, có tính trọng tâm trọng điểm, không dàn trải. Có thể thấy, ngoài những giải pháp từ phía doanh nghiệp, ngành hàng, các biện pháp sản xuất, kỹ thuật, chính phủ Trung Quốc luôn đề cao các nỗ lực thương lượng, đàm phán và tham dự vào các hiệp định song phương để có tiếng nói trong việc đưa ra các tiêu chuẩn phù hợp, đồng thời có chính sách định hướng tốt nhất cho các mặt hàng xuất khẩu. Chính sách duy trì và phát triển các thị trường xuất khẩu nông sản khu vực châu Á với hàng rào tiêu chuẩn SPS thấp, giữ vững và nâng cao giá trị xuất khẩu với các thị trường phát triển có hàng rào SPS cao là giải pháp hài hòa giữa lợi ích trước mắt và mục tiêu tăng trưởng lâu dài bền vững. Chủ chương đầu tư lớn cho nông sản tập trung vào các khu vực và địa phương có thị trường mở cửa, có năng lực thích ứng tốt (Các tỉnh ven biển, mở cửa sớm) là biện pháp trước mắt. Những khu vực có tiềm năng về nông sản sạch rộng lớn ở phía Tây Trung quốc được định hướng cho phát triển nông nghiệp hữu cơ trong dài hạn là minh chứng cho quan điểm toàn diện ở trên

(3)Trung Quốc đã đặt hoạt động xuất khẩu nông sản vào đúng vị trí trong chuỗi cung ứng giá trị nông sản toàn cầu. Điều này cho phép tạo ra sự liên kết chặt chẽ từ khâu đầu tiên trong tìm kiếm thị trường xuất khẩu, lựa chọn các giá trị phù hợp, nghiên cứu và phát triển các mặt hàng thích ứng, chú trọng sản xuất đảm bảo chất lượng và tiêu chuẩn SPS, đáp ứng tốt yêu cầu từng thị trường xuất khẩu. Các nỗ lực tổng thể này cho thấy Trung quốc đã và đang theo đuổi về lâu dài chiến lược gia tăng giá trị tổng thể cho toàn bộ chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu. Hình 4 là minh họa cho quan điểm chiến lược này.



Hình 4: Chiến lược gia tăng giá trị tổng thể ở mọi khâu trong toàn bộ chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu

Chiến lược này đã thúc đẩy giá trị gia tăng trong toàn chuỗi, đưa sản phẩm nông sản xuất khẩu của Trung Quốc lên vị trí cao hơn, giá trị thu được lớn và bền vững hơn.

Với hướng đi đúng đắn, hơn 10 năm sau khi nhập WTO, nhiều sản phẩm nông sản xuất khẩu của Trung Quốc đã có giá trị cao hơn, giá bán tốt hơn, chất lượng hoàn toàn đáp ứng với các thị trường khó tính. Tiêu biểu như mặt hàng trà xuất khẩu, tới năm 2015, sản lượng mặt hàng trà chất lượng cao chỉ chiếm 43,6% trong tổng sản lượng xuất khẩu nhưng giá trị đạt tới 68,3% tương đương với 15 tỷ USD năm 2015 (Bảng 4)

Bảng 3: Cơ cấu sản phẩm trà xuất khẩu của Trung Quốc năm 2015

(*Zhonghua Liu)*

Mức chất lượng	**Số lượng (t)**	**Tỷ lệ %**	**Giá trị (Tỷ USD)**	**Tỷ lệ %**
Mức cao	**993, 000**	**43.6**	**15**	**68.3**
Mức trung bình	1285, 000	56.4	7	31.7
Tổng số	2278, 000	100%	22	100

(4) Trung quốc đã phối hợp tốt chiến lược phát triển thị trường nông sản trong nước với thị trường xuất khẩu. Hình thành các cặp sản phẩm thị trường tối ưu dựa trên năng lực đa dạng hóa các mặt hàng nông sản để đáp ứng yêu cầu cụ thể với từng quốc gia.

Trung Quốc đặt trong tâm nghiên cứu để hiểu biết về các thị trường nông sản nói chung và thị trường xuất khẩu nông sản cụ thể nói riêng. Do các tiêu chuẩn SPS từ các thị trường khác nhau là không giống nhau nên việc nắm vững các yêu cầu với mỗi mặt hàng ở từng thị trường là vô cùng cần thiết để thuận lợi hóa các thương vụ xuất khẩu. Cùng một mặt hàng (Thịt lơn, trái cây, trà, rau tươi..) khi xuất khẩu vào các thị trường khác nhau cần điều chỉnh sản phẩm ngay từ khâu sản xuất để đảm bảo phù hợp với yêu cầu của mỗi quốc gia, đặc biệt là các nước phát triển có hàng rào SPS cao.

Từ những hiểu biết thị trường, Trung Quốc đã chủ động tạo ra chiến lược đa dạng hóa sản phẩm nông nghiệp, phát triển hợp lý về sản lượng, chủng loại và các mức chất lượng để đáp ứng với thị trường quốc tế và nội địa trên cơ sở cân đối nhu cầu và năng lực sản xuất. Chiến lược này cho phép Trung Quốc xuất khẩu một lượng lớn các sản phẩm nông sản chưa đảm bảo các tiêu chuẩn SPS với thị trường khó tính sang các thị trường Đông Nam Á, đồng thời vẫn đáp ứng nhu cầu thị trường ở một số nước phát triển, duy trì sự tăng trưởng đều đặn và vững chắc của ngành hàng. Mặt hàng trà của Trung Quốc là mặt hàng có nhu cầu lớn từ các nước phát triển, cũng là mặt hàng có mức độ vi phạm SPS cao, là một thí dụ điển hình cho chiến lược này.

Theo số liệu thống kê so sánh giữa năm 2014 với 2015 thì tổng sản lượng trà xuất khẩu của Trung Quốc tăng 7,8%. Trong đó sản lượng trà xuất khẩu vào các thị trường phát triển như Nhật Bản, Nga, Đức có xu hướng giảm đi tương ứng là 10%, 8,3%, 8,7 %. Trong khi đó sản lượng xuất khẩu vào các thị trường tiêu thụ bình dân như Ghana, Uzbekistan, Senegal tăng lên khá lớn tương ứng là 103,1%, 63,5% và 29,2%. (Xem bảng 5). Lý do là Trung Quốc đã điều chỉnh sản lượng xuất khẩu trà lớn hơn vào các thị trường có rào cản SPS thấp, giảm sản lượng xuất khẩu vào các thị trường khó tính. Với ngành sản xuất trà đứng đầu thế giới, trà của Trung Quốc vốn là sản phẩm có giá trị thương hiệu cao. Sản lượng trà sản xuất hàng năm rất lớn và xuất khẩu trà ảnh hưởng đáng kể đến đời sống của một bộ phận không nhỏ người nông dân trồng trà. Mặt khác trà vốn là một sản phẩm

văn hóa truyền thống của Trung Quốc, không dễ dàng thay đổi mọi tiêu chuẩn cũng như thói quen trong trồng trọt và chế biến. Chiến lược điều chỉnh sản lượng và chủng loại trà giữa hai khu vực thị trường như trên là giải pháp hài hòa cho phát triển bền vững ngành sản xuất và xuất khẩu trà Trung Quốc. Vừa duy trì được các sản phẩm truyền thống, phát triển được các sản phẩm mới, vừa giúp gia tăng giá trị xuất khẩu mà vẫn đảm bảo được thu nhập tốt cho người nông dân trồng trà.

Bảng 4: Sản lượng trà xuất khẩu Trung Quốc sang 15 thị trường quốc gia hàng đầu năm 2014-2015 (Zhonghua Liu)

Thứ tự	QG / khu vực	2015 (Kg)	2014 (Kg)	Chênh lệch (%)
01	Morocco	64437537	58996243	9.2
02	Uzbekistan	26795113	16387677	63.5
03	Senegal	17221319	13332028	29.2
04	USA	16360326	15302842	6.9
05	Algeria	14364765	15010213	-4.3
06	Togo	13311531	16892530	-21.2
07	Japan	13,072,813	14,550,002	-10.2
08	Mauritania	12865730	14096595	-8.7
09	Russia	12770694	13933247	-8.3
10	Germany	12478135	12542484	-0.5
11	Hong Kong	10310912	10237925	0.7
12	Ghana	8628462	4248411	103.1
13	Cameroon	7487745	7099706	5.5
14	Pakistan	6620302	6352549	4.2
15	Mali	5888260	5277973	11.6
Tổng số (Kg)		324,956,680	301,444,045	+7.8

Chú trọng vào cả nhóm thị trường các nước phát triển và đang phát triển với các mặt hàng xuất khẩu phù hợp sẽ đảm bảo duy trì thế mạnh sản xuất nông sản trong nước cũng như tối ưu hóa chi phí xuất khẩu.

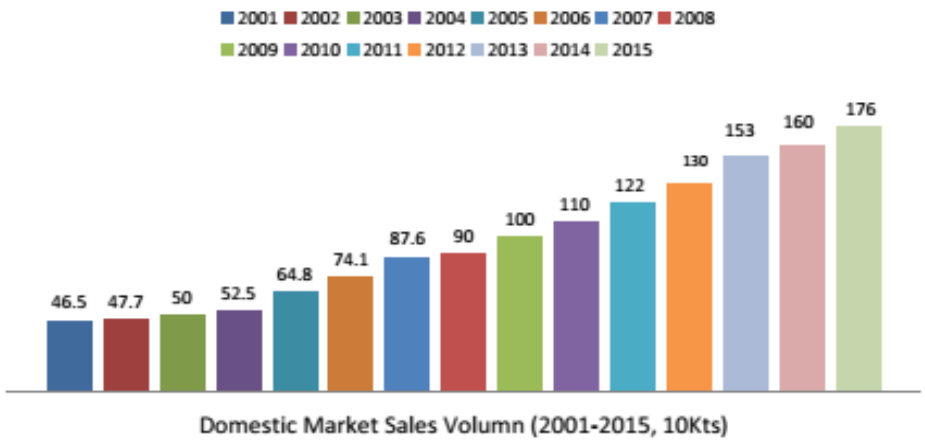
Với các thị trường cao cấp, khó tính, sản phẩm cần phải đầu tư nhiều nên tập trung vào cải tiến chất lượng, đáp ứng các điều kiện SPS và nâng cao giá trị sản phẩm. Điều này cũng được thể hiện rõ với sản phẩm trà. Trong 10 năm, sản lượng xuất khẩu trà của Trung quốc vào thị trường Nhật Bản giảm xuống gần 60%, giá trị xuất khẩu cũng giảm xuống gần 20% nhưng giá bán bình quân trên 1 kg trà lại tăng gần gấp đôi (Xem bảng 5)

Bảng 5: Sản lượng, giá trị và giá bán đơn vị của trà Trung Quốc tại thị trường Nhật Bản, 2005-2015. *(Zhonghua Liu)*

Năm	Số lương (Kg)	Giá trị (USD)	USD/Kg
2005	34,586,343	79,781,378	2.307
2006	27,668,354	65,695,264	2.374
2007	25,356,912	64,897,641	2.559
2008	21,161,869	55,875,191	2.640
2009	18,982,812	50,244,663	2.647
2010	19,456,203	56,308,758	2.894
2011	18,098,794	54,510,629	3.012
2012	17,319,884	57,679,876	3.330
2013	17,551,544	66,978,684	3.816
2014	14,550,002	60,638,630	4.168
2015	13,072,813	56,663,596	4.334

Chiến lược này còn cho phép Trung Quốc duy trì và phát triển các sản phẩm trà chất lượng cao tại thị trường nội địa. Do thị trường tiêu thụ nội địa của Trung quốc có quy mô lớn nhất trên thế giới, với nhiều khu vực có mức tiêu dùng cao về số lượng và chất lượng như Bắc Kinh, Thượng Hải, Thâm quyến, Thiên Tân[5]...nên khu vực này cũng được chú trọng với nhiều mặt hàng nông sản có chất lượng cao trong đó có mặt hàng trà với hương vị truyền thống và thương hiệu nổi tiếng ở mức giá cao. Có thể thấy rõ qua số liệu sản lượng trà tiêu thụ nội địa đã tăng xấp xỉ 4 lần kể từ năm 2001 tới năm 2015. (Hình 4)

Hình 5: Tiêu thụ trà nội địa Trung Quốc tăng xấp xỉ 4 lần kể từ năm 2001 tới năm 2015. *(Zhonghua Liu)*



Doanh thu bán trên thị trường nội địa

[5] Đồng bằng sông Dương Tử có tổng GDP là 2.170 tỉ USD có nền kinh tế lớn ngang nước Ý. Tô Châu có kinh tế không kém Áo, Thượng Hải ngang Philippines. Đồng bằng Châu Giang có tổng GDP 1.890 tỉ USD ngang Hàn Quốc. Hồng Kông đứng cùng hàng với Peru, Quảng Châu không kém Thụy Sĩ còn Thâm Quyến được so sánh với Thụy Điển. Bắc Kinh - Thiên Tân có tổng GDP 1.140 tỉ USD, kinh tế ngang với Úc. Thiên Tân có GDP xấp xỉ Romania, Bắc Kinh có nền kinh tế ngang Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất

Trong thực tế, sản lượng trà tiêu thụ nội địa chủ yếu là nhóm có chất lượng và giá trị cao nên chiến lược cặp sản phẩm thị trường này đã có tác dụng lớn trong thúc đẩy ngành trà theo hướng nâng cao giá trị hơn là sản lượng. Kết quả này cho thấy mục tiêu phát triển ngành hàng theo hướng bền vững, đáp ứng tốt với các tiêu chuẩn và điều kiện SPS đã thành công. Số liệu điều tra từ năm 1990 tới 2013 đã chỉ ra, sản lượng trà tăng 45% nhưng giá trị tăng tới 80%.

Chính sách đa dạng hóa sản phẩm nông nghiệp của Trung Quốc cũng bao hàm cả hướng phát triển sản phẩm nhãn xanh và sản phẩm hữu cơ do xu hướng tiêu dùng xanh và bền vững ở các thị trường phát triển ngày càng tăng cao. Các sản phẩm này được phát triển vừa để thích nghi với các rào cản SPS ở các thị trường xuất khẩu tiềm năng, vừa mang lại giá thị trường sản phẩm cao hơn, công nghệ sản xuất có thể có lợi cho các nhà sản xuất nhỏ và với chi phí lao động tương đối thấp.

(5) Đầu tư đúng hướng vào sản xuất nông nghiệp để hình thành ngành nông nghiệp tiên tiến hiện đại làm cơ sở cho xuất khẩu nông sản bền vững. Đây là nền tảng cơ bản và khâu then chốt để có được các sản phẩm có chất lượng và giá trị cao, đủ sức vượt qua các rào cản tiêu chuẩn SPS. Chính sách kêu gọi và khuyến khích đầu tư nước ngoài, thúc đẩy hình thành các doanh nghiệp đầu tàu trong lĩnh vực nông nghiệp là những giải pháp rất căn cơ và dài hơi để tạo ra nguồn lực mạnh mẽ cho phát triển ngành nông nghiệp hiện đại. Bằng chính sách này, Trung Quốc đã thay đổi hoàn toàn cục diện của ngành nông nghiệp lạc hậu, quy mô nhỏ, phân tán và thiếu thống nhất theo hướng công nghiệp hóa. Giải quyết triệt để khó khăn của sản xuất nông nghiệp nhỏ lẻ, manh mún. Đây là nền móng để áp dụng các biện pháp cải tiến kỹ thuật, các quy trình quản lý, các tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh an toàn thực phẩm, các biện pháp kiểm dịch động thực vật... giúp cho sản phẩm nông nghiệp có thể đáp ứng tốt với các thị trường phát triển cao, quy mô lớn và dễ dạng đạt được các điều kiện SPS tại các thị trường khó tính.

(6) Quy hoạch tốt các vùng nguyên liệu là yêu cầu bức thiết để tạo ra các sản phẩm nông sản đảm bảo chất lượng mong muốn. Chất lượng sản phẩm nông sản không chỉ phụ thuộc vào các biện pháp kỹ thuật mà còn bị ảnh hưởng rất lớn bởi yếu tố tự nhiên như khí hậu và thổ nhưỡng. Để đảm bảo chất lượng nông sản đáp ứng các tiêu chuẩn SPS, Trung Quốc đã quy hoạch tốt các vùng nguyên liệu. Khi các vùng nguyên liệu được quy hoạch, việc sử dụng loại phân bón, thuốc bảo quản nào, hàm lượng bao nhiêu được áp dụng đồng nhất cho cả vùng nguyên liệu. Từ đó cũng dễ dàng áp dụng tiêu chuẩn canh tác, chuẩn hóa cung ứng đầu vào và bảo đảm phân phối sản phẩm đầu ra, đồng thời xây dựng được các cơ sở thu gom, chế biến, bảo quản, đóng gói theo quy chuẩn. Điều này không thể thực hiện được khi các vùng nguyên liệu còn manh mún, nhỏ lẻ, phân tán khắp nơi. Các vùng nguyên liệu được quy hoạch tốt ở những khu vực địa lý phù hợp về khí hậu và thổ những cũng góp phần tạo ra các sản phẩm có giá trị cao, chất lượng tốt với chi phí giảm nhờ vào các lợi thế tự nhiên. Điều này cũng giúp hình thành các mặt hàng đáp ứng tốt với các yêu cầu về chất lượng tại thị trường nước ngoài

Các bài học kinh nghiệm trên đây của Trung Quốc đều có thể tham khảo cho các quốc gia có thế mạnh về phát triển xuất khẩu nông sản nhiệt đới khi đối diện với các thị trường khó tính có hàng rào SPS cao. Đặc biệt với các quốc gia đang phát triển, có lợi thế

về chi phí lao động thấp, quy mô sản xuất còn nhỏ và phân tán, năng lực cạnh tranh sản phẩm chưa cao. Tuy nhiên, các ngành hàng nông sản xuất khẩu ở mỗi quốc gia lại có những đặc điểm, điều kiện khác nhau. Các tiêu chuẩn SPS quy định ở cho cùng một mặt hàng với các nhà nhập khẩu khác nhau từ các nước nhập khẩu cũng không giống nhau, nên việc vận dụng các bài học phải linh hoạt và sáng tạo. Đồng thời phải phân tích kỹ lưỡng bối cảnh ở từng thời điểm với những thuận lợi, khó khăn cụ thể thì mới có thể vận dụng, tìm ra các giải pháp phù hợp và đạt được kết quả mong muốn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Fengxia Dong, Helen H. Jensen; 2004; Thách thức của việc tuân thủ vệ sinh và Các biện pháp kiểm dịch thực vật đối với xuất khẩu nông nghiệp của Trung Quốc
2. Đỗ đức Bình, Đỗ Thu Hằng, (2015) Kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái lan về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản và bái học rút ra cho Việt Nam
3. 35 thành phố Trung Quốc giàu ngang tầm một số quốc gia https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/35-thanh-pho-trung-quoc-giau-ngang-tam-mot-so-quoc-gia-899802.html
4. Fred Gale, 2004; China's Agricultural Imports Boomed During 2003-04
5. Tomasz Brodzicki (Ph.D., Senior Economist II, IHS Markit), 2020; Agri-food exports of China
6. Zhonghua Liu; 2015, Overview of Tea Industry in China

ẢNH HƯỞNG CỦA RÀO CẢN PHI THUẾ ĐỐI VỚI HÀNG NÔNG SẢN VÀ NHỮNG GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM

EFFECTS OF NON-TARIFF BARRIERS ON AGRICULTURAL PRODUCTS AND SOLUTIONS TO PROMOTE THE EXPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF VIETNAM

TS. Lê Thị Việt Nga

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Việt Nam là quốc gia có lợi thế trong việc xuất khẩu nông sản. Tuy nhiên, nông sản của Việt Nam luôn phải đối mặt với nhiều rào cản phi thuế của thị trường nhập khẩu. Bài viết nghiên cứu về mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản. Theo kết quả nghiên cứu từ số liệu thống kê của WTO và UNCTAD, các biện pháp vệ sinh dịch tễ, các biện pháp kỹ thuật, các biện pháp phòng vệ thương mại là những biện pháp được sử dụng với số lượng nhiều hơn so với những biện pháp phi thuế khác. Đặc biệt, hàng nông sản là nhóm hàng nhạy cảm và chịu ảnh hưởng lớn của các biện pháp phi thuế ở hầu hết các quốc gia trên thế giới với tần suất từ 70% đến 100%. Từ đó, bài viết đề xuất những giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: *Rào cản phi thuế, hàng nông sản, Việt Nam*

Abstract

Vietnam has many competitives advantages in exporting agricultural products. However, Vietnam's agricultural products always face many non-tariff barriers of the import market. This paper focuses on the impact of non-tariff barriers on agricultural products. According to the research results from the statistics of WTO and UNCTAD, sanitary and phytosanitary measures, technical measures, trade remedies are the ones used in more quantity than other non-tariff measures in most countries in the world with the frequency index from 70% to 100%. Since then, the paper recommends some solutions to boots Vietnam's agricultural exports in the future.

Keywords: *Non-tariff barriers, agricultural products, Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Theo thống kê của WTO, số lượng các thỏa thuận thương mại tự do vẫn tăng qua các năm. Cụ thể, số lượng các thỏa thuận thương mại tự do có hiệu lực được tính đến đầu năm 2020 là 304, tăng 90 thỏa thuận so với năm 2010[6]. Tuy nhiên, cũng theo thống kê của Tổ chức này, các quốc gia vẫn có xu hướng sử dụng các biện pháp phi thuế như các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS), các biện pháp kỹ thuật (TBT), các biện pháp chống bán phá giá

[6] http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx, truy cập ngày 20 tháng 2 năm 2020

(AD), các biện pháp chống trợ cấp (CV), hay tự vệ thương mại (SG),...Chẳng hạn, tính đến hết năm 2019, có 1223 biện pháp SPS được thông báo tới WTO (tăng 636 biện pháp so với năm 2009), có 1986 biện pháp TBT được thông báo tới WTO (tăng 751 biện pháp so với năm 2009),...[7]. Ngoài ra, theo cơ sở dữ liệu GTA, năm 2019 có 216 biện pháp có tác động tiêu cực đến thương mại quốc tế, nhiều hơn 123 biện pháp so với năm 2010[8], trong đó bao gồm cả những biện pháp thuế quan (chiếm khoảng 13%) và những biện pháp phi thuế quan như phòng vệ thương mại, trợ cấp xuất khẩu, rào cản kỹ thuật.... Như vậy, dường như bên cạnh xu hướng tự do hóa thương mại được coi như là xu hướng mang tính chủ đạo, thể hiện thông qua việc ký kết các thỏa thuận thương mại tự do song phương hoặc khu vực, vẫn tồn tại xu hướng bảo hộ thương mại bằng những công cụ thuế quan và phi thuế quan.

Bên cạnh cơ sở dữ liệu của WTO, GTA phản ánh về các biện pháp có ảnh hưởng đến thương mại như trên, Ủy ban thương mại và phát triển của Liên hợp quốc (UNCTAD) cũng có cơ sở dữ liệu về các biện pháp phi thuế và đánh giá mức ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế thông qua các chỉ số mức độ phổ biến của các biện pháp phi thuế đối với hàng hóa, trong đó có hàng nông sản. Qua cơ sở dữ liệu này cho thấy, hàng nông sản vẫn bị chịu ảnh hưởng với tần suất và mức độ bao phủ lớn bởi các biện pháp như TBT, SPS,... tại nhiều quốc gia trên thế giới.

Do vậy, nghiên cứu về thực trạng sử dụng các biện pháp phi thuế đối với hàng nông sản và ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế đối với hàng nông sản để có giải pháp ứng phó hợp lý nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản là cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn.

Trong nội dung bài viết này, tác giả nghiên cứu một số biện pháp phi thuế thường được sử dụng đối với hàng nông sản như TBT, SPS, trợ cấp xuất khẩu, các biện pháp phòng vệ thương mại, các biện pháp hạn chế định lượng, tuy nhiên tác giả chỉ phân tích mức ảnh hưởng của biện pháp TBT, SPS, hạn chế định lượng tại một số thị trường xuất khẩu nông sản chủ yếu của Việt Nam như EU, Mỹ, Nhật Bản, Thái Lan dựa trên dữ liệu của UNCTAD, ngân hàng thế giới (WB) và kết quả xuất khẩu của một số mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam trong thời gian qua dựa trên số liệu thống kê của Tổng cục hải quan Việt Nam, Báo cáo Xuất nhập khẩu của Bộ Công Thương. Những mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam được giới hạn nghiên cứu trong bài viết bao gồm: gạo, rau quả, hồ tiêu, hạt điều, chè, cà phê, cao su. Bài biết cũng đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian tới, khi những biện pháp phi thuế vẫn có thể được sử dụng như những rào cản trong thương mại hàng nông sản.

2. Khái quát về hàng nông sản và thương mại hàng nông sản

Đến nay không có khái niệm hàng nông sản mang tính thống nhất và chính thức. Thay vì đưa ra khái niệm hàng nông sản, WTO xác định diện sản phẩm được goi là nông sản trong Hiệp định Nông nghiệp, bao gồm tất cả các sản phẩm liệt kê từ Chương I đến XXIV (trừ cá và sản phẩm cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong Hệ thống thuế mã HS (Hệ thống hài hoà hoá mã số thuế) và không bao gồm các sản phẩm thuộc lĩnh vực thuỷ sản, lâm nghiệp và diêm nghiệp. Theo đó, nông sản bao gồm một phạm vi khá

[7] http://i-tip.wto.org/goods/Forms/GraphView.aspx?period=y&scale=lg truy cập ngày 20/2/2020
[8] https://www.globaltradealert.org/ truy cập ngày 20 tháng 2 năm 2020

rộng các loại hàng hoá có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp như: các sản phẩm nông nghiệp cơ bản (bao gồm lúa gạo, lúa mỳ, bột mỳ, sữa, động vật sống, cà phê, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả tươi...); các sản phẩm phái sinh như bánh mỳ, bơ, dầu ăn, thịt,... và các sản phẩm được chế biến từ sản phẩm nông nghiệp như bánh kẹo, sản phẩm từ sữa, xúc xích, nước ngọt, rượu, bia, thuốc lá, bông xơ, da động vật thô... Tuy nhiên, ở Việt Nam, nông sản thường được hiểu theo nghĩa rộng bao gồm sản phẩm từ trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản, lâm sản, diêm nghiệp. Đặc biệt, theo Thông tư số 37/2018/TT-BNNPTNT ngày 25/12/2018 của Bộ trưởng Bộ nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành danh mục sản phẩm nông sản chủ lực của quốc gia, theo đó nông sản chủ lực gôm 13 mặt hàng: gạo, cà phê, cao su, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả, sắn và sản phẩm từ sắn, thịt lợn, thịt và trứng gia cầm, cá tra, tôm, gỗ và sản phẩm từ gỗ.

Hàng nông sản thường được coi là nhóm hàng nhạy cảm bởi lẽ nông sản liên quan vấn đề an ninh lương thực ở các quốc gia trên thế giới, việc sản xuất ra hàng nông sản thường phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên, đồng thời chính hoạt động sản xuất, chế biến hàng nông sản có thể gây ra những tác động đối với môi trường, mặt khác sản xuất và thương mại hàng nông sản lại liên quan đến một bộ phận nguồn lực mà thu nhập có thể không ổn định do những tác động từ môi trường tự nhiên, hoạt động sản xuất và thương mại hàng nông sản có thể tạo ra nguồn thu và góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Bởi vậy, để đảm bảo an ninh lương thực của quốc gia, đảm bảo thu nhập cao và ổn định cho bộ phận dân cư lao động trong lĩnh vực nông nghiệp, cũng như để bảo vệ môi trường và có thể phát triển hoạt động sản xuất, thương mại hàng nông sản nhằm phát triển kinh tế, mỗi quốc gia thường có chính sách riêng đối với hoạt động sản xuất, thương mại hàng nông sản, theo đó các quốc gia có thể sử dụng thuế quan hoặc các công cụ phi thuế quan để bảo hộ ngành sản xuất nông nghiệp trong nước cũng như có thể dùng các biện pháp trợ cấp đối với hoạt động sản xuất và thương mại hàng nông sản, khiến giá cả của hàng nông sản có thể bị bóp méo. Chính điều này gây tác động làm cản trở sự phát triển hoạt động thương mại hàng nông sản giữa các quốc gia và không mang lại lợi ích lâu dài, bền vững cho các quốc gia. Vì vậy, WTO đã xây dựng Hiệp định về nông nghiệp bao gồm những nguyên tắc, quy định điều chỉnh thương mại hàng nông sản giữa các nước thành viên nhằm đảm bảo thương mại hàng nông sản được tự do, công bằng, minh bạch, hiệu quả. Theo đó, các nước thành viên phải thực hiện nghĩa vụ thuế hóa các biện pháp phi thuế (chẳng hạn hạn ngạch) và cam kết giảm dần thuế suất nhập khẩu hàng nông sản theo lộ trình, các nước thành viên cũng phải thực hiện nghĩa vụ cắt giảm mức trợ cấp và khối lượng hàng nông sản được trợ cấp đối với trợ cấp hộp màu hổ phách (trợ cấp đối với hoạt động sản xuất và thương mại hàng nông sản ở trong nước gây tác động làm bóp méo giá của hàng nông sản), trợ cấp xuất khẩu. Ngoài ra, thương mại hàng nông sản cũng được điều chỉnh bởi những quy định về tự vệ đặc biệt, những quy định về chống bán phá giá, những quy định về biện pháp kỹ thuật, các biện pháp vệ sinh dịch tễ,... nhằm đảm bảo thương mại công bằng, bảo vệ sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng, đời sống động thực vật, bảo vệ môi trường và tránh những hành động man trá.

3. Rào cản phi thuế và mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản

Rào cản phi thuế quan chính là những biện pháp phi thuế quan được sử dụng với mục đích bảo hộ ngành sản xuất trong nước, được sử dụng theo cách ngoài sự cần thiết và

hợp lý, theo cách phân biệt đối xử, làm cản trở thương mại hàng hóa giữa các nước, thậm chí bóp méo thương mại. Theo WTO, biện pháp phi thuế là những biện pháp không phải thuế quan, do chính phủ hay chính quyền địa phương ban hành, dưới hình thức là các luật, nghị định, quy định cấm hoặc hạn chế thương mại, các quy định về điều kiện,... nhằm kiểm soát hoạt động thương mại. Ngoài ra, UNCTAD đã bắt đầu nghiên cứu và có những chương trình hành động về biện pháp phi thuế từ đầu những năm 1980. Theo UNCTAD, biện pháp phi thuế nhìn chung được hiểu là tất cả những biện pháp có giá trị pháp lý mà không phải thuế quan thông thường, có thể gây ảnh hưởng về kinh tế đối với thương mại hàng hóa, làm hạn chế số lượng hoặc giá trị hàng hóa hoặc cả hai. UNCTAD đã phân loại các biện pháp phi thuế bao gồm những biện pháp đối với hàng nhập khẩu (biện pháp kỹ thuật, biện pháp vệ sinh dịch tễ, kiểm tra trước khi giao hàng, các biện pháp bảo hộ thương mại tạm thời hay còn gọi là các biện pháp phòng vệ thương mại, các biện pháp hạn chế số lượng, các biện pháp kiểm soát giá, hạn chế cạnh tranh, hạn chế phân phối,...) và những biện pháp liên quan hàng xuất khẩu (UNCTAD, 2012).

Như vậy, rào cản phi thuế đối với hàng nông sản chính là những quy định pháp lý về những biện pháp không phải là thuế quan nhằm bảo vệ an ninh quốc gia, bảo vệ môi trường, bảo vệ ngành sản xuất trong nước, bảo vệ sức khỏe con người, bảo vệ đời sống động thực vật,...nhưng có thể được sử dụng ngoài sự cần thiết hợp lý, theo cách phân biệt đối sử nhằm hạn chế thương mại, gây bóp méo đối với thương mại hàng nông sản. Vì rào cản phi thuế được sử dụng với mục đích hạn chế thương mại, có thể dẫn đến bóp méo thương mại, làm cản trở hoạt động thương mại giữa các quốc gia nên để đánh giá ảnh hưởng của rào cản phi thuế quan đối với hàng nông sản nhập khẩu, đã có nhiều nghiên cứu với nhiều phương pháp khác nhau. Trong đó, chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế là một trong những phương pháp được sử dụng khá phổ biến. *Chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế* là một đại lượng được tính toán nhằm phản ánh mức độ ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế đối với hàng hóa, đặc biệt đối với hàng hóa nhập khẩu .

Vì vậy, mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản được xác định thông qua việc tính toán và đánh giá chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản. Để xác định chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế quan, cho đến thời điểm hiện nay, có hai phương pháp được sử dụng, đó là (i) phương pháp kiểm đếm (inventory approach) và (ii) phương pháp điều tra doanh nghiệp (business survey). Tuy nhiên, trong phạm vi bài viết này, tác giả sử dụng phương pháp kiểm đếm với cơ sở dữ liệu về các biện pháp phi thuế và các chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế được thống kê theo UNCTAD.

Chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản được xác định thông qua 3 công cụ hay 3 chỉ tiêu: chỉ số tần suất, tỷ lệ bao phủ, điểm số mức độ phổ biến (UNCTAD, 2017).

Chỉ số tần suất (frequency index) là chỉ tiêu được xác định theo công thức:

$$Fj = \frac{\sum D_i M_i}{\sum M_i} \times 100$$

Trong đó Fj là chỉ số tần suất của quốc gia j. Di là biến giả phản ánh một hoặc nhiều hơn một biện pháp phi thuế được sử dụng đối với hàng hóa i. Nếu có một hoặc nhiều hơn một biện pháp phi thuế, Di có giá trị bằng 1; trong trường hợp ngược lại thì Di có giá trị bằng 0. Mi cũng là biến giả phản ánh hàng nhập khẩu i bị ảnh hưởng bởi biện pháp phi thuế quan. Do vậy, chỉ số tần suất là một chỉ tiêu phản ánh mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng hóa, là tỷ lệ phần trăm hàng hóa bị ảnh hưởng bởi rào cản phi thuế quan. Chỉ số tần suất càng lớn càng chứng tỏ tỷ lệ số lượng mặt hàng hàng/ hoặc nhóm mặt hàng bị ảnh hưởng bởi rào cản phi thuế quan càng lớn.

Tỷ lệ bao phủ (coverage ratio) là chỉ tiêu được xác định theo công thức

$$Cj = \frac{\sum D_i V_i}{\sum V_i} \times 100$$

Trong đó Cj là tỷ lệ bao phủ tại quốc gia j. Vi là giá trị của hàng hóa nhập khẩu i chịu ảnh hưởng của rào cản phi thuế. Chỉ tiêu này phản ánh mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với giá trị hàng nhập khẩu, hay tỷ lệ phần trăm kim ngạch hàng nhập khẩu chịu ảnh hưởng của rào cản phi thuế quan. Chỉ số này càng lớn chứng tỏ tỷ lệ giá trị hàng nhập khẩu chịu ảnh hưởng của rào cản phi thuế càng cao.

Cả hai chỉ tiêu trên chỉ phản ánh tỷ lệ số lượng mặt hàng/ nhóm mặt hàng hoặc tỷ lệ giá trị hàng hóa (thường xác định đối với hàng nhập khẩu) chịu ảnh hưởng của rào cản phi thuế nói chung. Tuy nhiên, hai chỉ tiêu trên chưa phản ánh rõ khác biệt về mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng hóa trong trường hợp một mặt hàng/ một nhóm hàng chịu ảnh hưởng của một loại rào cản phi thuế với trường hợp một mặt hàng/ một nhóm mặt hàng chịu ảnh hưởng của nhiều hơn một loại rào cản phi thuế. Nếu hàng hóa chịu ảnh hưởng của nhiều hơn một loại rào cản phi thuế, công cụ điểm số mức độ phổ biến được sử dụng để phản ánh mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng hóa.

Điểm số mức độ phổ biến (prevalence score) được xác định theo công thức sau:

$$P = \frac{\sum N_i M_i}{\sum M_i}$$

Trong đó, Ni là số lượng bình quân rào cản phi thuế ảnh hưởng đến hàng hóa Mi. Giá trị P cho biết trung bình một mặt hàng chịu ảnh hưởng bởi bao nhiêu loại rào cản phi thuế.

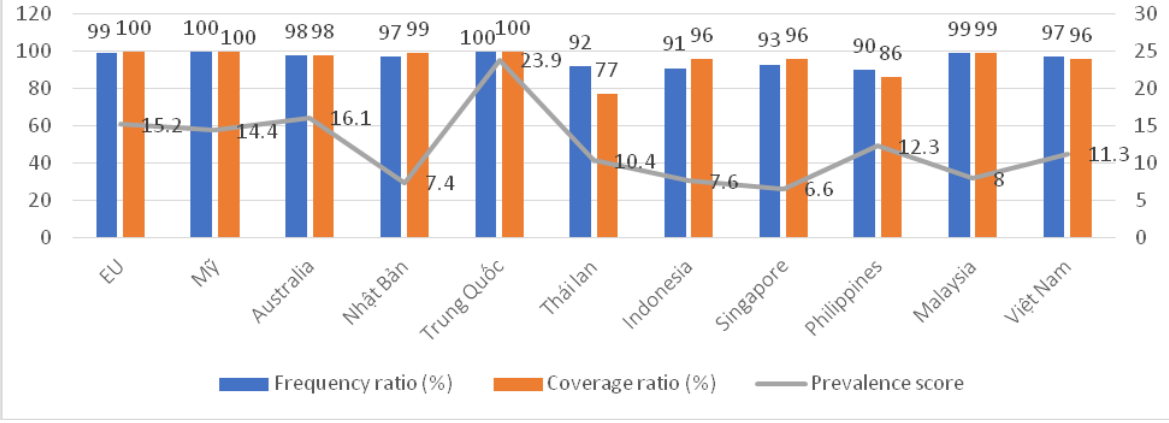
Như vậy, cả 3 chỉ tiêu hay công cụ trên được sử dụng để xác định chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế quan nhằm phản ánh về mặt hình thức mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản, bao gồm tỷ lệ số lượng mặt hàng/ nhóm hàng hoặc tỷ lệ giá trị hàng nông sản bị ảnh hưởng bởi rào cản phi thuế của một quốc gia hoặc giá trị trung bình một mặt hàng nông sản chịu ảnh hưởng của bao nhiêu loại rào cản phi thuế.

4. Thực trạng về rào cản phi thuế và mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản ở một số thị trường trên thế giới

Trong hệ thống thương mại đa phương hiện nay, mặc dù thương mại hàng nông sản được điều chỉnh bởi các nguyên tắc và quy định của WTO nhằm đảm bảo ngày càng tự do, công bằng và hiệu quả song trong thực tế, thương mại hàng nông sản vẫn phải đối mặt với những quy định mang tính cản trở, thậm chí có những quy định làm bóp méo giá cả của hàng hóa trên thị trường. Thống kê của WTO cho thấy nông sản là nhóm hàng chịu ảnh hưởng bởi các biện pháp SPS và TBT nhiều nhất, bên cạnh đó là các biện pháp chống bán phá giá, tự vệ đặc biệt, trợ cấp xuất khẩu. Tính đến hết tháng 12 năm 2019, những nhóm hàng nông sản chịu ảnh hưởng bởi số lượng các biện pháp phi thuế nhiều nhất như: nhóm hàng động vật và các sản phẩm từ động vật chịu ảnh hưởng bởi 5955 biện pháp SPS và 1897 biện pháp TBT, 484 biện pháp tự vệ đặc biệt, 663 biện pháp hạn chế số lượng, 103 biện pháp trợ cấp xuất khẩu; nhóm hàng rau củ quả chịu ảnh hưởng bởi 5412 biện pháp SPS và 2551 biện pháp TBT, 755 biện pháp hạn chế số lượng và 155 biện pháp trợ cấp xuất khẩu; nhóm hàng thực phẩm, đồ uống có cồn, thuốc lá chịu ảnh hưởng bởi 2948 biện pháp SPS, 4027 biện pháp TBT, 51 biện pháp chống bán phá giá, 423 biện pháp tự vệ đặc biệt, 493 biện pháp hạn chế số lượng và 125 biện pháp trợ cấp xuất khẩu[9]. Qua đó cho thấy TBT, SPS, những biện pháp hạn chế số lượng đang là những biện pháp được sử dụng nhiều hơn cả đối với hàng nông sản.

Để có cơ sở dữ liệu về mức ảnh hưởng của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản, UNCTAD đã xác định các chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản của các nước và cập nhật trên website của tổ chức này. Dưới đây là biểu đồ minh họa các chỉ số mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản ở một số thị trường chính đối với hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

Biểu đồ 1: Mức độ phổ biến của rào cản phi thuế đối với hàng nông sản ở một số quốc gia trên thế giới



Nguồn: https://unctad.org/en/Pages/DITC/Trade-Analysis/Non-Tariff-Measures.aspx, truy cập ngày 20/2/2020

[9] http://i-tip.wto.org/goods/Forms/ProductViewNew.aspx?mode=modify&action=search, truy cập ngày 20/2/2020

Biểu đồ trên cho thấy hàng rào phi thuế quan có mức ảnh hưởng rất lớn đến hàng nông sản nhập khẩu ở hầu hết các thị trường. Hơn 90% khối lượng và hơn 90% giá trị hàng nông sản nhập khẩu chịu ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế, điển hình 100% mặt hàng nông sản và 100% giá trị hàng nông sản nhập khẩu vào Mỹ, Trung Quốc chịu ảnh hưởng của các biện pháp đó. Tính bình quân, mỗi mặt hàng nông sản đang chịu ảnh hưởng bởi 15 biện pháp phi thuế ở EU, 14 biện pháp phi thuế ở Mỹ, 16 biện pháp phi thuế ở Australia, 7 biện pháp ở Nhật Bản,... Thậm chí ở Trung Quốc, mỗi mặt hàng nông sản chịu ảnh hưởng của 24 biện pháp phi thuế. Nếu so sánh với các thị nước là thị trường xuất khẩu chủ yếu của mặt hàng nông sản Việt Nam, Việt Nam cũng là quốc gia có các chỉ số tần suất, tỷ lệ bao phủ của các biện pháp phi thuế đối với hàng nông sản ở mức cao, cao hơn một số nước ASEAN như Thái Lan, Indonesia, Philippines.

Hình dưới đây cho thấy các chỉ số mức độ phổ biến của các biện pháp phi thuế chủ yếu đối với một số nhóm hàng nông sản thường bị ảnh hưởng nhiều nhất ở một số thị trường xuất khẩu nông sản chính của Việt Nam.

Bảng 1: Mức ảnh hưởng của biện pháp phi thuế đối với một số nhóm mặt hàng nông sản tại một số thị trường trên thế giới năm 2020

Mặt hàng			EU			Mỹ			Nhật Bản			Thái Lan			Việt Nam		
			Frequency ratio (%)	Coverage ratio (%)	Prevalence score	Frequency ratio (%)	Coverage ratio (%)	Prevalence score	Frequency ratio (%)	Coverage ratio (%)	Prevalence score	Frequency ratio (%)	Coverage ratio (%)	Prevalence score	Frequency ratio (%)	Coverage ratio (%)	Prevalence score
Hàng nông sản		***NTM***	***99***	***100***	***15.2***	***100***	***100***	***14.4***	***97***	***99***	***7.4***	***92***	***77***	***10.4***	***97***	***96***	***11.3***
	Động vật (Animals)	TBT	97.52	99.29		97.19	92.43		84.7	96.37		94.7	98.2		85.77	75.91	
		SPS	99.69	99.91		100	100		95.9	99.45		84.43	95.37		94.62	78.94	
		Các BP hạn chế số	9.94	9.81		1.25	0.43		13.06	9.04		0.99	9.55		0	0	
	Lương thực (Food products)	TBT	99.05	99.77		91.43	93.6		97.12	97.89		90	88.29		97.09	95.93	
		SPS	91.47	91.77		84.76	90.69		94.23	83.05		85.24	59.24		99.03	91.66	
		Các BP hạn chế số	10.9	12.22		0	0		13.94	9.63		3.81	7.21		1.94	0.92	
	Rau (vegetables)	TBT	98.58	99.86		81.14	90.48		84.85	85.27		83.38	76.08		86.02	97.36	
		SPS	94.89	99.13		91.71	96.79		98.18	99.47		81.31	75.97		99.07	99.98	
		Các BP hạn chế số	7.39	10.65		0	0		6.36	18.99		6.82	29.03		0	0	

Nguồn: https://wits.worldbank.org/tariff/non-tariff-measures/en/ntm-bycountry, truy cập 20/2/2020

Từ Bảng1 cho thấy gần như 100% mặt hàng nông sản nhập khẩu vào các thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản chịu ảnh hưởng bởi các biện pháp TBT, SPS. Mức ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế đối với hàng nông sản nhập khẩu ở Thái Lan thấp hơn các thị trường đó. Tại EU, Nhật Bản, Thái Lan, hàng nông sản nhập khẩu còn bị chịu ảnh hưởng bởi các biện pháp hạn chế số lượng, mặc dù ở mức độ thấp, dưới 10%. Nếu so sánh, Việt Nam cũng sử dụng các biện pháp TBT, SPS với mức ảnh hưởng cao tương tự với các nước đó.

Như vậy, hàng nông sản của Việt Nam khi xuất khẩu tới các thị trường như EU, Mỹ, Australia, Nhật Bản, Trung Quốc và các nước ASEAN - 6 đều phải đối mặt với hàng rào phi thuế quan với mức ảnh hưởng rất lớn. Gần như 100% mặt hàng nông sản và 100%

giá trị hàng nông sản nhập khẩu vào các nước đó chịu ảnh hưởng bởi các biện pháp phi thuế, điển hình là các biện pháp SPS, TBT.

5. Thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan và Báo cáo xuất nhập khẩu của Bộ Công Thương, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản của Việt Nam liên tục tăng trong những năm gần đây, từ mức 14,95 tỷ USD năm 2016 tăng lên 17,8 tỷ USD vào năm 2018 (xem Bảng 2). Việt Nam hiện nay đứng thứ 15 về kim ngạch xuất khẩu nông sản trong số những nước xuất khẩu nông sản trên thế giới, nông sản của Việt Nam được xuất khẩu tới hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ. Bảng 1 dưới đây thể hiện thống kê kim ngạch xuất khẩu và tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng nông sản và một số mặt hàng nông sản của Việt Nam trong các năm 2016-2018.

Bảng 2: Kim ngạch và tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng nông sản và một số mặt hàng nông sản của Việt Nam trong các năm 2016-2018

	Năm 2016		Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019 (tạm tính)	
Mặt hàng	**Kim ngạch (Tỷ USD)**	**Tăng trưởng kim ngạch (%)**	**Kim ngạch (Tỷ USD)**	**Tăng trưởng kim ngạch (%)**	**Kim ngạch (Tỷ USD)**	**Tăng trưởng kim ngạch (%)**	**Kim ngạch (Tỷ USD)**	**Tăng trưởng kim ngạch (%)**
Gạo	2,2	-22,40	2,62	21,2	3,06	16,30	2,79	-9,7
Rau. quả	2,46	33,60	3,5	42,5	3,81	8,80	3,74	-1,9
Hồ tiêu	1,43	13,5	1,117	-21,8	0,758	-32,1	0,715	-5,7
Hạt điều	2,48	18,5	3,52	23,8	3,37	-4,2	3,31	-1,8
Chè	0,217	2.1	0,227	4,9	0,217	-4,4	0,235	12,5
Cà phê	3,334	24,8	3,24	-2,7	3,543	1,1	2,75	-22,4
Cao su	1,67	9,2	2,25	34,7	2,09	-7	-	-
Nhóm hàng nông sản	**14,950**	**7,4**	**17,5**	**17,1**	**17,8**	**1,7**	**16,9**	**-5**

Nguồn: Tổng cục hải quan, Báo cáo xuất nhập khẩu của Bộ Công thương các năm 2016-2018

Số liệu thống kê từ Bảng 2 cho thấy Việt Nam có 6 mặt hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu trên một tỷ USD, bao gồm gạo, rau quả, hồ tiêu, hạt điều, cà phê và cao su, trong đó gạo, rau quả, hạt điều, cà phê có kim ngạch trên 3 tỷ USD và tăng trưởng tốt trong những năm gần đây. Ngoài những mặt hàng nông sản chủ lực trên, chè cũng là mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với kim ngạch khoảng hơn 200 triệu USD. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường nông sản năm 2019 có nhiều biến động và cạnh tranh

gay gắt khiến giá các mặt hàng nông sản giảm và tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam ở mức âm như gạo (-9,7%), hồ tiêu (-5,7%), hạt điều (-1,8%), cà phê (-22,4), riêng chè có tốc độ tăng trưởng kim ngạch tăng 12,5% do giá xuất khẩu bình quân tăng khoảng 6,2% so với năm trước. Về thị trường xuất khẩu của những mặt hàng chủ lực trên, năm 2018, gạo của Việt Nam được xuất khẩu sang nhiều thị trường, trong đó các thị trường có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất là Trung Quốc, Philippines, Indonesia, Malaysia, Ghana, Iraq, Bờ Biển Ngà và Hồng Kông (Trung Quốc). Sang năm 2019, Philippines đứng vị trí thứ nhất về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam với 31,5% thị phần, đạt 1,97 triệu tấn và 813,3 triệu USD, gấp 2,55 lần về khối lượng và gấp 2,34 lần về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Đối với mặt hàng cà phê, Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam trong năm 2019 với thị phần lần lượt là 12,9% và 8,7%. Ngoài ra, Philippines là thị trường tiêu thụ nhiều cà phê của Việt Nam năm 2019 với mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu đạt 9,4% so với năm 2018. Trong năm 2019, chè của Việt Nam tiếp tục được xuất khẩu sang Pakistan, Đài Loan, Trung Quốc, Nga và Indonesia, đây vẫn là 5 thị trường lớn nhất của chè Việt Nam, chiếm 77,4% tổng giá trị xuất khẩu chè của Việt Nam. Ngoài những thị trường kể trên, chè của Việt Nam còn xuất sang các quốc gia khác như: Ấn Độ, Hoa Kỳ, Saudi Arabia, Ba Lan, Ukraine... Đối với mặt hàng cao su, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt hơn 1tỷ USD, chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su cả nước, tiếp đến là thị trường Ấn Độ, Malaysia, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Đài Loan, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ. Việt Nam hiện là nước xuất khẩu hạt tiêu lớn nhất thế giới, bình quân chiếm 55-60% tổng lượng hạt tiêu xuất khẩu toàn cầu. Đối với mặt hàng điều, các thị trường chính tiêu thụ điều của Việt Nam như EU, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Anh, Thái Lan, Philippines, Singapore. Về thị trường xuất khẩu rau quả năm 2019, Trung Quốc vân đứng vị trí thứ nhất với 65,7% thị phần, tiếp đến là Hoa Kỳ (chiếm 4%), Hàn Quốc (chiếm 3,5%), Nhật Bản (chiếm 3,3%), Hà Lan (chiếm 2,2%). Các thị trường có giá trị xuất khẩu rau quả tăng mạnh là Lào (gấp 6,7 lần), Hong Kong (gấp 3,2 lần), Đài Loan (tăng 69,9%), Thái Lan (tăng 47%).

Như vậy, qua đó có thể thấy những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam bao gồm gạo, rau quả, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, cao su, chè. Các thị trường xuất khẩu nông sản chủ yếu của Việt Nam bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU, Hoa kỳ, và các nước ASEAN.

Mặc dù Việt Nam đã thành công trong việc xuất khẩu một số mặt hàng nông sản mà Việt Nam có lợi thế tới khoảng 180 thị trường trên thế giới, trong đó có những thị trường khó tính như Nhật Bản, EU, Hoa kỳ, song nông sản xuất khẩu của Việt Nam đã và đang tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức từ các hàng rào phi thuế tại các thị trường xuất khẩu, bao gồm cả những nước phát triển và những nước đang phát triển. Theo Trung tâm thông tin công nghiệp và thương mại (Bộ Công thương), Trung Quốc là thị trường đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam song đây là thị trường ngày càng chú trọng sử dụng nhiều rào cản phi thuế đối với hàng nông sản, trong đó có mặt hàng gạo, trái cây,... Trong những năm gần đây, bên cạnh việc tiếp tục sử dụng những quy định kỹ thuật đối với chất lượng của hàng hóa, những quy định về quy

cách đóng gói, nhãn hiệu của hàng hóa, Trung Quốc đã bổ sung những quy định kỹ thuật đối với vùng trồng, nhà máy sản xuất, truy xuất nguồn gốc xuất xứ, những quy định danh mục thuốc bảo vệ thực vật cấm sử dụng, danh mục doanh nghiệp được xuất khẩu gạo, danh mục trái cây được xuất khẩu vào Trung Quốc,...Năm 2019, Trung Quốc đã cho phép 9 loại trái cây của Việt Nam được xuất khẩu chính ngạch, bao gồm: Dưa hấu, mít, vải, nhãn, thanh long, chuối, xoài, chôm chôm, măng cụt. Các mặt hàng gạo, trái cây đều phải đáp ứng những quy định về chất lượng, đóng gói, nhãn mác và phải được kiểm tra kỹ lưỡng về dư lượng thuốc trừ sâu, thuốc bảo vệ thực vật, kiểm dịch cũng như kiểm tra truy xuất nguồn gốc xuất xứ trước khi được đưa vào thị trường Trung Quốc. Riêng mặt hàng gạo, Trung quốc vẫn đang quản lý nhập khẩu bằng quy định hạn ngạch. Qua đó cho thấy để thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trưởng Trung Quốc, các doanh nghiệp Việt Nam đang dần phải đáp ứng những quy định kỹ thuật và vệ sinh dịch tễ ngày càng trở nên nghiêm ngặt hơn. Ngoài ra, theo Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam, các thị trường như Hàn Quốc, Nhật Bản, EU, Hoa kỳ ngày càng chú trọng những quy định nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm. Vì vậy, các thị trường này thường đưa ra những quy định cụ thể liên quan dư lượng hóa chất, giới hạn tối đa thuốc bảo vệ thực vật (MRL), những quy định khắt khe đối với vùng trồng, vùng nguyên liệu, nhà máy hay những quy định kỹ thuật đối với toàn bộ quy trình từ lựa chọn giống đến trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản đến sơ chế, chế biến, đóng gói, phân phối. Thậm chí, toàn bộ quy trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, chiếu xạ, đóng gói sản phẩm còn được giám sát bởi đại diện các cơ quan chức năng của thị trường xuất khẩu tại Việt Nam. Nếu như EU chú trọng nhiều đến truy suất nguồn gốc và kiểm dịch đối với hàng nông sản thì các thị trường như Hoa kỳ, Úc, Nhật Bản còn bổ sung thêm những quy định về chiếu xạ đối với trái cây trước khi xuất khẩu. Chẳng hạn các loại trái cây như thanh long, vải, nhãn khi xuất khẩu sang Hoa kỳ, Úc, Nhật Bản đều phải được chiếu xạ bởi những nhà máy chiếu xạ tại Việt Nam được đối tác chấp nhận trước khi đóng gói để xuất khẩu. Bên cạnh đó, các thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản đang có xu hướng sử dụng những sản phẩm hữu cơ, những sản phẩm tự nhiên không sử dụng hóa chất. Do đó, trước xu hướng sử dụng ngày càng nhiều rào cản kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ đối với hàng nông sản ở các nước, Việt Nam cần có những giải pháp ứng phó để tiếp tục thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong thời gian tới.

6. Những giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong bối cảnh thương mại hàng nông sản chịu ảnh hưởng bởi rào cản phi thuế

Là nhóm hàng nhạy cảm và có liên quan trực tiếp đến sức khỏe của con người, đời sống động thực vật và môi trường nên hoạt động sản xuất và thương mại hàng nông sản luôn được chỉnh phủ các nước quan tâm và sử dụng các biện pháp phi thuế như TBT, SPS, thậm chí cả những biện pháp có thể gây cản trở và bóp méo thương mại như trợ cấp, phòng vệ thương mại, các biện pháp hạn chế định lượng. Những số liệu thống kê của WTO, UNCTAD, WB được phân tích ở trên cho thấy mức ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế đến hàng nông sản là rất lớn, gần như 90% đến 100% hàng nông sản nhập khẩu vào thị trường các nước chịu ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế, điển hình là các biện pháp SPS, TBT. Với trình độ phát triển kinh tế và khoa học công nghệ càng cao, các quy định đối với hàng nông sản càng trở nên càng khắt khe, nghiêm ngặt, bao phủ toàn bộ quá trình

tạo ra sản phẩm đến khi phân phối tới người tiêu dùng, từ những yêu cầu về chất lượng của sản phẩm, đóng gói, bao bì, quy trình và phương pháp sản xuất, phân phối sản phẩm cho đến những quy định liên quan lao động, tác động đối với môi trường,... Vì vậy, nghiên cứu những giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong bối cảnh hàng rào phi thuế được sử dụng ngày càng phổ biến với mức độ lớn là điều cần thiết. Bài viết mong muốn chia sẻ một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian tới khi mà hàng rào phi thuế được đánh giá vẫn tiếp tục có ảnh hưởng lớn đối với hàng nông sản.

Thứ nhất, quy hoạch vùng nuôi, trồng, chế biến, sản xuất nông sản nhằm đảm bảo tính tập trung, góp phần khai thác và sử dụng hiệu quả thế mạnh của vùng, miền nhằm tạo ra sản phẩm có năng suất và chất lượng với số lượng lớn. Bên cạnh đó, đẩy mạnh việc thực hiện quy hoạch tổng thể khu và vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 theo Quyết định 575/QĐ - Ttg năm 2015, theo đó đẩy mạnh ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ nhằm phát triển nền sản xuất nông nghiệp theo hướng hiện đại, sản xuất hàng hóa với số lượng lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cao, đảm bảo vững chắc an ninh lương thực, thực phẩm quốc gia và tăng cường cho xuất khẩu.

Thứ hai, kiên quyết đổi mới phương pháp sản xuất nông nghiệp theo hướng an toàn, hiệu quả, bền vững dựa trên các tiêu chuẩn của các thị trường nhập khẩu hoặc theo các tiêu chuẩn như VietGAP, GlobalGAP, các tiêu chuẩn hữu cơ. Cùng với việc đổi mới phương pháp sản xuất nhằm nâng cao chất lượng, cần thực hiện nghiêm túc các quy định của thị trường nhập khẩu liên quan bao bì, nhãn mác, chỉ dẫn địa lý, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn lao động, bảo vệ môi trường,...

Thứ ba, cải thiện môi trường đầu tư, tiếp tục rà soát, bãi bỏ, cắt giảm thủ tục hành chính và các điều kiện kinh doanh nhằm tăng cường thu hút đầu tư cho lĩnh vực nông nghiệp, đặc biệt lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ.

Thứ tư, xây dựng tiêu chuẩn, quy chuẩn quốc gia đối với hàng nông sản, tiến tới hài hòa hóa với các quy định của các thị trường nhập khẩu ở khu vực và trên thế giới. Đồng thời, tập trung xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu quốc gia, xử lý nghiêm các hành vi gian lận ảnh hưởng đến chất lượng hàng hóa nông sản, nhằm giữ uy tín cho hàng hóa nông sản của Việt Nam ở thị trường trong nước và quốc tế.

Thứ năm, giữ ổn định các thị trường truyền thống cùng với việc nỗ lực đẩy mạnh tìm kiếm và mở rộng các thị trường tiềm năng, tránh tình trạng phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống. Việt Nam cần tích cực đàm phán và tham gia những Thỏa thuận thương mại tự do (FTA) để phát triển thị trường cho hàng nông sản của Việt Nam, đồng thời để tăng cường cơ hội thừa nhận lẫn nhau những quy chuẩn kỹ thuật cũng như để tháo gỡ những rào cản phi thuế đối với hàng nông sản của Việt Nam.

Thứ sáu, phát triển chuỗi cung ứng lạnh để góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản. Sử dụng chuỗi cung ứng lạnh với sự tham gia của hệ thống kho hàng lạnh và hệ thống vận tải lạnh sẽ giúp bảo quản hàng hóa tốt hơn, giảm tỷ lệ tổn thất do hư hỏng, kéo dài thời gian sử dụng cho hàng nông sản.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương, Báo cáo xuất nhập khẩu các năm 2016-2018.
2. Lê Thị Việt Nga (2019), Xu hướng bảo hộ thương mại bằng các biện pháp phi thuế quan và những tác động đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia "Thương mại quốc tế, chính sách và thực tiễn tại Việt Nam".
3. Lê Thị Việt Nga (2018), Mức độ phổ biến của rào cản phi thuế ở ASEAN hiện nay, Tạp chí Khoa học Thương mại số 123.
4. Lê Thị Việt Nga (2016), Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 126.
5. https://i-tip.wto.org/goods/Forms/GraphView.asp
6. https://trains.unctad.org/
7. UNCTAD (2019), International classification non-tariff measures
8. UNCTAD (2017), the unseen impact of non-tariff measures
9. www.wto.org
10. www.vinanet.vn
11. www.mard.gov.vn

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA GIÁM SÁT NÔNG SẢN NHẬP KHẨU VÀO LIÊN MINH CHÂU ÂU ĐẾN DOANH NGHIỆP CỦA VIỆT NAM

THE IMPACT OF EUROPEAN UNION MONITORING ON AGRICULTURAL PRODUCTS IMPORTED: CASE STUDY VIETNAMESE ENTERPRISES

TS. Phạm Văn Kiệm

ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Trang

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, tình trạng từ chối và giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào liên minh châu Âu của Việt Nam đã gây ra những tác động không nhỏ đến các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản ở nước ta. Một số doanh nghiệp nhỏ đã phải rút lui khỏi thị trường này, nhường cơ hội tham gia cho các doanh nghiệp mới và cơ hội tăng giá trị xuất khẩu cho các doanh nghiệp có tiềm năng và kinh nghiệm hơn. Không những thế, uy tín của doanh nghiệp nói riêng và của cả ngành xuất khẩu nông sản Việt nói chung cũng bị ảnh hưởng khiến khả năng cạnh tranh của các mặt hàng nông sản bị giảm sút trên thị trường quốc tế. Không chỉ phân tích những tác động của rủi ro này gây ra đối với hoạt động của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thông qua phân tích định tính, bài viết còn đưa ra một số kiến nghị giúp các doanh nghiệp khắc phục được những hạn chế còn tồn tại, từng bước nâng cao chất lượng và quy trình sản xuất sản phẩm để từng bước thâm nhập thị trường liên minh châu Âu - vốn được coi là thị trường tiềm năng nhưng khó tính với hàng loạt các tiêu chuẩn khắt khe cho sản phẩm nông sản.

Từ khóa: *giám sát nông sản; nhập khẩu, nông sản nhập khẩu, từ chối nhập khẩu, liên minh châu Âu*

Abstract

In recent years, the refusal and supervision of agricultural products imported into the European Union of Vietnam has caused significant impacts on agricultural export enterprises in our country. A small entreprise have had to withdraw from this market, giving the opportunity to participate to new businesses and the opportunity to increase export value for businesses with more potential and experience. Not only that, the reputation of enterprises in particular and the export of Vietnamese agricultural products in general are also affected, making the competitiveness of agricultural products decreased in the international market. Not only analyzing the impact of this risk on the activities of agricultural exporters through qualitative analysis, the article also provides a number of recommendations to help businesses overcome the drought. The company still exists, gradually improving the quality and product manufacturing process to gradually penetrate the European Union market - which is considered a potential but difficult market with a series of strict standards for agricultural products.

Keywords: *monitoring of agricultural products; import, import agricultural products, refuse to import, European Union*

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Liên minh châu Âu (EU) hiện là một trong những đối tác quan trọng nhất của Việt Nam trên lĩnh vực thương mại và đầu tư, đồng thời cũng là một trong những thị trường chính của nông sản nước ta. Theo số liệu từ Bộ Công Thương, năm 2018 Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 27 thế giới về quy mô, sản phẩm. Riêng lĩnh vực nông thủy sản, Việt Nam đang đứng thứ 15 trên thế giới, tính riêng 10 tháng đầu năm 2018, Việt Nam đã xuất khẩu 4,3 tỷ USD nông sản vào thị trường châu Âu, tăng gần 10% so với cùng kỳ năm trước đó. Bên cạnh đó, châu Âu là thị trường phát triển và khó tính với một loạt các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe về an toàn thực phẩm đối với hàng hóa nhập khẩu, nhất là nông sản để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Chính vì thế, mặc dù Việt Nam đã thiết lập quan hệ với Liên minh châu Âu (EU) từ tháng 10/1990 và đây là thị trường nhập khẩu rau quả hàng đầu (chiếm tới 50% nhập khẩu rau quả của thế giới) nhưng lượng rau quả nhập khẩu từ Việt Nam vào thị trường này lại chiếm tỷ trọng không đáng kể, chưa đến 1% (theo số liệu từ Cục Xúc tiến Thương mại). Đó là vì trong những năm gần đây, nông sản Việt Nam nhận được một loạt cảnh báo về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm từ EU.

Có thể kể đến một số trường hợp điển hình như: giữa năm 2011 có 50/60 doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam có hiện tượng rau quả bị nhiễm sâu đục quả, sâu đục lá; tháng 3/2012 có hai sản phẩm rau xanh nhập khẩu từ nước ta có sâu đục lá; trong năm 2014, trong ba chuyến hàng nhập khẩu rau quả từ Việt Nam có vi khuẩn gây hại sức khỏe cho con người trên cây húng quế và mướp đắng; năm 2016, liên minh châu Âu phát hiện có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt mức cho phép trên các sản phẩm nông sản của Việt Nam; và gần đây nhất là tháng 5/2019, hệ thống cảnh báo nhanh của liên minh châu Âu thông báo có 9 lô hàng thủy sản và 8 lô hàng nông sản của Việt Nam bị từ chối hoặc giám sát khi nhập khẩu vào liên minh châu Âu do chứa các chất vượt mức cho phép hoặc bị cấm sử dụng trong thực phẩm. Kết quả là, trong năm 2019 vừa qua, xuất khẩu nông sản của Việt nam sang thị trường này chiếm 11,4% thị phần, giảm 5,3% so với năm 2018 (theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn). Đồng thời, EU tăng cường giám sát kiểm tra các sản phẩm nông sản Việt Nam nhập khẩu vào thị trường này. Điều này gây ra những tác động không nhỏ đến các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường này.

Không những thế, trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng có rất ít các tài liệu nghiên cứu về tác động của giám sát sản phẩm nông sản, đặc biệt là những tác động ở cấp độ doanh nghiệp. Điều này khiến Chính phủ các quốc gia có sản phẩm nông sản xuất khẩu sang liên minh châu Âu khó nắm được tình hình chung của doanh nghiệp và tình hình xuất khẩu nông sản trong nước; Đồng thời, các doanh nghiệp xuất khẩu gặp nhiều khó khăn, lúng túng trong việc ứng phó với thực trạng các lô hàng xuất khẩu sang EU bị từ chối.

Xuất phát từ thực tế trên, tác giả lựa chọn nghiên cứu bài viết ***"Nghiên cứu tác động của giám sát nông sản nhập khẩu vào liên minh Châu Âu đến các doanh nghiệp của Việt Nam".*** Dựa trên tình hình thực tế xuất khẩu nông sản với các tình huống bị từ chối nhập khẩu sang thị trường các nước liên minh châu Âu của các doanh nghiệp trong nước, tác giả chỉ ra những tác động của giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào EU. Từ đó, tác giả đề xuất một số khuyến nghị giải pháp giúp doanh nghiệp xuất khẩu trong nước tháo gỡ được những khó khăn, đạt được hiệu quả xuất khẩu bền vững.

2. Cơ sở lý luận

Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh EU (EVFTA) chính thức được ký kết vào ngày 30/6/2019 sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu nông sản vào thị trường đầy tiềm năng nhưng khó tính này. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, khi EVFTA có hiệu lực, một loạt các nông sản như cà phê, rau quả, hạt tiêu, gạo, mật ong tự nhiên,... sẽ được hưởng ngay mức thuế suất 0%. Tuy nhiên, việc tiếp cận thị trường các nước liên minh châu Âu vẫn khó khăn đối với các doanh nghiệp Việt Nam vì họ phải đáp ứng các tiêu chuẩn quy định và phải đối mặt với một loạt các thủ tục khác. Bên cạnh đó, các biện pháp phi thuế quan sẽ là rào cản đáng kể vì chúng có khả năng làm tăng thêm chi phí xuất khẩu, nhất là đối với mặt hàng nông sản do các quy định nghiêm ngặt về vệ sinh và kiểm dịch thực vật. Nhìn chung, các nước xuất khẩu nông sản sang thị trường EU thường gặp khó khăn trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh nghiêm ngặt do các vấn đề về truy xuất nguồn gốc, bảo quản, hay không có các chứng nhận về vệ sinh an toàn thực phẩm (Essaji, 2008). Trong khi đó EU là thị trường có nhiều tiêu chuẩn khắt khe hơn đối với nông sản nhập khẩu hơn các quốc gia khác. Chính vì thế, nếu các doanh nghiệp xuất khẩu không thể đáp ứng các điều kiện này, việc giám sát các sản phẩm sẽ được thực thi, nhất là đối với các sản phẩm bị ảnh hưởng nặng nề về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, như nông sản và thủy sản (Baylis, Nogueira & Pace, 2011), dẫn đến việc bị từ chối nhập khẩu - đây là rủi ro lớn nhất mà các doanh nghiệp xuất khẩu phải đối mặt. Trong trường hợp xấu nhất có thể dẫn đến lệnh cấm hoàn toàn đối với một sản phẩm từ một nguồn gốc cụ thể. Sự từ chối nhập khẩu là do phương thức sản xuất và/ hoặc điều kiện khí hậu ảnh hưởng đến một quốc gia nhất định. Điều này tác động không nhỏ đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

Thứ nhất, tác động đến biên độ mở rộng của hoạt động xuất khẩu, hay nói cách khác là sự rút lui của các doanh nghiệp xuất khẩu khỏi thị trường châu Âu sau khi bị nước này từ chối nhập khẩu hoặc thực hiện giám sát sản phẩm nông sản. Theo Beestermoeller, M. (2017), việc bị từ chối hoặc tăng tỷ lệ giám sát sản phẩm nhiều lần sẽ làm tăng tỷ lệ rút lui khỏi thị trường, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ. Lý do được học giả này đưa ra là vì sau khi bị từ chối hoặc bị tăng tỷ lệ giám sát, các doanh nghiệp sẽ phải chịu khoản lỗ từ lô hàng bị trả về và đợt xuất khẩu sang EU tiếp theo sẽ tốn thêm nhiều chi phí xuất khẩu hơn để đáp ứng được các điều kiện mà thị trường nhập khẩu mong muốn. Điều này cũng ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp. Chính vì thế, các công ty nhỏ có xu hướng rút lui khỏi thị trường khó tính để chuyển sang nhưng thị trường dễ tính hơn.

Tuy nhiên, Baylis, Nogueira & Pace (2009) lại chỉ ra rằng sự từ chối nhập khẩu nông sản từ thị trường EU có xu hướng ủng hộ sự gia nhập của các công ty mới trong lĩnh vực xuất khẩu, và sự gia nhập của các doanh nghiệp nhỏ lớn hơn các doanh nghiệp có quy mô lớn và trung bình. Nếu xét về mức độ dễ dàng hòa nhập đối với hoạt động xuất khẩu nông sản sang thị trường châu Âu, các doanh nghiệp lớn lại đạt được lợi thế hơn các doanh nghiệp nhỏ. Đây cũng là điều dễ hiểu vì các doanh nghiệp lớn được đầu tư bài bản về trang thiết bị, quy trình sản xuất, tập trung nguồn nhân lực có kinh nghiệm và chuyên môn cao nên dễ dàng đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe trong nhập khẩu nông sản của thị trường châu Âu. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng bị từ chối hoặc giám sát nhập khẩu trong quá khứ tác

động lớn đến sự rút lui khỏi thị trường chứ không phải sự gia nhập thị trường của các công ty mới. Đó là vì các công ty mới coi đây là cơ hội và thử thách đối với họ trường thị trường EU khó tính nhưng cũng đầy tiềm năng. Hơn nữa, đối với nhiều doanh nghiệp, đạt được thành công trong việc xuất khẩu vào thị trường các nước liên minh châu Âu giúp họ dễ dàng thâm nhập các thị trường khác trên toàn thế giới.

Như vậy, có thể thấy rủi ro bị từ chối và giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào EU làm tăng sự đa dạng hóa nhập khẩu của liên minh châu Âu ở biên độ rộng lớn (Jaud et al., 2013). Hay nói cách khác, sự từ chối và giám sát sản phẩm vừa làm tăng số lượng doanh nghiệp xuất khẩu rút lui khỏi thị trường, vừa làm tăng lượng doanh nghiệp gia nhập mới, trong đó sự thay đổi này thấy rõ ràng và mạnh mẽ hơn ở các doanh nghiệp có quy mô nhỏ.

Thứ hai, tác động đến biên độ sâu của hoạt động xuất khẩu: theo Falvey (1989), sự từ chối và giám sát sản phẩm nông sản xuất khẩu sang EU có tác động đến giá trị xuất khẩu của các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường. Nghiên cứu cũng đưa ra ba điểm chính: (1) các công ty xuất khẩu lớn có xu hướng tiếp tục tồn tại và tăng số lượng và giá trị xuất khẩu của họ sang thị trường này. Nguyên nhân của việc này là các doanh nghiệp đã rút được kinh nghiệm cho mình trong quá trình sản xuất và xuất khẩu. Họ đã thay đổi dây chuyền sản xuất, thắt chặt khâu kiểm tra chất lượng sản phẩm, đầu tư vào bao bì đóng gói và vận chuyển,... để có thể đáp ứng được tiêu chuẩn khắt khe của thị trường châu Âu. (2) các công ty xuất khẩu đã từng bị từ chối hoặc giám sát sản phẩm nông sản xuất khẩu có xu hướng giảm bớt giá trị xuất khẩu của họ sang thị trường châu Âu. Và (3) các công ty lớn đang hoạt động có xu hướng tăng xuất khẩu sang thị trường châu Âu trong năm sau khi bị từ chối hoặc áp dụng giám sát sản phẩm. Đó là bởi các công ty này được hưởng lợi từ các doanh nghiệp nhỏ đã rút lui khỏi thị trường sau khi bị từ chối nhập khẩu sản phẩm nông sản. Bên cạnh đó, các công ty lớn sẽ giảm bớt sản lượng nông sản xuất khẩu sang châu Âu do sự từ chối hoặc giám sát sản phẩm trong quá khứ làm tăng giá sản phẩm, khiến các đơn vị này phải đối mặt với chi phí cao hơn để đáp ứng được các tiêu chuẩn nhập khẩu của thị trường.

Thứ ba, tác động đến uy tín và danh tiếng của hoạt động xuất khẩu: nghiên cứu của Shapiro (1983) chỉ ra rằng, sự từ chối hoặc thực hiện giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào EU của một quốc gia ảnh hưởng đến danh tiếng và uy tín của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thuộc quốc gia đó. Sự từ chối nhập khẩu vào EU cho một loại sản phẩm nhất định làm tăng xác suất kiểm soát bổ sung đối với các sản phẩm tương tự có nguồn gốc từ quốc gia đó. Trong khi, uy tín của các nhà cung cấp thuộc quốc gia đó không bị tổn hại bởi sự từ chối hay giám sát sản phẩm đối với các sản phẩm tương tự nhưng có nguồn gốc từ quốc gia khác. Chẳng hạn, xuất khẩu của Việt Nam đối với quả thanh long bị giảm khi bị EU từ chối nhập khẩu nhưng uy tín của các doanh nghiệp Việt không bị ảnh hưởng bởi sự từ chối của EU đối với các sản phẩm tương tự có nguồn gốc từ các quốc gia khác. Trong trường hợp một mặt hàng nông sản bị từ chối nhiều lần, tỷ lệ giám sát sẽ tăng lên, ở mức cao nhất, doanh nghiệp đó sẽ bị cấm xuất khẩu mặt hàng đó. Điều này ảnh hưởng đến danh tiếng của doanh nghiệp đó nói riêng và uy tín xuất khẩu của quốc gia đó nói chung. Các doanh nghiệp luôn nỗ lực hết sức để tránh rơi vào trường hợp rủi ro cao nhất này.

Thứ tư, sự tác động này là khác nhau đối với các loại hình doanh nghiệp khác nhau, bao gồm doanh nghiệp có vốn nước ngoài, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp nhà nước. Beestermoeller, M. (2017) đã chỉ ra ba loại hình doanh nghiệp này kết hợp với những trải nghiệm trong quá khứ của họ với những lần bị từ chối hoặc giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào châu Âu. Tác giả chỉ ra rằng tất cả các doanh nghiệp đều chịu những tác động tiêu cực từ sự từ chối và hoạt động giám sát sản phẩm, nhưng tác động tiêu cực mạnh hơn đối với các doanh nghiệp nhà nước và thấp hơn đối với các doanh nghiệp tư nhân. Lý do được đề cập là vì các doanh nghiệp tư nhân được tự chủ về mặt tài chính, các quyết định đưa ra trong việc thay đổi hướng sản xuất, thay đổi thị trường mục tiêu cũng linh hoạt và nhanh gọn hơn, giảm thiểu những rủi ro khi bị EU từ chối nhập khẩu nông sản hơn các doanh nghiệp nhà nước.

Nghiên cứu của Baylis, Nogueira & Pace (2009) xem các doanh nghiệp xuất khẩu có rút ra được kinh nghiệm gì khi bị từ chối hay giám sát nhập khẩu hay không và liệu những sự từ chối hay giám sát này có đưa đến những lo ngại về kinh tế chính trị hay không, các học giả này chỉ ra rằng các doanh nghiệp xuất khẩu mới ít bị ảnh hưởng hơn so với những doanh nghiệp xuất khẩu đã từng bị từ chối hay thực hiện giám sát sản phẩm xuất khẩu trước đó. Những ảnh hưởng về kinh tế khi bị từ chối nhập khẩu hoặc tăng tỷ lệ giám sát sản phẩm nhập khẩu là điều chắc chắn. Thông thường, một lô hàng nông sản sau khi kiểm tra không đủ điều kiện để nhập khẩu vào liên minh châu Âu do các vấn đề về vệ sinh an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ, truy xuất nguồn gốc, dán nhãn,... Đặc biệt liên minh châu Âu còn có thêm các tiêu chuẩn về công bằng và bền vững. Theo đó, các đơn vị mua hàng liên minh châu Âu sẽ ưu tiên các sản phẩm được chứng nhận thương mại công bằng, bao gồm các vấn đề liên quan đến đạo đức, môi trường, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp xuất khẩu, trách nhiệm nguồn cung ứng,...Nếu không đáp ứng được các yêu cầu cơ bản và nâng cao này, liên minh châu Âu sẽ trả lô hàng về nơi sản xuất và doanh nghiệp phải chịu hoàn toàn các chi phí phát sinh. Không những thế, doanh nghiệp sẽ cần đầu tư và thay đổi quy trình sản xuất của mình để tránh những rủi ro tương tự cho lần xuất khẩu kế tiếp. Nếu tình trạng bị từ chối và tỷ lệ giám sát sản phẩm nông sản diễn ra liên tiếp và tăng cao, việc bị cấm xuất khẩu một sản phẩm cụ thể hoặc dừng hoạt động xuất khẩu sang thị trường liên minh châu Âu là có thể xảy ra. Khi có không chỉ thiệt hại cho doanh nghiệp xuất khẩu cá nhân mà còn cả hệ thống xuất khẩu của cả quốc gia. Chính vì thế, các doanh nghiệp cũng như các cơ quan chức năng đều rất thận trọng với các lô hàng xuất khẩu sangliên minh châu Âu bị trả về để có phương án giải quyết phù hợp và hiệu quả.

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu cơ sở của nghiên cứu của bài viết này là tìm kiếm và tổng hợp các số liệu, thông tin từ các nguồn đáng tin cậy từ các công trình nghiên cứu đã công bố của các tác giả trong và ngoài nước; sách báo, tạp chí, báo cáo, các ấn phẩm về xuất khẩu nói chung và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường châu Âu nói riêng; các tin tức và số liệu thống kê từ hoạt động xuất khẩu của nước ta sang thị trường châu Âu, các trường hợp bị từ chối và thực thi giám sát sản phẩm nông sản từ các nguồn đáng tin cậy như Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Tổng cục Thống kê, Bộ xúc tiến thương mại,... Đây là những thông tin được cập nhật mang tính khách quan về tình hình xuất khẩu

nông sản của Việt Nam sang thị trường liên minh châu Âu, nhất là các trường hợp nông sản bị từ chối nhập khẩu vào thị trường này, tỷ lệ giám sát đối với một số loại nông sản và nguyên nhân của thực trạng.

Bên cạnh đó, để tăng hiểu rõ hơn những tác động của giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào thị trường liên minh châu Âu, tác giả còn tiến hành thu thập dữ liệu thông qua phỏng vấn các chuyên gia kinh tế trong lĩnh vực xuất khẩu, nhất là đối với thị trường liên minh châu Âu; các chủ doanh nghiệp chuyên xuất khẩu nông sản. Trong đó, khi phỏng vấn các chủ doanh nghiệp, tác giả chú trọng vào những trường hợp doanh nghiệp có lô hàng xuất khẩu nông sản bị từ chối hoặc tăng cường giám sát để tìm hiểu nguyên nhân, tác động của rủi ro này đến hoạt động của doanh nghiệp cũng như cách thức doanh nghiệp đối phó với những rủi ro đó. Để tiến hành phỏng vấn, tác giả lên danh sách các đối tượng phỏng vấn, lên lịch phỏng vấn (thời gian, địa điểm), chuẩn bị danh sách câu hỏi và tiến hành phỏng vấn.

Sau khi thu thập được các thông tin và số liệu từ nguồn thứ cấp và sơ cấp trên đây, tác giả tiến hành chọn lọc và phân loại thông tin theo các mục khác nhau (thực trạng xuất khẩu nông sản, các thông tin về lô hàng nông sản xuất sang liên minh châu Âu bị trả về, các trường hợp bị giám sát sản phẩm, tác động của thực trạng này đến hoạt động của doanh nghiệp, cách thức đối phó của doanh nghiệp,...). Sau khi chọn lọc và phân loại, tác giả loại bỏ được những thông tin không rõ nguồn gốc, không rõ ràng hoặc không đáng tin cậy. Những thông tin được giữ lại được sử dụng để phân tích những tác động của giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào liên minh châu Âu của các doanh nghiệp Việt Nam. Từ đó, tác giả có thể đưa ra những ý kiến đề xuất giúp doanh nghiệp xuất khẩu Việt đạt được thành công trong hoạt động xuất khẩu nông sản sang thị trường nghiêm ngặt này.

4. Kết quả nghiên cứu

Về biên độ mở rộng của hoạt động xuất khẩu: Theo thống kê từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tính đến cuối năm 2019, cả nước có 12.58 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu nông nghiệp thuộc nhiều thị trường khác nhau. Hàng năm có khoảng 2.000 doanh nghiệp mới thành lập trong lĩnh vực này cho thấy hoạt động xuất khẩu đang vô cùng sôi nổi ở một nước có thế mạnh về nông nghiệp như Việt Nam. Nhận xét về thị trường liên minh châu Âu, một số chuyên gia cho rằng đây là thị trường có nhiều yêu cầu khắt khe về chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm và nguồn gốc nông sản. Chẳng hạn, với sản phẩm gạo, hạt điều, hồ tiêu, cà phê, giá trị nguyên vật liệu đầu vào không được vượt quá 70% giá trị xuất xưởng. Ngoài ra, nhà cung cấp các sản phẩm này phải chứng minh được công đoạn sản xuất được thực hiện ở Việt Nam. Còn đối với các sản phẩm xuất khẩu là rau quả, các tiêu chuẩn về chất độc hại, dư lượng kháng sinh, thuốc trừ sâu,... phải tuân thủ những tiêu chuẩn do liên minh châu Âu đề ra. Không những thế, các quy định, tiêu chuẩn về hàng nông sản nhập khẩu vào thị trường này liên tục thay đổi. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy tháng 1/2019 vừa qua, EU vừa thay đổi phụ lục II, III và IV trong Quy định số 396/2005 liên quan đến các quy định dư lượng tối đa một số loại hóa chất trên một số thực phẩm và rau quả. Chính vì thế, nhiều doanh nghiệp nếu không chú ý và cập nhật kịp thời các thông tin này dẫn đến việc các sản phẩm nông sản bị từ chối nhập khẩu khi không đáp ứng được các yêu cầu trên. Kết quả phỏng vấn một doanh nghiệp

huyên xuất khẩu hạt điều rang muối, doanh nghiệp này đã từng xuất khẩu sang thị trường liên minh châu Âu nhưng bị từ chối lô hàng do không đủ các chứng nhận về vệ sinh an toàn thực phẩm. Chính vì thế, doanh nghiệp đã chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường dễ tính hơn. Hiện rất nhiều doanh nghiệp xuất khẩu nông sản có quy mô nhỏ như vậy cũng đã chuyển hướng sang thị trường khác do không bù được khoản lỗ hàng bị trả về. Ngoài ra, họ cũng không thể chi trả thêm cho các chi phí hồ sơ giấy tờ chứng nhận mà EU đưa ra bởi điều này sẽ khiến chi phí xuất khẩu bị đội lên, khó có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp khác. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với nghiên cứu của Beestermoeller, M. (2017) khi cho rằng các công ty xuất khẩu nông sản có quy mô nhỏ sau khi bị từ chối nhập khẩu vào thị trường liên minh châu Âu có xu hướng rút lui khỏi thị trường này và chuyển sang các nước có quy định nhập khẩu dễ dàng hơn.

Ngoài ra, ý kiến một số chuyên gia cũng cho ra rằng, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản ở Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ không mấy mặn mà với thị trường liên minh châu Âu vì ngại những rào cản đến từ pháp lý và thị trường. Hơn nữa, các doanh nghiệp này cho rằng thị trường liên minh châu Âu với khoảng cách địa lý xa xôi, có sự khác biệt lớn về văn hóa nên sẽ tốn nhiều chi phí cho hoạt động tiếp cận và thâm nhập thị trường. Điều này sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp về lâu dài. Chính vì thế, dù châu Âu là một thị trường đầy tiềm năng nhưng do có trải nghiệm bị từ chối và giám sát nông sản nhập khẩu, hoặc do lo ngại rủi ro này mà nhiều doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ sẵn sàng rút lui để tìm kiếm thị trường xuất khẩu phù hợp hơn với điều kiện thực tế của đơn vị mình.

Đồng thời với sự rút lui của các công ty nhỏ, hàng loạt công ty mới cũng được thành lập và gia nhập hoạt động xuất khẩu sang thị trường liên minh châu Âu hàng năm. Tiêu biểu là Công ty Cổ phần Visimex - một công ty quy mô vừa chuyên xuất khẩu hàng hóa nông sản hữu cơ như quế, hồi, hạt tiêu, cà phê, hạt điều, thảo quả,... trong thời gian gần đây đã bắt đầu có những lô hàng xuất khẩu đầu tiên sang thị trường liên minh châu Âu. Các doanh nghiệp cho biết thị trường liên minh châu Âu là một thử thách lớn đối với nhiều công ty bởi phải vượt qua hàng loạt những tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp với bề dày kinh nghiệm xuất khẩu đã đạt được nhiều chứng chỉ cho hàng nông sản và thực phẩm như FDA, Halal, Kosher,... để chinh phục được thị trường khó tính này. Có thể thấy hàng loạt lô hàng nông sản Việt xuất khẩu sang liên minh châu Âu bị từ chối hoặc bị giám sát sản phẩm là bài học kinh nghiệm quý báu cho các công ty gia nhập sau. Bởi một khi đã đạt được thành công trong việc xuất khẩu vào thị trường liên minh châu Âu, công ty sẽ dễ dàng thâm nhập được nhiều thị trường khác trên toàn thế giới. Như vậy, có thể thấy việc bị từ chối hay áp đặt lệnh giám sát lên các sản phẩm xuất khẩu không ảnh hưởng đến sự gia nhập của các công ty mới trong lĩnh vực này. Trong đó, các doanh nghiệp có quy mô từ vừa trở lên cảm thấy tự tin hơn với thị trường này. Điều này một lần nữa minh chứng cho nghiên cứu của Baylis, Nogueira & Pace (2009).

Về biên độ sâu của hoạt động xuất khẩu: chắc chắn việc bị từ chối hoặc bị áp đặt giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào liên minh châu Âu sẽ tác động tiêu cực đến cả doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt lẫn ngành xuất khẩu nông sản của nước ta. Đối với doanh nghiệp, ảnh hưởng lớn nhất chính là lợi nhuận. Ngoài việc chịu hoàn toàn tổn thất

phát sinh do việc trả lại lô hàng xuất khẩu, doanh nghiệp sẽ phải bỏ vốn đầu tư vào dây chuyền sản xuất và chế biến sản phẩm để đáp ứng được những điều kiện nhập khẩu của thị trường liên minh châu Âu. Điều này dẫn đến nâng cao giá thành sản phẩm, khó có khả năng cạnh tranh với nhiều doanh nghiệp khác. Trong khi đó, để cạnh tranh được, doanh nghiệp bắt buộc phải hạ giá bán xuống mức thấp nhất mà điều này khiến cho lợi nhuận thu về không cao. Chính vì thế, nhiều doanh nghiệp, nhất là danh nghiệp nhỏ, ít kinh nghiệm, nếu vẫn muốn bám trụ ở thị trường này sẽ giảm bớt giá trị xuất khẩu sang EU. Điều này là phù hợp, kết quả nghiên cứu một công ty có quy mô nhỏ chuyên xuất khẩu hàng nông sản như hạt điều, ớt, thanh long cho thấy giảm giá trị xuất khẩu sẽ bớt đi phần nào chi phí và rủi ro cho doanh nghiệp, nhất là trong trường hợp lô hàng vẫn chưa được nhập khẩu vào châu Âu. Cụ thể, công ty sau một lần bị từ chối nhập khẩu đã đầu tư thay đổi quy trình sản xuất để đáp ứng những tiêu chuẩn mà EU đề ra, đồng thời giảm giá trị xuất khẩu xuống còn 50% so với lần xuất khẩu ban đầu để thăm dò thị trường. Nếu lô hàng mới được nhập khẩu vào EU, công ty sẽ đẩy mạnh sản xuất theo hướng này và tăng giá trị xuất khẩu lên vào những lần tiếp theo.

Còn đối với công ty có quy mô vừa đã có trên 5 năm kinh nghiệm xuất khẩu và trên 3 năm xuất khẩu sang thị trường châu Âu các mặt hàng nông sản, công ty chưa từng bị từ chối bất cứ lô hàng nào xuất khẩu sang châu Âu nhờ tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc trừ sâu, bao bì đóng gói. Kết quả cho thấy nhờ sự rút lui của nhiều doanh nghiệp nhỏ ở thị trường này mà công ty càng có cơ hội gia tăng giá trị xuất khẩu. Đối với các công ty đã có kinh nghiệm, các tiêu chuẩn mà thị trường liên minh châu Âu đề ra không còn là khó khăn lớn bởi các sản phẩm nông sản đã có đầy đủ chứng nhận như Global Gap, HACCP, bảo hộ sở hữu trí tuệ, có xuất xứ nguồn gốc rõ ràng. Chính vì thế, sự rút lui của các doanh nghiệp nhỏ sau khi xuất khẩu thất bại vào EU là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp đang hoạt động ở thị trường này trong việc mở rộng sản xuất, nâng cao khối lượng và chủng loại xuất khẩu. Kết quả phát hiện này hoàn toàn phù hợp với kết quả nghiên cứu của Falvey (1989) khi cho rằng sự từ chối và áp đặt giám sát sản phẩm nông sản xuất khẩu vào liên minh châu Âu khiến các doanh nghiệp nhỏ giảm giá trị xuất khẩu còn các doanh nghiệp lớn sẽ gia tăng thêm cơ hội mở rộng quy mô xuất khẩu của mình sang thị trường này.

Về uy tín và danh tiếng của hoạt động xuất khẩu: Khi được hỏi về tác động của việc bị từ chối và giám sát sản phẩm nhập khẩu vàoliên minh châu Âu đến các doanh nghiệp xuất khẩu, các doanh nghiệp đều nhận định, những rủi ro này đã xảy ra nhiều lần đối với nông sản Việt Nam. Một loạt các trường hợp bị trả về như: hơn 500 container của gạo thơm Việt Nam bị trả về năm 2013 do không đạt tiêu chuẩn chất lượng; 17 lô hàng thanh long bị từ chối nhập khẩu vào EU trong năm 2015 vì có dư lượng các thuốc bảo vệ thực vật vượt quá quy định; từ năm 2016, EU tăng tần xuất giám sát thanh long Việt nam lên 20%, một số mặt hàng rau gia vị có tần xuất kiểm tra là 50%; trong 5 tháng đầu năm 2019, có 17 lô hàng, trong đó có 8 lô hàng nông sản của nước ta bi từ chối hoặc giám sát nhập khẩu vàoliên minh châu Âu. Có rất nhiều nguyên nhân gây ra tình trạng này nhưng chủ yếu là từ khâu sơ chế, chế biến và sản xuất. Điều này, theo các doanh nghiệp không chỉ gây thiệt hại cho doanh nghiệp xuất khẩu mà còn ảnh hưởng đến uy tín của cả ngành nông

sản Việt. Thực tế như công ty Agricare cũng đã từng có những lô hàng bị trả về từ liên minh châu Âu do mắc phải lỗi trong khâu sơ chế, chế biến. Công ty này đã phải mất nhiều năm sau mới có thể lấy lại được uy tín của mình ở thị trường châu Âu, chưa kể những tổn thất về tài chính.

Hiện Việt Nam đứng đầu danh sách các nước bị liên minh châu Âu từ chối nhập khẩu (tiếp đến là Ấn Độ, Trung Quốc, Indonesia, Thái Lan - thông tin từ Hiệp hội Rau quả Việt Nam). Cho đến thời điểm hiện tại, vấn đề lớn nhất của nông sản Việt xuất sang EU là dư lượng thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật, vi khuẩn gây bệnh, kim loại nặng,...Nguyên nhân là do Việt Nam chỉ chú trọng kiểm tra sản phẩm cuối cùng chứ không kiểm tra từng công đoạn sản xuất. Ngoài những yêu cầu khắt khe, các quy định này còn liên tục cập nhật và thay đổi khiến nhiều nông sản nước ta không đáp ứng kịp thời, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm nói riêng và khối lượng cùng kim ngạch xuất khẩu cả nước nói chung. Quan ngại hơn, nông sản Việt vì những lần bị từ chối và giám sát này mà giảm tính cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Kết quả nghiên cứu trên đây trùng với kết quả nghiên cứu của Shapiro khi chỉ ra rằng sự từ chối hoặc thực hiện giám sát sản phẩm nhập khẩu vào EU sẽ ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp và quốc gia đó. Đây là sự thật hiển nhiên bởi khi bị từ chối nhiều lần, EU sẽ ban lệnh cấm xuất khẩu sản phẩm đó, điều này ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng nông sản nói chung của doanh nghiệp và Việt Nam, cũng như danh tiếng nông sản Việt ở nhiều thị trường khác. Nhất là trong bối cảnh hiện nay, các nước, dù trước đây là một thị trường dễ tính, nhưng cũng đang dần xiết chặt các quy định nhập khẩu để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng.

Về mức độ tác động đối với từng loại hình doanh nghiệp*:* Có thể khẳng định rằng tất cả các loại hình doanh nghiệp, không phân biệt nhà nước, nước ngoài hay tư nhân, đều chịu những tác động nhất định do lệnh từ chối nhập khẩu hoặc tăng tỷ lệ giám sát. Tuy nhiên, theo kết quả nghiên cứ thì các doanh nghiệp tư nhân sẽ chịu tác động lớn hơn các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp nước ngoài. Lý do là vì các doanh nghiệp tư nhân nước ta phần lớn là doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ nên khi bị từ chối hoặc áp đặt giám sát sản phẩm, lợi nhuận và uy tín của doanh nghiệp sẽ bị ảnh hưởng nặng nề. Nhiều doanh nghiệp, như trên đã phân tích, buộc phải rút lui khỏi thị trường để chuyển sang các nước nhập khẩu với điều kiện dễ dàng hơn. Trong khi đó, doanh nghiệp nhà nước là các đơn vị có quy mô lớn, với nhiều năm kinh nghiệm xuất khẩu nên nếu có gặp phải những rủi ro trên cũng nhanh chóng lấy lại được vị thế nhờ đầu tư bài bản hơn và kiểm tra gắt gao hơn tại các khâu chế biến sản phẩm. Hơn nữa, các doanh nghiệp nhà nước có nhiều cơ hội tiếp cận với các thông tin chính thống từ thị trường nhập khẩu nên kịp thời nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng được nhu cầu của nhà nhập khẩu. Tác động của việc bị từ chối hoặc giám sát sản phẩm là ít nhất đối với các doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài. Bởi lẽ các loại hình doanh nghiệp này có quy mô vừa đến lớn, được đầu tư bài bản về trang thiết bị, quy trình sản xuất cũng như nguồn nhân lực nên dễ dàng đáp ứng các tiêu chuẩn nhập khẩu của các thị trường khó tính.

Kết quả nghiên cứu cho thấy phần nào khác với kết quả nghiên cứu mà Beestermoeller, M. (2017) đã chỉ ra khi cho rằng các doanh nghiệp nhà nước bị ảnh hưởng

nhiều nhất, kế đến là các doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài và bị ảnh hưởng ít nhất là các doanh nghiệp tư nhân. Nguyên nhân của sự khác biệt này là do ở Việt Nam, doanh nghiệp nhà nước và liên doanh là hai loại hình được đầu tư tương đối bài bản, có cơ hội tiếp cận với nguồn thông tin sớm nhất nên chủ động trong việc sản xuất hàng nông sản xuất khẩu. Còn các doanh nghiệp tư nhân với quy mô vừa và nhỏ còn gặp rất nhiều hạn chế về vốn, trang thiết bị, hạn chế trong việc tiếp cận các thông tin từ thị trường nước ngoài. Chính vì thế, các doanh nghiệp này vẫn ở thế bị động khi xuất khẩu nông sản sang các thị trường khác, đặc biệt là thị trường khó tính như EU.

5. Đề xuất khuyến nghị đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Xuất phát từ thực tế nguyên nhân của các lô hàng xuất khẩu nông sản bị liên minh châu Âu từ chối nhập khẩu hoặc áp dụng giám sát sản phẩm, tác giả đưa ra một số giải pháp, khuyến nghị giúp các doanh nghiệp xuất khẩu Việt khắc phục được tình trạng này như sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản nhỏ của Việt Nam cần nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng cường kiểm soát quy trình chế biến, đóng gói, bảo quản sản phẩm một cách chặt chẽ, kiên quyết loại bỏ những sản phẩm kém chất lượng. Đồng thời, các doanh nghiệp cần phối hợp với các hợp tác xã tại các tỉnh thành để cùng nhau xây dựng vùng nguyên liệu đạt theo các tiêu chuẩn như Global Gap, HACCP, bảo hộ sở hữu trí tuệ, có xuất xứ nguồn gốc rõ ràng. Điều này không chỉ giúp ích cho việc xác định nguồn gốc xuất xứ sản phẩm rõ ràng mà còn giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt chất lượng nguyên liệu đầu vào nhằm giảm những tác động từ biên độ của việc mở rộng hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp .

Thứ hai, các doanh nghiệp Việt Nam cần có hệ thống cảnh báo nhanh của EU đối với chất lượng hàng nông sản. Không những thế, cần trau dồi, tìm hiểu các kiến thức về các rào cản thương mại, các biện pháp kiểm tra chất lượng sản phẩm mà EU đang áp dụng lên các sản phẩm nông sản của Việt Nam, đặc biệt là các yêu cầu về vệ sinh thực phẩm, quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất, quy định về dán nhãn,... và thay đổi tư duy, tăng trách nhiệm tuân thủ môi trường, trách nhiệm xã hội. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp chủ động đáp ứng những nhu cầu của thị trường này để nâng cao uy tín và danh tiếng của hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Thứ ba, doanh nghiệp cần xác định rõ lợi thế, điều kiện năng lực thực tế, sản phẩm chủ lực của mình để xem xét tính phù hợp của chúng với thị trường châu Âu. Trên cơ sở đó sẽ có cách định vị và tiếp thị sản phẩm một cách hiệu quả nhất. Doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu nhu cầu của thị trường EU, nhất là những yêu cầu chủ chốt của thị trường này như nguồn gốc xuất xứ, chứng chỉ chất lượng,... để đưa những sản phẩm phù hợp đến đúng phân khúc khách hàng phù hợp. Mặt khác, doanh nghiệp không nên đặt nặng số lượng xuất khẩu sang EU mà cần đầu tư vào hệ thống quản lý và giá trị sản phẩm. Có như vậy mới tránh được những rủi ro trong quá trình giao thương hàng hóa cũng như nâng cao thương hiệu doanh nghiệp. Bởi lẽ một khi doanh nghiệp đã xuất khẩu được các sản phẩm nông sản vào thị trường liên minh châu Âu thì công ty cũng sẽ thâm nhập được nhiều thị trường khác trên toàn thế giới một cách dễ dàng hơn rất nhiều. Như vậy, có thể thấy việc bị từ

chối hay áp đặt lệnh giám sát lên các sản phẩm xuất khẩu không ảnh hưởng đến sự gia nhập của các công ty mới trong lĩnh vực này

Thứ tư, doanh nghiệp cần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp tư nhân để đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường châu Âu tiềm năng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng doanh nghiệp tư nhân với quy mô vừa và nhỏ do có khó khắn về vốn, trang thiết bị, hạn chế trong việc tiếp cận các thông tin từ thị trường nước ngoài. Các doanh nghiệp tư nhân vẫn yếu thế khi xuất khẩu nông sản sang các thị trường khó tính là liên minh châu Âu. Cụ thể, các doanh nghiệp cần chú trọng tăng năng suất và nâng cao chất lượng sản phẩm, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào chế biến, đóng gói, làm sạch sản phẩm, tổ chức các hoạt động sản xuất theo quy trình khép kín, khoa học, hiện đại,... để hạn chế những sai sót ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu vào thị trường khó tính này.

Thứ năm, các doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường kết nối với các doanh nghiệp logistics chuyên nhập khẩu và phân phối hàng hóa sang thị trường EU để có cơ hội tham gia các sự kiện xúc tiến thương mại, tìm hiểu nhu cầu thị trường, nâng cao nhận thức về các điều kiện nhập khẩu, cập nhật chính sách các mặt hàng, tìm hiểu về chỉ dẫn địa lý, pháp luật thương mại, kinh tế của từng nước thành viên EU. Khi đã nắm rõ được các thông tin này, doanh nghiệp sẽ lên được kế hoạch sản xuất và phát triển sản phẩm phù hợp, đáp ứng được những tiêu chuẩn của thị trường này.

Thứ sáu, các doanh nghiệp cần tăng cường liên kết với nhau, liên kết với các doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, với các cơ quan chức năng để hình thành các hợp tác hay các vùng chuyên sản xuất nông nghiệp với quy mô lớn, hiện đại. Chủ động tham gia các hiệp hội ngành hàng, tổ chức các buổi gặp mặt giữa các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu để trao đổi kinh nghiệm, học hỏi cách làm của nhau, đưa ra những biện pháp khắc phục tình trạng bị từ chối và giám sát sản phẩm đối với nông sản.

6. Kết luận

Nghiên cứu tác động của giám sát sản phẩm nông sản nhập khẩu vào liên minh châu Âu đối với các doanh nghiệp của Việt Nam mang tính cấp thiết khi liên tục trong những năm gần đây, rất nhiều lô hàng nông sản của nước ta bị liên minh châu Âu từ chối nhập khẩu hoặc tăng tỷ lệ giám sát do không đáp ứng được yêu cầu về an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ. Tình trạng này đã gây ra những tác động không nhỏ đến các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt.

Cụ thể, tình trạng bị từ chối và áp đặt giám sát sản phẩm nhập khẩu khiến nhiều doanh nghiệp, trong đó đáng kể nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ rút lui khỏi thị trường liên minh châu Âu, nhường chỗ cho các doanh nghiệp mới, trong đó có các doanh nghiệp đang hoạt động ở thị trường này có cơ hội mở rộng sản xuất và nâng cao sản lượng xuất khẩu. Bên cạnh đó, để giảm tổn thất về mặt tài chính, sau khi gặp phải rủi ro này, nhiều doanh nghiệp đã giảm giá trị xuất khẩu, đầu tư hơn vào quy trình quản lý và chế biến sản phẩm để khắc phục những sai sót trước đó. Nhìn chung, tất cả các loại hình doanh nghiệp xuất khẩu nông sản ở nước ta đều chịu những tác động nhất định của việc bị từ chối và giám sát sản phẩm nhập khẩu vào thị trường châu Âu, nhất là những tổn thất liên quan đến chi phí và uy tín của doanh nghiệp. Bởi điều này ảnh hưởng đến cả danh

tiếng và năng lực cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên trường quốc tế. Trong đó, doanh nghiệp tư nhân, vốn có hạn chế về nguồn vốn, trang thiết bị và cơ hội tiếp cận thông tin nên bị ảnh hưởng nhiều nhất, dẫn đến tình trạng phải chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường dễ tính hơn.

Từ những tác động trên đây, tác giả đã đề xuất một số khuyến nghị giúp các doanh nghiệp tránh được những rủi ro trong quá trình xuất khẩu nông sản sang thị trường liên minh châu Âu. Trong đó quan trọng nhất là doanh nghiệp cần thay đổi tư duy, tập trung vào chất lượng sản phẩm, cải tiến quy trình sản xuất, tìm hiểu và cập nhật kịp thời những tiêu chuẩn nhập khẩu nông sản của liên minh châu Âu để chủ động đáp ứng những nhu cầu của thị trường này. Một khi đã thành công ở thị trường EU, nông sản Việt dễ dàng có được vị thế trên thị trường xuất khẩu nông sản thế giới, từ đó nâng cao úy tín và năng lực cạnh tranh của các sản phẩm nông sản Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Anh

1. Baylis, Nogueira & Pace (2009) Baylis, K., Martens, A., & Nogueira, L. (2009). What drives import refusals. American Journal of Agricultural Economics, 91(5), 1477-1483.
2. Baylis, Nogueira & Pace, 2011) Baylis, K., Nogueira, L., & Pace, K. (2011). Food import refusals: Evidence from the European Union. American Journal of Agricultural Economics, 93(2), 566-572.
3. Beestermoeller, M. (2017) Beestermoeller, M., China Economic Review (2017), https://doi.org/10.1016/j.chieco.2017.11.004
4. Bown, C (2017), "New eBook: Economics and policy in the Age of Trump," VoxEU.org, 5 June.
5. Bown, C and E Zhang (2019), "Will a US-China trade deal remove or just restructure the massive 2018 tariffs?" VoxEU.org, 1 May.
6. Credit Suisse (2017), Santitarn Sathirathai và Michael Wan, US Border Adjustment Tax - How It Could Disrupt Asia.
7. Essaji, A. (2008). Technical regulations and specialization in international trade. Journal of International Economics, 76(2), 166-176.
8. Evenett, S and J Fritz (2018), Brazen Unilateralism: The US-China Tariff War in Perspective, the 23rd Global Trade Alert report.
9. Falvey, R. E. (1989). Trade, quality reputations and commercial policy. International Economic Review, (3), 607-622.
10. Jaud et al., 2013 Jaud, M., Cadot, O., & Suwa-Eisenmann, A. (2013). Do food scares explain supplier concentration? An analysis of EU agri-food imports. European Review of Agricultural Economics, 40(5), 873-890.
11. Shapiro (1983) Shapiro, C. (1983). Premiums for high quality products as returns to reputations. The Quarterly Journal of Economics, 98(4), 659-680.

12. WTO 4 July 2018, Repoert on G20 Trade measures (mid-October 2017 to mid-May 2018);

Tài liệu tiếng Việt

13. Báo cáo Thương vụ Việt Nam tại Bỉ và EU về việc Các lô hàng nông, hải sản của Việt Nam nhập khẩu vào EU bị từ chối hoặc bị giám sát do không đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm (kiêm nhiệm Lúc-xăm-bua, Ủy ban châu Âu).
14. Bộ Công thương (2019), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018.
15. Cục Xúc tiến thương mại, Báo cáo thị trường rau quả EU.
16. Đặng Hoàng Linh, Đỗ Thị Nhân Thiên (2013), Tác động của các rào cản thương mại đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang EU giai đoạn 2007 - 2013, Báo Nông thôn
17. Nguyễn Thị Thu Thủy (2018), Rào cản phi thuế với xuất khẩu thủy sản sang EU trong bối cảnh thực thi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-EU, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số tháng 2/2018.
18. Phạm Văn Kiệm (2018), Tăng cường thuận lợi hóa thương mại của Việt Nam trong cộng đồng kinh tế ASEAN, Nhà xuất bản Công Thương.
19. Tài liệu Hội nghị Cơ hội và thách thức đối với nông nghiệp Việt Nam khi tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA), do Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn tổ chức ngày 26/6/2019, tại Hà Nội.
20. Trần Tuấn Anh (2018), Luận cứ khoa học phát triển thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh thực hiện các Hiệp định thương mại Tự do (FTA) thế hệ mới, Báo cáo tổng hợp Đề tài Khoa học và Công nghệ cấp quốc gia.
21. http://www.trungtamwto.vn
22. http://evfta.moit.gov.vn/
23. http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/thuc-day-xuat-khau-rau-qua-viet-nam-sang-thi-truong-eu-nhin-tu-quy-dinh-sps-309356.html
24. http://aba.org.vn/news/index.php?option=com_content&view=article&id=9517:bat-benh-nong-san-gap-kho-thi-truong-eu&catid=26&Itemid=121
25. https://moit.gov.vn/

TÁC ĐỘNG CỦA MỘT SỐ CHÍNH SÁCH BIÊN MẬU ĐẾN HOẠT ĐỘNG LOGISTICS CỬA KHẨU: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI KHU KINH TẾ CỬA KHẨU CAO BẰNG

IMPACT OF A NUMBER OF CROSS-BORDER POLICIES ON BORDER GATE LOGISTICS ACTIVITIES: CASE STUDY IN CAO BANG BORDER ECONOMIC ZONE

ThS. Phan Đình Quyết

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Kinh tế cửa khẩu được xem là vô cùng quan trọng trong việc phát triển kinh tế, đặc biệt là những tỉnh, khu vực có biên giới. Trong những thập kỷ gần đây, hợp tác kinh tế cửa khẩu đã phát triển ngày càng đa dạng dưới nhiều hình thức khác nhau. Khu kinh tế cửa khẩu là một hình thức đã được đề xuất và trở thành một chủ đề được các nhà hoạch định chính sách và các nhà nghiên cứu ở Việt Nam và các quốc gia láng giềng lưu tâm nghiên cứu và triển khai. Theo thống kê, Việt nam có 21 tỉnh có khu kinh tế cửa khẩu tại biên giới với khoảng 25 cửa khẩu được quy hoạch làm khu kinh tế cửa khẩu, hoặc được áp dụng chính sách khu kinh tế cửa khẩu. Các khu kinh tế này đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế-xã hội của các tỉnh miền núi, biên giới. Để thúc đẩy kinh tế biên giới thì hệ thống Logistics đóng một vai trò vô cùng quan trọng hỗ trợ cho hoạt động xuất nhập khẩu. Tuy nhiên tại khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng, hoạt động logistics vẫn đang còn rất manh mún. Nghiên cứu này sẽ phân tích tác động của chính sách biên mậu giữa hai nước Việt Nam - Trung Quốc để xem xét ảnh hưởng của các chính sách này đến hoạt động logistics.

Từ khóa: *Chính sách biên mậu, logistics cửa khẩu, khu kinh tế cửa khẩu*

Abstract

Border gate economy is considered to be extremely important in economic development, especially in provinces and border areas. In recent decades, border economic cooperation has developed more and more diversified in various forms. Border-gate economic zone is a form that has been proposed and has become a topic of interest and research by policy makers and researchers in Vietnam and neighboring countries. According to statistics, Vietnam has 21 provinces with border-gate economic zones with about 25 border gates planned to be used as border gate economic zones, or policies applied to border-gate economic zones. These economic zones play an important role in the socio-economic development of mountainous and border provinces. To promote border economy, the Logistics system plays an extremely important role in supporting import and export activities. However, in Cao Bang border-gate economic zone, logistics activities are still very fragmented. This study will analyze the impact of cross-border policies between Vietnam and China to consider the impact of these policies on logistics activities

Keywords: *Border-gate policy, border-gate logistics, border-gate economic zones.*

1. Cơ sở lí luận về kinh tế cửa khẩu, logistics cửa khẩu và chính sách biên mậu

1.1. Khái niệm khu kinh tế cửa khẩu

Cho đến nay, nhiều cơ sở lí thuyết liên quan đến kinh tế cửa khẩu được đề cập, đúc kết thế nhưng khái niệm khu kinh tế cửa khẩu vẫn chưa có sự thống nhất cao từ các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước vì tùy thuộc vào điều kiện hình thành và phát triển đặc thù của nước mình.

Thuật ngữ khu kinh tế cửa khẩu (KTCK) được dùng phổ biến tại Việt Nam trong một số năm gần đây, khi quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam với Trung Quốc, Lào và Campuchia đã có bước phát triển mới, đòi hỏi phải có mô hình kinh tế phù hợp nhằm khai thác các tiềm năng, thế mạnh kinh tế của các nước thông qua cửa khẩu biên giới.

Theo Nghị định số 82/2018/NĐ-CP ngày 22 tháng 05 năm 2018 "*Quy định về quản lý khu công nghiệp và khu kinh tế*" của Chính phủ, "*Khu kinh tế cửa khẩu là khu kinh tế hình thành ở khu vực biên giới đất liền và địa bàn lân cận khu vực biên giới đất liền có cửa khẩu quốc tế hoặc cửa khẩu chính và được thành lập theo các điều kiện, trình tự và thủ tục quy định tại Nghị định này"* (Điều 2, Khoản 7 mục b). Nghị định này cũng quy định các điều kiện bổ sung mới KKTCK vào quy hoạch phát triển KKTCK (Điều 16, khoản 2), điều kiện mở rộng khu kinh tế trong quy hoạch phát triển khu kinh tế (Điều 16, khoản 3), cũng như về Hồ sơ, thẩm định thành lập, mở rộng khu kinh tế (từ Điều 17 đến Điều 23).

Về bản chất, KKTCK có những đặc điểm giống với các khu công nghiệp, khu công nghệ cao, khu chế xuất, khu kinh tế - quốc phòng... (Lord và Tangtrongita, 2014; Trần Báu Hà, 2017), cụ thể: *Thứ nhất*, về tư cách pháp nhân, các mô hình kinh tế này đều được thành lập theo quyết định của Chính phủ hoặc Thủ tướng Chính phủ, đều được hưởng một số chế độ ưu đãi của Chính phủ và chính quyền địa phương, đều có một không gian kinh tế xác định. *Thứ hai*, các khu kinh tế này đều nhằm mục đích nâng cao hiệu quả, thúc đẩy phát triển kinh tế vùng, thông qua việc phát huy đặc điểm hoạt động của từng loại hình với vùng hay kinh tế cả nước.

Điểm khác nhau giữa KKTCK với các hình thức khu kinh tế khác ở vị trí và điều kiện hình thành (Lord và Tangtrongita, 2014; Trần Báu Hà, 2017), cụ thể: *Thứ nhất*, để thành lập được KKTCK, điều kiện tiên quyết là phải gắn với vị trí cửa khẩu (hoặc biên giới quốc gia với nhau để hình thành cửa khẩu), là khu vực có hoặc không có dân cư sinh sống, có các doanh nghiệp trong nước, ngoài nước. *Thứ hai*, mục đích thành lập KKTCK nhằm ưu tiên phát triển thương mại, XNK, dịch vụ, du lịch và công nghiệp. Trong đó, quan trọng nhất là hoạt động thương mại, dịch vụ gồm có: hoạt động XNK, tạm nhập, tái xuất, vận chuyển hàng hoá quá cảnh, kho ngoại quan, cửa hàng miễn thuế, hội chợ triển lãm, cửa hàng giới thiệu sản phẩm, các cơ sở sản xuất, gia công hàng xuất khẩu và các chi nhánh đại diện các công ty nước ngoài, trong nước, chợ cửa khẩu. *Thứ ba*, khác với khu chế xuất và khu công nghiệp, nguồn hàng hoá để trao đổi ở KKTCK có thể là tại chỗ, có thể là nơi khác đưa đến. Các chính sách ưu tiên cũng khác nhau phù hợp với từng loại hình và địa phương nơi chúng được thành lập. Đối với KKTCK là các hoạt động về thương mại, dịch vụ đặt lên hàng đầu gắn với cửa khẩu chịu sự tác động mạnh mẽ của khu vực kinh tế, chính sách biên mậu của các nước láng giềng có đường biên giới chung. Do vậy, nguồn hàng hóa

tại chỗ và từ nơi khác (các vùng kinh tế, khu công nghiệp, khu chế xuất) là rất quan trọng để đảm bảo hiệu quả hoạt động của nó. Mặt khác, hoạt động của KKTCK còn liên quan nhiều đến thông lệ quốc tế, vấn đề chủ quyền, an ninh biên giới, các chính sách chung của hai nước thông qua cặp cửa khẩu và hệ thống các đường giao thông.

Tại các KKTCK, do đặc điểm đặc trưng của nó, đặt lên hàng đầu là các hoạt động thương mại, dịch vụ, gắn với các cửa khẩu và chịu tác động mạnh của các khu vực kinh tế, các vùng kinh tế cũng như chính sách biên mậu trong và ngoài nước. Nguồn hàng hóa, dịch vụ... tại chỗ hay từ nơi khác đến đóng vai trò rất quan trọng để đảm bảo hoạt động và vận hành có hiệu quả. Đồng thời, trong quá trình hoạt động của mình, các chính sách quản lí điều hành liên quan rất nhiều đến các thông lệ quy luật chung của quốc tế, vấn đề chủ quyền và an ninh biên giới, các hiệp định thỏa thuận chung giữa các nước có chung đường biên tại các cửa khẩu, các tuyến lực,... Vì vậy, tùy vào điều kiện từng nơi, trình độ tổ chức, quy mô phát triển (cửa khẩu quốc tế, quốc gia, cửa khẩu phụ,...) sẽ hình thành các mô hình kinh tế cửa khẩu khác nhau. Mỗi mô hình ứng với một giai đoạn phát triển riêng biệt theo xu hướng phát triển từ đối ứng sang đối trọng, từ thế bị động sang chủ động sao cho phát huy hết những lợi thế cạnh tranh tĩnh và động của quốc gia trong quá trình hội nhập và phát triển. Về đại thể, có rất nhiều nhân tố và nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quá trình hình thành và phát triển các KKTCK bởi lẽ đây là mô hình kinh tế được hình thành và phát triển từ lâu (dưới các hình thức và quy mô khác nhau nhưng tính chất và đặc điểm vẫn giữ nguyên bản chất vốn có của nó), chịu nhiều yếu tố ảnh hưởng và chi phối dưới nhiều chiều, hướng tác động. Trong đó, nổi lên các nhóm nhân tố chính yếu sau: các yếu tố tự nhiên (vị trí địa lí, khí hậu, địa hình, môi trường...), yếu tố lịch sử, trình độ phát triển kinh tế - xã hội, trình độ dân trí, các vấn đề giáo dục, y tế, phong tục tập quán, chính sách đối ngoại và quan hệ kinh tế - chính trị

1.2. Logistics cửa khẩu

Theo hội đồng chuyên gia quản trị chuỗi cung ứng (CSCMP) thì logistics có thể được định nghĩa là quy trình lên kế hoạch, triển khai và kiểm soát những thủ tục để vận tải và dự trữ hàng hóa, dịch vụ một cách hiệu quả và liên quan đến thông tin từ điểm xuất phát đến điểm tiêu thụ nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Khái niệm logistics là một loại hình dịch vụ cũng đã được sử dụng chính thức trong Luật thương mại 2005, tại Điều 233: "Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao".

Như vậy có thể hiểu đơn giản logistics cửa khẩu là hoạt động cung ứng dịch vụ logistics diễn ra tại khu kinh tế cửa khẩu.

1.3. Chính sách biên mậu

Về cơ bản hiện nay chưa tồn tại một hệ thống chính sách thương mại biên mậu hoàn chỉnh mà chủ yếu dựa trên những quy định hiện hành trong thương mại nói chung. Thương mại biên giới là một bộ phận của thương mại nói chung của một quốc gia và được thực hiện bởi các doanh nghiệp các hộ gia đình và cư dân sinh sống ở khu vực biên giới,

thông qua các hình thức xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ, tạm nhập, tái xuất, quá cảnh hàng hóa.

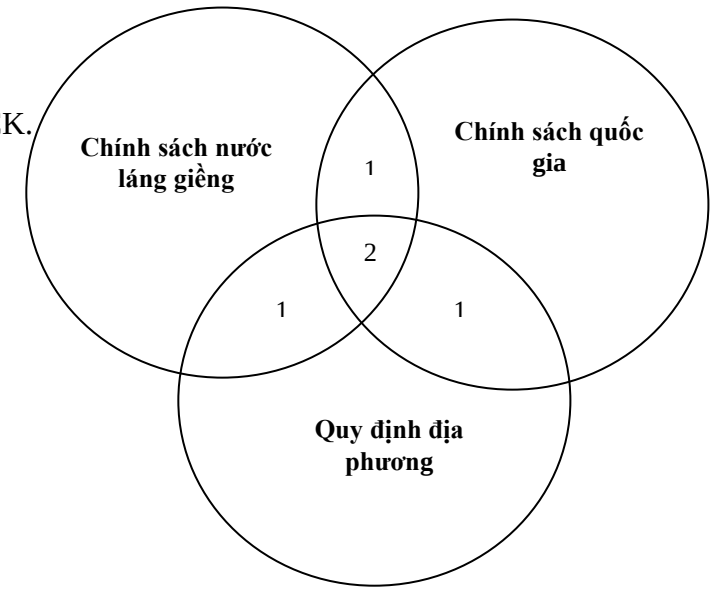
Phát triển thương mại biên giới của một quốc gia là quá trình không ngừng mở rộng quy mô, nâng cấp trình độ và chuyển dịch cơ cấu thương mại biên giới của một nước theo cả chiều rộng và chiều sâu, nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động trao đổi, mua bán sản phẩm, hàng hóa giữa nước này với một nước khác có chung đường biên giới.

Theo Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg và 139/2009/QĐ-TTg về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 254/2006/QĐ-TTg ngày 07 tháng 11 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới, hoạt động thương mại biên mậu hay hoạt động thương mại biên giới bao gồm:

- Hoạt động mua bán, trao đổi hàng hoá của cư dân biên giới
- Buôn bán tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu và chợ trong khu kinh tế cửa khẩu
- Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới

Theo đó chính sách thương mại biên mậu bao gồm (1) *Chính sách thúc đẩy thương mại với các nước láng giềng* (2) *Chính sách khuyến khích đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm trao đổi qua biên giới* (3) *Chính sách đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng* (4) *Chính sách phát triển các dịch vụ hỗ trợ thương mại biên giới*

Vì các KKTCK có vị trí đặc biệt và nhạy cảm nên được cho phép thí điểm một số cơ chế chính sách nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội toàn diện, được phân cấp trong quản lí từng bên cũng như chịu sự tác động của cơ chế, chính sách kinh tế biên mậu mà nước bạn áp dụng. Kết quả là hình thành nên sự giao thoa về cơ chế chính sách giữa Trung ương (TW) và địa phương trong nước cũng như tại nước bạn được thể hiện dưới dạng mô hình sau:



Trong đó:
1: Chính sách hỗ trợ

2: Thể chế kinh tế cửa

KKTCK.

khẩu.

1.4 Tác động của chính sách thương mại biên mậu đến hoạt động logistics cửa khẩu

Theo Vietnam Report thì chính sách thương mại biên mậu trong đó đề cập tới các hiệp định Thương mại mà một quốc gia hay một khu vực đã ký kết với các nước có nhiều

ảnh hưởng đến hoạt động logistics. Các hiệp định thương mại này được kỳ vọng sẽ có những tác động tích cực tới nhu cầu cũng như chi phí logistics, từ đó góp phần cải thiện doanh thu của ngành logistics. Trong một nghiên cứu của Rajib Hasan và Abdul Alim (2010) đã chỉ ra chính sách biên mậu và cụ thể hơn là các chính sách thương mại được chính phủ ký kết sẽ có những ảnh hưởng đến các hoạt động logistics như các thủ tục hải quan, quy trình và phân phối - những hoạt động được xem là chìa khóa quan trọng để tạo lập lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp cung ứng logistics tại khu vực cửa khẩu. Các chính sách của chính phủ nói chung và chính sách thương mại biên mậu nói riêng đều ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics như cho phép các doanh nghiệp logistics giảm chi phí, tăng chất lượng, giảm thời gian giao hàng cũng như chờ đợi và cho phép các doanh nghiệp logistics mạnh dạn đổi mới (Prasad và Sounderpandian, 2003).

Việc xây dựng các chính sách biên mậu phù hợp và xa hơn là sự hình thành các Khu vực thương mại tự do đã có rất nhiều ảnh hưởng đến xuất nhập khẩu của các quốc gia. Trong nghiên cứu của mình, Ramasamy (1994) đã khẳng định nếu như các hiệp định thương mại được ký kết, thuế suất ưu đãi thì lưu lượng hàng hóa lưu thông giữa các quốc gia sẽ tăng mạnh. Điều này cũng được kiểm chứng cụ thể trong nghiên cứu cụ thể của Kose và cộng sự (2004) khi chỉ ra các bằng chứng về sự gia tăng dòng chảy thương mại ở giai đoạn đầu thực hiện Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ. Hapsari và Mangunong (2006) đã tìm thấy xuất khẩu song phương tăng của năm quốc gia thành viên ASEAN đầu tiên sau khi giảm thuế. Bằng cách áp dụng mô hình trọng lực, Magee (2008) đã nghiên cứu dữ liệu của dòng chảy thương mại song phương giữa 133 quốc gia từ 1980 đến 1998 và thấy rằng hội nhập kinh tế làm tăng dòng chảy thương mại, mặc dù có hiệu ứng chuyển hướng thương mại do thương mại nội bộ thay thế FTA thêm thương mại, hiệu ứng tạo thương mại tổng thể mạnh hơn chuyển hướng thương mại. Nghiên cứu được thực hiện bởi Lee et al. (2011) về tác động của sự hình thành FTA giữa Đài Loan và Trung Quốc đã khẳng định hiệu ứng tạo ra thương mại do sự gia tăng khối lượng hàng hóa bằng đường biển. Bằng cách áp dụng mô hình Dự án Phân tích Thương mại Toàn cầu, Lee và cộng sự (2013) đã nghiên cứu tác động của sự phát triển trong các FTA của Hàn Quốc đối với các luồng hàng hóa quốc tế và nhận thấy sự gia tăng đáng kể về khối lượng thương mại bằng đường biển. Sử dụng dữ liệu được thu thập từ AFTA, Okabe và Urata (2014) cũng xác nhận hiệu ứng tạo thương mại do khối lượng nhập khẩu và xuất khẩu ngày càng tăng sau khi loại bỏ thuế quan. Mối quan hệ giữa AFTA và hiệu quả tạo thương mại ngay lập tức cũng được xác minh với dữ liệu thương mại sản xuất của tám quốc gia thành viên ASEAN (Bary, 2015). Như vậy có thể nói các nghiên cứu đều chỉ ra khi chính sách biên mậu có những ưu đãi nhất định thì sẽ thúc đẩy hàng hóa lưu thông và đó chính là cơ hội cho Logistics phát triển.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này tác giả sử dụng chủ yếu phương pháp nghiên cứu định tính. Nghiên cứu định tính cho phép tác giả hệ thống hóa được cơ sở lý luận cũng như bản chất của chính sách biên mậu, hoạt động logistics cửa khẩu và ảnh hưởng của chính sách thương mại biên mậu đến hoạt động logistics cửa khẩu. Cùng với đó việc sử dụng nguồn dữ liệu

thứ cấp cũng cho phép tác giả hệ thống hóa được những thay đổi trong chính sách biên mậu của chính phủ đối với vùng kinh tế phía bắc nói chung, Cao Bằng nói riêng và các chính sách thương mại biên mậu của tỉnh Cao Bằng. Đồng thời chỉ ra được những thay đổi về kim ngạch xuất nhập khẩu khi các chính sách biên mậu có sự thay đổi. Cũng trong nghiên cứu này tác giả có kết hợp phỏng vấn một vài doanh nghiệp logistics đang kinh doanh tại Cao bằng để làm rõ hơn ảnh hưởng của các chính sách biên mậu đến các doanh nghiệp logistics này.

3. Thực trạng ảnh hưởng của chính sách biên mậu đến hoạt động Logistics tại khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng.

3.1. Một số đặc điểm về khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng

Cao Bằng là tỉnh miền núi biên giới ở vùng Đông Bắc. Diện tích tự nhiên toàn tỉnh là 6.707,86 km^2. Với 333 km tiếp giáp tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc) ở phía Bắc và Đông Bắc, Cao Bằng là tỉnh có đường biên giới với Trung Quốc dài nhất của Việt Nam. Phía Nam giáp tỉnh Lạng Sơn và Bắc Kạn, phía Tây giáp tỉnh Hà Giang. Với vị trí nằm ở cửa ngõ giao lưu hàng hóa từ Quảng Tây và các tỉnh Tây, Tây Nam Trung Quốc (Trùng Khánh, Tứ Xuyên, Vân Nam, Quý Châu) ra biển và đến các nước ASEAN, việc mở các tuyến đường qua Cao Bằng sẽ rút ngắn đáng kể chi phí vận chuyển hàng hóa XNK cho doanh nghiệp hai nước. Hiện nay, ngoài cửa khẩu quốc tế Tà Lùng (thị trấn Tà Lùng) còn có cửa khẩu quốc gia Trà Lĩnh. UBND tỉnh Cao Bằng vừa công bố danh sách tạm thời 12 cửa khẩu phụ, lối mở trên biên giới đất liền với Trung Quốc, thực hiện hoạt động XNK. Trong đó có 3 cửa khẩu phụ gồm Hạ Lang, Lý Vạn (huyện Hạ Lang); Pò Peo (huyện Trung Khánh). Cùng 09 lối mở gồm: Nà Lạn (huyện Thạch An); Cốc Sâu, Pò Tập (huyện Phục Hòa); Nà Đoỏng (huyện Trà Lĩnh); Trúc Long (huyện Hà Quảng); Bảng Khoòng, Pác Ty, Kỷ Sộc (Hạ Lang); Nà Quân (huyện Thông Nông).

Theo Quyết định số 20 của Thủ tướng Chính phủ về thành lập Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng với tổng diện tích hơn 30.000 ha thuộc địa bàn từ xã Đức Long, huyện Thạch An đến xã Cần Nông, huyện Thông Nông và các huyện nằm trong Khu kinh tế cửa khẩu gồm: Phục Hòa, Hạ Lang, Trùng Khánh, Trà Lĩnh, Hà Quảng. Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng sẽ là khu phi thuế quan và các khu chức năng như: Khu cửa khẩu quốc tế, các khu công nghiệp, trung tâm tài chính, khu đô thị, khu trung tâm hành chính, khu dân cư và các khu chức năng khác. Qua đó, mỗi năm, Khu kinh tế cửa khẩu giải quyết 1.000 việc làm mới, XNK tăng khoảng 17 - 20%/năm trong giai đoạn 2016 - 2020. Trên cơ sở Thủ tướng đồng ý cho tỉnh Cao Bằng được lập đồ án quy hoạch chung xây dựng Khu kinh tế cửa khẩu bằng nguồn vốn ngân sách địa phương, giao cho Bộ Xây dựng tổ chức thẩm định và trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Đây là quyết định bản lề tạo cơ sở cho việc đưa Dự án kết nối giao thông từ các tỉnh Tây Nam Trung Quốc qua cửa khẩu Trà Lĩnh ra cảng Hải Phòng thành hiện thực.

Thực hiện quyết định này, UBND tỉnh Cao Bằng đã điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thị trấn Hùng Quốc (huyện Trà Lĩnh) với tổng diện tích 800ha để xây dựng Khu hợp tác kinh tế qua biên giới Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc). Hiện tỉnh đang tổ chức lập nhiệm vụ quy hoạch chi tiết Khu trung chuyển phục vụ xuất nhập khẩu

hàng hóa nông, lâm, thủy sản tại thị trấn Hùng Quốc với diện tích 100ha và đã có nhà đầu tư đăng ký xây dựng cảng cạn, diện tích 20ha. Đây được đánh giá là nền tảng tốt cho Cao Bằng phát triển thương mại biên giới.

Bảng 1: Các cửa khẩu chính, phụ và lối mở trên địa bàn tỉnh Cao Bằng

STT	*Tên*	*Loại*	*Địa điểm*
1	Trà Lĩnh	Cửa khẩu chính / Quốc tế	Bản Hía ở thị trấn Hùng Quốc, huyện Trà Lĩnh
2	Tà Lùng	Cửa khẩu chính	Bản Pò Tập thị trấn Tà Lùng huyện Phục Hòa
3	Lý Vạn	Cửa khẩu chính (Quyết định số 1421/QĐ-TTg năm 2012)	Bản Lý Vạn xã Lý Quốc, huyện Hạ Lang
4	Sóc Giang	Cửa khẩu chính (Quyết định số 1413/QĐ-TTg năm 2012)	Bản Sóc Giang xã Sóc Hà, huyện Hà Quảng
5	Pò Peo	Cửa khẩu phụ	Bản Nà Han xã Ngọc Côn, huyện Trùng Khánh
6	Hạ Lang	Cửa khẩu phụ	Xã Thị Hoa, huyện Hạ Lang
7	Nà Lạn	Lối mở	Huyện Thạch An
8	Cốc Sâu	Lối mở	Huyện Phục Hòa
9	Pò Tập	Lối mở	Huyện Phục Hòa
10	Nà Đoỏng	Lối mở	Huyện Trà Lĩnh; cách Cửa khẩu Trà Lĩnh khoảng 1 km
11	Trúc Long	Lối mở	Huyện Hà Quảng
12	Bảng Khoòng	Lối mở/ Điểm thông quan	Huyện Hạ Lang
13	Pác Ty	Lối mở/ Điểm thông quan	Huyện Hạ Lang
14	Kỷ Sộc	Lối mở/ Điểm thông quan	Huyện Hạ Lang
15	Nà Quân	Lối mở/ Điểm thông quan	Huyện Thông Nông

3.2. Chính sách biên mậu và ảnh hưởng của một số chính sách biên mậu đến hoạt động Logistics cửa khẩu khu Kinh tế cửa khẩu Cao Bằng

3.2.1. Chính sách thúc đẩy thương mại với Trung Quốc

Để thúc đẩy thương mại thì Chính phủ Việt Nam đã có nhiều biện pháp với nhiều hành động cụ thể để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế qua biên giới. Theo Quyết định 52/2008/QĐ-TTg về việc phê duyệt đề án "Quy hoạch các khu kinh tế cửa khẩu của Việt Nam đến năm 2020" và Quyết định số 1531/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án "Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các KKTCK Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030" của Thủ tướng Chính phủ, cả nước sẽ có 26 khu KTCK trên 25 tỉnh thành biên giới (6 tỉnh biên giới Việt Nam - Trung Quốc, 8 tỉnh biên giới Việt Nam - Lào, 9 tỉnh biên giới Việt Nam - Campuchia, 1 tỉnh biên giới 3 nước Việt Nam - Lào - Campuchia, 1 tỉnh biên giới 3 nước Việt Nam - Lào - Trung Quốc). Tháng 02/2012, Quốc hội ban hành Nghị quyết số 470/NQ-UBTVQH13 nhấn mạnh việc hình thành và xây dựng các KKTCK là chủ trương đúng đắn của Đảng và Nhà nước nhằm khai thác tiềm năng, thế mạnh của một số địa phương, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội ở các vùng kinh tế, kết hợp phát triển

kinh tế với giữ vững quốc phòng, an ninh, tăng cường quan hệ đối ngoại. Ngày 30/8/2013, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1531/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án "Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030", đồng thời thay thế Quyết định số 52/2008/QĐ-TTg ngày 25/4/2008. Theo đó, việc điều chỉnh quy hoạch phát triển các KKTCK Việt Nam nhằm lấy hiệu quả và lợi ích chung của quốc gia làm yêu cầu cao nhất và là tiêu chí quan trọng để rà soát quy hoạch, phát triển các KKTCK, tính toán đầy đủ ảnh hưởng của kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế. Quyết định số 1531/QĐ-TTg đặt ra mục tiêu xây dựng các KKTCK tại các khu vực biên giới theo hướng hiện đại, đồng bộ, trở thành các vùng kinh tế động lực của từng tỉnh biên giới giáp Trung Quốc, Lào và Campuchia...

Ngày 23/1/2014 Chính phủ đã phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp, thương mại tuyến biên giới Việt Nam - Trung Quốc đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Bộ Công thương, đây được coi là một quy hoạch kinh tế biên giới Việt - Trung đến 2020 tầm nhìn 2030, trong đó đã nhấn mạnh rằng, "(i) Phát triển công nghiệp, thương mại tuyến biên giới Việt - Trung với cơ cấu hợp lý, tốc độ phát triển nhanh, bền vững, hiệu quả trên cơ sở phát huy những lợi thế về vị trí địa lý, tài nguyên và hệ thống cửa khẩu; (ii) Liên kết và tăng cường hợp tác trong mọi lĩnh vực nhằm thúc đẩy công nghiệp, thương mại phát triển toàn tuyến biên giới Việt - Trung; (iii) Phát triển công nghiệp, thương mại nhằm góp phần tích cực chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương trên tuyến. Đồng thời góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết công ăn việc làm và các vấn đề xã hội;(iv) Kết hợp chặt chẽ giữa phát triển công nghiệp, thương mại với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc, khai thác và sử dụng hiệu quả tài nguyên, đảm bảo quốc phòng, an ninh, khu vực phòng thủ và bảo vệ môi trường."

Nhằm phát huy những thành quả đã đạt được, thúc đẩy quan hệ kinh tế thương mại đi vào chiều sâu, tiếp sau những sáng kiến hợp tác kinh tế như hai hành lang, một vành đai kinh tế Việt - Trung, hợp tác kinh tế Vịnh Bắc Bộ mở rộng... lãnh đạo cấp cao hai nước đã đưa ra ý tưởng xây dựng khu hợp tác kinh tế qua biên giới Việt Nam - Trung Quốc. Ý tưởng này lần đầu tiên được nêu lên tại phiên họp lần thứ 6 Ủy ban hợp tác kinh tế - thương mại Việt Nam - Trung Quốc năm 2008. Từ đó đến nay, dưới sự cố gắng thúc đẩy của cả hai bên, ý tưởng xây dựng khu hợp tác kinh tế qua biên giới giữa hai nước đã từng bước được triển khai. Hai bên đã xác định triển khai xây dựng các khu hợp tác kinh tế qua biên giới sau: Đồng Đăng - Bằng Tường, Móng Cái - Đông Hưng, Lào Cai - Hà Khẩu; khu kinh tế Trà Lĩnh - Long Bang sẽ xây dựng khi có đủ điều kiện. Khu kinh tế cửa khẩu được kỳ vọng sẽ tăng cường trao đổi thương mại, thu hút đầu tư, giao lưu văn hóa...; nâng cao khả năng cạnh tranh trên cơ sở nâng cao chất lượng hàng hóa và trình độ nhân lực; cải thiện kết cấu hạ tầng khu vực biên giới; đảm bảo quốc phòng an ninh chính trị và củng cố tình hữu nghị hai nước. Ở cấp chính phủ hai bên, hai nước đã triển khai nhiều hoạt động nhằm thúc đẩy xây dựng khu hợp tác kinh tế qua biên giới. Cuối năm 2013, đại diện Bộ Công thương Việt Nam và đại diện Bộ Thương mại Trung Quốc đã ký Bản ghi nhớ về xây dựng khu hợp tác qua biên giới, trong đó nhấn mạnh, hai bên cùng nghiên cứu các vấn đề cơ bản liên quan đến xây dựng các Khu hợp tác kinh tế qua biên giới và cùng xác định Đề án tổng thể chung xây dựng các Khu hợp tác kinh tế qua biên giới. Khi có đủ điều kiện, hai

bên sẽ trình Chính phủ mỗi nước Đề án tổng thể chung để phê chuẩn và triển khai. Bản ghi nhớ cũng đã nêu ra khung và định hướng lớn của đề án tổng thể, bao gồm các nội dung: (1) Mô hình hợp tác, nội dung và lĩnh vực hợp tác; (2) Cơ cấu quản lý và chế độ quản lý; (3) Vị trí, ranh giới và diện tích cụ thể; (4) Quy hoạch vị trí, ngành nghề và định hướng các khu chức năng; (5) Giám sát các hoạt động: xuất nhập cảnh, hải quan, ngoại hối, kiểm nghiệm kiểm dịch; (6) Đảm bảo trật tự an ninh và tuân thủ pháp luật; (7) Các chính sách ưu đãi, khuyến khích đầu tư và kinh doanh. Việc ký Bản ghi nhớ giữa hai Bộ Công thương (Việt Nam) và Bộ Thương mại (Trung Quốc) đã nêu lên định hướng lớn cho việc xây dựng đề án chung, là bước tiến quan trọng cho hai bên tiến hành nghiên cứu tính khả thi của khu hợp tác kinh tế qua biên giới Việt - Trung. Trên cơ sở đó, từ năm 2014, Bộ Công thương Việt Nam và Bộ Thương mại Trung Quốc đang xây dựng và hoàn thiện đề án nội bộ của mỗi bên về xây dựng khu hợp tác qua biên giới Việt - Trung để trình Chính phủ mỗi nước. Bên cạnh đó, hai bên còn phối hợp triển khai hoạt động nghiên cứu nhằm đẩy nhanh sự hình thành của khu hợp tác qua biên giới Việt - Trung. Đặc biệt ngày 12-9-2016, Việt Nam và Trung Quốc đã ký Hiệp định Thương mại biên giới Việt Nam - Trung Quốc. Hiệp định đã tạo đòn bẩy phát triển nhanh kinh tế biên mậu tuyến biên giới Việt Nam - Trung Quốc. Điều đó thể hiện trước hết ở sự gia tăng lưu lượng người, phương tiện, hàng hóa qua lại biên giới và các hoạt động xúc tiến thương mại cũng như giá trị kim ngạch XNK. Chỉ tính riêng tại cặp cửa khẩu quốc tế Tà Lùng (huyện Phục Hòa, Cao Bằng) - Thủy Khẩu (Trung Quốc), lượng hàng hóa XNK tăng mạnh trong thời từ 2017 đến nay (bảng 3).

Bên cạnh đó theo quy định tại Nghị định số 82/2018/NĐ-CP, tổ chức quản lý nhà nước đối với khu kinh tế (KKT), bảo gồm cả KKTCK, được thực hiện theo sự phân cấp, ủy quyền tương tự như đối với mô hình Khu Công nghiệp (KCN), Khu chế xuất (KCX). Vì vậy các khu kinh tế cửa khẩu hoạt động dưới sự quản lý của Ban quản lý khu kinh tế cửa khẩu trực thuộc Tỉnh quản lý. Ban Quản lý KKTCK có quy chế hoạt động do Ủy ban nhân dân Tỉnh quyết định. Điều này cho phép các tỉnh chủ động hơn trong việc phát triển kinh doanh cửa khẩu.

Bám sát chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước, trên địa bàn tỉnh Cao Bằng thời gian qua đã có các quy hoạch sau được phê duyệt: Quyết định số 3197/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng ngày 25/12/2009 về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành thương mại tỉnh Cao Bằng đến năm 2020. Theo đó Quy hoạch phát triển ngành thương mại tỉnh Cao Bằng đến năm 2020 được nêu cụ thể về quan điểm, mục tiêu, định hướng phát triển, quy hoạch và các chính sách giải pháp phát triển. Từ đó tạo mối liên kết chặt chẽ với các thị trường giữa Cao Bằng với các tỉnh xung quanh và thị trường Quảng Tây, thị trường quốc tế. Một trong bốn mục tiêu phát triển chính trong Quyết định số 3197/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng ngày 25/12/2009 về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành thương mại tỉnh Cao Bằng đến năm 2020 là Phát triển ngành thương mại Cao Bằng trên cơ sở chú ý đến phát triển hoạt động XNK và kinh tế cửa khẩu có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh đúng hướng.

Quyết định đã chỉ ra các mục tiêu phát triển ngành thương mại, trong đó có mục tiêu phát triển các dịch vụ hỗ trợ buôn bán quốc tế, thúc đẩy các hoạt động xuất, nhập khẩu và trung chuyển hàng hoá qua các cửa khẩu của tỉnh. Quyết định cũng đặt ra mục tiêu đối

với tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu trên địa bàn tỉnh vào các năm 2010, 2015, 2020. Theo đó mục tiêu tổng kim ngạch XNK tại tỉnh Cao Bằng năm 2020 lần lượt là 68,7 triệu USD và 197,3 triệu USD.

Quyết định cũng đã vạch ra định hướng phát triển về xuất, nhập khẩu với sự tham gia của mọi thành phần kinh tế, đa dạng là hoạt động ngoại thương, khai thác tối đa lợi thế phát triển KKTCK, trọng điểm là KKTCK Tà Lùng. Bên cạnh đó, Cao Bằng tiếp tục đẩy mạnh phát triển các chuỗi cung ứng cho xuất khẩu tại chỗ, kiểm soát nhập khẩu và thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm có lợi thế của tỉnh, đầu tư tập trung phát triển các loại hình hỗ trợ thương mại quốc tế.

Với những nỗ lực thay đổi tích cực các chính sách biên mậu thì thương mại hai nước đã có những bước phát triển mới. Theo thống kê của báo Hải quan, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Trung Quốc tăng đều qua các năm.

Bảng 2. Tổng kim ngạch XNK Việt Nam - Trung Quốc

Đơn vị: 1.000.000.000USD

Cả nước	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Xuất khẩu	15,03	17,14	21,97	35,46	41,27	41,41
Nhập khẩu	43,71	49,53	50,2	58,23	65,43	75,45
Tổng kim ngạch XNK	58,74	66,67	71,9	93,69	106,7	116,86
Tốc độ tăng trưởng		13,5%	7,8%	30,3%	16,6%	15,3%

Nguồn: Thu thập Báo hải quan

Trong đó kim ngạch xuất khẩu qua cửa khẩu Tỉnh Cao Bằng cũng đạt những bước tăng trưởng.

Bảng 3. Hàng hóa XNK qua cửa khẩu Tỉnh Cao Bằng

Đơn vị tính: 1000 USD

Nội dung	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Xuất khẩu	155.426	141.110	149.963	200.361	215.63	553.8	672.4
Nhập khẩu	348.018	277.841	105.507	67.180	137.85	139.9	115.5
Tổng kim ngạch XNK	503.444	418.951	255.470	267.541	353.48	693.7	787.9

Nguồn: Ban quản lý KKTCK Cao Bằng

Việc hàng hóa xuất nhập khẩu qua cửa khẩu Tỉnh Cao Bằng tăng đều đặc biệt kể từ 2016 khi mà hiệp định Thương mại Việt Nam Trung Quốc được ký kết. Điều này dẫn tới các hoạt động logistics trở nên sầm uất hơn, nhu cầu về logistics cao; trong đó đề cập tới nhu cầu về dịch vụ vận tải, lưu kho, bến bãi. Theo nghiên cứu của Nguyễn Hoàng Việt và cộng sự (2018), đã chỉ ra rằng việc hoạt động xuất nhập khẩu sầm uất hơn sẽ là điều kiện cần thiết cho logistics phát triển. Cụ thể theo niên giám thống kê Cao Bằng (2018) số lượng doanh nghiệp kinh doanh kho bãi và các dịch vụ khác ngoài vận tải tăng lên; cụ thể năm 2015 chỉ có 9 doanh nghiệp kinh doanh kho bãi thì đến năm 2018 con số này đã là 14 doanh nghiệp. Cũng trong nghiên cứu của mình, Nguyễn Hoàng Việt và cộng sự (2018) cũng đã thực hiện

điều tra phỏng vấn các doanh nghiệp logistics trên địa bàn Tỉnh; khi được phỏng vấn, một số doanh nghiệp Logisitics trên địa bàn tỉnh Cao Bằng cho rằng vấn đề lớn nhất không phải họ thiếu vốn, họ sẵn sàng đầu tư hạ tầng Logistics hiện đại; Tuy nhiên rủi ro là Trung Quốc luôn thay đổi chính sách thường xuyên "bất thình lình" trong giao thương biên mậu với Việt Nam. Do vậy luôn đặt Việt Nam ở thế bị động và không thể đối phó kịp thời. Như nông sản xuất khẩu khi đến cửa khẩu biên giới đã bị phía Trung Quốc buộc phải chuyển sang một cửa khẩu khác mới được thông quan, dẫn tới tình trạng dồn xe về cửa khẩu này, trong khi đó một số cửa khẩu hiện đại đáp ứng đầy đủ điều kiện thì lại luôn trong tình trạng trống xe. Hậu quả, sản phẩm bị hư hỏng do giao thông ùn tắc quá lâu. Bên cạnh chính sách giao thương thì Trung Quốc cũng thay đổi đột ngột các quy định kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm, khiến doanh nghiệp Việt Nam rơi vào thế bị động khiến nhiều doanh nghiệp Logistics cũng không kịp xoay sở khi đối diện với các tình huống này.

Như vậy có thể nói chính sách thương mại biên mậu có ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động xuất nhập khẩu và từ đó có những tác động rất rõ ràng tới các hoạt động logistics khu vực kinh tế cửa khẩu Cao Bằng. Kể từ hiệp định thương mại Việt Nam - Trung Quốc năm 2016, hi vọng sẽ tiếp tục có các văn bản kí kết hợp tác giữa hai quốc gia và một số hiệp định được ký kết giữa các tỉnh tiếp giáp Cao Bằng với Cao Bằng để tạo niềm tin cho doanh nghiệp Logistics tại Cao Bằng phát triển.

3.2.2 Chính sách khuyến khích đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm trao đổi qua biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc qua cửa khẩu Cao Bằng

Hiện nay các mặt hàng chủ yếu thông quan qua cửa khẩu Cao Bằng nhìn chung còn nghèo nàn, chưa thực sự đa dạng và phong phú. Để có thể thúc đẩy đa dạng hàng hóa, theo quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng đến năm 2020, định hướng đến năm 2025 tại Quyết định số 512/QĐ-TTg ngày 11 tháng 4 năm 2014, một số quan điểm, định hướng lớn phát triển tỉnh trong giai đoạn 2016 -2020. Trong đó nhấn mạnh phát triển công nghiệp khai thác, chế biến khoáng sản và dịch vụ là hai trụ cột trong phát triển kinh tế nhằm tạo dựng vững chắc cơ cấu nền kinh tế theo hướng dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp ở giai đoạn sau năm 2020. Quyết định này cũng hướng tới thu hút các nguồn hàng sẽ xuất khẩu qua khu cửa khẩu Cao Bằng. Hiện nay thông quan qua cửa khẩu Cao Bằng chủ yếu là một số mặt hàng như:

Hàng xuất khẩu:

+ Hàng nông sản: hàng hoa quả khô, tươi; hạt điều; gạo; sắn lát, óc chó, quả hạnh nhân, hồ đào, hồ trăn, hạt Macca, hàng nông sản các cây dược liệu,...

+ Hàng thực phẩm: hải sản, thực phẩm tươi sống, da bò, chân gà đông lạnh

+ Hàng tái xuất: thực phẩm đông lạnh tạm nhập tái xuất,

+ Các hàng khác: lốp ô tô mới, máy phô tô, máy in, chì thỏi và quặng sắt

Trong đó, gồm hàng xuất của địa phương (hồi, quýt, rau, chiếu trúc, mía cây, Ferosilic Mangan, chợ thực phẩm tươi sống) và hàng nông sản xuất đi từ các Tây Nam Bộ, các Tỉnh phía Nam của Việt Nam. Ngoài ra còn các loại hàng transit qua Việt Nam từ Cảng Hải Phòng của các nước khu vực ASEAN và các quốc gia khác đến Trung Quốc.

Hàng nhập khẩu:

+ Hàng nhập khẩu gồm: Hàng nông sản, vải các loại, máy móc, thiết bị, than cốc, các loại phân bón phục vụ sản xuất nông nghiệp, hàng tạp hóa, gỗ tròn, gỗ xoan, Gỗ tông dù (xoan hôi) cắt khúc, gỗ mít, gạch chịu lửa, quặng Fero Silic. Trong đó hàng địa phương: than cốc, đạm urê, vải các loại.

Về phía Trung Quốc, Trung Quốc cũng đã có nhiều chính sách khuyến khích thương mại giữa Cao Bằng với Trung Quốc. Xuất phát từ sự khác biệt trong quan điểm, đường lối chỉ đạo và những đặc điểm kinh tế xã hội giữa Việt Nam và Trung Quốc, những chính sách thương mại biên giới của Trung Quốc đối với Việt Nam có nhiều khác biệt tạo ra những khó khăn, vướng mắc trong thực tiễn phát triển kinh tế thương mại giữa hai quốc gia. Trung Quốc đã xây dựng hệ thống các chính sách, quy định chặt chẽ đối với phát triển kinh tế, thương mại biên giới giữa hai nước. Bên cạnh đó, Trung Quốc cũng ban hành các chính sách ưu tiên dành cho các địa phương biên giới với mục tiêu thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội của cả hai nước.

Đối với hoạt động nhập khẩu hàng hoá qua đường tiểu ngạch khu vực biên giới của Việt Nam, các cơ quan chức năng của Trung Quốc thường xuyên kiểm tra hoặc đưa ra các yêu cầu như điều tiết hàng qua các lối mở, điểm thông quan qua các mốc mới, chuyển tải hàng hoá theo hình thức chợ biên giới gây khó khăn, gián đoạn cho hoạt động xuất khẩu tại Việt Nam. Do vậy những chính sách phát triển đối với KKTCK giữa hai quốc gia cần tiếp tục được thúc đẩy hoàn thiện.

Một trong những chính sách quan trọng từ phía Trung Quốc mà cũng khuyến khích đa dạng mặt hàng xuất khẩu qua cửa khẩu Cao Bằng là một số tỉnh tiếp giáp Cao Bằng được áp dụng chính sách thuế địa phương. Theo nội dung Thông tư số 90/2008, Chính phủ Trung Quốc nâng định mức miễn thuế nhập khẩu đối với trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới tại chợ biên giới lên 8.000 NDT/người/ngày và áp dụng biện pháp "chi chuyển vốn chuyên ngành" thay thế chính sách giảm 50% thuế pháp định đối với thuế thu nhập khẩu qua phương thức biên mậu, từ ngày 1/11/2008. Trung Quốc cũng quy định rõ những ưu đãi về thuế đối với các dự án thương mại, cấp huyện được phép phê duyệt các mức đầu tư tương đương 2 triệu USD. Với các dự án đầu tư vào ngoại thương, hai năm đầu được miễn thuế, từ năm thứ 3, 4 và 5 giảm 50%. Đối với doanh nghiệp được phép hoạt động biên mậu Việt Trung, mức thuế nhập khẩu phải nộp chỉ bằng 50% mức thuế thông thường và 50% thuế Giá trị gia tăng ở khâu hải quan. Do đó, mức chênh lệch khá cao so với mức thuế nhập khẩu trung bình của Trung Quốc là 12% và giá trị gia tăng là 17%. Với việc được hưởng thuế ưu đãi khi xuất khẩu vào một số thành phố tại Trung Quốc như thế này, Cao Bằng hi vọng sẽ có nhiều doanh nghiệp với sự đa dạng về sản phẩm sẽ xuất khẩu qua khu cửa khẩu này.

Cùng với đó, đối với việc phát triển thương mại biên giới với Việt Nam, Trung Quốc đã xây dựng hệ thống các chính sách ưu tiên dành cho các địa phương biên giới. Trên cơ sở các chính sách ưu tiên đó, các địa phương được quyền phê chuẩn các dự án hợp tác, gia công, biên mẫu trong phạm vi lãnh thổ của mình. Trung Quốc cũng tạo điều kiện cho các địa phương vùng biên giới có thể lập các khu hợp tác mậu dịch biên giới và hưởng các chính sách ưu đãi về thuế.

Với những chính sách khuyến khích đa dạng cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ hai phía Việt Nam và Trung Quốc thì khối lượng hàng hóa lưu chuyển qua các cửa khẩu với Trung

Quốc tăng rõ rệt kể từ năm 2012 đặc biệt từ 2015 đến nay. Cao Bằng cũng nằm trong xu thế đó nhưng so sánh với những tuyến cửa khẩu như Lạng Sơn, Lào Cai thì vẫn còn khiêm tốn.

Bảng 4. Khối lượng hàng hóa lưu chuyển qua các tỉnh Tây Bắc có cửa khẩu với Trung Quốc

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Giá trị (triệu tấn)						
Cao Bằng	75,46	70,97	76,70	79,47	83,40	93.05
Điện Biên	83,67	92,23	99,42	105,76	116,46	127.36
Hà Giang	59,317	59,67	64,66	70,36	75,21	81.50
Lai Châu	26,95	28,56	32,81	35,50	38,70	42.30
Lạng Sơn	190,61	208,86	231,83	281,67	278,61	303.60
Lào Cai	136,41	203,62	268,53	346,31	377,28	389.25
Tổng	***572,42***	***663,91***	***773,95***	***919,07***	***969,65***	***1.037,05***

Nguồn: Niên giám thống kê

Có thể nói với những chính sách hỗ trợ từ hai phía thì lưu lượng cũng như sự đa dạng về hàng hóa xuất nhập khẩu qua cửa khẩu Cao Bằng được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh. Từ đó tạo động lực cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics tại Cao Bằng sẽ có những sự đầu tư bài bản, quy hoạch hơn. Bên cạnh các chính sách hỗ trợ từ phía chính phủ Trung Quốc thì một thực tế cũng đáng lo là Trung Quốc ngày càng đưa ra nhiều các chính sách, và những quy định kiểm dịch phức tạp nhằm quản lý chặt chẽ hàng hoá XNK trong khu bực biên mậu bao gồm:

Thứ nhất, các mặt hàng liên quan đến quốc kế dân sinh, như tài nguyên và một số hàng hóa thường xuyên được XNK qua cửa khẩu, qua KKTCK như than đá, lương thực, nông sản.

Thứ hai, các mặt hàng có dung lượng thị trường hạn chế, có lượng cung ứng hạn chế và cạnh tranh quyết liệt, giá cả tương đối thấp.

Thứ ba, các mặt hàng được XNK trong hoạt động thương mại quốc tế không thuộc trong các loại trên, gồm: Một số mặt hàng máy móc, điện khí, công cụ, may mặc, điện gia dụng.

Chính những điều này đã khiến cho hàng hóa qua cửa khẩu Cao Bằng vẫn còn thiếu sự đa dạng. Bên cạnh đó chính sự linh hoạt trong điều tiết các lối mở từ phía Trung Quốc cũng đã gây rất nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp Logistics, khi mà đầu tư quy mô một hệ thống Logistics bao gồm hệ thống kho bãi hiện đại tại các cửa khẩu chính nhưng Trung Quốc lại đột ngột điều chỉnh lối mở khiến cho hệ thống logistics vừa xây dựng xong lại ít có cơ hội khai thác gây tổn thất lớn về mặt chi phí. Một số doanh nghiệp logistics tại Tà Lùng, Sóc Giang cho biết đàu tư rất lớn cho hệ thống nhà kho, bến bãi hiện đại nhưng Trung Quốc lại điều chỉnh lối mở khiến các hệ thống này chỉ sử dụng chưa đến 30% công suất.

3.2.3 Chính sách đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng

Xác định kinh tế cửa khẩu là trọng tâm trong phát triển kinh tế của Tỉnh, những năm qua Cao Bằng đã dành nhiều nguồn lực đầu tư, xây dựng hạ tầng Khu kinh tế tỉnh.

Hiểu được điều đó, Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng đã ban hành nhiều quyết định quan trọng. Trong đó quyết định số 3197/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng đã định hướng phát triển các hệ thống phân phối hàng hoá hiện đại và truyền thống. Trong đó có phát triển các loại hình dịch vụ logistics, dịch vụ xúc tiến thương mại phục vụ XNK và bán buôn. Theo kế hoạch phát triển dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Cao Bằng đến năm 2025 (ban hành kèm theo Quyết định số 1018/QĐ-UBND ngày 31/7/2018 của UBND tỉnh Cao Bằng) tập trung thu hút đầu tư vào phát triển hạ tầng logistics, đặc biệt trong KKTCK tỉnh nhằm phát huy thế mạnh về vị trí địa lý và hệ thống cửa khẩu biên giới trên đất liền với Trung Quốc.

Quyết định số 1864/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng ngày 30/11/2012 về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại biên giới tỉnh Cao Bằng đến 2015 và định hướng đến năm 2020. Quy hoạch phát triển thương mại biên giới là cơ sở để định hướng đầu tư phát triển mạng lưới hạ tầng thương mại khu vực biên giới, tiếp tục xây dựng các cơ chế, chính sách về thương mại biên giới, trong đó tập trung phát triển KKTCK.

Quyết định phê duyệt quy hoạch về phát triển chợ biên giới, trung tâm thương mại, siêu thị, quy hoạch phát triển hệ thống cửa khẩu và các KKTCK, phấn đấu đến năm 2020 tỉnh Cao Bằng sẽ đầu tư phát triển mới 14 siêu thị tại các huyện biên giới và KKTCK. Đối với quy hoạch phát triển KKTCK, tỉnh Cao Bằng yêu cầu thực hiện tốt chủ trương mở rộng phạm vi các KKTCK (Tà Lùng, Trà Lĩnh, Sóc Giang), xây dựng các KKTCK thành những vùng kinh tế trọng điểm của tỉnh. Tuy nhiên về phía Cao Bằng, hệ thống chợ cửa khẩu tại Cao Bằng vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề. Hệ thống chợ cửa khẩu biên giới trên địa bàn tỉnh hiện có 24 chợ, trong đó chợ trong Khu kinh tế cửa khẩu 15 chợ, chợ biên giới có 09 chợ. Tuy nhiên hoạt động tại các chợ biên giới chủ yếu là các hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa của bà con nhân dân. Chưa có thương nhân nước ngoài đến đăng ký tham gia kinh doanh tại các chợ biên giới, chợ trong khu kinh tế cửa khẩu. Ngoài ra Cao Bằng chưa có các loại hình thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, siêu thị, cửa hàng tiện lợi,... tại khu vực biên giới. Các chợ biên giới phần lớn đều là các chợ xã, chợ cụm xã họp theo hình thức chợ phiên, chủ yếu phục vụ nhu cầu trao đổi hàng hoá thiết yếu cho người dân vùng biên giới, do đó việc thu ngân sách qua hệ thống chợ này hầu như không đáng kể. Một số chợ hiện nay đã xuống cấp chưa được đầu tư nâng cấp sửa chữa nên chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển kinh tế xã hội ở địa phương. Đây cũng sẽ là một điểm yếu mà hạn chế thương mại tại khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng.

Trong giai đoạn 2013 - 2018, tỉnh đã đầu tư 29 dự án sử dụng vốn ngân sách nhà nước để đầu tư cơ sở hạ tầng Khu kinh tế cửa khẩu với tổng mức đầu tư 1.160 tỷ đồng, tập trung chủ yếu tại khu vực Cửa khẩu Trà Lĩnh (446,5 tỷ đồng); Cửa khẩu Quốc tế Tà Lùng (440,2 tỷ đồng); Cửa khẩu Sóc Giang (226,2 tỷ đồng), trong đó đã bố trí vốn 521,2 tỷ đồng, giải ngân 476 tỷ đồng; có 22 dự án đã hoàn thành, còn 7 dự án đang thực hiện. Hiện nay, trên địa bàn Khu kinh tế tỉnh có 69 dự án đầu tư còn hiệu lực, chủ yếu là thương mại dịch vụ, kho, bến bãi phục vụ nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa.

Hiện nay, Quy hoạch Khu trung chuyển phục vụ xuất nhập khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản tại Cửa khẩu Trà Lĩnh đã hoàn thiện hồ sơ Đồ án quy hoạch và các thủ tục liên quan trình Sở Xây dựng thẩm định. UBND tỉnh đã cấp chủ trương đầu tư/Giấy chứng nhận đầu tư cho Công ty cổ phần Interserco VCI và Công ty cổ phần Đầu tư thương mại và

dịch vụ quốc tế để thực hiện 2 dự án: Khu trung chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu tại huyện Trà Lĩnh, dự án xây dựng trung tâm logistics tại huyện Trà Lĩnh với tổng vốn đăng ký mỗi dự án khoảng 3,2 nghìn tỷ đồng, quy mô sử dụng đất khoảng trên 50 ha. Hai dự án đầu tư xây dựng cảng cạn ICD vào giai đoạn 2 của dự án, với mức đầu tư mỗi dự án trên 2,2 nghìn tỷ đồng. Tỉnh đang triển khai xây dựng Đồ án quy hoạch chung xây dựng khu kinh tế cửa khẩu tỉnh đến năm 2040, tầm nhìn đến năm 2050.

Sau nhiều năm mời gọi, thu hút đầu tư, đến nay, toàn tỉnh có khoảng 60 dự án đầu tư vào Khu kinh tế cửa khẩu với tổng nguồn vốn đăng ký hơn 9.000 tỷ đồng và 23 triệu USD, trong đó có 51 dự án đầu tư trong nước với tổng nguồn vốn hơn 8 nghìn 400 tỷ đồng, hiện 21 dự án đã đi vào hoạt động, 24 dự án đang triển khai, số còn lại đang hoàn tất các thủ tục. Đối với 9 dự án đầu tư nước ngoài, hiện có 5 dự án đi vào hoạt động, 4 dự án còn lại đang triển khai. Trong quyết định số 1093/QĐ-BCT cũng đã phê duyệt quy hoạch phát triển kho bãi tại các cửa khẩu trên toàn tuyến biên giới đất liền Việt Nam - Trung Quốc, trong đó Cao Bằng cũng được quy hoạch 11 kho bãi với tổng diện tích 104.700m2, cụ thể như sau:

TỈNH CAO BẰNG					
1. Cửa khẩu quốc tế Tà Lùng					
1. Cụm kho thông thường ven sông Bắc Vọng, 2 bên cánh gà đầu cầu Tà Lùng 2 (sau khu thương mại quốc tế)	21.000 (tổng diện tích đất 15 ha)	x			
2. Cụm kho lạnh sau khu thương mại quốc tế	9.900 (tổng diện tích đất 8 ha)	x			
3. Cụm kho ngoại quan sau khu thương mại quốc tế	4.900 (tổng diện tích đất 3 ha)		x		
4. Cụm kho bãi tạm chứa sau khu thương mại quốc tế	7.000 (tổng diện tích đất 7 ha)	x			
2. Cửa khẩu chính Trà Lĩnh					
1. Cụm kho bãi container (lối mở Nà Đoỏng)	(tổng diện tích đất 19,8 ha)	x			
2. Khu bãi tập kết, lưu giữ, kiểm tra hàng hóa, sang xe sang tải (kết hợp với kho thông thường, kho lạnh, kho ngoại quan)	(tổng diện tích đất 30 ha)	x			
3. Cửa khẩu chính Sóc Giang					
1. Cụm kho bãi thông thường (lối mở Trúc Long)	7.000 (tổng diện tích đất 10 ha)	x			
2. Cụm kho lạnh, kho ngoại quan	9.700 (tổng diện tích đất 15 ha)			x	
4. Cửa khẩu chính Lý Vạn					
Cụm kho (các loại hình kho)	13.200 (tổng diện tích đất 28 ha)			x	
5. Cửa khẩu phụ Pò Peo					
Kho bãi hàng xuất khẩu	1.000			x	
6. Cửa khẩu phụ Hạ Lang					
Kho bãi hàng xuất khẩu	1.000			x	

Nguồn: Quyết định số 1093/QĐ-BCT

Tại Khu kinh tế cửa khẩu Trà Lĩnh có diện tích 257 ha, đến nay, một số công trình đã đưa vào sử dụng, khai thác có hiệu quả, thu hút 7 doanh nghiệp đầu tư kinh doanh kho ngoại quan, bãi tập kết hàng hóa với tổng vốn đăng ký hơn 7.123 tỷ đồng. Trạm kiểm soát liên hợp nơi các lực lượng chức năng làm việc tại cửa khẩu Trà Lĩnh sau khi đưa vào sử dụng đã khai thác có hiệu quả, thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia XNK. Dự án nhà làm việc của lực lượng chức năng và các hạng mục phụ trợ lối mở Nà Đoỏng có tổng mức đầu tư hơn 10,6 tỷ đồng đã hoàn thành và đưa vào sử dụng từ tháng 7/2018. Các dự án hệ thống đường giao thông chính và hạ tầng thiết yếu khác, dự án mở rộng đường vào lối mở Nà Đoỏng đang khẩn trương thi công, phấn đấu hoàn thành sớm để chào đón hợp tác với Trung Quốc có quy mô lớn, nối liền với đường cao tốc Long Bang đến các tỉnh Tây Nam Trung Quốc.

Với tinh thần khẩn trương, nỗ lực, một số công trình khác đã hoàn thành đưa vào sử dụng như: dự án nâng cấp Trạm kiểm soát liên hợp Cửa khẩu Tà Lùng, nhà làm việc của các lực lượng chức năng tại khu vực Bản Khoòng, xã Lý Quốc, huyện Hạ Lang, nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng mạng tại các cửa khẩu... nhằm nâng cao hiệu quả cặp cửa khẩu quốc tế Tà Lùng (huyện Phục Hòa, Cao Bằng) - Thủy Khẩu (Trung Quốc)

So với các cặp cửa khẩu trên vùng biên giới Việt - Trung, Khu kinh tế cửa khẩu Trà Lĩnh có một vị trí địa lý rất quan trọng, cơ hội kết nối hàng hóa nhanh nhất đến các trung tâm kinh tế lớn của Trung Quốc như Trùng Khánh, Tứ Xuyên, Quý Châu và Quảng Tây, thuận lợi kết nối với các nước ASEAN. Vị thế này được khẳng định, khi khu cặp chợ biên giới Long Bang, Quảng Tây (Trung Quốc) có diện tích 5 ha vừa hoàn thành hoàn, khai trương vào tháng 10/2017, là khu mậu dịch biên giới có quy mô lớn nhất có thiết bị, cơ sở hạ tầng đầy đủ với hệ thống thông quan hiện đại, là khu cặp chợ biên giới có 10 làn xe XNK hàng hóa đang được khẩn trương hoàn thành các hạng mục cuối cùng. Những kết quả đạt được sau các cuộc hội đàm giữa lãnh đạo tỉnh Cao Bằng với người đứng đầu Chính phủ nhân dân Khu tự trị dân tộc Choang tỉnh Quảng Tây, Trung Quốc, hai bên đã thống nhất cùng nhau hợp tác xây dựng hoàn thiện cơ sở hạ tầng khu kinh tế cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc). Một số doanh nghiệp hai nước đã ký kết thỏa thuận hợp tác, ngay sau đó, dự án du lịch qua biên giới Việt - Trung thuộc thị trấn biên mậu Lang Bang đã được thẩm định quy hoạch. Nằm trong vùng quy hoạch đó, dự án Trung tâm thương mại logistics quốc tế Vạn Sinh Long, Quảng Tây tại thôn Nà Ráy, thị trấn Long Bang, huyện Tịnh Tây (Trung Quốc), giáp với thôn Nà Đoỏng, huyện Trà Lĩnh, Cao Bằng (Việt Nam) đang khẩn trương xây dựng, được kỳ vọng sẽ là điểm trung chuyển hàng hóa nông sản lớn với đầy đủ hạng mục, trung tâm điều hành. Tháng 5/2017, lãnh đạo các tỉnh Cao Bằng, Long An, Hà Nam cùng nhiều doanh nghiệp của Việt Nam đến khảo sát dự án tàu chuyên dụng rau quả sạch số 1 Bách Sắc - Trung tâm giao dịch hàng nông sản Trung Quốc - ASEAN; tìm hiểu môi trường XNK hàng hóa nông sản cũng như trao đổi các cơ chế chính sách mở cửa của Trung Quốc với chủ trương "vành đai và con đường". Với chủ trương XNK hàng hóa qua biên giới Long Bang (Trung Quốc) - Trà Lĩnh (Việt Nam), Công ty Vạn Sinh Long (Trung Quốc) đã kết nối quan hệ đối tác với một số doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có Công ty Thương mại quốc tế Quang Anh. Như vậy, Khu kinh tế của khẩu Trà Lĩnh sẽ là đầu mối giao thông, giao lưu hợp tác giữa Việt Nam với

Trung Quốc đến các nước ASEAN trong khuôn khổ xây dựng khu vực thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc.

Cùng với hệ thống kho bãi là các quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics và các kế hoạch nâng cấp, cải tạo và xây mới hệ thống giao thông. Quyết định số 1426/QĐ-UBND tỉnh Cao Bằng ngày 10/09/2013 về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển giao thông vận tải tỉnh Cao Bằng đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030. Trên cơ sở quy hoạch phát triển giao thông vận tải đường bộ Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 và tạo điều kiện để phát triển kinh tế xã hội, tỉnh Cao Bằng đã phê duyệt quy hoạch phát triển giao thông vận tải của tỉnh đến năm 2020, định hướng năm 2030. Trong đó đề cập việc phát triển cũng như nâng cấp một số tuyến quóc lộ quan trọng ví dụ như nâng cấp, cải tạo quốc lộ 34 đoạn Km73 - K, 183 (Pác Nhùng - Bảo Lạc - Ca Thành), điều chỉnh Quy hoạch tuyến QL 3 (đoạn Chợ Mới - Bắc Kạn đến Tà Lùng - Cao Bằng); bổ sung vào quy hoạch đường cao tốc Lạng Sơn - Cao Bằng; triển khai nâng cấp QL 4A (đoạn thuộc địa phận Lạng Sơn) theo quy mô đường cấp IV miền núi. Hoàn thành đầu tư QL 34 đoạn Khau Đồn - Nguyên Bình. Các tuyến đường tỉnh (ĐT): 206, 202, 207, 204, 209... đã được đầu tư nâng cấp. Hoàn thành đầu tư tuyến ĐT 206 đoạn thị trấn Quảng Uyên - thị trấn Trùng Khánh, đạt tiêu chuẩn đường cấp IV theo quy hoạch. Các tuyến đường ra lối mở Nà Lạn, xã Đức Long (Thạch An) và lối mở Nà Đoỏng, Cửa khẩu Trà Lĩnh, đường Hồ Chí Minh ra Cửa khẩu Sóc Giang, QL 3 đến Cửa khẩu Tà Lùng; các tuyến đường từ thị trấn Thanh Nhật (Hạ Lang) đến Cửa khẩu Lý Vạn, Cửa khẩu Thị Hoa; đường ra lối mở Trúc Long, Cửa khẩu Sóc Giang (Hà Quảng) cũng được đầu tư nâng cấp, đáp ứng nhu cầu lưu thông phương tiện vận tải XNK hàng hóa, góp phần quan trọng trong phát triển kinh tế cửa khẩu của tỉnh. Mặc dù được đầu tư khá lớn nhưng mạng lưới giao thông trên địa bàn tỉnh Cao Bằng vẫn chưa đồng bộ, chủ yếu mới chỉ kết nối được từ trung tâm tỉnh đi Hà Nội và trung tâm tỉnh đi các huyện, hệ thống giao thông liên kết ngang giữa các huyện chưa được chú trọng đầu tư. Đây thực sự là một tồn tại rất lớn tại Cao Bằng khi tác giả thực hiện phỏng vấn các chủ doanh nghiệp Logistics tại Cao Bằng thì họ cho rằng hiện nay chi phí logistics chiếm rất lớn trong giá thành của nhiều ngành hàng tại Việt Nam. Đơn cử với ngành thủy sản chi phí này chiếm hơn 12%, đồ gỗ chiếm 23%, rau quả 29,5% và ngành gạo chiếm đến gần 30% trong giá thành. Chi phí logistics của Việt Nam hiện cao hơn các nước trong khu vực, cụ thể so với Thái Lan cao hơn 6%, Trung Quốc 7%, Malaysia 12% và cao gấp 3 lần Singapore. Ngành nông sản Việt Nam mất đi lợi thế cạnh tranh khi thâm nhập vào thị trường nước ngoài chính vì giá thành cao hơn so với các nước trong khu vực. Ví dụ, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Thái Lan được hỗ trợ trong khâu vận chuyển hàng hóa ra thị trường nước ngoài. Như vậy nếu như chưa giải quyết được bài toán vận tải thì thật sự rất khó để đa dạng hóa các mặt hàng xuất nhập khẩu qua cửa khẩu Cao Bằng. Và các doanh nghiệp Logistics cũng không thể mạnh tay đầu tư vào các hệ thống kho bãi cũng như bốc dỡ hiện đại.

Như vậy cơ sơ hạ tầng thương mại biên giới tại Khu kinh tế cửa khẩu tỉnh Cao Bằng mặc dù vẫn còn một số hạn chế về hệ thống chợ nhưng nhìn chung đã được đầu tư tương đối đồng bộ. Vấn đề quan trọng nhất hiện nay việc phát triển được hệ thống giao thông cho phép giảm chi phí vận tải để từ đó tạo nền tảng cho lưu lượng hàng hóa đi qua

cửa khẩu Cao Bằng nhiều hơn vì chi phí vận tải chính là chi phí lớn nhất cấu thành nên chi phí logistics. Khi giảm được chi phí này thì chắc chắn khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng sẽ nâng cao được khả năng cạnh tranh của mình với các hệ thống cửa khẩu khác. Và đây cũng chính là tiền đề cho hệ thống kho bãi, các dịch vụ giao nhận, thông quan hay nói các khác là các dịch vụ logistics phát triển.

3.2.4 Chính sách phát triển các dịch vụ hỗ trợ thương mại biên giới

Để phát triển các dịch vụ hỗ trợ thương mại biên giới nói chung và biên giới tỉnh Cao Bằng nói riêng, Thủ tướng đã ban hành nhiều quyết định quan trọng. Trong đó quyết định số 273/2005/QĐ-TTg ngày 31/10/2005 về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của quyết định số 53/2001/QĐ-TTg ngày 19/4/2001 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách đối với KKTCK biên giới cho phép thành lập Khu bảo thuế tại các KKTCK. Khu bảo thuế là khu vực có tường rào cứng bảo đảm ngăn cách các hoạt động trong Khu bảo thuế với các khu chức năng trong KKTCK và nội địa Việt Nam, có trạm Hải quan để giám sát, kiểm tra hàng hóa ra vào. Trong Khu bảo thuế có hoạt động kinh doanh: Dịch vụ hậu cần (logistic); Sản xuất, chế biến hàng hóa; Thương mại buôn bán quốc tế; Triển lãm giới thiệu sản phẩm. Quyết định này của Chính Phủ hoàn toàn phù hợp với dự bá tăng trưởng do khối lượng hàng hóa lưu chuyển và vận chuyển qua cửa khẩu càng ngày càng tăng mạnh.

Việc thành lập Khu bảo thuế do Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh có KKTCK Quyết định số 1093/QĐ-BCT của Bộ Công thương, ngày 03/02/2015, xác định phương án quy hoạch phát triển kho hàng hóa tại các cửa khẩu khu vực biên giới Việt Nam - Trung quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035. Động thái này hoàn toàn phù hợp với các kịch bản phát triển vì khi nhu cầu XNK và logistics tăng cao thì nhu cầu kho bãi và các dịch vụ đi kèm cũng cần phải phát triển về mặt quy mô và tính chuyên nghiệp hóa.

Với chủ trương kề vai sát cánh cùng đối tác toàn cầu trong xây dựng "Vành đai và con đường", Công ty Vạn Sinh Long sẽ nhà đầu tư lớn kết nối với các hoạt động XNK qua cửa khẩu Trà Lĩnh (Việt Nam) - Long Bang (Trung Quốc). Cùng với chủ trương, quyết sách của tỉnh, trong đó cơ chế, chính sách ưu đãi thu hút các nhà đầu tư, Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng sẽ tiếp tục khẳng định vai trò là vùng kinh tế động lực, đóng góp quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng - an ninh của địa phương. Tiếp tục khai thác tiềm năng, lợi thế và sức hấp dẫn của vùng đất biên cương, việc đầu tư kinh tế cửa khẩu không chỉ thúc đẩy XNK hàng hóa mà còn là nơi phát triển du lịch. Làm tốt công tác phối hợp quản lý lữ hành giữa Cao Bằng (Việt Nam) và Quảng Tây (Trung Quốc), chắc chắn, du lịch biên giới sẽ trở thành khâu đột phá trong phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh trong thời gian tới.

Trên phương diện hợp tác, Cao Bằng sẽ tiếp tục phối hợp với Bách Sắc tổ chức thị trường; cụ thể hóa thỏa thuận khung về thúc đẩy xuất nhập khẩu hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam qua cửa khẩu Trà Lĩnh - Long Bang đã ký. Cao Bằng cũng đề nghị Bộ Công thương chủ trì, tham mưu Chính phủ cho phép thực hiện cơ chế thí điểm thúc đẩy xuất khẩu nông sản qua cửa khẩu Trà Lĩnh - Long Bang thời gian tới. Cao Bằng sẽ sớm hoàn thiện chính sách hỗ trợ để thúc đẩy đối tác, doanh nghiệp, nông dân tham gia vào chuỗi cung ứng, bảo đảm bền vững của chuỗi, giảm thiểu rủi ro, hướng tới xuất khẩu chính ngạch.

Ngoài triển khai chính sách hoàn thuế xuất khẩu biên mậu, Trung Quốc còn cho phép thanh toán bằng đồng Nhân dân tệ qua biên giới được hưởng chính sách miễn giảm thuế đối với hàng hóa xuất khẩu. Đặc biệt, từ tháng 9/2003, Trung Quốc cho phép buôn bán khu vực biên giới sử dụng tiền mặt, ngoại hối và đồng tiền của nước láng giềng để thanh toán, khuyến khích các ngân hàng thương mại khu vực biên giới triển khai nghiệp vụ thanh toán tiền hàng cá nhân, niêm yết tỷ giá quy đổi đồng nhân dân sang đồng tiền của nước láng giềng, thành lập điểm thu đổi ngoại tệ, triển khai nghiệp vụ đổi tiền nhân dân tệ sang đồng tiền có thể quy đổi và đồng tiền của nước láng giềng. Bên cạnh đó, các phương thức giao dịch, chuyển tiền giữa hai quốc gia cũng được đa dạng hoá, tạo điều kiện thuận lợi cho các bên tham gia trao đổi hàng hoá. Việc triển khai chính sách hoàn thuế và đa dạng phương thức thanh toán sẽ thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng; tăng sức cạnh tranh cho khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng, đồng thời cũng được xem là một trong số những hoạt động mang tính khởi đầu cho việc hình thành trung tâm logistics cửa khẩu cũng như khu trung chuyển hàng hóa logistics hỗ trợ xuất nhập khẩu.

Với các hoạt động hỗ trợ từ chính phủ hai nước cũng như từ phía Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng và một số tỉnh biên giới Trung Quốc tiếp giáp Cao Bằng, những hi vọng về sự đa dạng cũng như khối lượng thương mại thông quan qua cửa khẩu Cao Bằng sẽ tăng lên đáng kể. Chỉ khi điều này được đảm bảo thì các doanh nghiệp Logistics tại Cao Bằng mới thực sự dám đầu tư, dám bung mình để mở rộng quy mô, hoàn thiện quy trình đáp ứng nhu cầu các doanh nghiệp.

4. Một số kiến nghị

Trong thời gian tới, Cao Bằng cần tiếp tục đầu tư hoàn thiện kết cấu hạ tầng trong các khu kinh tế cửa khẩu theo quy hoạch phát triển và quy hoạch chung của khu kinh tế cửa khẩu; Tập trung ưu tiên đối với các khu kinh tế cửa khẩu là đầu mối hành lang kinh tế liên vùng, quốc tế như cửa khẩu Móng Cái, Lào Cai và Lạng Sơn. Cao Bằng cần tập trung xây dựng các khu kinh tế cửa khẩu, tăng cường hoạt động và nâng cao chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu. Tăng cường quan hệ thương mại với tỉnh Quảng Tây, trong đó ưu tiên đầu tư xây dựng phát triển hoàn thiện các cửa khẩu; khuyến khích doanh nghiệp hai nước hợp tác kinh tế lâu dài. Đồng thời rà soát, bổ sung các cơ chế chính sách nhằm thu hút đầu tư, kinh doanh thương mại, đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, nâng cao giá trị hàng xuất nhập khẩu nhất là các mặt hàng xuất khẩu địa phương, tạo điều kiện cho doanh nghiệp, thương nhân đầu tư kinh doanh buôn bán qua cửa khẩu biên giới. Cùng với đó là đầu tư thêm kho bãi để bảo quản hàng hóa khi thị trường Trung Quốc có biến động. Trang bị thêm các phương tiện bốc dỡ hàng hóa tại bến bãi, giao nhận hàng tại cửa khẩu tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu. Tiếp tục phối hợp với phía Trung Quốc để cùng xử lý kịp thời và cụ thể các vấn đề phát sinh trong hoạt động biên giới. Tăng cường hoạt động của các ngân hàng tại cửa khẩu hai bên nhằm tạo các dịch vụ mới với nhiều tiện ích để phục vụ trong thanh toán mua bán, trao đổi hàng hóa và dịch vụ qua biên giới Việt - Trung. Cần đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử cho phép các bên liên lạc với nhau bằng kỹ thuật mạng tin học tiên tiến, thông quan bằng các thiết bị điện tử để rút ngắn thời gian, đảm bảo chất lượng từ đó cho phép giảm chi phí logistics.

5. Kết luận

Có thể nói với những nỗ lực hai bên Việt Nam và Trung Quốc nói chung và Cao Bằng với Trung Quốc nói riêng, thương mại biên giới của Cao Bằng đã đạt nhiều kết quả khả quan, tạo động lực thúc đẩy sản xuất, tạo việc làm và góp phần ổn định an ninh quốc phòng khu vực vùng biên. Dịch vụ Logistics tại khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng đã có những bước phát triển, hệ thống kho bãi, bốc dỡ cũng như các dịch vụ thông quan, thanh toán đã và đang từng bước được hoàn thiện.

Mặc dù đã đạt được nhiều thành quả nhưng theo đại diện Sở Công Thương Cao Bằng, hoạt động thương mại biên giới của tỉnh còn nhiều khó khăn. Do hệ thống cửa khẩu nằm xa các trung tâm kinh tế lớn của vùng, cơ sở hạ tầng cũng chưa được đầu tư đồng bộ. Đặc biệt, mạng lưới giao thông đến một số cửa khẩu phụ, lối mở biên giới đã xuống cấp nên gặp nhiều khó khăn trong giao nhận, trao đổi hàng hóa. Các chợ biên giới chủ yếu nằm ở khu vực vùng sâu, vùng xa mật độ dân cư thấp nên chưa thu hút được thương nhân hai bên biên giới đến kinh doanh tại chợ. Chính sách biên mậu của nước bạn cũng không ổn định và có nhiều thay đổi khó lường ảnh hưởng đến hoạt động của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Chính vì vậy mà các doanh nghiệp Logistics vẫn chưa thật sự đầu tư hết khả năng của mình để hoàn thiện và phát triển hệ thống Logistics thành một trung tâm Logistics. Vì vậy vấn đề trước mắt và lâu dài của Cao Bằng là làm sao phối hợp với các tỉnh tiếp giáp Trung Quốc để thúc đẩy xuất nhập khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng; chỉ khi đó thì các doanh nghiệp logistics cửa khẩu mới thực sự bứt phá phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2014), Quyết định số 805/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp, thương mại tuyến biên giới Việt Trung đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030.
2. Bộ Công Thương (2015), Quyết định số 1093/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch phát triển kho hàng hóa tại các cửa khẩu khu vực biên giới Việt Nam - Trung Quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035.
3. Bộ Công Thương (2018), *Báo cáo logistics Việt Nam 2018*, NXB Công Thương.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2017), *Báo cáo tổng kết hoạt động các mô hình khu công nghiệp, khu kinh tế và các mô hình tương tự khác*, Bộ Kế hoạch và đầu tư.
5. Chính phủ (2018), Nghị định 82/2018/NĐ-CP quy định về quản lý khu công nghiệp và khu kinh tế.
6. Chính phủ (2013), Quyết định số 1064/QĐ-TTg Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng trung du và miền núi phía Bắc đến năm 2020.
7. Chính phủ (2013), Quyết định số 1531/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án "Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030".
8. Chính phủ (2014), Quyết định số 20/2014/QĐ-TTg về việc thành lập KKTCK tỉnh Cao Bằng.
9. Chính phủ (2014), Quyết định số 512/QĐ-TTg Phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển

kinh tế - xã hội tỉnh Cao Bằng đến năm 2020, định hướng đến năm 2025.

10. Chính phủ (2017), Nghị định 163/2017/NĐ-CP về Kinh doanh dịch vụ logistics.
11. Chính phủ (2018), Nghị định số 82/2018/NĐ-CP Quy định về quản lý khu công nghiệp và khu kinh tế.
12. Chính phủ (2018), Nghị định số 14/2018/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết về hoạt động thương mại biên giới.
13. Chính phủ (2018), Nghị định số 69/2018/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật quản lý ngoại thương.
14. *Chính phủ (2008), Quyết định 52/2008/QĐ-TTg ngày 25/4/2008 phê duyệt Đề án "Quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu của Việt Nam đến năm 2020"*
15. *Chính phủ (2008), Nghị định 29/2008/NĐ-CP ngày 14/3/2008 quy định về khu công nghiệp, khu chế xuất và khu kinh tế Chính phủ*
16. *Chính phủ (2013) Quyết định 72/QĐ-TTg ngày 26/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ quy định cơ chế, chính sách tài chính đối với KKTCK*
17. Hapsari, I. M. & Mangunsong, C (2006) Determinants of AFTA Members' Trade Flows and Potential for Trade Diversion. AsiaPacific Research and Training Network on Trade Working Paper Series No. 21
18. Kose MA, Meredith GM, Towe CM (2004) How has NAFTA affected the Mexican economy? Review and evidence IMF Working Paper. International Monetary Fund, Washington, DC
19. Lee TC, Lee PT (2012) South-south trade liberalisation and shipping geography: a case study on India, Brazil, and South Africa. Int J Shipping Transport Logist 4:323-338
20. Lord Montague, Tangtrongita Pawat (2014), Scoping Study for the Special Border Economic Zone (SBEZ) in the Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT), Institutional Development for Enhanced Subregional Cooperation in the ASEA Region.
21. Magee CS (2008) New measures of trade creation and trade diversion. J Int Econ 75:349-362
22. Nguyễn Hoàng Việt và cộng sự (2018), Phát triển dịch vụ logistics đáp ứng nhu cầu xuất nhập khẩu qua khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng.
23. Okabe M, Urata S (2014) The impact of AFTA on intra-AFTA trade. J Asian Econ 35:12-31
24. Prasad, S., and Sounderpandian, J., 2003, "Factors influencing global supply chain efficiency: implications for imformation systems", Supply Chain Management: An International Journal, Vol 8, No. 3, pp. 241-250.
25. Quốc hội (2012) *Nghị quyết số 470/NQ-UBTVQH13 về việc hình thành và xây dựng các KKTCK*

CHỦ NGHĨA BẢO HỘ SỐ VÀ CÁC RÀO CẢN ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI SỐ VÀ DÒNG CHẢY DỮ LIỆU XUYÊN BIÊN GIỚI

DIGITAL PROTECTIONISM AND BARRIERS TO DIGITAL COMMERCE AND CROSS-BORDER DATA FLOWS

PGS,TS. Nguyễn Văn Minh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Số hóa tạo ra hàng hóa và dịch vụ số mới, giúp tăng cường các dòng chảy vật lý, cung cấp các nền tảng đóng vai trò trung gian cho sản xuất, trao đổi và tiêu thụ. Vai trò của thương mại điện tử (thương mại số) và các dòng dữ liệu xuyên biên giới ngày càng trở nên quan trọng hơn trong các nền kinh tế quốc gia cũng như toàn cầu. Trong những năm gần đây, chủ nghĩa bảo hộ số, với nhiều lý do khác nhau, đã xuất hiện và tăng cường ở nhiều quốc gia trên thế giới. So sánh với chủ nghĩa bảo hộ truyền thống, chủ nghĩa bảo hộ số có những đặc điểm khác biệt. Cách tiếp cận của các quốc gia khác nhau đối với chủ nghĩa bảo hộ số cũng khác nhau. Các biện pháp bảo hộ số đã cản trở dòng chảy dữ liệu và thương mại số xuyên biên giới. Các tổ chức quốc tế, đặc biệt là WTO, cần có những hoạt động hướng tới giảm thiểu chủ nghĩa bảo hộ số và tác động tiêu cực của nó đối với thương mại số và dòng chảy dữ liệu.

Từ khóa: *thương mại số, dòng chảy dữ liệu, chủ nghĩa bảo hộ số, rào cản.*

Abstract

Digitization creates new digital goods and services, enhances physical flows, provides platforms that act as intermediaries for production, trade and consumption. The role of e-commerce (digital commerce) and cross-border data flows is becoming more and more important in both national and global economies. In recent years, digital protectionism, for a variety of reasons, has emerged and intensified in many countries around the world. Compared to traditional protectionism, digital protectionism has different characteristics. Different countries' approaches to digital protectionism also differ. Digital protection measures have impeded the flow of data and across borders digital commerce. International organizations, especially the WTO, need to take action towards reducing digital protectionism and its negative impact on digital trade and data flows.

Keywords: *digital commerce, data flow, digital protectionism, barrier.*

1. Đặt vấn đề và phương pháp nghiên cứu

Cuộc cách mạng kỹ thuật số dựa trên Internet đang tạo ra sự thay đổi cơ bản cho nền kinh tế toàn cầu, không chỉ dẫn đến các phương thức truyền thông và chia sẻ thông tin mới, mô hình kinh doanh mới và các nguồn tăng trưởng công việc mới, mà còn đặt ra các câu hỏi và yêu cầu hoạch định các chính sách mới. Toàn cầu hóa đã bước vào một kỷ

nguyên mới được xác định bởi các luồng dữ liệu truyền tải thông tin, ý tưởng và sáng tạo đổi mới.

Với sự ra đời của Công nghiệp 4.0 và những tiến bộ công nghệ đi kèm, phạm vi của thương mại số đang mở rộng nhanh hơn nhiều so với những gì mọi người có thể tưởng tượng hai thập kỷ trước. Thương mại số đang phát triển đi kèm với giao dịch truyền tải điện tử đang phát triển nhanh chóng, đó là phân phối hàng hóa trực tuyến, ví dụ âm nhạc, sách điện tử, phim, phần mềm và trò chơi video.

Phát triển số hóa sẽ thúc đẩy thương mại số hơn nữa vì tài nguyên cốt lõi của nền kinh tế số như dữ liệu, phần mềm và các tệp hỗ trợ máy tính (CAD) được sử dụng trong in 3D, dữ liệu liên quan tới robotics, trí tuệ nhân tạo, Internet of things, v.v. cần được truyền tải bằng điện tử.

Bên cạnh quá trình phát triển mạnh mẽ công nghệ số, kinh tế số và thương mại số, xuất hiện xu hướng ngược lại, có tác động cản trở quá trình trên - chủ nghĩa bảo hộ số.

Các vấn đề liên quan đến chủ nghĩa bảo hộ số đã bước đầu được quan tâm nghiên cứu trên thế giới. Tuy nhiên, cho tới nay, chưa có một nghiên cứu nào về chủ nghĩa bảo hộ số được công bố ở Việt Nam. Trong khi chưa có được một nghiên cứu sâu rộng và chi tiết về vấn đề này, bài viết cố gắng đưa ra một số phác họa ban đầu về chủ nghĩa bảo hộ số và tác động của nó tới thương mại số và dòng chảy dữ liệu xuyên biên giới trên cơ sở phân tích các tài liệu thu thập được từ các nguồn khác nhau: sách xuất bản và các bài viết đăng trên các tạp chí, trên Internet.

2. Thương mại số và chủ nghĩa bảo hộ số trong thương mại quốc tế

2.1. Số hóa, thương mại số và phát triển kinh tế

Số hóa (Digitization, digitalization) là quá trình chuyển đổi thông tin thành định dạng số (nghĩa là máy tính có thể đọc được), trong đó thông tin được tổ chức thành các bit.

Công nghệ số (Digital technology) bao gồm tất cả các loại thiết bị điện tử và ứng dụng sử dụng thông tin dưới dạng mã số.

Dòng dữ liệu (data flow) là dòng chuyển động của dữ liệu tử bộ phận này đến một bộ phận khác trong một máy tính, từ ứng dụng này ứng dụng khác, từ máy tính này tới máy tính khác và từ hệ thống thông tin này tới tới hệ thống thông tin khác.

Thương mại số (Digital Commerce) là hệ quả của quá trình số hóa. Thương mại số (hay thương mại điện tử) đề cập đến việc sử dụng Internet và mạng nội bộ để mua, bán, vận chuyển hoặc trao đổi dữ liệu, hàng hóa hoặc dịch vụ [8].

Nếu các doanh nghiệp, các máy tính/hệ thống thông tin thực hiện các giao dịch thương mại số và trao đổi thông tin/dữ liệu với nhau nằm ở các quốc gia khác nhau, chúng ta có thương mại số và dòng dữ liệu xuyên biên giới.

Sự phát triển của công nghệ số trong mấy thập kỷ gần đây dẫn tới quá trình số hóa các dòng chảy thương mại, đặc biệt là các dòng chảy thương mại xuyên biên giới.

Việc số hóa ngày càng tăng ảnh hưởng đến các luồng tài chính và dữ liệu, cũng như sự chuyển động của con người và hàng hóa. McKinsey mô tả ba cách chính mà công nghệ số ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại toàn cầu [6]:

1. Số hóa tạo ra hàng hóa và dịch vụ số mới. Công nghệ số cho phép sự đổi mới. Bằng cách chuyển đổi và thay thế hàng hóa và dịch vụ truyền thống hoặc nhu cầu đi lại của mọi người, các sản phẩm mới được hình thành (ví dụ: sách điện tử, văn phòng từ xa hoặc ảo để hợp tác, điện thoại, đào tạo hoặc ngân hàng trực tuyến...).

2. Số hóa giúp tăng cường các dòng chảy vật lý, gia tăng giá trị bằng cách tăng năng suất và/hoặc giảm chi phí và các rào cản liên quan đến dòng hàng hóa và dịch vụ truyền thống (ví dụ: thẻ nhận dạng tần số vô tuyến (RFID) theo dõi chuỗi cung ứng, tệp dữ liệu được sử dụng trong in 3-D, ô tô tự lái, Internet vạn vật).

3. Số hóa cung cấp các nền tảng đóng vai trò trung gian cho sản xuất, trao đổi và tiêu thụ. Nền tảng trung gian không chỉ bao gồm những nền tảng được sử dụng trong thương mại số, mà còn cho phương tiện truyền thông xã hội, tài trợ đám đông (crowd funding), điện toán đám mây, công cụ tìm kiếm, phân tích dữ liệu lớn, dịch vụ chia sẻ (ví dụ: chia sẻ xe hơi hoặc chỗ ở như Uber hoặc Airbnb) và các ứng dụng trên điện thoại di động, hoặc các ứng dụng nói chung.

Số hóa, thương mại số có tác động mạnh mẽ tới phát triển kinh tế.

Ngân hàng Thế giới xác định ba nhóm lợi ích có được từ việc sử dụng các công nghệ số [9]: (1) Tăng cường sự tham gia, kết nối thông qua tăng khả năng tiếp cận; (2) Tăng hiệu quả thông qua tự động hóa và phối hợp; và (3) Thúc đẩy ra đời các doanh nghiệp dựa trên đổi mới. Các lợi ích này được mang đến cho cả các doanh nghiệp, cá nhân và chính phủ. Các công ty sử dụng mạnh mẽ Internet cho thấy năng suất cao hơn và có xu hướng mở rộng quy mô, phát triển nhanh hơn, nhiều kỹ năng hơn và xuất khẩu mạnh hơn. Việc tăng sử dụng Internet cũng liên quan đến sự gia tăng số lượng và giá trị của các sản phẩm được giao dịch.

Nhìn vào thương mại số trong bối cảnh quốc tế, thương mại số xuyên biên giới toàn cầu (không bao gồm bán hàng trong nước) ước tính chiếm 10% đến 15% tổng doanh thu thương mại số trong năm 2014. Trong cùng năm đó, Hoa Kỳ đã xuất khẩu 399,7 tỷ USD dịch vụ số và nhập 240,8 tỷ USD, tạo ra thặng dư 158,9 tỷ USD. Các dịch vụ được cung cấp qua kỹ thuật số chiếm hơn một nửa tổng số dịch vụ thương mại của Hoa Kỳ, theo Bộ Thương mại Hoa Kỳ (Department of Commerce Economics and Statistics Administration) [2]. Các ước tính khác cho thấy, nếu không có Internet, chi phí xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ sẽ cao hơn trung bình 26%. Ngoài ra còn có các lợi ích bổ sung từ số hóa đối với hiệu quả và năng suất kinh doanh, tăng khả năng tiếp cận khách hàng và thị trường, cho phép khối lượng thương mại quốc tế lớn hơn.

Các nền tảng số có thể giảm thiểu chi phí và cho phép các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) phát triển thông qua mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường hoặc tích hợp vào chuỗi giá trị toàn cầu. Do đó, nhiều công ty có thể tiến hành kinh doanh trên thị trường toàn cầu, trong khi số hóa các cơ chế kiểm soát hải quan và biên giới giúp đơn giản hóa và tăng tốc độ giao hàng cho khách hàng.

Một nghiên cứu khác về các doanh nghiệp nhỏ và vừa ước tính rằng Internet là một công cụ tạo việc làm ròng, với 2,6 việc làm được tạo ra cho mỗi công việc có thể bị thay thế bởi công nghệ Internet; các công ty sử dụng Internet trung bình tăng gấp đôi số lượng công việc. [4]

2.2. Chủ nghĩa bảo hộ kỹ thuật số và các đặc điểm của nó

Cho đến nay trong giới học thuật chưa có một định nghĩa đầy đủ và thống nhất về chủ nghĩa bảo hộ số. Để hiểu rõ về chủ nghĩa bảo hộ số, trước tiên chúng ta cần hiểu ý nghĩa của chủ nghĩa bảo hộ. Theo Văn phòng Đại diện Thương mại Đặc biệt Hoa Kỳ [5], *chủ nghĩa bảo hộ là việc thiết lập các rào cản thương mại đủ cao để không khuyến khích nhập khẩu hoặc tăng giá đủ để cho phép các nhà sản xuất trong nước tương đối kém hiệu quả cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài*. Theo quan điểm này, các nhà hoạch định chính sách sử dụng các biện pháp bảo hộ để giảm nguồn cung và/hoặc tăng chi phí đối với hàng hóa hoặc dịch vụ nhập khẩu. Các biện pháp bảo hộ làm thay đổi điều kiện thị trường và làm méo mó thương mại theo cách có lợi cho các nhà sản xuất trong nước hơn các đối thủ nước ngoài.

Tuy nhiên, định nghĩa nói trên đã phần nào lỗi thời, vì hiện nay chủ nghĩa bảo hộ ở tất cả các quốc gia phụ thuộc vào một loạt các yếu tố, bao gồm tình trạng của nền kinh tế, tương quan lực lượng giữa các nhóm lợi ích ủng hộ các chính sách thương mại tự do hay bảo hộ, nhận thức cộng đồng về thương mại và sức mạnh hoặc điểm yếu của các ý tưởng bảo hộ.

Trong nhiều thế kỷ, các nhà hoạch định chính sách đã sử dụng các thỏa thuận thương mại để thiết lập khuôn khổ luật pháp trong thương mại bằng cách bắt buộc các bên ký kết cấm một số loại thực tiễn bảo hộ.

Nhưng các nhà hoạch định chính sách từ lâu cũng đã nhận ra rằng có những chính sách không nhằm mục đích bảo hộ nhưng dẫn tới hiệu ứng làm méo mó thương mại. Vì lý do này, các thỏa thuận thương mại thường bao gồm các "ngoại lệ", cho phép các chính phủ vi phạm các quy tắc để đạt được các mục tiêu chính sách quan trọng khác. Ví dụ, nhiều chính phủ áp dụng các quy định an toàn thực phẩm để bảo vệ người tiêu dùng khỏi bị tổn hại, mặc dù các biện pháp này có thể làm méo mó thương mại. Các quy định này có thể có hiệu ứng bảo hộ, nhưng chúng có thể không có ý định bảo hộ.

Chủ nghĩa bảo hộ số về bản chất cũng giống như chủ nghĩa bảo hộ truyền thống trong thương mại quốc tế. Các nhà hoạch định chính sách ở quốc gia A có thể sử dụng các biện pháp biên giới hoặc chính sách trong nước như quy định hoặc trợ cấp để ưu tiên các nhà cung cấp dữ liệu trong nước hoặc thay đổi điều kiện thị trường ở quốc gia A. Nhưng chủ nghĩa bảo hộ trong dịch vụ nói chung, dịch vụ số nói riêng, khác với chủ nghĩa bảo hộ trong hàng hóa, vì đối tượng của các quy định trong thương mại dịch vụ số là nhà sản xuất/nhà cung ứng dịch vụ, thay vì là sản phẩm trong thương mại truyền thống.

Có năm đặc điểm làm chủ nghĩa bảo hộ số khác với chủ nghĩa bảo hộ truyền thống:

Thứ nhất, nhiều dịch vụ dựa vào quyền tiếp cận tới các luồng dữ liệu xuyên biên giới. Các luồng dữ liệu này có thể liên quan đến hàng hóa, dịch vụ hoặc cả hai. Hoa Kỳ và OECD coi các bộ phim hoặc âm nhạc được tải xuống là hàng hóa. Khác với hàng hóa vật lý, nhiều người dùng mạng có thể giao dịch hàng hóa số đó cùng một lúc. Hơn nữa, thương mại dịch vụ số khác với thương mại các dịch vụ khác vì nhà cung cấp và người tiêu dùng không cần phải ở cùng một địa điểm thực để giao dịch xảy ra. Với các thuộc tính này, các nhà nghiên cứu khó có thể xác định chính xác những gì một chính phủ muốn bảo hộ và liệu một chính phủ có hành động với mục đích bảo hộ hay không.

Thứ hai, thương mại dữ liệu khó nắm bắt và thường xuyên xẩy ra, và khó xác định vị trí trên mạng thông tin phi biên giới. Giao dịch trong cùng một bộ dữ liệu có thể xảy ra lặp lại trong vài nano giây (ví dụ: khi hàng triệu người cùng tải xuống bài hát). Các nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách có thể khó xác định thế nào là nhập khẩu hoặc xuất khẩu. Họ cũng cố gắng xác định liệu dữ liệu có thuộc đối tượng điều chỉnh của pháp luật trong nước hay không (ví dụ pháp luật về sở hữu trí tuệ) và loại thực thi xuyên biên giới nào là phù hợp. Các nhà hoạch định chính sách không thể dễ dàng xác định quyền tài phán, bởi vì dữ liệu có thể được chuyển qua máy chủ ở nước này đến khu vực tài phán thuộc nước khác. Do đó, các luồng dữ liệu có thể đi qua một số nước trước khi các luồng này đến đích.

Thứ ba, các nhà kinh tế thường đồng ý rằng nhiều loại dữ liệu là hàng hóa công cộng, mà chính phủ nên cung cấp và điều tiết một cách hiệu quả. Hơn nữa, khi các quốc gia hạn chế luồng dữ liệu tự do, họ sẽ giảm quyền tiếp cận thông tin (trong đó có nhiều thông tin khoa học, kinh tế, quản lý...), do đó có thể làm giảm tăng trưởng kinh tế, năng suất và đổi mới trong nước và toàn cầu. Chúng cũng có thể ảnh hưởng đến chức năng của Internet. Do đó, nếu các nhà hoạch định chính sách hạn chế các luồng dữ liệu xuyên biên giới, họ có thể tạo ra nhiều hậu quả không lường trước được.

Thứ tư, mặc dù thương mại dữ liệu xảy ra trên một nền tảng chung (Internet), các công ty, người dùng và chính phủ không phải ai cũng có trách nhiệm như nhau đối với sự ổn định của nó. Các tập đoàn điều hành phần lớn Internet, nhưng họ không thể phản ứng với, hoặc nhìn thấy nhiều mối đe dọa. Trong khi đó, nhiều công ty về cơ bản là các công ty thu thập và bán dữ liệu, họ cung cấp dịch vụ miễn phí cho người dùng mạng để đổi lấy việc họ sử dụng dữ liệu cá nhân của người dùng mạng (ví dụ: dịch vụ tìm kiếm của Google, dịch vụ mạng xã hội của Facebook...). Trong mô hình này, các cá nhân không hiểu hoặc không nhận ra trách nhiệm của họ đối với an ninh và ổn định Internet. Nhận biết được vấn đề nan giải chung này, các chính phủ phát triển các quy định riêng để bảo vệ sự an toàn và an ninh của người dùng mạng. Một số chính sách có thể, một cách không chủ định, làm méo mó thương mại đối với các luồng dữ liệu xuyên biên giới.

Thứ năm, trái ngược với những nỗ lực của các chính phủ xác định các quy định hợp pháp cho thương mại số, không có mô hình rõ ràng nào mà các nhà hoạch định chính sách có thể sử dụng để phân biệt giữa quy định luồng dữ liệu hợp pháp hay làm méo mó thương mại. Nhiều tổ chức quốc tế kêu gọi nỗ lực nhiều hơn để tìm ra cơ sở cho các quy định phi thương mại được thiết kế để bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật. Các quy định trong nước cho phép các quốc gia kiểm duyệt hoặc lọc Internet, hoặc sử dụng các cuộc tấn công DDoS có thể ảnh hưởng không chỉ đến tiếp cận thị trường ở một hoặc nhiều quốc gia, mà cả sự ổn định của nền tảng Internet.

3. Các rào cản đối với thương mại số và dòng dữ liệu xuyên biên giới

3.1. Các loại rào cản đối với thương mại số và dòng dữ liệu xuyên biên giới

Để hiểu sâu và chi tiết chủ nghĩa bảo hộ số, dưới đây mô tả và phân tích các rào cản đối với thương mại số và dòng dữ liệu xuyên biên giới.

Có nhiều loại biện pháp điều tiết và chính sách đóng vai trò cản trở thương mại số toàn cầu. Các biện pháp này có thể được phân loại thành hai nhóm: (1) *Các biện pháp kỹ*

thuật số đặc thù, và (2) *Các biện pháp truyền thống* ảnh hưởng đến các nhà cung cấp hàng hóa và dịch vụ số.

Các biện pháp kỹ thuật số đặc thù bao gồm: Các biện pháp dữ liệu, các biện pháp an ninh mạng công cộng và riêng tư, kiểm duyệt, và quyền sở hữu trí tuệ. Các biện pháp truyền thống bao gồm: các biện pháp đầu tư và các biện pháp tiếp cận thị trường.

Các biện pháp dữ liệu

- Các biện pháp bảo vệ và bảo mật dữ liệu

Các biện pháp chính sách và quy định tập trung vào bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư ảnh hưởng đến tất cả các ngành công nghiệp. Những biện pháp này có thể hạn chế thương mại số toàn cầu do chi phí hành chính của các công ty tăng lên liên quan đến việc tuân thủ các biện pháp và tiêu chuẩn an ninh nghiêm ngặt vốn dĩ không giống nhau ở các quốc gia khác nhau.

- Nội địa hóa dữ liệu

Tất cả các doanh nghiệp ngày càng phụ thuộc vào các luồng dữ liệu, với một nửa toàn bộ thương mại dịch vụ toàn cầu hiện nay tùy thuộc vào quyền truy cập vào các luồng dữ liệu xuyên biên giới. Đáp lại, số lượng các biện pháp nội địa hóa dữ liệu đã tăng lên đáng kể trong những năm gần đây. Các biện pháp nội địa hóa dữ liệu giới hạn hoặc cấm chuyển dữ liệu truyền qua biên giới quốc gia.

Nhiều doanh nghiệp bày tỏ quan ngại về các biện pháp nội địa hóa dữ liệu. Trong một số trường hợp, các biện pháp như vậy khiến một số công ty rút khỏi một số thị trường nhất định. Ví dụ, năm 2016, công ty thanh toán trực tuyến PayPal đã đình chỉ hoạt động tại Thổ Nhĩ Kỳ để đáp lại yêu cầu PayPal phải nội địa hóa hoàn toàn hệ thống thông tin của mình trong lãnh thổ Thổ Nhĩ Kỳ. Các yêu cầu nội địa hóa đó có thể đe dọa những tiến bộ mới trong công nghệ thông tin, không chỉ điện toán đám mây, mà cả lĩnh vực phân tích dữ liệu và Internet vạn vật (IoT). Khi không có các biện pháp nội địa hóa dữ liệu, dữ liệu Internet được chuyển qua mạng của các công ty thông qua các quyết định được thực hiện tự động, các bộ định tuyến (routers) chọn đường dẫn chủ yếu dựa trên hiệu quả và không dựa trên ranh giới quốc gia. Nội địa hóa dữ liệu làm thay đổi đáng kể kiến trúc cơ bản này của Internet.

Các biện pháp nội địa hóa dữ liệu khác nhau giữa các quốc gia phụ thuộc vào các yếu tố về độ bao phủ của ngành, về địa lý, về các loại dữ liệu, về độ phức tạp, cường độ dữ liệu và tác động kinh tế và một số yếu tố khác.

Các biện pháp an ninh mạng công cộng và riêng tư

- Các yêu cầu về tiết lộ mã nguồn

Một số quốc gia yêu cầu tiết lộ mã nguồn để đảm bảo rằng các sản phẩm hoặc dịch vụ số nhập khẩu không gây ra mối đe dọa đối với an ninh quốc gia hoặc an ninh mạng. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ coi mã nguồn là thông tin độc quyền có giá trị (bí mật thương mại) và tuyên bố rằng các yêu cầu công bố mã nguồn có thể làm tăng tính dễ bị tổn thương do trộm cắp bí mật và vi phạm bản quyền.

Brazil, Trung Quốc và Indonesia đã thực hiện đưa ra các yêu cầu đối với các công ty nước ngoài phải tiết lộ mã nguồn số (như mã cơ bản của phần mềm kinh doanh hoặc

ứng dụng điện thoại thông minh) là điều kiện tiên quyết để hoạt động ở các quốc gia đó. Những rủi ro gia tăng từ các quy định này có thể dẫn tới một số nhà cung cấp dịch vụ số rút ra khỏi một số thị trường nhất định, hoặc buộc các công ty cung cấp các sản phẩm kém chất lượng hoặc các sản phẩm hoàn toàn mã nguồn mở để giảm rủi ro trộm cắp tài sản trí tuệ.

- Hạn chế về mật mã

Mật mã học là một phương pháp dựa trên toán học cho phép thông tin nhạy cảm được truyền một cách an toàn và riêng tư. Các quy định hạn chế sử dụng mật mã khiến các công ty không sử dụng các phương pháp nhất định để bảo mật sản phẩm của họ hoặc yêu cầu các công ty sử dụng các tiêu chuẩn mật mã được phát triển ở thị trường nội địa của quốc gia áp đặt các quy định. Các quy định như vậy thường được đề xuất và ban hành vì lý do an ninh mạng hoặc an ninh quốc gia. Tuy nhiên, các chuyên gia cho rằng các hạn chế về mật mã thực sự có thể làm tăng nguy cơ bị tấn công mạng, bảo mật và quyền riêng tư đối với hầu hết các dịch vụ số, bao gồm xử lý dữ liệu dựa trên đám mây, IoT, truyền thông, truyền tải nội dung và thương mại điện tử. Ngoài ra, các hạn chế về mật mã thường buộc các công ty sử dụng các tiêu chuẩn mật mã lỗi thời có thể làm tổn hại đến bảo mật dữ liệu và tăng thêm chi phí tuân thủ. Hạn chế về mật mã có thể cản trở dòng chảy xuyên biên giới của cả dữ liệu được mã hóa và hàng hóa vật lý hỗ trợ mã hóa.

Các biện pháp kiểm duyệt

Việc một số chính phủ thực hiện việc chặn hoặc lọc hoàn toàn đối với các nền tảng Internet và nội dung là biện pháp trực tiếp nhất cản trở thương mại số đối với nhiều công ty, đặc biệt là các công ty Hoa Kỳ. Các trường hợp bị gián đoạn do chính phủ ủy quyền đối với các mạng số hoặc các ứng dụng hoặc dịch vụ số cụ thể thường được giải thích với lý do duy trì trật tự công cộng, đảm bảo an ninh quốc gia hoặc bảo vệ các doanh nghiệp địa phương đã tăng mạnh trong những năm gần đây. Thông thường, các quốc gia phát triển không chặn hoặc lọc nội dung, hoặc ứng dụng Internet. Tuy vậy, có một số trường hợp ngoại lệ. Ví dụ: một số quốc gia châu Âu, bao gồm Pháp, Ý và Anh đã chặn các website quảng cáo khủng bố hoặc chứa một số loại nội dung chỉ dành cho người lớn. Nhìn chung, việc chặn một số loại nội dung nhất định được chấp nhận theo một số hiệp định thương mại quốc tế. Ví dụ, Hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS) của WTO cho phép các quốc gia duy trì miễn trừ một số nghĩa vụ nhằm bảo vệ đạo đức công cộng hoặc duy trì trật tự công cộng, bảo vệ cuộc sống hoặc sức khỏe của con người, động vật hoặc thực vật, để đảm bảo tuân thủ luật pháp, bao gồm các biện pháp ngăn chặn các hành vi lừa đảo hoặc gian lận. Tuy nhiên, các sự cố kiểm duyệt nằm ngoài các ngoại lệ này ngày càng trở nên phổ biến.

Quyền sở hữu trí tuệ

Sự lạm dụng quyền sở hữu trí tuệ (IPRs) chủ yếu ảnh hưởng đến thương mại số liên quan đến nội dung số và thương mại điện tử. Trong một số trường hợp, các quốc gia áp đặt nghĩa vụ trách nhiệm đối với các trung gian Internet, như các nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISPs) và thực thi luật bản quyền phụ trợ. Điều này dẫn đến tăng chi phí đối với các công ty nước ngoài hoạt động ở thị trường quốc gia đó.

- Vi phạm bản quyền kỹ thuật số

Để giải quyết vấn đề vi phạm bản quyền số, một quốc gia cần có đồng thời khung pháp lý mạnh mẽ và khả năng thực thi hiệu quả. Khi mức độ thâm nhập Internet gia tăng ở cả các nước phát triển và đang phát triển, sự vi phạm bản quyền số cũng đã tăng nhanh trong số người dùng Internet. Theo Hiệp hội Điện ảnh Hoa Kỳ (MPAA), vi phạm bản quyền trực tuyến là mối đe dọa đáng kể nhất đối với công nghiệp điện ảnh nói chung và xuất khẩu phim ảnh nói riêng của Hoa Kỳ [11]. Vi phạm bản quyền số đối với phim ảnh tạo nên chi phí cao nhất trong tất cả các loại vi phạm sở hữu trí tuệ, ước tính số tiền phải trả là 160 tỷ đô la trong năm 2015. Ngành công nghiệp âm nhạc cũng tiếp tục phải chịu một vấn đề lớn về xói mòn doanh thu do vi phạm bản quyền số.

- Trách nhiệm của các trung gian Internet đối với các vi phạm bản quyền

Hầu hết các quốc gia đều có các quy định về "thông báo và gỡ xuống" trong luật bảo vệ bản quyền trong nước hoặc các quy định thực thi có khả năng giữ các trung gian Internet chịu trách nhiệm về vi phạm bản quyền nếu họ tiếp tục hiển thị nội dung sau khi có thông báo từ chủ bản quyền. Các luật này đặt trách nhiệm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ lên các bên trung gian hiển thị nội dung vi phạm bản quyền trên website của họ. Đồng thời, các luật đó nói chung cũng bao gồm các điều khoản "bến cảng an toàn" giới hạn trách nhiệm pháp lý đó nếu như các hoạt động "thông báo và gỡ xuống" được thực hiện trơn tru.

Để giảm thiểu trách nhiệm pháp lý và giữ chi phí hành chính ở mức thấp, hầu hết các trung gian đều hành động một cách tự động theo thông báo, mà không quan tâm điều tra xem khiếu nại có hợp pháp hay không. Do gánh nặng chi phí tiềm tàng, các trung gian ngại chịu trách nhiệm rộng hơn trong việc giải quyết nội dung vi phạm bản quyền, chẳng hạn như tìm kiếm và xóa các bản sao tài liệu vi phạm trên nền tảng của họ hoặc chặn việc đăng các bản sao mới trong tương lai. Tuy nhiên, đại diện của ngành công nghiệp nội dung cho rằng nếu trách nhiệm của người trung gian được xác định hẹp sẽ khuyến khích vi phạm bản quyền nội dung trực tuyến.

- Luật bản quyền phụ trợ

Luật bản quyền phụ trợ (còn được gọi là các quyền lân cận) trao các quyền tương tự như bản quyền cho các nhà xuất bản và nhà sản xuất (ví dụ: các tổ chức phát thanh truyền hình, nhà sản xuất phim và âm nhạc hoặc người biểu diễn), những người có các quyền được chuyển nhượng hoặc cấp phép từ những người sáng tạo ra tác phẩm. EU đã đi đầu trong việc phát triển và thực thi luật bản quyền phụ trợ dành riêng cho các nhà xuất bản báo chí.

Luật bản quyền phụ trợ đã được sử dụng ở Đức và Tây Ban Nha để đáp lại các yêu cầu thù lao (thanh toán cho nhà xuất bản các bài báo gốc) trên các công cụ tìm kiếm và nền tảng trực tuyến cung cấp các đoạn bản tin ngắn, bao gồm các tiêu đề và trích dẫn, cho công chúng. Tuy nhiên, các công cụ tìm kiếm và các nền tảng trực tuyến khác xem các khoản thanh toán này cho các nhà xuất bản như một biện pháp cản trở thương mại vì họ phải trả tiền cho các đoạn văn bản tin tức.

Các biện pháp tiếp cận thị trường

Cùng với sự phát triển của thương mại số, người ta nhận thấy sự gia tăng các ràng buộc mà các nhà xuất khẩu có thể phải đối mặt. Mặc dù các sản phẩm số đi qua biên giới

một cách vô hình, những hạn chế này đóng vai trò cản trở việc giao hàng hóa vật lý được đặt hàng thông qua thương mại điện tử. Môi trường pháp lý bao gồm một số quy định và biện pháp chính sách có liên quan có thể ảnh hưởng đến thương mại số theo một số cách. Mức độ phổ biến nhất của các trở ngại này là ngưỡng tối thiểu thấp và các hạn chế đối với hệ thống thanh toán điện tử. Các quy định áp đặt các tiêu chuẩn kỹ thuật cụ thể đối với các sản phẩm phần cứng và phần mềm cũng có thể đóng vai trò cản trở xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ.

Các quy tắc mua sắm của chính phủ ưu tiên cho các doanh nghiệp trong nước cũng có thể đóng vai trò cản trở xuất khẩu của các quốc gia khác.

- Ngưỡng giá trị tối thiểu

Trong thương mại điện tử, các doanh nghiệp thường xuyên quan tâm tới vấn đề ngưỡng giá trị thấp đối với lô hàng hóa bị đánh thuế quan nhập khẩu. Quy định về ngưỡng giá trị tối thiểu yêu cầu các nhà xuất khẩu thực hiện đơn đặt hàng quốc tế phải đảm bảo thanh toán thuế và phải hoàn thành các thủ tục giấy tờ hải quan liên quan nếu giá trị lô hàng vượt quá một ngưỡng giá trị nhất định. Nếu ngưỡng được đặt ở mức thấp, các yêu cầu này trở nên đặc biệt nặng nề đối với các nhà xuất khẩu nhỏ tham gia vào thương mại điện tử thông qua các thị trường trực tuyến như eBay và Etsy. Các nhà xuất khẩu như vậy thường không có nhân viên chuyên chịu trách nhiệm đảm bảo tuân thủ các quy định hải quan. Do đó, nhân viên tại các công ty này có thể dành tới 50% thời gian để xử lý các nhiệm vụ hành chính thay vì các nhiệm vụ khác.

Gánh nặng này trở nên nghiêm trọng hơn do sự thiếu minh bạch từ nhiều cơ quan hải quan về quy trình tuân thủ. Có thể không rõ là phải điền vào mẫu nào, làm thế nào để điền đúng và các mẫu có thể khác nhau tùy vào điểm đến. Nếu người bán mắc lỗi, lô hàng của họ có thể bị giữ lại. Đối với người bán nhỏ, điều này có thể dẫn đến việc mất hàng ngàn đô la doanh thu. Họ cũng có thể bị tổn hại danh tiếng khi khách hàng quốc tế phải chờ đơn hàng đến.

- Thanh toán điện tử

Một yếu tố khác ảnh hưởng đến thương mại điện tử là các biện pháp liên quan đến hệ thống thanh toán điện tử. Các hạn chế nặng nề nhất đối với thanh toán điện tử xuất phát từ việc các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thanh toán trung gian không phải là ngân hàng truyền thống. Mặc dù các công ty thanh toán không cung cấp dịch vụ tài chính như ngân hàng, nhưng họ cho phép khách hàng có số dư tiền trong tài khoản của mình, không giống như các tổ chức phi ngân hàng khác. Bởi vì các biện pháp quản lý vị trí trung gian này chưa được áp dụng và vì các chính phủ muốn duy trì sự giám sát đối với các tổ chức tài chính, các công ty thanh toán điện tử cuối cùng rơi vào phạm vi điều chỉnh của nhiều quy định ngân hàng.

Một thách thức đặc biệt là yêu cầu các công ty này phải có giấy phép ngân hàng để kinh doanh ở thị trường nước ngoài. Trong thực tế, yêu cầu này có thể được sử dụng để bảo vệ ngành công nghiệp trong nước. Sự thiếu minh bạch trong quy trình xem xét, giải quyết đơn xin cấp phép mang tính quan liêu ở nhiều quốc gia đã giúp dễ dàng từ chối cấp phép cho người nộp đơn là người nước ngoài. Các giấy phép này cũng có thể thay đổi để

bao gồm các hạn chế nhằm không thể thực hiện được. Chẳng hạn, năm 2016, PayPal đã phải tạm dừng các dịch vụ đối với Thổ Nhĩ Kỳ vì những thay đổi trong quy tắc cấp phép, yêu cầu các hệ thống thanh toán phải được bản địa hóa hoàn toàn tại quốc gia [1].

Các quy định ngân hàng khác được áp dụng đối với các công ty thanh toán điện tử bao gồm quy định yêu cầu xác minh thông tin khách hàng để ngăn chặn rửa tiền, cũng như các yêu cầu thận trọng khác nhằm duy trì khả năng thanh toán của ngân hàng. Mặc dù mục đích của việc yêu cầu các ngân hàng xác minh thông tin khách hàng trước khi giao dịch tài chính là để chống lại tội phạm tài chính, tuy nhiên, quy trình thu thập dữ liệu hiện tại để xác minh danh tính có thể không đầy đủ và các tài liệu nhận dạng có thể bị làm sai lệch

- Các tiêu chuẩn

Các yêu cầu thử nghiệm mang tính chất địa phương, cũng như các nỗ lực của chính phủ mỗi quốc gia phát triển các tiêu chuẩn kỹ thuật cụ thể cho phần cứng hoặc phần mềm có thể gây trở ngại cho thương mại số toàn cầu. Các doanh nghiệp có thể không được biết các yêu cầu mới hoặc có cơ hội nhận xét về các thay đổi đối với các yêu cầu hiện có một cách kịp thời. Các quốc gia có thể đề xuất các yêu cầu bắt buộc sử dụng các công nghệ hoặc sản phẩm cụ thể mà họ biện minh dựa trên lý do an ninh quốc gia hoặc các mục tiêu chính sách công. Tuy nhiên, trên thực tế, các quy định như vậy có thể đóng vai trò là các biện pháp bảo hộ không được xác định rõ và do đó có thể gần như không thể đáp ứng được.

Kết quả của các biện pháp này là tăng chi phí công nghệ mới cho cả người tiêu dùng và doanh nghiệp. Các biện pháp này có thể tác động đến các công ty cung cấp trực tiếp các dịch vụ liên quan đến Internet, hoặc các doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác dựa trên nền tảng kỹ thuật số để cung cấp dịch vụ, xử lý các quy trình nội bộ hoặc di chuyển hàng hóa qua biên giới

- Mua sắm chính phủ

Mua sắm chính phủ tạo nên một thị trường quan trọng cho các công ty kỹ thuật số kinh doanh cả phần cứng và phần mềm. Tuy nhiên, các hạn chế của mua sắm chính phủ đối với các sản phẩm phần mềm nước ngoài tồn tại ở một số quốc gia, bao gồm Brazil, Trung Quốc, Ấn Độ và Nigeria [12]. Nigeria, ví dụ, yêu cầu thiết kế, mua sắm, thử nghiệm, triển khai, bảo trì và sự hỗ trợ các thiết bị và phần mềm CNTT của chính phủ được hoàn thành bởi các công ty CNTT của Nigeria nếu có thể, hoặc các công ty con khác, hoặc các đối tác Nigeria của các công ty sản xuất CNTT quốc tế. Các quy tắc áp dụng cho cả mua sắm của chính phủ và khu vực tư nhân. Hiệp định mua sắm chính phủ (GPA) của Tổ chức Thương mại thế giới thiết lập một khung các quy tắc đòi hỏi cạnh tranh mở trong mua sắm chính phủ giữa 47 quốc gia ký kết. Hàng hóa và dịch vụ số được bao gồm trong GPA, miễn là chúng không bị loại trừ khỏi lịch trình cam kết của mỗi quốc gia.

Các biện pháp liên quan đến đầu tư

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) liên quan đến kỹ thuật số chịu sự điều chỉnh của nhiều biện pháp khác nhau tùy theo quốc gia và lĩnh vực. Những trở ngại cản trở FDI có thể là thể chế, chẳng hạn như một bộ máy quan liêu nặng nề, luật pháp yếu kém, chất lượng quản lý kém và tham nhũng. FDI cũng có thể bị cản trở bởi các biện pháp nhắm vào

các phân khúc ngành cụ thể hoặc loại hình doanh nghiệp. Những trở ngại như vậy thường nhằm mục đích hạn chế sự xâm nhập tự do của các công ty nước ngoài, với mục tiêu bảo vệ lợi ích và khả năng tồn tại của các doanh nghiệp trong nước. Có một số biện pháp chính sách liên quan đến đầu tư cụ thể ảnh hưởng đến thương mại số, bao gồm hạn chế quyền sở hữu nước ngoài, cấp phép và thuế phân biệt đối xử và hạn chế nội dung có lợi cho nội dung địa phương.

- Hạn chế quyền sở hữu nước ngoài và tham gia cổ phần

Hạn chế sở hữu nước ngoài có thể trở nên phổ biến, ảnh hưởng đến tất cả các lĩnh vực, bao gồm cả kỹ thuật số. Ví dụ, Indonesia giới hạn tỷ lệ tham gia vốn cổ phần nước ngoài ở mức 67% trong nhiều ngành. Tuy nhiên, ở hầu hết các quốc gia, giới hạn sở hữu tác động đến đầu tư vào dịch vụ kỹ thuật số mang tính đặc thù ngành, đặc biệt là liên quan đến viễn thông. Liên doanh bắt buộc và giới hạn vốn chủ sở hữu đảm bảo rằng sự kiểm soát doanh nghiệp thuộc về các đối tác trong nước và thường yêu cầu chuyển giao công nghệ bắt buộc cho nước sở tại.

- Yêu cầu về nội dung địa phương

Các yêu cầu nội dung có thể mang tính chất vật lý và chương trình. Yêu cầu về nội dung vật lý bắt buộc các công ty nước ngoài sử dụng một phần nhất định các thành phần được sản xuất trong nước trong các sản phẩm mà họ tiêu thụ ở một số thị trường nhất định. Yêu cầu nội dung theo chương trình bắt buộc các công ty nước ngoài cung cấp một lượng nội dung được sản xuất trong nước trên nền tảng của họ.

Yêu cầu nội dung địa phương đã gia tăng trên khắp thế giới trong những năm gần đây. Các biện pháp như vậy hiện đang hoạt động ở 39 quốc gia [13]. Yêu cầu nội dung địa phương có thể cấm các công ty nước ngoài cung cấp dịch vụ cho thị trường sở tại trên cơ sở xuyên biên giới; những yêu cầu như vậy cũng có thể làm gián đoạn dòng dữ liệu, làm gián đoạn hoạt động của các công ty.

- Cấp phép, thuế và phí phân biệt đối xử

Trong khi các hạn chế về quyền sở hữu nước ngoài là những rào cản khá rõ ràng đối với việc gia nhập thị trường, việc cấp phép và yêu cầu về vốn rất lớn, lệ phí cao, chính sách thuế cấm đoán và các quy trình phê duyệt nặng nề nhằm vào các thực thể nước ngoài có thể có tác động hạn chế hoạt động của các doanh nhiệp nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Phương pháp đánh thuế mới cũng gây lo ngại. Trong những năm gần đây, nhiều chính phủ đã nhấn mạnh những khó khăn mà họ gặp phải trong việc tăng doanh thu thuế từ các công ty kỹ thuật số kinh doanh bằng cách cung cấp dịch vụ trực tuyến, đặc biệt là khi cung cấp các dịch vụ đó từ nước ngoài, hoặc chỉ có sự hiện diện địa phương tối thiểu, so với các nhà đầu tư nước ngoài truyền thống. Trong một số trường hợp, một số chính phủ thử nghiệm các phương pháp mới để đánh thuế một số công ty hoặc loại công ty nhất định, có thể được coi là một hình thức của chủ nghĩa bảo hộ số.

3.1 Tác động của các rào đối với thương mại số và dòng chảy dữ liệu xuyên biên giới

Thương mại số và dòng chảy dữ liệu xuyên biên giới được thực hiện trong 5 lĩnh vực: Các dịch vụ truyền thông internet, xử lý dữ liệu điện toán đám mây, nội dung số, thương mại số và Internet vạn vật. Các biện pháp bảo hộ (các rào cản chính sách) có tác

động hạn chế không giống nhau đối với các lĩnh vực hoạt động. Ví dụ, các biện pháp bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư và nội địa hóa dữ liệu có tác động hạn chế tới cả 5 lĩnh vực hoạt động, trong khi đó biện pháp tiếp cận thị trường - ngưỡng giá trị tối thiểu - chỉ tác động đến thương mại sản phẩm số.

Tác động của các rào cản chính sách đối với các lĩnh vực kinh doanh số xuyên biên giới được trình bày tổng hợp ở Bảng 1.

Bảng 1: Các rào cản chính sách và tác động của chúng đối với các lĩnh vực kinh doanh số

Loại rào cản chính sách	Lĩnh vực kinh doanh số bị tác động				
	Các dịch vụ truyền thông internet	**Xử lý dữ liệu điện toán đám mây**	**Nội dung số**	**Thương mại số**	**Internet vạn vật**
Các biện pháp dữ liệu					
- Bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư	X	X	X	X	X
- Nội địa hóa dữ liệu	X	X	X	X	X
Các biện pháp an ninh mạng công cộng và riêng tư					
- Tiết lộ mã nguồn		X	X	X	X
- Hạn chế về mật mã	X	X	X	X	X
Kiểm duyệt			X		
Quyền sở hữu trí tuệ					
- Vi phạm bản quyền kỹ thuật số			X	X	
- Trách nhiệm pháp lý đối với vi phạm bản quyền	X		X	X	
- Luật bản quyền phụ trợ	X		X	X	
Các biện pháp tiếp cận thị trường				X	
- Ngưỡng giá trị tối thiểu		X	X		
- Thanh toán điện tử	X	X	X	X	X
- Mua sắm chính phủ	X	X	X	X	X
- Các tiêu chuẩn					
Các biện pháp liên quan đến đầu tư					
- Hạn chế quyền sở hữu nước ngoài và tham gia cổ phần	X X	X X	X X	X X	X X
- Yêu cầu về nội dung địa phương	X	X	X	X	X
- Cấp phép, thuế và phí phân biệt đối xử					

Nguồn: *United States International Trade Commission, August 2017, Global Digital Trade 1: Market*

4. Ba tiếp cận chính về chủ nghĩa bảo hộ số

4.1. Tiếp cận của Hoa Kỳ

Hoa Kỳ là quốc gia sáng tạo ra và sử dụng mạnh mẽ công nghệ Internet, đồng thời có nhiều doanh nghiệp cung cấp dịch vụ số và thương mại điện tử vào bậc lớn nhất thế giới (Google, Yahoo, Amazon, Facebook....), nên hơn ai hết, Hoa Kỳ có tiếp cận cởi mở nhất đối với tự do Internet và các dòng dữ liệu, phản đối mạnh mẽ các chính sách bảo hộ số, dù với các động cơ khác nhau, của các quốc gia khác.

Tuy nhiên, Hoa Kỳ có các mục tiêu mâu thuẫn liên quan đến nền kinh tế số. Một mặt, Hoa Kỳ muốn khuyến khích mạng Internet toàn cầu sôi động với ít rào cản gia nhập. Mặt khác, Hoa Kỳ muốn duy trì sự thống trị Internet của mình vốn đang suy giảm rõ ràng khi Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia và các quốc gia khác phát triển sức mạnh kỹ thuật số của quốc gia mình và thu hút ngày càng đông đảo người dùng.

Các lập luận của Hoa Kỳ chống lại chủ nghĩa bảo hộ số thường không nhất quán. Một mặt, Hoa Kỳ từ lâu cho rằng các biện pháp bảo vệ quyền riêng tư có tác dụng duy trì niềm tin trên môi trường Internet và các biện pháp đó là cần thiết để khuyến khích sự phát triển của công nghệ số. Mặt khác, Hoa Kỳ nhiều lần phê phán các quốc gia khác không xây dựng đầy đủ, hoặc không thực thi tốt pháp luật bảo vệ an ninh riêng tư, làm cản trở thương mại số.

Ví dụ, vào năm 2014, Hoa Kỳ cho rằng rằng nhiều chính phủ đã thất bại trong việc thiết lập môi trường pháp lý để tạo điều kiện cho luồng thông tin tự do làm méo mó thương mại quốc tế. Hoa Kỳ cáo buộc Trung Quốc, Nam Phi, Thái Lan và Các tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất vì các quy tắc Internet không rõ ràng. Hoa Kỳ chỉ trích Nam Phi vì đã không thực thi hiệu quả luật pháp trực tuyến; phản ứng quá mức đối với các nội dung cấm trên Internet của Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ, lên án Pháp về các đề xuất đánh thuế hoạt động Internet. Vào năm 2015, Cơ quan Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) đã phàn nàn về các chính sách mua sắm của Canada rằng không cho phép các công ty Hoa Kỳ đấu thầu máy chủ đám mây cho chính phủ, mặc dù thực tế Hoa Kỳ cũng hạn chế mua sắm liên quan đến đám mây vì lý do an ninh quốc gia [7].

Tại Hoa Kỳ, trong lĩnh vực thực thi pháp luật bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư, ở cấp liên bang, quyền này thuộc về Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ (FTC). Ủy ban này có thẩm quyền rộng rãi. Tuy nhiên, Hoa Kỳ không có luật liên bang chung về bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư hoặc cơ quan bảo vệ dữ liệu trung ương được giao nhiệm vụ đảm bảo tuân thủ. Thay vào đó, hầu hết các quy định là ở cấp bang, vì vậy, luật sư bang nói chung đóng một vai trò then chốt trong việc thực thi pháp luật.

Các quy định pháp luật cấp bang thường có các điều khoản chồng chéo hoặc không tương thích với nhau. Ví dụ: tất cả 50 bang của Hoa Kỳ đã áp dụng luật thông báo vi phạm dữ liệu, nhưng có sự khác biệt trong định nghĩa về dữ liệu cá nhân và ngay cả trong những gì cấu thành vi phạm dữ liệu. Tương tự, tại ít nhất 35 bang và Puerto Rico, mỗi bang có luật xử lý dữ liệu riêng biệt. Điều tương tự cũng đúng với luật riêng tư dữ liệu. Gần đây, Đạo luật Bảo mật người tiêu dùng nổi tiếng của California (CCPA), được thông qua năm 2018 và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 1.1.2020, được cho là có tiếp cận gần gũi với Quy định

bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) của Liên minh Châu Âu, đã tạo ra một làn sóng đổi mới luật tương tự ở Maryland, Nevada, Massachusetts, Rhode Island và các bang khác.

4.2. Tiếp cận của Liên minh Châu Âu

Hoa kỳ và EU là hai khối kinh tế - thương mại lớn nhất thế giới. Các luồng dữ liệu xuyên biên giới giữa Hoa Kỳ và EU là lớn nhất trên thế giới. Hoa Kỳ và EU chiếm gần một nửa xuất khẩu dịch vụ kỹ thuật số (ví dụ: dịch vụ kinh doanh, chuyên nghiệp và kỹ thuật) của nhau và nhiều dịch vụ này được kết hợp vào hàng hóa xuất khẩu như một phần của chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) [14].

Mặc dù có mối quan hệ kinh tế chặt chẽ, sự khác biệt giữa Hoa Kỳ và EU trong cách tiếp cận luồng dữ liệu và thương mại kỹ thuật số đã gây ra mâu thuẫn trong quan hệ kinh tế và an ninh của Hoa Kỳ - EU. Nhìn chung, quan điểm đối với tự do Internet, bảo vệ dữ liệu của EU mang tính chất chặt chẽ hơn, rõ ràng hơn so với Hoa Kỳ.

Chính sách bảo vệ dữ liệu của EU lấy bảo vệ dữ liệu cá nhân (bí mật riêng tư) làm trọng tâm. EU đưa ra các yêu cầu và tiêu chuẩn cao về bảo vệ dữ liệu cá nhân đối với tất cả các tổ chức và doanh nghiệp, trong và ngoài EU có liên quan đến thu thập, xử lý, lưu trữ và sử dụng dữ liệu cá nhân của các công dân EU. *Quy định bảo vệ dữ liệu chung của EU* (GDPR), có hiệu lực từ tháng 5 năm 2018, đã thiết lập các quy tắc cho các quốc gia thành viên EU nhằm bảo vệ dữ liệu riêng tư của các cá nhân. GDPR là một chế độ bảo mật toàn diện, dựa trên các quy tắc bảo vệ dữ liệu trước đây của EU. Nó cấp các quyền mới cho các cá nhân nhằm kiểm soát dữ liệu cá nhân và tạo ra các yêu cầu bảo vệ dữ liệu mới cụ thể. GDPR áp dụng đối với:

(1) Tất cả các doanh nghiệp và tổ chức có cơ sở ở EU xử lý (thực hiện các hoạt động) dữ liệu cá nhân tại EU, bất kể việc xử lý dữ liệu thực sự diễn ra ở đâu;

(2) Các thực thể bên ngoài EU cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ (phải trả tiền hoặc miễn phí) cho các cá nhân ở EU hoặc giám sát hành vi của các cá nhân trong EU.

Những biện pháp này đã làm dấy lên mối lo ngại ngoài lãnh thổ EU.

Mặc dù GDPR được áp dụng trực tiếp ở cấp quốc gia thành viên EU, các quốc gia riêng lẻ chịu trách nhiệm thiết lập một số quy tắc và chính sách cấp quốc gia cũng như các cơ quan thực thi. Không phải tất cả các quốc gia EU có tiến trình thực hiện như nhau, một số quốc gia thành viên vẫn đang trong quá trình triển khai. Nhiều đại diện (đặc biệt là các doanh nghiệp) ngoài EU đã bày tỏ lo ngại về việc thiếu rõ ràng và hướng dẫn tuân thủ quốc gia không đầy đủ, cũng như về chi phí cao cho việc lưu trữ và xử lý dữ liệu cần thiết cho việc tuân thủ. Việc các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể khó khăn hơn trong việc hiểu và tuân thủ các quy định của GDPR và có xu hướng rời khỏi thị trường EU.

EU bao gồm 27 guốc gia, giống như GDPR, các nhà hoạch định chính sách của EU đang cố gắng mang lại sự hài hòa hơn trên toàn khu vực thông qua Thị trường duy nhất kỹ thuật số (DSM). DSM là một nỗ lực liên tục để thống nhất thị trường EU, tạo thuận lợi cho thương mại và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Ba trụ cột DSM xoay quanh việc tiếp cận trực tuyến tốt hơn tới hàng hóa và dịch vụ số xuyên biên giới; môi trường pháp lý hỗ trợ đầu tư và cạnh tranh công bằng; và thúc đẩy tăng trưởng thông qua đầu tư vào cơ sở hạ tầng, vốn nhân lực, nghiên cứu và đổi mới.

4.3. Tiếp cận của Trung Quốc

Trung Quốc là một thị trường Internet lớn. Vào cuối tháng 12 năm 2015, đã có 688 triệu người dùng Internet ở Trung Quốc, bao gồm 620 triệu người dùng Internet di động. Doanh thu thương mại điện tử của Trung Quốc gần gấp đôi so với Hoa Kỳ [3].

So với Hoa Kỳ và EU, Trung quốc áp dụng các chính sách kiểm soát chặt chẽ nhất đối với Internet và các luồng dữ liệu xuyên biên giới. Vào tháng 12 năm 2015, Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình trong một bài phát biểu tuyên bố rằng cộng đồng quốc tế nên tôn trọng chủ quyền Internet của từng quốc gia trong việc chọn con đường phát triển Internet, quản trị Internet và chính sách Internet của riêng họ. Đối với nhiều nhà quan sát, điều này thể hiện nỗ lực ngày càng tăng của chính phủ Trung Quốc nhằm mở rộng quyền kiểm soát Internet ở Trung Quốc, điều này có thể gây hậu quả tiêu cực cho các công ty nước ngoài kinh doanh tại Trung Quốc, cũng như cho các doanh nhân Trung Quốc.

Theo phân tích của nhiều chuyên gia, các chính sách bảo hộ số của Trung Quốc mang tính chất đa mục đích: đảm bảo an ninh, ổn định chế độ chính trị, bảo vệ văn hóa dân tộc, bảo vệ lợi ích của công dân và bảo hộ thương mại (ngăn cản hoạt động của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ số nước ngoài, hỗ trợ và tạo lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp trong nước). Chính phủ Trung quốc triển khai rộng rãi các giải pháp bảo hộ số, trong đó có kiểm duyệt, lọc nội dung, "bức tường lửa vĩ đại", tấn công từ chối dịch vụ... Kết quả là các doanh nghiệp nước ngoài khó có chỗ đứng trên thị trường dịch vụ số và thương mại điện tử Trung Quốc. Ví dụ, thay cho công cụ tìm kiếm Google được sử dụng rộng khắp thế giới thì ở Trung Quốc có Baidu, thay cho Amazon có Alibaba, thay cho Facebook có WeChat...

Các chính sách bảo hộ số của Trung Quốc được thể hiện qua một hệ thống các văn bản pháp luật, mà gần đây nhất là Luật an ninh mạng (Cybersecurity law) được thông qua tháng 11 năm 2016 và có hiệu lực từ 1 tháng 6 năm 2017 (trong đó có một số quy định được hoãn thực thi đến cuối năm 2018).

5. Hàm ý giải pháp giảm thiểu chủ nghĩa bảo hộ số trong thương mại số và dòng chảy số xuyên biên giới

5.1. Trong phạm vi quốc tế

Có thể nói cho đến nay, hệ thống pháp luật thương mại quốc tế, mặc dù còn cần tiếp tục sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện, về cơ bản đã đảm bảo phù hợp để điều chỉnh thương mại quốc tế truyền thống. Tuy nhiên, thương mại số và các dòng dữ liệu xuyên biên giới đặt ra một loạt vấn đề mới, vượt quá khuôn khổ của hệ thống hệ thống pháp luật thương mại quốc tế đang tồn tại. Cách hiểu, quan điểm tiếp cận của các quốc gia đối với thương mại số và lưu chuyển dữ liệu xuyên biên giới là rất khác nhau. Chủ nghĩa bảo hộ số xuất hiện và ngày càng trở nên phổ biến đang cản trở sự phát triển kinh tế và thương mại toàn cầu.

Các quốc gia cần cùng nhau tìm ra hiểu biết chung về những thực tiễn nào thực sự làm méo mó thương mại số, những gì nên bị hạn chế và cấm và làm rõ các trường hợp ngoại lệ. Trong việc xây dựng các quy tắc và luật lệ, trước tiên, những người ra quyết định phải xác định cách thức và thời điểm chính phủ có thể kiểm soát và hạn chế các dòng chảy

dữ liệu. Họ phải đảm bảo rằng các quy tắc này được quốc tế chấp nhận và minh bạch để đảm bảo khả năng dự đoán và tính trách nhiệm. Với sự hiểu biết chung, Internet sẽ ít bị phân mảnh hơn, nhiều người sẽ có quyền tiếp cận thông tin hơn và các cá nhân có thể tạo và chia sẻ dữ liệu nhiều hơn.

Để giải quyết những vấn đề này, các nhà hoạch định chính sách phải làm việc đa phương trong các tổ chức khu vực và quốc tế khác nhau. Môi trường phù hợp nhất cho phối hợp và hài hòa chính sách là WTO. WTO cần:

1. Xem xét liệu các chính sách trong nước hạn chế dữ liệu (ngoại trừ các ngoại lệ đối với an ninh quốc gia, quyền riêng tư và đạo đức công cộng) có tạo thành rào cản đối với các luồng dữ liệu xuyên biên giới có thể bị thách thức trong tranh chấp thương mại hay không.

2. Lập một nhóm nghiên cứu để kiểm tra các hệ quả thương mại của các cuộc tấn công phần mềm độc hại và từ chối dịch vụ phân tán (DDoS) như một phương tiện làm méo mó thương mại. Những hành vi này nên bị cấm.

3. Theo dõi các hoạt động thương mại số của nhau trong quá trình xem xét chính sách thương mại của WTO.

4. Các nhà hoạch định chính sách nên suy nghĩ lại cách quản lý dữ liệu trong các hiệp định thương mại. Cách tiếp cận hợp lý là dựa trên sự phân biệt giữa năm loại dữ liệu, ai là người kiểm soát dữ liệu và nơi dữ liệu được kiểm soát. Năm loại dữ liệu là: dữ liệu cá nhân (ngày sinh, số thẻ căn cước, số hộ chiếu...); dữ liệu bí mật của doanh nghiệp (bảng lương, tồn kho...); dữ liệu công cộng (số liệu thống kê, dữ liệu khoa học...); siêu dữ liệu cho AI và phân tích dự liệu; dữ liệu cho truyền thông máy-máy (IoT,...).

Cách tiếp cận mới được xây dựng dựa trên loại dữ liệu có thể cho phép các nhà hoạch định chính sách phân biệt rõ hơn giữa các quy định được thiết kế để kiểm soát việc sử dụng một số loại dữ liệu nhất định và quy tắc làm méo mó thương mại. Hơn nữa, nó có thể trao quyền cho người dùng ở các nước đang phát triển. Cư dân mạng ở các nước đang phát triển có thể là nhà cung cấp dữ liệu cá nhân. Các nước đang phát triển với dân số đông có khả năng áp dụng các quy định yêu cầu các công ty trả tiền thuê đối với dữ liệu của công dân mình. Làm như vậy, họ có thể nâng cao sức mạnh thị trường của các công ty Internet lớn. Do đó, nó có thể tạo ra những yêu cầu mới đối với thương mại như một công cụ để điều chỉnh luồng dữ liệu.

5.2. Vấn đề đối với Việt Nam

Việt Nam là quốc gia đông dân thứ 13 trên thế giới và có tỷ lệ người dùng Internet khá cao, ước tính đạt 70% dân số (theo vnetwork.vn, tháng 1 năm 2020). Từ những năm 2010, Chính phủ đã quan tâm và xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thương mại điện tử. Hệ thống pháp luật liên quan tới các lĩnh vực kinh doanh Internet và thương mại điện tử cũng dần được xây dựng và hoàn thiện.

Liên quan đến lĩnh vực thương mại số, Việt Nam được coi là một trong những quốc gia đưa ra nhiều luật hạn chế thương mại số nhất, sau Trung Quốc, Nga và Brazil (theo Công ty Luật quốc tế Gowling WLG, năm 2018). Trung Quốc là quốc gia sớm xây dựng và triển khai một cách mạnh mẽ các rào cản thương mại số, cộng với tiềm năng mạnh mẽ

và tính năng động của các doanh nghiệp trong nước, Trung Quốc đã đạt được sự kiểm soát và thống lĩnh thị trường dịch vụ số và thương mại điện tử trên thị trường nội địa, mở rộng đáng kể ra thị trường thế giới. Ở Việt Nam, phần lớn các luật nói trên được xây dựng và ban hành trong những năm gần đây (trong đó điển hình là Luật An ninh mạng năm 2018, có hiệu lực từ 1/1/2019), khi thị phần lớn trường dịch vụ số ở Việt Nam đã bị chiếm lĩnh bởi các công ty cung cấp dịch vụ số nước ngoài, đặc biệt là Google và Facebook.

Trong lĩnh vực thương mại điện tử, một số thương hiệu do người Việt Nam tạo lập và phát triển như Sendo, Tiki, Thegioididong đã đạt được những kết quả khích lệ trên thị trường, cạnh tranh ngang với các thương hiệu nước ngoài như Lazada, Shopee.... Trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ số (dịch vụ tìm kiếm, mạng xã hội, quảng cáo...) tình hình hoàn toàn khác, các doanh nghiệp Việt Nam chiếm thị phần khá nhỏ (ví dụ, khoảng 20% thị phần dịch vụ quảng cáo trực tuyến vào năm 2017). Lĩnh vực kinh doanh này đòi hỏi nguồn lực công nghệ và tài chính rất lớn và kinh nghiệm tích lũy qua thời gian, vốn dĩ không phải là thế mạnh của các doanh nghiệp Việt Nam.

Việc hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, tham gia nhiều thỏa thuận kinh tế - thương mại đa phương và song phương, trong đó có các thỏa thuận thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) đặt ra trước Việt Nam một tình thế đặc biệt liên quan đến các biện pháp bảo hộ trong lĩnh vực thương mại số. Đó là Việt Nam phải hết sức cân nhắc trong vấn đề này, hài hòa giữa các cam kết tự do hóa và bảo hộ. Việt Nam cần phải đảm bảo rằng các biện pháp đó được quốc tế chấp nhận và mang tính minh bạch, dự đoán được và có trách nhiệm.

Đối với Việt Nam, con đường tốt nhất là tham gia tích cực vào các nỗ lực của WTO, phối hợp cùng với các thành viên WTO xây dựng được các nguyên tắc nền tảng hài hòa, thống nhất chung của Tổ chức. Trong thời gian trước mắt, cần quan tâm nghiên cứu sâu và chi tiết hóa tiếp cận dựa trên sự phân biệt giữa năm loại dữ liệu. Tiếp cận này cho phép phân biệt rõ giữa các quy định nhằm kiểm soát và hướng tới mục đích bảo vệ an ninh chính trị, an toàn xã hội, quyền con người (nhất là quyền riêng tư) và đạo đức xã hội - những mục đích cần thiết và mang tính phi thương mại, và và các quy định làm méo mó thương mại, trên cơ sở đó bổ sung, hoàn thiện các biện pháp chính sách và quy định pháp luật của Việt Nam liên quan tới các vấn đề bảo hộ thương mại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ahmed (PayPal Inc.), testimony before the U.S. House Ways and Means Subcommittee hearing, "*Expanding U.S. Digital Trade and Eliminating Barriers to U.S. Digital Exports*," July 13, 2016, 7.
2. *Digitally Deliverable Services Remain an Important Component of U.S. Trade*, May 28, 2015, http://www.esa.doc.gov/economic-briefings/digitally-deliverable-services-remain-important-component-us-trade.
3. E-Marketer, *China Embraces Cross-Border Ecommerce*, June 14, 2016, available at https://www.emarketer.com/ Article/China-Embraces-Cross-Border-Ecommerce/1014078
4. Matthieu Pélissié du Rausas, James Manyika, and Eric Hazan, et al., *Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity*, McKinsey Global Institute, May 2011, p. 21, http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/internet-matters.

5. Office of the Special Trade Representative (now USTR) (1982), *A Preface to Trade*, Washington, DC: US Government Printing Office.)
6. Susan Lund and James Manyika, *Strengthening the Global Trade and Investment System for Sustainable Development: How Digital Trade is Transforming Globalization*, The E15 Initiative. McKinsey & Company., January 2016, http://e15initiative.org/publications/how-digital-trade-is-transforming-globalisation/.
7. Susan Ariel Aaronson, *Digital Protectionism? Or Label the U.S. Government Uses to Criticize Policy It Doesn't Like?* https://www.cfr.org/blog/digital-protectionism-or-label-us-government-uses-criticize-policy-it-doesnt.
8. Turban et al., *Electronic Commerce - A Managerial and Social Networks Perspective, Eighth Edition*, Springer.
9. The World Bank Group, *World Development Report 2016: Digital Dividends*, 2016, http://www.worldbank.org/en/publication/wdr.
10. United States International Trade Commission, August 2017, *Global Digital Trade 1: Market*
11. USITC, hearing transcript, April 4, 2017, 35 (testimony of Joanna McIntosh, MPAA).
12. USITC, hearing transcript, April 4, 2017 (testimony of Leticia Lewis, BSA), 154; U.S. Chamber of Commerce, *Globally Connected, Locally Delivered*, 2016, 9.
13. USITC, hearing transcript, April 4, 2017, 256-57 (testimony of Sean Heather, U.S. Chamber of Commerce).
14. *Where the Money Is: The Transatlantic Digital Market*," CSIS, October 12, 2017.

XU HƯỚNG BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI HIỆN NAY VÀ ỨNG PHÓ CỦA VIỆT NAM

TRADE PROTECTION TRENDS AND RESPONSIBILITIES OF VIETNAM

PGS.TS Phan Thế Công

ThS. Hồ Thị Mai Sương

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Từ nhiều năm qua, chính sách thương mại của các nước trên thế giới đang thể hiện rõ hai xu thế đối ngược nhau, bao gồm tự do hóa thương mại và bảo hộ thương mại. Trong xu thế nhiều quốc gia bị thâm hụt thương mại lớn và kéo dài, các biện pháp bảo hộ hay hạn chế thương mại được những quốc gia này thực hiện nhằm bảo vệ sản xuất trong nước như các hàng rào thuế quan và phi thuế quan, bao gồm: tăng thuế nhập khẩu, trợ cấp, hạn ngạch,... Bài viết đã chỉ ra các biểu hiện của chủ nghĩa bảo hộ thương mại trên thế giới và các tác động của việc hạn chế thương mại đến thương mại quốc tế. Đồng thời phân tích các ứng phó của Việt Nam trước xu thế bảo hộ thương mại của các quốc gia nhằm thích ứng với xu thế mới trong thương mại toàn cầu.

Từ khóa: *Chủ nghĩa bảo hộ; Bảo hộ thương mại, Hạn chế thương mại; Tự do hóa thương mại.*

Abstract

For many years, trade policies of countries around the world have clearly shown two opposing trends, including trade liberalization and trade protection. In the trend of many countries with large and prolonged trade deficits, trade protection or restrictive measures are implemented by these countries to protect domestic production such as tariff and non-tariff barriers, including: increasing import taxes, subsidies, quotas, etc. The article has pointed out the manifestations of world trade protectionism and the effects of trade restrictions on international trade. At the same time, analyze Vietnam's responses to the countries' trade protectionism trend in order to adapt to the new trend in global trade.

Keywords: *Protectionism; Trade protection, Trade restriction; Trade liberalization.*

1. Đặt vấn đề

Hội nhập kinh tế quốc tế đã mang lại tăng trưởng cao cho thương mại quốc tế đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế cho nhiều quốc gia trên thế giới. Xu thế phát triển toàn cầu được đánh dấu bằng sự ra đời của Hiệp định chung về thế quan và mậu dịch (GATT) - tiền thân của tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Ra đời vào năm 1995, WTO là tổ chức quốc tế duy nhất đưa ra các nguyên tắc thương mại giữa các quốc gia trên thế giới trong đó các thành viên sẽ đàm phán và ký kết các Hiệp định thương mại theo hướng tạo điều kiện thuận lợi trao đổi thương mại giữa các thành viên.

Các quốc gia trên thế giới đã thu được nhiều lợi ích từ các hiệp định thương mại tự do. Theo báo cáo của WTO (2019), hiện nay các thành viên của WTO đã thực hiện 120 biện pháp tạo thuận lợi cho thương mại góp phần tăng tổng giá trị thương mại do các biện pháp này khoảng 544,7 tỷ USD. Quỹ tiền tệ thế giới (IMF) đã chứng minh sự đóng góp của toàn cầu hóa khoảng 1,5 - 2% tăng trưởng kinh tế thế giới, tỷ lệ đói nghèo giảm xuống ở các nước đang phát triển. Đồng thời theo Ngân hàng Thế giới (WB), các nước đang phát triển có thể tăng thêm thu nhập 142 tỷ USD mỗi năm nếu các biện pháp bảo hộ thương mại được gỡ bỏ hoàn toàn. (Nguyễn Mại, 2018)

Việt Nam đã thực hiện quá trình đổi mới từ năm 1986, mở cửa thị trường và thúc đẩy hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực. Mốc quan trọng khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) vào năm 2007 đã đánh dấu sự hội nhập toàn diện của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới. Trong quá trình hội nhập sâu rộng của Việt Nam, các hiệp định song phương và đa phương được đàm phán và ký kết, đặc biệt là các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Đây là cơ hội lớn cho Việt Nam như thu hút đầu tư nước ngoài; cắt giảm thuế quan của hàng hóa xuất nhập khẩu tạo nên cơ hội cạnh tranh;...

Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, trên thế giới đã xuất hiện một xu hướng đối lập với tự do hóa thương mại chính là chủ nghĩa bảo hộ. Các quan điểm ủng hộ cho bảo hộ thương mại đưa ra các lý lẽ giải thích nguyên nhân mà các quốc gia thực hiện các biện pháp hạn chế thương mại. Các nguyên nhân đó liên quan đến an ninh quốc phòng của quốc gia, giải quyết thâm hụt thương mại, giải quyết việc làm, bảo vệ ngành công nghiệp non trẻ và đảm bảo thương mại công bằng. Hiện nay, chủ nghĩa bảo hộ đã có xu hướng gia tăng ở nhiều nước trên thế giới và biểu hiện của nó cũng rất đa dạng như việc Mỹ thực hiện các biện pháp thuế quan đối với các hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt áp thuế cao đối với hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc, gây nên cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung năm 2018; hoặc sự kiện Anh rút khỏi EU. Ngoài ra, nhiều nước trên thế giới đã thực hiện các biện pháp phòng vệ thương mại như chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ cũng là những biểu hiện cho việc thực hiện các biện pháp hạn chế thương mại trên thế giới. Trước tình hình đó, Việt Nam với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu lớn trên thế giới đang phải đối mặt với nhiều nguy cơ từ vấn đề bảo hộ thương mại của các quốc gia là bạn hàng.

Hiện nay, Việt Nam đã và đang thúc đẩy quá trình đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do FTA thế hệ mới nhằm tận dụng được các lợi thế của tự do thương mại. Tuy nhiên, tác động tiêu cực của chủ nghĩa bảo hộ cũng đặt ra nhiều thách thức cho Việt Nam trong quan hệ thương mại quốc tế. Đặc biệt, xu hướng sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của nhiều quốc gia như Mỹ cũng tạo ra những khó khăn nhất định cho hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Do đó, Việt Nam cần chủ động trong việc theo dõi các biến động về quan hệ kinh tế giữa các quốc gia trên thế giới để có thể có những biện pháp ứng phó kịp thời theo nhiều kịch bản khác nhau.

2. Tổng quan về chủ nghĩa bảo hộ thương mại

Theo Amadeo (2017), bảo hộ thương mại là chính sách bảo vệ nền công nghiệp trong nước với nước ngoài - chính sách này tạo ra cạnh tranh không lành mạnh giữa các quốc gia. Chính sách bảo hộ có ý nghĩa trong ngắn hạn nhưng nó lại làm giảm khả năng

cạnh tranh của các quốc gia và các ngành công nghiệp của quốc gia đó trong thương mại quốc tế.

Chủ nghĩa bảo hộ là tổng hợp các chính sách của chính phủ nhằm giúp các nhà sản xuất trong nước cạnh tranh với nước ngoài trong một lĩnh vực công nghiệp cụ thể, bằng cách nâng giá bán của các sản phẩm nước ngoài, giảm chi phí cho các nhà sản xuất trong nước và hạn chế sự gia nhập của các nhà sản xuất nước ngoài vào thị trường nội địa. Các quan điểm bảo vệ chủ nghĩa bảo hộ thương mại cho rằng các biện pháp hạn chế thương mại nhằm mục đích an ninh quốc phòng, giải quyết thâm hụt thương mại, giải quyết việc làm, bảo vệ ngành công nghiệp non trẻ và đảm bảo thương mại công bằng (Abboushi, 2010).

Chủ nghĩa bảo hộ thương mại là một thuật ngữ kinh tế học để chỉ việc các quốc gia áp dụng các biện pháp để bảo vệ ngành sản xuất trong nước trước cạnh tranh của nước ngoài như nâng cao tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn lao động, môi trường, xuất xứ,... hoặc các chính sách thuế nhập khẩu đối với một số mặt hàng. Chính sách này nhằm bảo vệ sản phẩm trong nước với sản phẩm cùng loại được nhập khẩu từ đối thủ cạnh tranh nước ngoài với mức giá thấp hơn. (Nguyễn Mại, 2018)

Abboushi (2010) cho rằng các phương thức nhằm bảo hộ sản xuất trong nước bao gồm: Sử dụng thuế quan đối với hàng nhập khẩu; áp dụng trần hạn ngạch đối với số lượng hàng hóa nước ngoài được bán ở thị trường trong nước, trong đó hạn chế cung cấp và tăng giá sản phẩm nhập khẩu; các biện pháp rào cản liên quan đến sản phẩm nhập khẩu; trợ cấp cho các nhà sản xuất trong nước như giảm thuế, trợ cấp tiền mặt; kiểm soát tiền tệ. Cùng quan điểm trên, Amadeo (2017) đã đưa ra bốn công cụ cơ bản để bảo hộ thương mại bao gồm chính sách thuế, chính sách trợ cấp, hạn ngạch và chính sách tiền tệ. Trong đó, chính sách được sử dụng nhiều nhất chính là chính sách thuế nhập khẩu. Thuế nhập khẩu đối với hàng hóa, dịch vụ tăng lên làm cho giá hàng hóa nhập khẩu tăng lên nhanh chóng và trở nên kém cạnh tranh với các hàng hóa trong nước. Đây là phương pháp tốt nhất đối với các quốc gia có nhiều hàng hóa nhập khẩu giống như Mỹ. Demir and Sepli (2017) phân chia các biện pháp bảo hộ thương mại bao gồm hai loại: biện pháp thuế quan và phi thuế quan. Biện pháp thuế quan chủ yếu là thuế nhập khẩu - làm tăng giá của hàng nhập khẩu từ đó thúc đẩy sản xuất trong nước và giảm nhập khẩu. Các biện pháp phi thuế bao gồm: Hạn ngạch nhập khẩu; Cấm nhập khẩu; Kiểm soát tiền tệ nước ngoài; Hệ thống đa tiền tệ, Thuế nhập khẩu biến đổi, bán phá giá, thành lập Cartels; Trợ cấp cho các ngành sản xuất kinh doanh trong nước; Trợ cấp xuất khẩu, thuế xuất khẩu; Hạn chế xuất khẩu tự nguyện; Nghĩa vụ đóng góp trong nước; Chính sách mua hàng của các tổ chức công; Tiêu chuẩn sức khỏe, an ninh và môi trường, Áp dụng bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, thương mại và trí tuệ. Ngoài ra, Yalcin, Felbermayr, and Kinzius (2017) cho rằng các biện pháp bảo hộ thương mại bao gồm những rào cản phi thuế như trợ cấp, các biện pháp phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ thương mại), các hiệp định về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT), các hiệp định về việc sử dụng các biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS).

Như vậy, chủ nghĩa bảo hộ chính là xu thế các quốc gia sử dụng các biện pháp hạn chế thương mại như thuế, trợ cấp, hạn ngạch, bán phá giá,... nhằm bảo vệ nền sản xuất trong nước trước sự cạnh tranh của nước ngoài.

3. Nhận diện chủ nghĩa bảo hộ thương mại trên thế giới trong giai đoạn hiện nay

3.1. Sự hình thành của bảo hộ thương mại trên thế giới trong giai đoạn hiện nay

Sự phát triển của tự do hóa thương mại trong tương lai chắc chắn là một vấn đề mà hầu hết các nước trên thế giới đều thúc đẩy tiến tới. Tuy nhiên, tự do hóa thương mại song phương hay toàn cầu vẫn là một vấn đề đang được tranh cãi. Do những lợi ích về kinh tế và thương mại của việc tự do hóa toàn cầu, nên xu hướng giảm thuế của các quốc gia trong tương lai giúp gỡ bỏ các rào cản nhập khẩu. Tuy vậy, tốc độ cắt giảm thuế của các quốc gia có sự phát triển về kinh tế khác nhau có thể sẽ khác nhau. Các quốc gia có nền kinh tế phát triển, vốn đã có mức thuế nhập khẩu thấp sẽ có tốc độ tự do hóa thương mại chậm. Trong khi đó, các nước đang phát triển, với mức thuế nhập khẩu cao và nhu cầu tiêu dùng đa dạng sẽ có động lực hơn trong việc thúc đẩy tiến trình tự do hóa thương mại.

Tuy nhiên, xu hướng toàn cầu hóa đã và đang diễn ra mạnh mẽ, nhưng song hành là chủ nghĩa bảo hộ thương mại. Nhiều nước trên thế giới đã gia tăng nhanh chóng các biện pháp hạn chế thương mại nhằm bảo vệ sản xuất trong nước, trong đó bao gồm cả xu hướng bảo hộ thương mại bằng thuế quan và phi thuế quan. Về các biện pháp thuế quan, các quốc gia phát triển có mức thuế quan thấp, nhưng tốc độ cắt giảm sẽ chậm hơn, các quốc gia đang phát triển có mức thuế quan cao nhưng có tốc độ cắt giảm thuế quan sẽ nhanh hơn.

Tại Mỹ, một trong các hành động lập pháp đầu tiên của Tổng thống Donald Trump là tuyên bố rút khỏi Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), đàm phán lại Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA), ngừng đàm phán FTA với EU, tiếp đó là áp đặt thuế nhập khẩu khá cao đối với sản phẩm của nhiều nước như nhôm, thép cuốn; đặt ra yêu sách với Trung Quốc cắt giảm thặng dư thương mại với Mỹ bằng cách mở cửa thị trường nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ (Nguyễn Mại, 2018). Mỹ kể từ năm 2016 các chính sách thương mại của Mỹ chuyển trọng tâm sang áp dụng các chính sách nhằm bảo vệ an ninh quốc gia và củng cố nền kinh tế. Các biện pháp phòng vệ thương mại cũng là các chính sách hạn chế thương mại mà Mỹ đã thực hiện trong nhiều năm qua. Trong giai đoạn 2015 - 2017, Mỹ đã thực hiện thêm 133 vụ điều tra chống bán phá giá mới được Mỹ khởi xướng. Tính đến cuối tháng 7 năm 2018, có khoảng 340 lệnh áp thuế chống bán phá giá và 109 lệnh thuế chống trợ cấp được Mỹ duy trì. Hơn nữa, năm 2018, Mỹ đã thực hiện cách tiếp cận mới trong chính sách thương mại của Tổng thống Donald Trump, đưa ra nhiều biện pháp có tính chất hạn chế thương mại với phạm vi và quy mô ảnh hưởng lớn hơn rất nhiều so với các biện pháp phòng vệ thương mại truyền thống. Tháng 3 năm 2018, Mỹ tuyên bố tăng thuế đối với mặt hàng nhôm và thép của các nước xuất khẩu vào Mỹ sau khi đã điều tra và kết luận rằng nhôm và thép nhập khẩu gây ảnh hưởng đến an ninh quốc gia. Tiếp theo, các mặt hàng như ô tô, u-ra-ni-um cũng được Mỹ điều tra. Cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung cũng xuất pháp từ cách tiếp cận này. Mỹ điều tra việc Trung Quốc vi phạm quyền sở hữu trí tuệ đối với rất nhiều sản phẩm của nước này và yêu cầu đánh thuế theo mức độ mà Trung Quốc vi phạm. Quy mô của gói áp thuế ban đầu là 50 tỷ USD, và đến năm 2018 đã tăng lên 250 tỷ USD sau khi Trung Quốc tiến hành trả đũa gói áp thuế ban đầu. (Cục phòng vệ thương mại, 2019)

Sự kiện Brexit - nước Anh đã rời khỏi EU là một vấn đề hết sức quan trọng thu hút sự quan tâm của toàn thế giới. Nước Anh và EU sẽ phải đàm phán lại các thỏa thuận

về thương mại. Nếu các thỏa thuận với EU theo các hiệp định thương mại tự do ưu đãi của EU thất bại sau Brexit thì nước Anh sẽ trở lại theo các quy tắc của WTO, theo đó các mức thuế sẽ cao hơn so với các hiệp định ưu đãi của EU. Hiện nay, EU chiếm khoảng một nửa thương mại hàng hóa của Anh, do đó, nếu sau Brexit không đạt được các thỏa thuận theo hiệp định thương mại tự do EU thì phần lớn thương mại của Anh sẽ bị áp dụng mức thuế cao.

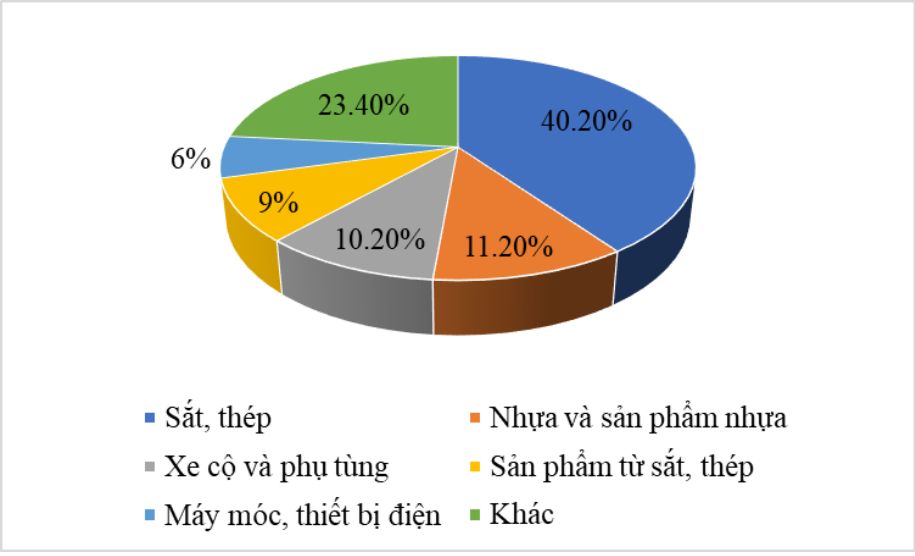
Trung Quốc là một cường quốc kinh tế trên thế giới đang thực hiện chính sách thương mại theo hướng hạn chế nhập khẩu bằng nhiều biện pháp bảo hộ sản xuất trong nước, đồng thời thúc đẩy xuất khẩu. Về cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, Trung Quốc đã thực hiện các biện pháp trả đũa Mỹ bằng cách áp thuế lên hàng hóa của Mỹ.

Một số quốc gia khác trên thế giới ủng hộ quan điểm bảo hộ thương mại, đã thực hiện các biện pháp áp thuế nhập khẩu cao nên các sản phẩm này khó cạnh tranh với các sản phẩm trong nước. Do đó, người tiêu dùng được mua các sản phẩm trong nước với mức giá thấp hơn; người sản xuất được bảo hộ nên có thể bán nhiều sản phẩm của mình thu được mức lợi nhuận cao hơn.

Các biện pháp phòng vệ thương mại đã và đang được nhiều quốc gia áp dụng như chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ đang có xu hướng gia tăng. Điều này cho thấy, các biện pháp hạn chế thương mại trên thế giới được áp dụng ngày càng rộng rãi. Theo Bộ Công Thương (2019), trong khoảng giữa tháng 10 năm 2017 đến giữa tháng 5 năm 2018, các thành viên của WTO đã khởi xướng điều tra thêm 173 biện pháp phòng vệ thương mại chiếm tới 40% tổng số lượng các biện pháp thương mại mà các nước đã thực hiện, trong đó 137 biện pháp chống bán phá giá, 28 biện pháp chống trợ cấp và 8 biện pháp tự vệ.

Theo thống kê của Cục phòng vệ thương mại (2019), trong năm 2018, các nước trên thế giới đã khởi xướng mới 140 vụ kiện phòng vệ thương mại trong đó có 87 vụ chống bán phá giá, 37 vụ chống trợ cấp và 16 vụ tự vệ. Đối với biện pháp chống bán phá giá, số vụ việc mới áp dụng trên số vụ khởi xướng ở Mỹ là nhiều nhất với 9/16, tiếp theo là Canada với 5/6 vụ, Ấn Độ 5/3 vụ, Thổ Nhĩ Kỳ 2/3 vụ, Trung quốc 1/6 vụ, Ác-hen-ti-na 1/9 vụ. Đối với biện pháp chống trợ cấp, số vụ việc mới áp dụng trên số vụ khởi xướng ở Mỹ vẫn là nhiều nhất với 10/14 vụ, Canada 2/2 vụ, EU 1/2 vụ. Ngoài ra, các nước như Trung Quốc, Ấn Độ, Đài Loan - Trung Quốc,... cũng đã khởi xướng biện pháp chống trợ cấp. Đối với biện pháp tự vệ, trên thế giới có 04 biện pháp tự vệ được khởi xướng và áp dụng ở các nước EU, Nhật Bản, Indonesia và SACU. Bên cạnh đó, cũng có một số quốc gia cũng đã khởi xướng biện pháp tự vệ như Mỹ, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Philippin, Chi lê.

Hình 1. Cơ cấu nhóm hàng áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại trên thế giới



Nguồn: Bộ Công Thương (2019)

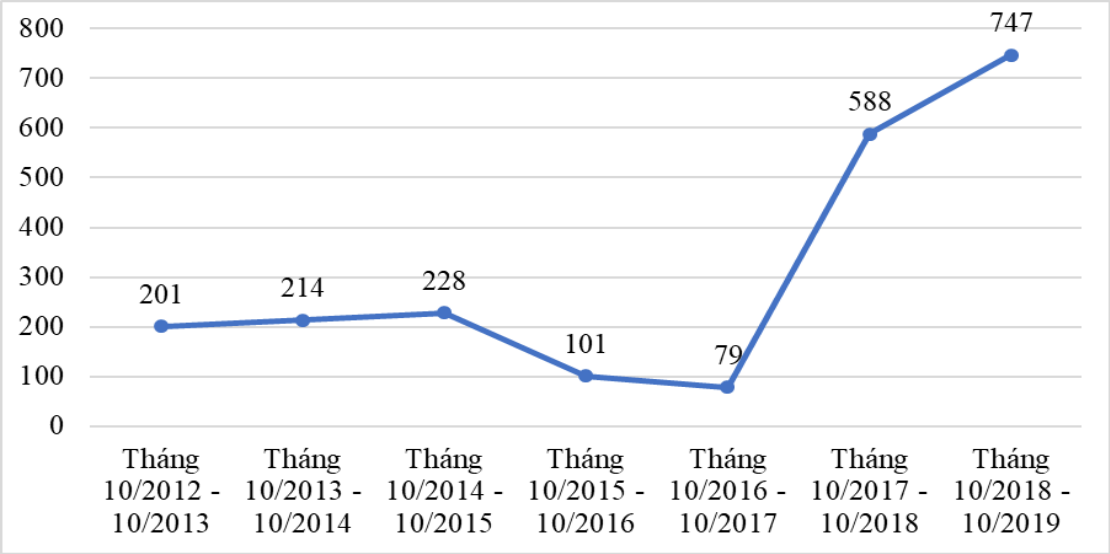
Về cơ cấu hàng hóa áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại thì phạm vi áp dụng rộng với nhiều nhóm hàng hóa. Trong giai đoạn 2017 - 2018, sản phẩm áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại cao nhất là nhóm hàng sắt, thép với 40,2% lớn hơn rất nhiều so với nhóm hàng hóa tiếp theo là nhựa và sản phẩm nhựa với 11,2%; nhóm hàng hóa xe cộ và phụ tùng với 10,2%. Các sản phẩm sản xuất từ sắt, thép cũng nằm trong danh mục sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, chiếm 9%.

Trong các cuộc điều tra, áp dụng các biện pháp phòng hộ thương mại, các quốc gia có xu hướng mở rộng phạm vi về thị trường và mặt hàng; các vụ điều tra đều đặt ra các yêu cầu khắc khe hơn nhằm đưa ra mức độ bảo hộ cao; gia tăng các biện pháp phi truyền thống.

3.2. Tác động của chủ nghĩa bảo hộ thương mại tới thương mại thế giới

Theo WTO (2019), hiện nay, các biện pháp hạn chế thương mại đã được các thành viên WTO áp dụng đã gia tăng một cách nhanh chóng với khoảng 102 biện pháp, bao gồm các biện pháp tăng thuế, tăng các hạn chế định lượng, thắt chặt thủ tục hải quan, tăng thuế nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa,...

Hình 2. Tác động của các biện pháp bảo hộ thương mại đến thương mại quốc tế giai đoạn 2012 - 2019 (Đơn vị: Tỷ USD)



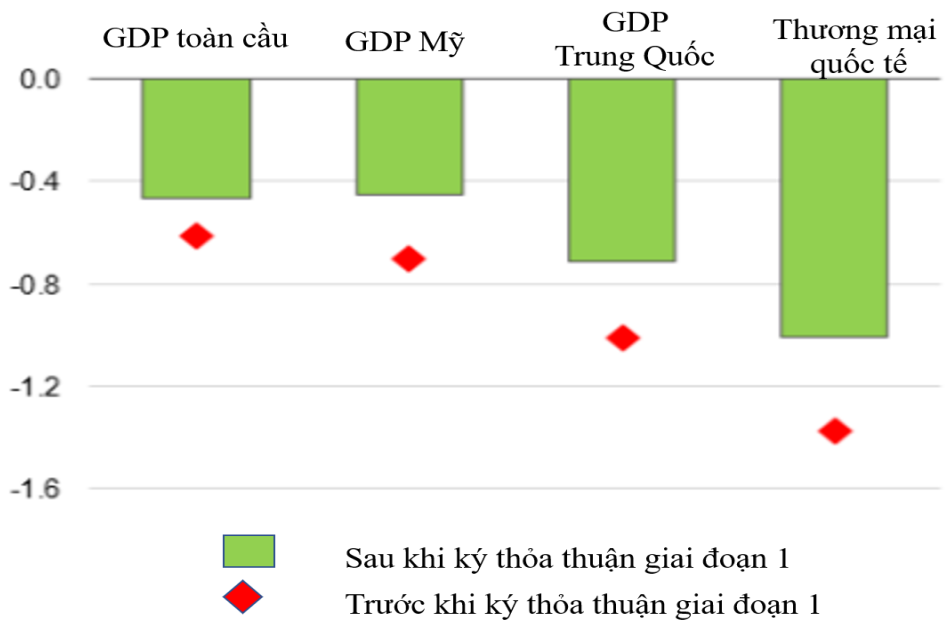
Nguồn: WTO (2019)

Trong giai đoạn từ tháng 10 năm 2012 đến tháng 10 năm 2019, tổng giá trị thương mại bị ảnh hưởng bởi việc áp dụng các biên pháp bảo hộ thương mại có nhiều sự biến động. Giai đoạn tháng 10 năm 2012 đến tháng 10 năm 2013, tác động này là 201 tỷ USD, trong khi giai đoạn tháng 10 năm 2016 đến tháng 10 năm 2017 lại giảm còn 79 tỷ USD. Con số này lại tăng nhanh chóng trong giai đoạn từ tháng 10 năm 2017 đến tháng 10 năm 2019. Giai đoạn từ tháng 10 năm 2018 đến tháng 10 năm 2019, tổng giá trị thương mại bị ảnh hưởng do việc áp dụng các biện pháp này dự tính khoảng 747 tỷ USD - tăng khoảng 27% so với năm 2017 (ở mức 588 tỷ USD). Đây là con số lớn nhất trong giai đoạn 2012 - 2019. Những mặt hàng chủ yếu bị ảnh hưởng bởi các biện pháp hạn chế nhập khẩu mới này tập trung vào: khoáng sản và dầu đốt (17,7%); máy móc thiết bị cơ khí (13%); máy móc, bộ phận điện (11,7%) và; kim loại quý (6%).

Theo WB (2020), các nước G20 đã thực hiện các biện pháp bảo hộ thương mại từ năm 2018 đã ảnh hưởng đến thương mại thế giới với tổng giá trị hơn một nghìn tỷ đô la chiếm gần 7% thương mại toàn cầu. Cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung không chỉ tác động đến hai nước mà còn tác động đến các nước thứ ba. Năm 2019 đánh dấu sự leo thang căng thẳng của cuộc chiến trang thương mại Mỹ - Trung, các biện pháp áp thuế mới được thực hiện trên hầu hết các mặt hàng xuất nhập khẩu của hai quốc gia, dẫn đến thiệt hại lớn cho thương mại quốc tế. Cuộc chiến này có tác động đến các mối quan hệ thương mại trên thế giới như giữa Mỹ với EU hay giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Theo dự báo của OECD (2020), thương mại quốc tế và GDP của hai nước Mỹ, Trung và của toàn cầu sẽ có sự khác nhau sau khi hai nước ký kết được thỏa thuận thương mại giai đoạn 1 vào tháng 1 năm 2020. Thỏa thuận giai đoạn 1 đi đến thống nhất Trung Quốc cam kết mua ít nhất 200 tỉ USD các sản phẩm nông nghiệp cùng những hàng hóa và dịch vụ khác của Mỹ trong vòng hai năm 2020 - 2021, hơn mức cơ bản là 186 tỉ USD trong năm 2017.

Hình 3. Ảnh hưởng của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung trong giai đoạn 2020 - 2021 trước và sau khi ký thỏa thuận thương mại giai đoạn 1 (đơn vị: %)



Nguồn: OECD (2020)

Căng thẳng trong quan hệ thương mại Mỹ - Trung làm giảm GDP của toàn cầu và GDP của Trung Quốc và Mỹ, đồng thời tác động làm giảm thương mại quốc tế. Tuy nhiên, dưới tác động của thỏa thuận thương mại Mỹ - Trung giai đoạn một đã giảm tác động tiêu cực đến thương mại và GDP toàn cầu. Cụ thể, thương mại quốc tế giảm 1% mỗi năm trong giai đoạn 2020 - 2021 sau khi Mỹ - Trung ký kết thỏa thuận thương mại thay vì 1,4% theo dự đoán nếu không có thỏa thuận thương mại giai đoạn một. GDP của Trung Quốc cũng được dự báo giảm khoảng 1% nếu không thỏa thuận. Các chỉ tiêu GDP của Mỹ và GDP của toàn cầu cũng được dự báo giảm dưới 1%.

Theo nghiên cứu của Đinh Văn Sơn (2019), số lượng các vụ điều tra và các vụ tranh chấp về phòng vệ thương mại được thống kê bởi WTO cho thấy luôn ở mức cao, thậm chí tỷ lệ các vụ tranh chấp liên quan chống bán phá giá và chống trợ cấp ở mức cao nhất trong số các vụ tranh chấp được đưa ra cơ quan giải quyết tranh chấp bởi WTO. Trong đó, chống bán phá giá là biện pháp được sử dụng phổ biến hơn cả. Hàng xuất khẩu của các nước luôn có nguy cơ bị kiện chống bán phá giá và chống trợ cấp ở thị trường nước ngoài. Bên cạnh đó, những năm gần đây, các nước còn thực hiện đánh thuế chống bán phá giá nhằm đảm bảo thương mại công bằng, tránh trường hợp nước bị áp thuế chống bán phá giá đưa hàng hóa qua một nước khác để xuất khẩu nhằm tránh thuế chống bán phá giá đang còn hiệu lực. Vì vậy, trong những năm tới, việc sử dụng các biện pháp chống bán phá giá, thậm chí kết hợp các biện pháp chống bán phá giá và chống trợ cấp, và biện pháp chống bán phá giá tránh lẩn thuế vẫn tiếp tục được các quốc gia coi trọng và sử dụng nhằm đảm bảo thương mại công bằng và phát triển bền vững.

Như vậy, mặc dù các quốc gia ủng hộ các biện pháp bảo hộ thương mại đưa ra các nguyên nhân cho việc áp dụng các biện pháp này là do an ninh quốc gia, giải quyết việc

làm, bảo vệ nền công nghiệp non trẻ,... nhưng các các phân tích cho thấy, nó lại có tác động tiêu cực đến thương mại các quốc gia và thương mại toàn cầu.

4. Ứng phó của Việt Nam trước xu thế bảo hộ thương mại trên thế giới

4.1. Thực trạng về các ứng phó của Việt Nam trước xu thế bảo hộ thương mại trên thế giới

4.1.1. Tăng cường mở rộng hợp tác kinh tế quốc tế thông qua các Hiệp định thương mại tự do

Trong điều kiện hiện nay, khi chủ nghĩa bảo hộ thương mại của một số nước đang có xu hướng gia tăng thì Việt Nam đang tích cực thúc đẩy các hoạt động mở rộng nền kinh tế với sự tham gia các hiệp định song phương và đa phương. Theo Văn kiện đại hội Đảng lần thứ 12, Việt Nam "thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, hoà bình, hợp tác và phát triển; đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế; là bạn, đối tác tin cậy và thành viên có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế; vì lợi ích quốc gia, dân tộc, vì một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa giàu mạnh".

Việt Nam được đánh dấu mốc quan trọng của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế chính là việc trở thành thành viên của ASEAN (1995). Hội nhập sâu và rộng vượt qua giới hạn khu vực khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới WTO vào năm 2007. Ngoài ra, Việt Nam đã tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do FTA song phương và đa phương với nhiều quốc gia trên thế giới. Việc tham gia vào các FTA đã mang lại rất nhiều cơ hội và tác động tích cực đến nền kinh tế Việt Nam, đặc biệt là tác động đến cải thiện NSLĐ.

Hiện nay, Việt Nam đã ký kết và đang thực thi 11 FTA khu vực và song phương, bao gồm: FTA trong khối ASEAN (AFTA); 5 FTA giữa ASEAN với các đối tác (với 06 đối tác là: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Ốt-xtrây-lia và Niu Di-lân); 4 FTA song phương (Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam - Nhật Bản; FTA Việt Nam - Chi Lê, FTA Việt Nam - Hàn Quốc và FTA Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu); Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Thỏa thuận FTA ASEAN - Hồng Kông; Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA). Theo AFTA, đến năm 2018, các nước ASEAN đã xóa bỏ từ 96,3%-100% dòng thuế cho Việt Nam (thuế suất nhập khẩu MFN đối với các mặt hàng của Sing-ga-po, Ma-lai-xia, In-đô-nê-xia, và Phi-líp-pin đều bằng 0% nên 50% kim ngạch xuất khẩu sang ASEAN không sử dụng C/O mẫu D). Đối với 05 FTA giữa 10 nước ASEAN với 6 nước đối tác, thời gian để hoàn thành việc cắt giảm thuế của các nước ASEAN cũng đã gần hoàn thành. Đối với EVFTA, hiệp định này sẽ giúp Việt Nam mở rộng đáng kể những cơ hội đầu tư và thương mại, vượt ra ngoài khuôn khổ khu vực châu Á - Thái Bình Dương. EVFTA được kỳ vọng sẽ giúp Việt Nam tiếp cận tốt hơn 27 thị trường của Liên minh châu Âu (EU), vốn là những thị trường lớn nhất của các sản phẩm điện tử của Việt Nam. Ngoài ra, EVFTA cũng sẽ giúp Việt Nam thu hút nhiều hơn dòng đầu tư chất lượng cao hơn từ EU. Đối với xuất khẩu của Việt Nam, ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 07 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với

khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%.

Bảng 1. Số lượng các hiệp định FTA song phương và đa phương của Việt Nam

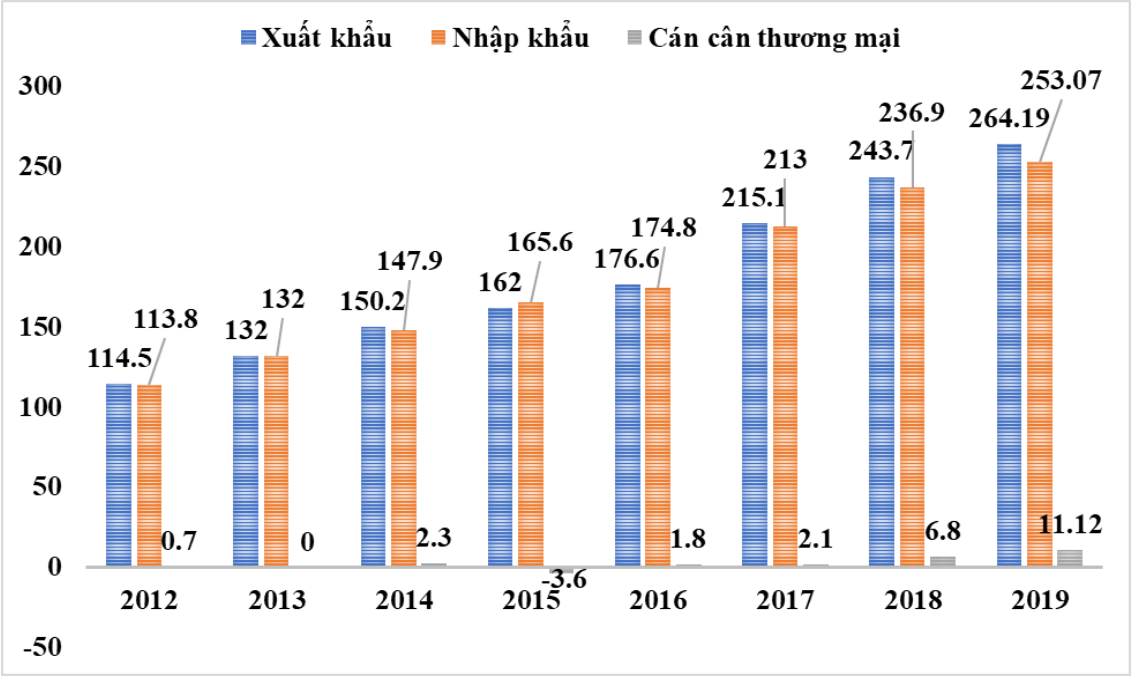
STT	FTA	Hiện trạng	Đối tác
FTAs đã có hiệu lực			
1	**AFTA**	Có hiệu lực từ 1993	ASEAN
2	**ACFTA**	Có hiệu lực từ 2003	ASEAN, Trung Quốc
3	**AKFTA**	Có hiệu lực từ 2007	ASEAN, Hàn Quốc
4	**AJCEP**	Có hiệu lực từ 2008	ASEAN, Nhật Bản
5	**VJEPA**	Có hiệu lực từ 2009	Việt Nam, Nhật Bản
6	**AIFTA**	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Ấn Độ
7	**AANZFTA**	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Úc, New Zealand
8	**VCFTA**	Có hiệu lực từ 2014	Việt Nam, Chi Lê
9	**VKFTA**	Có hiệu lực từ 2015	Việt Nam, Hàn Quốc
10	**VN - EAEU FTA**	Có hiệu lực từ 2016	Việt Nam, Nga, Belarus, Amenia, Kazakhstan, Kyrgyzstan
11	**CPTPP** (Tiền thân là TPP)	Có hiệu lực từ 30/12/2018, có hiệu lực tại Việt Nam từ 14/1/2019	Việt Nam, Canada, Mexico, Peru, Chi Lê, New Zealand, Úc, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia
12	**AHKFTA**	Có hiệu lực tại Hồng Kông (Trung Quốc), Lào, Myanmar, Thái Lan, Singapore và Việt Nam từ 11/6/2019	ASEAN, Hồng Kông (Trung Quốc)
FTA đã ký nhưng chưa có hiệu lực			
13	**EVFTA**	Ngày 12/2/2020, Nghị viện châu Âu (EP) đã chính thức bỏ phiếu phê chuẩn Hiệp định Thương mại tự do (EVFTA) và Hiệp định Bảo hộ đầu tư (EVIPA) giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu.	Việt Nam, EU (27 thành viên)
FTA đang đàm phán			
14	**RCEP**	Khởi động đàm phán tháng 3/2013, hoàn tất đàm phán văn kiện	ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Úc, New Zealand

15	**Việt Nam - EFTA FTA**	Khởi động đàm phán tháng 5/2012	Việt Nam, EFTA (Thụy Sĩ, Na uy, Iceland, Liechtenstein)
16	**Việt Nam - Israel FTA**	Khởi động đàm phán tháng 12/2015	Việt Nam, Israel

Nguồn: Trung tâm WTO và Hội nhập (http://trungtamwto.vn/thong-ke/12065-tong-hop-cac-fta-cua-viet-nam-tinh-den-thang-112018)

Các nỗ lực để thúc đẩy quan hệ thương mại quốc tế của Việt Nam được thể hiện thông qua tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ qua các năm. Theo Tổng cục hải quan (2019), kim ngạch xuất nhập khẩu có xu hướng tăng lên trong giai đoạn 2012 - 2019, cán cân thương mại thăng dư liên tục trong giai đoạn 2016 - 2019, năm 2015 đánh dấu sự thâm hụt cán cân thương mại.

Hình 4. Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại giai đoạn năm 2011-2019 (đơn vị: tỷ USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan (2020)

Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu đạt 114,5 tỷ USD và tăng nhanh vào năm 2017 với 215,1 tỷ USD. Kim ngạch nhập khẩu năm 2012 cũng đạt với giá trị tương đương với 113,8 tỷ USD và tăng nhanh vào năm 2017 với 213 tỷ USD. Giá trị xuất nhập khẩu gia đoạn 2012 - 2014 xấp xỉ nhau thể hiện qua cán cân thương mại thấp. Năm 2015 đánh dấu nhập siêu với giá trị 3,6 tỷ USD. Kim ngạch xuất nhập khẩu tăng nhanh trong 3 năm 2017, 2018 và 2019 với cán cân thương mại thặng dư tương ứng là 2,1 tỷ USD, 6,8 tỷ USD và 11,12 tỷ USD. Trong năm 2019, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của cả nước đạt 517,26 tỷ USD, tăng 7,6% (tương ứng tăng 36,69 tỷ USD) so với năm 2018. Trong đó trị giá hàng hóa xuất khẩu đạt 264,19 tỷ USD, tăng 8,4% và nhập khẩu đạt 253,07 tỷ USD, tăng 6,8%.

Bảng 2. Kim ngạch XNK theo khối nước và một số thị trường lớn năm 2019

Thị trường	Tỷ trọng xuất khẩu (%)			Tỷ trọng nhập khẩu (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
- ASEAN	10,1	10,07	9,4	13,3	13,42	12,7
- Trung Quốc	16,6	16,95	15,7	27,6	27,65	29,8
- Nhật Bản	7,9	7,74	7,7	7,9	8,03	7,7
- Hàn Quốc	6,9	7,48	7,5	22,1	20,07	18,5
- EU(28)	17,9	17,2	15,7	5,7	5,87	5,9
- Mỹ	19,4	19,52	23,2	4,4	5,93	5,7

Nguồn: Tổng cục Hải quan (2020)

Trong giai đoạn 2017 - 2019, thị trường xuất khẩu hàng hóa dịch vụ của Việt Nam lớn nhất là Mỹ, tiếp theo là thị trường EU và Trung Quốc. Năm 2017, thị trường Mỹ chiếm tỷ trọng lớn nhất với 19,4% đạt 41,6 tỷ USD tăng 8,2% so với năm 2016. Thị trường EU đứng thứ hai về tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam với gần 38,3 tỷ USD chiếm 17,9%, nhưng có tốc độ tăng so với năm 2016 cao hơn thị trường Mỹ là 12,7%. Tiếp theo là thị trường Trung Quốc với 16,6% đạt gần 35,5 tỷ USD. Năm 2019, thị trường Mỹ vẫn tiếp tục giữ vị trí số một trong các thị trường xuất khẩu của Việt Nam đạt 61,35 tỷ USD tăng với tốc độ nhanh 29,1% so với năm 2018. Điều này giúp thị trường Mỹ chiếm 23,2 % trong tỷ trọng các thị trường xuất khẩu Việt Nam. Thị trường Trung Quốc và EU với tỷ trọng bằng nhau 15,7%.

Thị trường nhập khẩu của Việt Nam trong giai đoạn này lớn nhất là thị trường Trung Quốc chiếm 27,6% năm 2017 với 58,3 tỷ USD tăng lên 29,8% năm 2019 với giá trị 75,45 tỷ USD. Tiếp theo là thị trường Hàn Quốc chiếm 22,1% năm 2017 và 18,5% năm 2019, nếu xét về giá trị nhập khẩu thì trong thời gian này không thay đổi với gần 47 tỷ USD.

Cùng với quá trình hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới với việc tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do FTA của Việt Nam, các doanh nghiệp sẽ có nhiều cơ hội cũng như thách thức liên quan đến các biện pháp phòng vệ thương mại. Trong các FTA thế hệ mới, các quy định về thực hiện các biện pháp phòng vệ thương mại giữa các quốc gia thành viên được quy định với tiêu chuẩn cao hơn so với quy định của WTO. Do đó, với vai trò là các nước nhập khẩu, Việt Nam có thể dựa vào các quy định về các biện pháp phòng vệ thương mại trong các FTA thế hệ mới nhằm thực hiện các biện pháp này phù hợp nhằm hạn chế các thiệt hại hoặc đe dọa gây ra thiệt hại đối với các ngành sản xuất trong nước trước sự cạnh tranh gay gắt của hàng hóa nhập khẩu. Đồng thời, điều này cũng đặt ra nhiều thách thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu. Các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải đối mặt với nhiều nguy cơ các nước nhập khẩu áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại. Do đó, các doanh nghiệp cần phải chủ động nắm bắt được các quy định nhằm chủ động hơn đối với các biện pháp này khi các doanh nghiệp Việt Nam bị áp dụng.

4.1.2. Các biện pháp phòng vệ thương mại

Bối cảnh hiện nay là tiến trình tự do hoá thương mại toàn cầu ngày càng sâu rộng, các hàng rào thương mại truyền thống như thuế quan dần dần được dỡ bỏ, các cam kết mở cửa thị trường được đẩy mạnh cùng với sự gia tăng của các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương. Đây được xem là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến việc các biện pháp phòng vệ thương mại ngày càng được sử dụng nhiều như một công cụ hợp pháp để tăng thuế nhập khẩu, bảo hộ sản xuất trong nước.

Đối với hàng hóa nhập khẩu ở Việt Nam, trong xu thế bảo hộ thương mại, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam ngày càng được bảo hộ chặt chẽ bằng các biện pháp bán phá giá, trợ cấp,... thì vấn đề pháp luật phòng vệ thương mại cần thiết được xây dựng ở Việt Nam nhằm đảm bảo cạnh tranh công bằng cho các doanh nghiệp trong nước. Năm 2018, Luật Quản lý ngoại thương được xây dựng, ban hành và chính thức có hiệu lực đã giúp việc điều tra, áp dụng và xử lý các vụ việc phòng vệ thương mại có cơ sở pháp lý mạnh và đầy đủ. Các Nghị định, thông tư hướng dẫn về phòng vệ thương mại đã được ban hành, thay thế cho các văn bản dưới luật về lĩnh vực này.

Các biện pháp phòng vệ đã được khởi xướng và áp dụng ở Việt Nam chủ yếu dưới hai hình thức là biện pháp chống bán phá giá và tự vệ thương mại. Điển hình là vụ chống bán phá giá thép không gỉ cán nguội có xuất xứ từ Trung Quốc, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a và Đài Loan. Năm 2014, Việt Nam đã áp dụng mức thuế bán phá giá từ 3,07% đến 37,29%. Đến năm 2016 và 2018 với các cuộc kiểm tra, rà soát việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá mặt hàng này và đã có sự điều chỉnh mức thuế áp dụng đối với các nước. Vụ việc chống bán phá giá đối với thép mạ có xuất xứ từ Trung Quốc và Hàn Quốc với mức thuế từ 3,17% đến 38,34%. Sản phẩm thép hình chữ H có xuất xứ từ Trung Quốc bị Việt Nam áp mức thuế chống bán phá giá từ 20,48% đến 29,17%. Hiện tại, Việt Nam đang tiến hành điều tra chống bán phá giá đối với thép hợp kim hoặc không hợp kim được cán phẳng, được sơn hoặc quét vécni hoặc phủ plastic hoặc phủ loại khác có xuất xứ từ Trung Quốc và Hàn Quốc; một số sản phẩm bằng nhôm, hợp kim hoặc không hợp kim ở dạng thanh, que và hình xuất xứ từ Trung Quốc. Một số biện pháp tự vệ đã được khởi xướng và áp dụng ở Việt Nam như kính nổi dùng trong xây dựng, dầu thực vật tinh luyện, bột ngọt, phôi thép và thép dài, tôn màu, phân bón các loại DAP và MAP.

Đối với các mặt hàng xuất khẩu, hiện nay, Việt Nam đang có giao thương với 200 quốc gia trên thế giới, nhưng hàng hóa Việt chỉ mới xuất khẩu hơn 50 nước. Tuy nhiên, theo Cục Phòng vệ thương mại, tính đến hết năm 2019, đã có trên 164 biện pháp PVTM được khởi xướng điều tra và áp dụng đối với hàng hóa của Việt Nam. Trong đó, 91 vụ việc điều tra áp dụng biện pháp bán phá giá, 18 vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống trợ cấp, 21 vụ việc điều tra lẩn tránh thuế PVTM và 33 vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ. Hàng hóa là đối tượng bị điều tra áp dụng biện pháp PVTM sẽ ngày càng đa dạng, từ các mặt hàng nông, thủy sản cho đến sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo.

Việt Nam liên tiếp phải đối phó với sự "bùng nổ" các vụ kiện phòng vệ thương mại trong khi năng lực tài chính và khả năng ứng phó của một số ngành hàng, doanh nghiệp trong nước còn yếu. Với dự báo, việc gia tăng các rào cản về thương mại sẽ tác động không nhỏ đến hoạt động xuất nhập khẩu. Một số nguyên nhân cơ bản của vấn đề trên bao gồm:

- Luật pháp về phòng vệ thương mại ở Việt Nam đã được quy định trong Luật Quản lý Ngoại thương năm 2017 và có hiệu lực từ năm 2018. Mặc dù, các quy định liên quan đến phòng vệ thương mại được đưa ra trong Luật này về cơ bản đã phù hợp với quốc tế. Tuy nhiên, các doanh nghiệp chưa thực sự nhận thức đầy đủ; đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp trong nước chưa chủ động trong việc nhắm bắt pháp luận về phòng vệ thương mại nhằm áp dụng trong trường hợp cần thiết bảo vệ sản xuất trong nước.

- Hệ thống cảnh báo sớm đã được vận hành ở Việt Nam trong một thời gian dài, tuy nhiên cơ sở dữ liệu, hệ thống hạ tầng, công nghệ thông tin,... chưa đầy đủ nên chưa hiệu quả.

- Vẫn còn tình trạng một số doanh nghiệp né tránh, không cung cấp thông tin, thậm chí ém thông tin, dữ liệu, số liệu hàng hóa xuất khẩu. Điều này làm cho không chỉ một doanh nghiệp xuất khẩu mà tất cả doanh nghiệp ngành hàng đó đều bị thiệt hại.

- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa sử dụng hoặc ứng phó có hiệu quả với các biện pháp phòng vệ thương mại. Nhiều doanh nghiệp còn bị động, chưa nhận thức rõ ràng về nguy cơ xảy ra các vụ kiện và các hệ quả bất lợi của các vụ kiện này đối với hoạt động sản xuất, xuất khẩu của doanh nghiệp và ngành hàng.

4.2. Giải pháp ứng phó trước xu hướng bảo hộ thương mại thế giới của Việt Nam

Trên cơ sở đánh giá các nguyên nhân của những tồn tại đặt ra của Việt Nam trước xu thế bảo hộ thương mại thế giới, đặc biệt là các vấn đề về phòng vệ thương mại. Một số giải pháp sau đây sẽ là hướng giải quyết cơ bản đối với các doanh nghiệp và cơ quản quản lý nhà nước.

4.2.1. Giải pháp đối với doanh nghiệp

- Doanh nghiệp trong nước cần chủ động nâng cao hiểu biết về công cụ phòng vệ thương mại, đặc biệt là trong các quy định của FTA thế hệ mới nhằm nắm bắt được quyền và nghĩa vụ của các doanh nghiệp trong các quy định của các hiệp định nhằm chủ động trong các vụ bị khởi kiện và các vụ khởi kiện. Điều này giúp các doanh nghiệp tối đã quyền và nghĩa vụ của mình trong quan hệ thương mại quốc tế.

- Nhận thức được các nguy cơ bị khiếu kiện, điều qua và các nhóm mặt hàng thường bị khởi kiện để xây dựng kế hoạch chủ động phòng nghĩa và xử lý các vụ kiện phòng vệ thương mại. Đồng thời, tìm hiểu cơ chế, quy định, thủ tục điều tra của các nước.

- Cần chủ động hoàn thiện hệ thống quản lý, các số liệu liên quan nhằm đáp ứng các yêu cầu về thông tin đồng thời phối hợp tối đa với cơ quan có liên quan tại các nước nhập khẩu trong các vụ điều tra liên quan đến phòng vệ thương mại.

- Các doanh nghiệp cần thực hiện cách làm ăn chân chính, không tham gia, tiếp tay cho các hành vi gian lận xuất xứ, chuyển tải bất hợp pháp đồng thời cần chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng trong việc điều tra, ngăn chặn, tránh để hành vi của một ít các doanh nghiệp làm ảnh hưởng tới các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính.

- Các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm và đa phương hóa thị trường xuất khẩu. Điều này giúp các doanh nghiệp có thể phân tán rủi ro vì khi các

doanh nghiệp tập trung xuất khẩu với khối lượng lớn vào một thị trường có thể tạo cơ sở cho các nước khởi kiện hoặc áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại khi có sự gia tăng đột biến hàng nhập khẩu của Việt Nam.

4.2.2. Giải pháp đối với Cơ quan quản lý Nhà nước

- Các bên liên quan phải triển khai đầy đủ Luật Quản lý Ngoại thương 2017 và tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về phòng vệ thương mại theo hướng minh bạch, công khai, phù hợp với cam kết quốc tế. Từ đó tạo điều kiện cho quá trình thực hiện, bảo vệ hợp lý sản xuất trong nước, đồng thời giúp các doanh nghiệp, các bên liên quan có thể dễ dàng tìm hiểu, tiếp cận thông tin, quy định pháp luật về phòng vệ thương mại.

- Trong thời gian tới, để mở rộng hoạt động xuất nhập khẩu và bảo vệ được các doanh nghiệp sản xuất trong nước, Chính phủ cần ban hành quy định pháp lý về chế tài đối với những doanh nghiệp không phối hợp đầy đủ vào quá trình kháng kiện vụ việc liên quan đến phòng vệ thương mại. Các doanh nghiệp cần phải hợp tác chặt chẽ với cơ quan chức năng trong việc cung cấp thông tin liên quan đến việc kháng kiện.

- Ưu tiên là phải xây dựng hệ thống cảnh báo sớm trong lĩnh vực phòng vệ thương mại. Điều này nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu để phân tích nguy cơ bị nước ngoài khởi kiện hoặc nguy cơ hàng nhập khẩu gia tăng đột biến ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất trong nước.

- Bộ Công Thương cần thúc đẩy các chương trình phối hợp với các Hiệp hội doanh nghiệp, các cơ quan truyền thông để phổ biến sâu rộng hơn nữa lĩnh vực phòng vệ thương mại tới các đối tượng liên quan.

5. Kết luận

Chủ nghĩa bảo hộ thương mại hiện nay là một xu thế mới trên thế giới tồn tại song song với tự do hóa thương mại. Các biện pháp hạn chế thương mại có tác động tích cực nhằm bảo vệ sản xuất trong nước trước sự cạnh tranh của nước ngoài, đặc biệt đối với các ngành công nghiệp còn non trẻ. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra những tác động tiêu cực của các biện pháp hạn chế thương mại đến kim ngạch xuất nhập khẩu giữa các quốc gia cũng như thương mại toàn cầu. Trước tình hình đó, với độ mở kinh tế lớn, Việt Nam cần phải chủ động ứng phó với xu thế mới nhằm thích ứng và thúc đẩy phát triển kinh tế. Hiện nay, với phương châm thúc đẩy đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, đặc biệt gần đây có hai FTA là CPTPP và EVFTA, Việt Nam đang từng bước tận dụng các lợi thế của tự do hóa thương mại nhằm đẩy mạnh tăng trưởng và phát triển kinh tế. Hơn nữa, hiện nay các quốc gia đã gia tăng sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại mà Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng đó. Từ năm 2018, Việt Nam đã hoàn thiện các chính sách pháp luật nhằm tăng cường tính pháp lý trong việc thực hiện các biện pháp phòng vệ thương mại đối với các sản phẩm nhập khẩu. Trong tương lai, Việt Nam cần tận dụng các cơ hội trong quan hệ thương mại quốc tế để chủ động ứng phó tốt với nhiều sự thay đổi trong đó có chủ nghĩa bảo hộ thương mại.

Ghi chú: Bài viết là một phần của đề tài cấp Nhà nước "Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại" mã số ĐTĐLXH.02/20, GS.TS. Đinh Văn Sơn làm chủ nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abboushi, S. (2010). Trade protectionism: Reasons and outcomes. *Competitiveness Review: An International Business Journal, 20*(5), 384-394. doi:10.1108/ 10595421011080760
2. Amadeo, K. (2017). Trade protectionism: 4 methods with examples, pros and cons. *5*, 2017.
3. Bộ Công Thương. (2019). *Báo cáo xuất nhập khẩu việt nam năm 2018*. Retrieved from Nhà xuất bản Công Thương:
4. Cục phòng vệ thương mại. (2019). *Báo cáo phòng vệ thương mại 2018*. Retrieved from Bộ Công Thương:
5. Demir, M. A., & Sepli, A. (2017). The effects of protectionist policies on international trade. *3*(2), 136-158.
6. Đinh Văn Sơn. (2019). Báo cáo thường niên kinh tế và thương mại việt nam 2018 - 2019: Bảo hộ thương mại và tác động đến xuất khẩu hàng hóa việt nam
7. Nguyễn Mại. (2018). Chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch - vấn đề của việt nam. Retrieved from http://vietnamfinance.vn/chu-nghia-bao-ho-mau-dich-van-de-cua-viet-nam-20180504224208703.htm
8. OECD. (2020). *Oecd economic outlook, interim report march 2020*.
9. Tổng cục Hải quan. (2020). Tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của việt nam tháng 12 và năm 2019. Retrieved from https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1734&Category=Ph%C3%A2n%20t%C3%ADch%20%C4%91%E1%BB%8Bnh%20k%E1%BB%B3&Group=Gi%E1%BB%9Bi%20thi%E1%BB%87u
10. WB. (2020). *Global economic prospects slow growth, policy challenges*: World Bank Publications.
11. WTO. (2019). Report shows trade restrictions by wto members at historically high levels. Retrieved from https://www.wto.org/english/news_e/news19_e/dgra_12dec19_e.htm
12. Yalcin, E., Felbermayr, G., & Kinzius, L. (2017). *Hidden protectionism: Non-tariff barriers and implications for international trade: Study on behalf of the bertelsmann foundation*: ifo Institute, Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich, ifo Center for International Economics.

VƯỢT RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN TRONG EVFTA CỦA NÔNG SẢN VIỆT NAM

OVERCOMING NON-TARIFF BARRIERS IN EVFTA OF VIETNAM'S AGRICULTURAL PRODUCTS

ThS. Nguyễn Ngọc Dương

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Thị trường EU là một thị trường trọng điểm đối với xuất khẩu của Việt Nam. Trong danh mục các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có rất nhiều nông sản có lợi thế và xuất khẩu mạnh mẽ vào châu Âu. Hiệp đinh thương mại tự do Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA) được thông qua ngày 12 tháng 2 năm 2020 và dự kiến có hiệu lực trong tháng 7 năm 2020 hứa hẹn mang lại nhiều cơ hội đối với các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Khi hàng rào thuế quan được dỡ bỏ thì hàng rào phi thuế quan sẽ trở thành vấn đề chính tại thị trường EU, các nước sẽ có xu hướng áp dụng hàng loạt các rào cản phi thuế quan mới, khắt khe hơn nữa đối với các sản phẩm của Việt Nam. Rào cản phi thuế quan lớn nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong thời gian qua cũng như sắp tới liên quan đến việc sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, chủ yếu là SPS và TBT. Bài viết này sẽ tập trung làm rõ các rào cản phi thuế quan mà doanh nghiệp nông sản Việt Nam sẽ phải đối mặt và đề xuất một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua rào cản khi xuất khẩu vào thị trường EU.

Từ khóa: *EVFTA, rào cản phi thuế quan, TBT, SPS, xuất khẩu nông sản*

Abstract

The EU market is a key market for Vietnam's exports. In the list of Vietnam's exported products, there are many agricultural products with advantages and strong exports to Europe. The Vietnam-EU Free Trade Agreement (EVFTA), approved on February 12, 2020 and expected to come into effect in July 2020, promises to bring many opportunities for exporters. agricultural products of Vietnam. When tariff barriers are removed, non-tariff barriers will become a major problem in the EU market, countries will tend to apply a series of new, more stringent non-tariff barriers for Vietnamese products. The biggest non-tariff barrier affecting Vietnam's exports to the EU in the past as well as in the near future is related to the use of trade remedies, mainly SPS and TBT. This article will focus on clarifying the non-tariff barriers that Vietnamese agricultural enterprises will face and propose some solutions to help businesses overcome barriers when exporting to the EU market.

Keywords: *EVFTA, non-tariff barriers, TBT, SPS, agricultural exports*

1. Đặt vấn đề

Theo số liệu mới nhất của Tổng cục Hải quan, đến hết năm 2019, tổng kim ngạch

xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các nước thành viên Liên minh Châu ÂU (EU) đạt 56,39 tỷ USD, chiếm gần 11% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang EU đạt 41,48 tỷ USD chiếm 15,7% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước. Trong danh mục các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có rất nhiều nông sản có lợi thế và xuất khẩu mạnh mẽ vào châu Âu ở nhóm hàng thủy sản, cà phê, trái cây...và từ lâu EU đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của ngành nông sản Việt Nam. Hiệp đinh thương mại tự do Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA) được thông qua ngày 12 tháng 2 năm 2020 và dự kiến có hiệu lực trong tháng 7 năm 2020 hứa hẹn mang lại nhiều cơ hội đối với các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Theo các cam kết đã thỏa thuận, ngay khi hiệp định có hiệu lực, Liên minh Châu Âu (EU) sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Tiếp đó sau 07 năm, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu. Đối với 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại của Việt Nam, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan (TRQ) với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%.

Bên cạnh những cơ hội do hiệp định EVFTA đem lại, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản sẽ phải đối mặt với những thách thức không nhỏ tại thị trường EU. Trên thực tế, để bảo vệ các ngành sản xuất trong nước và đảm bảo cân bằng cán cân thương mại, các quốc gia sẽ sử dụng các biện pháp gây cản trở hoạt động xuất khẩu của quốc gia khác vào thị trường của mình. Khi hàng rào thuế quan được dỡ bỏ thì hàng rào phi thuế quan sẽ trở thành vấn đề chính tại thị trường EU, các nước sẽ có xu hướng áp dụng hàng loạt các rào cản phi thuế quan mới, khắt khe hơn nữa đối với các sản phẩm của Việt Nam. Theo kết quả điều của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) tại Việt Nam, có đến 40% doanh nghiệp nông sản gặp vấn đề về các rào cản xuất nhập khẩu trên 1638 ý kiến doanh nghiệp được thu thập. Chính vì vậy, nông sản Việt Nam cần phải có những giải pháp nhằm tăng cường khả năng vượt rào cản, nhất là các rào cản phi thuế quan, vốn đã luôn là trở ngại khó khắc phục trên thị trường này. Bài viết này sẽ tập trung làm rõ các rào cản phi thuế quan mà nông sản Việt Nam sẽ phải đối mặt và đề xuất một số giải pháp tăng cường khả năng vượt qua rào cản khi xuất khẩu vào thị trường EU.

2. Một số cơ sở lý luận về rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế

Theo cách hiểu chung nhất thì rào cản thương mại là bất kỳ biện pháp hay hành động nào gây cản trở đối với thương mại quốc tế. Dựa vào cách tiếp cận của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), rào cản thương mại trong thương mại quốc tế theo 2 nhóm lớn là: rào cản thuế quan và phi thuế quan.

Rào cản phi thuế quan bao gồm nhiều loại khác nhau, có thể được áp dụng ở biên giới hay nội địa, có thể là biện pháp hành chính hoặc các biện pháp kỹ thuật, có những biện pháp bắt buộc và có những biện pháp tự nguyện.... Do sự đa dạng của các biện pháp phi thuế quan nên việc phân loại chi tiết theo một tiêu thức thống nhất là rất khó khăn. Một số rào cản phi thuế quan chủ yếu được sử dụng trên thực tế như sau:

- Các rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế (TBT): TBT là các biện pháp đề cập đến quy chuẩn kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật và

tiêu chuẩn, trừ các biện pháp thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định SPS. Các biện pháp này tồn tại dưới hình thức tiêu chuẩn sản phẩm, quy chuẩn kỹ thuật và thử nghiệm, chứng nhận và các thủ tục khác liên quan đến việc xác định sản phẩm phù hợp với các tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật. Các biện pháp này như những rào cản đối với thương mại và đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành dòng chảy thương mại toàn cầu. Hiện có rất nhiều các quy định và hệ thống tiêu chuẩn được áp dụng trên thế giới mà các nước cho là phù hợp. Song lại có rất ít tiêu chuẩn quốc tế mà các nước đều công nhận hợp chuẩn. Do còn có sự khác biệt nhau như vậy nên nó đã trở thành rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế. WTO đã phải thống nhất các nguyên tắc chung và được cam kết tại Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại nhưng cách thức mà các nước đang áp dụng thường tạo ra sự phân biệt đối xử hay hạn chế vô lý đối với thương mại.

- Các biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS): Theo Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD), SPS là các biện pháp được áp dụng để bảo vệ cuộc sống của con người hay động vật từ những rủi ro phát sinh từ các chất phụ gia, chất gây ô nhiễm, chất độc hoặc bệnh tật; để bảo vệ động vật hoặc thực vật từ sâu bệnh, dịch bệnh, hoặc sinh vật gây bệnh; để ngăn ngừa hoặc hạn chế thiệt hại cho một quốc gia do sự xâm nhập, xuất hiện hay lan truyền của dịch bệnh; và để bảo vệ đa dạng sinh học. SPS bao gồm các biện pháp để bảo vệ sức khỏe thủy sản và động vật hoang dã, cũng như rừng và thực vật hoang dã. Các biện pháp bảo vệ môi trường (ngoài định nghĩa nêu trên) để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc phúc lợi của động vật không thuộc phạm vi điều chỉnh của SPS. Vì định nghĩa của WTO về "mức độ bảo vệ động - thực vật phù hợp" rất chung chung như "mức bảo vệ được xây dựng nên" lại được chính nước đó cho là phù hợp nên các nước phát triển thường đưa ra các mức quá cao khiến cho hàng hoá của các nước đang phát triển khó thâm nhập. Đây là một trong những loại rào cản phổ biến nhất hiện nay và mức độ của nó ngày càng tinh vi. Các biện pháp kỹ thuật khác ngoài lĩnh vực này thuộc sự điều chỉnh của Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại (Hiệp định TBT). Do đó, các Hiệp đinh SPS và TBT bổ sung và hỗ trợ lẫn nhau.

Bảng 2.1: So sánh giữa SPS và TBT

	SPS	TBT
TƯƠNG ĐỒNG	- Yêu cầu biện pháp không được hạn chế thương mại hơn mức cần thiết để đáp ứng một mục tiêu chính đáng (theo từng Hiệp định, xem mục tiêu dưới đây) - Bao gồm các nghĩa vụ cơ bản về không phân biệt đối xử - Khuyến khích việc sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế nhằm thúc đẩy hài hoà hóa - Yêu cầu thông báo trước các biện pháp đề xuất và thiết lập các đầu mối thông tin hoặc "điểm hỏi đáp" (yêu cầu minh bạch) - Đối xử đặc biệt và khác biệt cho các thành viên đang phát triển và kém phát triển	

KHÁC BIỆT		
Về Phạm vi điều chỉnh	Tất cả các biện pháp có mục đích bảo vệ cuộc sống và sức khỏe của con người, động vật từ những rủi ro do thực phẩm; bảo vệ sức khỏe con người từ các loại bệnh dịch liên quan đến động vật hoặc thực vật thực; bảo vệ động vật và thực vật khỏi bệnh dịch hoặc sâu bệnh, hoặc các sinh vật gây bệnh; và bảo vệ lãnh thổ các thành viên khỏi các loại sâu hại	Tất cả quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp áp dụng đối với thương mại hàng hoá, nghĩa là tất cả các sản phẩm nông nghiệp và công nghiệp. Các biện pháp vệ sinh dịch tễ thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định SPS không thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định này.
Về Mục tiêu	Danh mục đầy đủ các mục tiêu: chỉ được áp dụng ở mức cần thiết để bảo vệ cuộc sống, sức khỏe con người, động vật hoặc thực vật từ những rủi ro liên quan đến thực phẩm, bệnh dịch hay sâu hại từ động vật hoặc thực vật.	Danh sách không đầy đủ các mục tiêu chính đáng có thể được áp dụng và duy trì để đáp ứng mục tiêu chính đáng, bao gồm việc bảo vệ sức khỏe hoặc sự an toàn của con người, bảo vệ môi trường hoặc ngăn ngừa các hành vi lừa đảo.
Về Tiêu chuẩn quốc tế	Thành viên WTO có nghĩa vụ sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế, trừ khi minh chứng được trên cơ sở khoa học cụ thể dựa trên đánh giá rủi ro.	Thành viên WTO có nghĩa vụ xây dựng các quy chuẩn kỹ thuật của họ trên cơ sở các tiêu chuẩn quốc tế, trừ trường hợp các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan không phù hợp hoặc không hiệu quả để đáp ứng một mục tiêu chính đáng.

Nguồn: WTO, Báo cáo về TBT

- Các quy định về sở hữu trí tuệ và các quy định về xuất xứ hàng hoá. Nếu các quy định về xuất xứ quá chặt chẽ so với hàng sản xuất trong nước để nhằm xác định xem một hàng hoá có phải là hàng nội địa hay không và có sự phân biệt đối xử giữa các thành viên thì quy định về xuất xứ đó vi phạm Hiệp định về quy tắc xuất xứ của WTO và đương nhiên trở thành rào cản trong thương mại quốc tế. Ngoài ra, các vấn đề về thương hiệu hàng hoá, kiểu dáng công nghiệp, bí mật thương mại... cũng có thể trở thành rào cản trong thương mại quốc tế. Chẳng hạn, trên thị trường thế giới đã có nhiều thương hiệu và nhãn hiệu nổi tiếng của các công ty hay tập đoàn xuyên quốc gia nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ mới tham gia vào thị trường thế giới sẽ gặp rất nhiều khó khăn khi thâm nhập thị trường thế giới.

- Các biện pháp cấm: gồm các biện pháp cấm vận toàn diện, cấm vận từng phần, cấm xuất khẩu hoặc nhập khẩu đối với một số hàng hoá nào đó, cấm phần lớn các doanh nghiệp mà chỉ cho doanh nghiệp được xác định xuất khẩu hoặc nhập khẩu.

- Hạn ngạch xuất khẩu, nhập khẩu: đó là hạn ngạch về số lượng hoặc trị giá được phép xuất khẩu hoặc nhập khẩu trong một thời kỳ nhất định (thường là 1 năm). Hạn ngạch này có thể do nước nhập khẩu hoặc xuất khẩu tự áp đặt một cách đơn phương nhưng cũng có loại hạn ngạch được áp đặt trên cơ sở tự nguyện của bên thứ hai (hạn ngạch xuất khẩu tự nguyện).

- Cấp giấy phép xuất nhập khẩu: Có 2 loại giấy phép là giấy phép về quyền hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu và giấy phép xuất nhập khẩu đối với một số loại hàng hoá hoặc phương thức kinh doanh xuất nhập khẩu nào đó.

- Các thủ tục hải quan: thủ tục quá phức tạp, chậm chạp thì sẽ trở thành các rào cản phi thuế quan.

- Các quy định về thương mại dịch vụ: quy định về lập công ty, chi nhánh và văn phòng của nước ngoài tại nước sở tại, quy định về xây dựng và phát triển hệ thống phân phối hàng hoá, quy định về quyền được tiếp cận các dịch vụ công một cách bình đẳng, quy định về thanh toán và kiểm soát ngoại tệ, quy định về quảng cáo và xúc tiến thương mại... đều có thể trở thành các rào cản trong thương mại quốc tế nếu các quy định này là không minh bạch và có sự phân biệt đối xử.

- Các quy định về đầu tư có liên quan đến thương mại như lĩnh vực không hoặc chưa cho phép đầu tư nước ngoài, tỷ lệ góp vốn tối thiểu hoặc tối đa cho các lĩnh vực hoặc sản phẩm xác định, tỷ lệ xuất khẩu tối thiểu của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, quy định bắt buộc về phát triển vùng nguyên liệu...

- Các quy định chuyên ngành về các điều kiện sản xuất, thử nghiệm, lưu thông và phân phối các sản phẩm được xác định trong các Hiệp định của WTO như: Hiệp định nông nghiệp, Hiệp định thương mại về hàng dệt và may mặc. Hầu hết các nước trong WTO đều có các quy định quốc gia cho một số hàng hoá thuộc diện quản lý theo chuyên ngành, cách thức và biện pháp quản lý của các nước cũng rất khác nhau.

- Các quy định về bảo vệ môi trường: gồm các quy định về môi trường bên ngoài lãnh thổ biên giới theo Hiệp ước hoặc công ước quốc tế (Ví dụ Công ước về bảo vệ loài rùa biển và việc cấm nhập khẩu tôm do đánh bắt bằng lưới quét...); các quy định trực tiếp về môi trường trong lãnh thổ quốc gia (quy định về tiêu chuẩn môi trường, bao bì và tái chế bao bì, nhãn mác sinh thái...) và các quy định có liên quan trực tiếp đến môi trường nhưng thuộc mục tiêu bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm (dư lượng chất kháng sinh và chất bảo vệ thực vật..)

- Các rào cản về văn hoá: Sự khác biệt về văn hoá và cách nhìn nhận, đánh giá về giá trị đạo đức xã hội... cũng trở thành một trong các rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế.

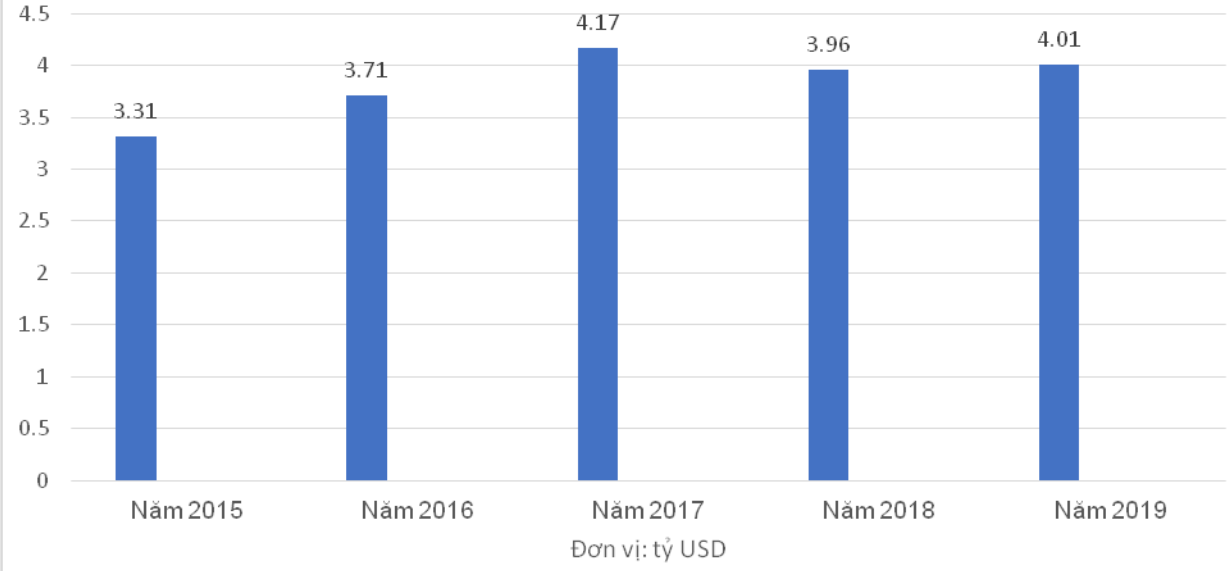
- Các rào cản địa phương: Ở một số nước, các quy định mang tính địa phương cũng có sự khác biệt so với luật lệ của Chính phủ. Chẳng hạn như quy định về xuất nhập khẩu tiểu ngạch, quy định về phân luồng đường cho các phương tiện vận chuyển hàng hoá, quy định về các khoản phí và phụ thu...

3. Thực trạng xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường EU và những rào cản phi thuế quan chủ yếu phải vượt qua trong EVFTA

3.1. Thực trạng xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường EU trong những năm gần đây

Trong những năm vừa qua, hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU có những biến động không ngừng. Giai đoạn trước năm 2006, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU rất hạn chế, phải đến những năm sau 2006, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này mới có những bước tăng trưởng nổi bật. Tuy nhiên, trong hai năm 2009 - 2010, nông sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU giảm đáng kể, từ 1.53 tỷ USD năm 2008 xuống còn 1.36 tỷ USD năm 2010. Sụt giảm xuất khẩu sang EU trong giai đoạn này là do ảnh hưởng tiêu cực của khủng hoảng kinh tế thế giới 2008 - 2010 khiến nhu cầu tiêu thụ nông sản nhập khẩu nói chung của khu vực EU, trong đó có nhập khẩu từ Việt Nam giảm mạnh (-12,4% năm 2009). Từ năm 2011, xuất khẩu nông sản sang EU dù được phục hồi nhưng tốc độ khá chậm và không ổn định: Từ 41,7% năm 2011 và 12,6% năm 2012, đã giảm xuống mức -5,6% năm 2013 và -6,7% năm 2015.

Biểu đồ 2.1: Tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU (2015-2019)



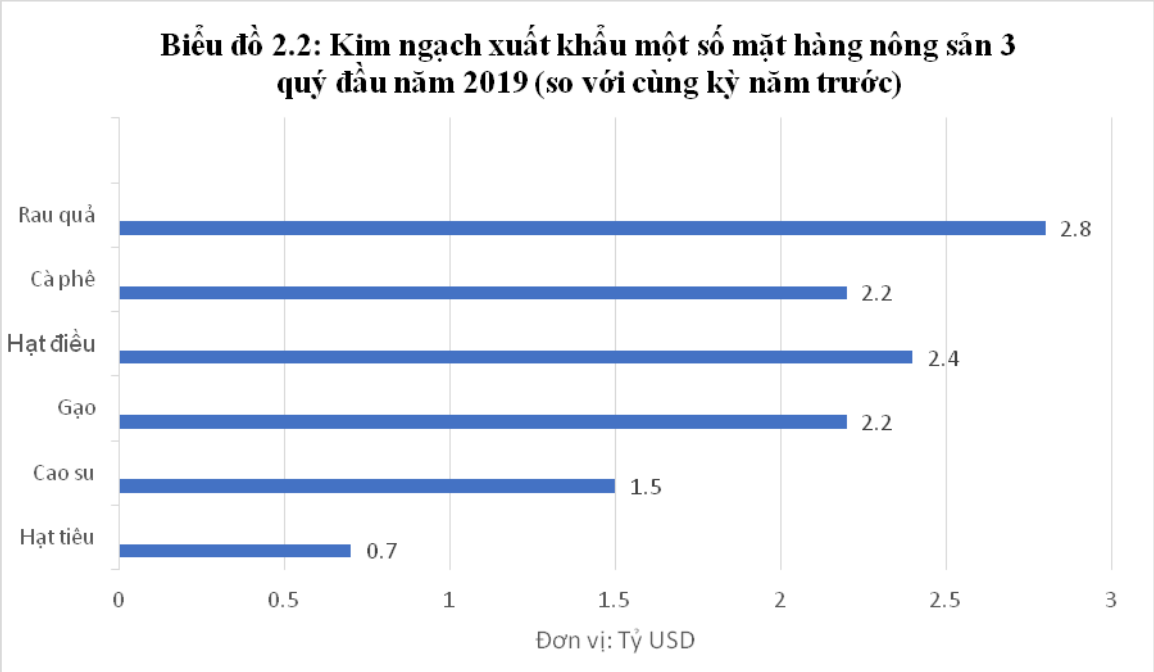
Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam qua các năm từ 2015 đến 2019

Từ năm 2016 đến năm 2018, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU đã có những chuyển biến tích cực do quan hệ thương mại Việt Nam - EU được phát triển nhanh chóng, đặc biệt qua các thỏa thuận, đàm phán về hiệp định thương mại tự do. Giá trị xuất khẩu nông sản sang thị trường EU qua các năm như sau: năm 2016 đạt 3,71 tỷ USD (tăng 12% so với năm 2015); năm 2017 đạt 4,17 tỷ USD (tăng 12,5% so với năm 2016); năm 2018 đạt 3,96 tỷ USD (giảm 5,2% so với năm 2017); năm 2019 đạt 4,01 tỷ USD (tăng 3,2 % so với năm 2018). Tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2019 tuy có tăng so với

năm 2018 nhưng giá trị chủ yếu từ nhóm hàng lâm sản, trong khi đó giá trị xuất khẩu nhóm nông sản chính giảm 5,2%.

Theo dữ liệu của Tổng cục Thống kê, hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam trong 3 quý đầu năm 2019 đều có những sự suy giảm đáng kể. Ngoại trừ mặt hàng cao su, kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng khác là gạo, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, rau quả đều có giá trị giảm so với cùng kỳ năm 2018 lần lượt là -9.7%, -21%, -6%, -6%, -4.6%. Cũng trong khoảng thời gian này, theo dữ liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu nhóm hàng nông sản (bao gồm hàng rau quả, hạt điều, hạt tiêu, chè, cà phê, gạo, sắn và sản phẩm sắn, cao su) đạt 12,54 tỷ USD, giảm 7,9% so với cùng kỳ năm trước, tương ứng giảm 1,07 tỷ USD. Trong đó, thị trường EU (28 nước) là 1,9 tỷ USD, giảm 8,1% so với cùng kỳ năm 2018.

Biểu đồ 2.2: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng nông sản 3 quý đầu năm 2019 (so với cùng kỳ năm trước)



Nguồn: Tổng cục Thống Kê (2019)

Có một số nguyên nhân lý giải cho sự giảm sút này như: năm 2019 là điểm chững sau thời gian tăng trưởng nóng liên tục từ năm 2000 đến 2018; ngành nông nghiệp trong nước gặp nhiều khó khăn từ tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu, dịch bệnh; nhóm hàng nông sản gặp biến động về giá; ảnh hưởng từ cuộc chiến tranh thương mại Mỹ-Trung; các rào cản phi thuế quan ngày càng khắt khe, chặt chẽ hơn của các nước trong EU...

3.2. Những rào cản phi thuế quan chủ yếu phải vượt qua trong EVFTA của nông sản Việt Nam

Trong EVFTA, nội dung cam kết về hàng rào phi thuế bao gồm các cam kết liên quan đến TBT, SPS và các biện pháp phi thuế quan khác như giấy phép xuất nhập khẩu, thủ tục hải quan... Theo đó, đối với TBT, hai bên thỏa thuận tăng cường thực hiện các quy tắc của Hiệp định TBT của WTO, trong đó Việt Nam cam kết tăng cường sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong ban hành các quy định về TBT của mình. Đối với SPS, Việt Nam và EU đạt được thỏa thuận về một số nguyên tắc về SPS nhằm tạo điều kiện cho hoạt động thương

mại đối với các sản phẩm động vật, thực vật trên nền tảng Hiệp định SPS của WTO. Các nước có thể lựa chọn mức độ bảo vệ mong muốn và có quyền áp dụng mọi biện pháp cần thiết để bảo vệ sức khỏe và sinh mạng của con người, động thực vật nếu các biện pháp đó không vi phạm các điều khoản của Hiệp định. Thậm chí, EU có thể áp dụng các quy định chặt chẽ hơn so với các tiêu chuẩn quốc tế tương ứng. Quy định SPS của EU nêu rõ, tất cả các sản phẩm có nguồn gốc động vật xuất khẩu sang thị trường này đều bị kiểm tra tại các chốt kiểm soát ở biên giới theo hình thức kiểm tra ngẫu nhiên khoảng 10% số lượng lô hàng. Tuy nhiên, nếu một lô hàng bị phát hiện có vấn đề về SPS thì 10 lô hàng tiếp theo sẽ bị kiểm tra toàn bộ một cách kỹ lưỡng. Với các sản phẩm có nguồn gốc thực vật, nước xuất khẩu phải tuân thủ các quy định về SPS của EU trong quá trình nuôi trồng sản xuất. Và hàng xuất khẩu sang EU tuy không bị kiểm tra nghiêm ngặt như các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật nhưng cũng sẽ bị kiểm tra ngẫu nhiên bởi các nước thành viên trong quá trình nhập cảnh hoặc sau khi đã bán ra thị trường. EU cũng duy trì một hệ thống cảnh báo nhanh, chỉ cần một lô hàng có vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm thì ngay lập tức sẽ được thông báo trong toàn bộ EU và hàng hóa đó không thể tiếp tục lưu hành trong khu vực.

Trên thực tế, tiêu chuẩn do EU áp đặt nằm trong số các tiêu chuẩn khắt khe và khó đạt được nhất với chi phí cao nhất trên thế giới. Các quy định nghiêm ngặt về TBT, SPS luôn là thách thức đối với các nước đang phát triển nói chung và với Việt Nam nói riêng. Do đó, rào cản phi thuế quan lớn nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong thời gian qua cũng như sắp tới liên quan đến việc sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, chủ yếu là SPS và TBT. Theo phân loại năm 2012 của Tổ chức Thương mại và Phát triển của Liên hợp quốc (UNCTAD) có 175 biện pháp phi thuế quan trên thế giới được áp dụng, trong đó có 58 các biện pháp kỹ thuật (bao gồm cả SPS và TBT), chiếm 1/3. Hiểu một cách đơn thuần là trên thế giới cứ 3 biện pháp phi thuế được áp dụng thì có 1 hàng rào kỹ thuật, TBT hay SPS. SPS và TBT là 2 vấn đề liên quan đến tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và môi trường luôn khiến các doanh nghiệp Việt Nam quan ngại, dù Việt Nam đã có khá đầy đủ các quy định của pháp luật về vệ sinh và tiêu chuẩn kỹ thuật để bảo vệ sức khỏe người dân, nhưng các tiêu chuẩn này không cao như EU. Hơn nữa, để đáp ứng các yêu cầu kiểm dịch động thực vật khi tiêu chuẩn của EU cao hơn các tiêu chuẩn của Việt Nam, các doanh nghiệp sản xuất và thương mại phải tốn kém chi phí không nhỏ. Ví dụ như chi phí kiểm nghiệm để chứng minh không có dư lượng thuốc trừ sâu trong các lô hàng xuất khẩu có thể rất cao so với lợi nhuận.

Thực tế, Việt Nam đã có nhiều kinh nghiệm trong việc bị các quốc gia khác sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại liên quan đến chống bán phá giá và TBT, SBS. Trong đó có một số vụ việc hàng hóa Việt Nam bị phán xét, áp thuế bất hợp lý, gặp nhiều vướng mắc và dù đã thực hiện nhiều giải pháp trong đối ngoại nhưng đến nay vẫn chưa hiệu quả, như mặt hàng thủy hải sản bị lệnh cảnh báo "thẻ vàng" của EU. Ngoài ra, một số rào cản khác cũng có thể gây trở ngại cho các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường EU như vấn đề về đảm bảo quy tắc xuất xứ, những quy định về lao động và môi trường.

EVFTA có quy định chi tiết, đặc biệt là thanh kiểm tra, công nhận tương đương, tương thích với điều kiện khu vực. Việc giải quyết các vấn đề TBT, SPS phải đối mặt với

một phạm vi lớn các quy định pháp lý của quốc gia trong kiểm soát nhập khẩu liên quan đến nhiều cơ quan chuyên môn; sự khác biệt về trình độ phát triển; quy định khác biệt về TBT, SPS và thực tiễn áp dụng tại mỗi quốc gia; chủ nghĩa bảo hộ vẫn còn tồn tại. Trong Hiệp định EVFTA, EU cam kết sẽ mở cửa thị trường cho nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam nhưng Việt Nam cũng cần có hợp tác với EU để đảm bảo hàng xuất sang EU đáp ứng được các yêu cầu về TBT, SBS. Trong bối cảnh hiệp định EVFTA có hiệu lực trong thời gian tới, các doanh nghiệp nông sản Việt Nam sẽ phải đối mặt với những khó khăn trong việc vượt rào cản phi thuế quan như sau:

Thứ nhất, về sử dụng lao động: Thực tế việc áp dụng các tiêu chuẩn lao động tại các doanh nghiệp Việt Nam còn rất nhiều vấn đề tồn tại. Những tồn tại phổ biến liên quan đến việc người lao động làm thêm quá số giờ quy định; quy định về nghỉ tuần, nghỉ lễ; môi trường làm việc, vệ sinh an toàn lao động; quyền tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế đầy đủ, quyền được hỗ trợ của lao động nữ nơi làm việc và nuôi con nhỏ... EVFTA là FTA đầu tiên Việt Nam ký có các điều khoản về lao động và công đoàn. Đây có thể là một rào cản lớn đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU.

Thứ hai, về bảo vệ môi trường: Việt Nam chưa có kinh nghiệm trong vấn đề thực hiện các nghĩa vụ về môi trường trong khuôn khổ các ràng buộc và điều chỉnh thương mại. Đồng thời, nguồn lực dành cho hoạt động bảo vệ môi trường còn hạn chế, ý thức và năng lực của cán bộ quản lý cũng như người dân chưa cao ảnh hưởng đến việc thực thi một cách nghiêm túc các nghĩa vụ liên quan đến môi trường. Thực trạng này đặt ra những thách thức không nhỏ cho Việt Nam do những yêu cầu từ phía EU đối với DN xuất khẩu Việt Nam trong thực hiện các trách nhiệm về bảo vệ môi trường.

Thứ ba, về các rào cản kỹ thuật và kiểm dịch động thực vật: Tiêu chuẩn đối với hàng hoá nhập khẩu từ phía EU rất chặt chẽ. Đây là các rào cản chủ yếu mà nông sản Việt Nam đã, đang và sẽ đối mặt trong việc xuất khẩu vào thị trường EU. Đối với mặt hàng nông sản, dù EVFTA có ưu đãi với những quy định SPS linh hoạt nhưng đa số ngành hàng nông sản của nước ta như chè, rau quả... vẫn vấp phải những hạn chế do tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, thiếu tính đồng nhất trong từng lô hàng, công tác thu hoạch bảo quản chưa tốt nên chất lượng còn hạn chế. Chưa kể đến nguy cơ các nước sẽ áp dụng hàng loạt hàng rào kỹ thuật mới, khắt khe hơn nữa. EU vốn là một trong những thị trường đòi hỏi về tiêu chuẩn cao nhất trên thế giới.

4. Một số giải pháp tăng cường khả năng vượt rào cản phi thuế quan trong EVFTA của nông sản Việt Nam thời gian tới

Từ thực tiễn các rào cản phi thuế quan chủ yếu mà các doanh nghiệp nông sản Việt Nam gặp phải cũng như các khó khăn khi vượt rào cản để xuất khẩu vào thị trường EU, chúng ta cần triển khai một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện thể chế chính sách và nâng cao nhận thức cộng đồng về vấn đề lao động, môi trường và sở hữu trí tuệ. Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý để đáp ứng những điều kiện về lao động, môi trường và sở hữu trí tuệ phù hợp với chuẩn mực quốc tế nói chung cũng như EVFTA nói riêng. Đồng thời, cần quy định các chế tài đủ mạnh đối với các hành vi vi phạm; tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động tuyên

truyền, giáo dục, nâng cao ý thức cộng đồng về các vấn đề môi trường, lao động và sở hữu trí tuệ; tăng cường đầu tư công nghệ xử lý chất thải, khí thải, đảm bảo các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường theo cam kết trong EVFTA; tăng cường giáo dục ý thức của DN về tầm quan trọng của việc chuyển sang sử dụng công nghệ sạch, đầu tư công nghệ xử lý môi trường và ý thức trong việc sử dụng đúng tiêu chuẩn các dư lượng hoá chất trong sản xuất nông nghiệp...

Thứ hai, cần xây dựng một hệ thống đối phó với TBT của nước ngoài trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm của các quốc gia khác. Ví dụ như ở Hàn Quốc, quốc gia này đã áp dụng một hệ thống đối phó với hàng rào kỹ thuật của nước ngoài rất hiệu quả thông qua việc xây dựng Liên minh TBT (TBT Consortium) gồm 27 các hiệp hội, viện nghiên cứu và tổ chức nghiên cứu, xúc tiến đầu tư và thương mại. Tại Việt Nam, căn cứ pháp lý để xây dựng hệ thống này là Quyết định số 46/2017/QĐ-TTg ngày 24/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Mạng lưới các cơ quan thông báo và hỏi đáp và Ban liên ngành về hàng rào kỹ thuật trong thương mại. Trung tâm của hệ thống này phải là Ban liên ngành TBT. Ngoài những thành phần Ban liên ngành TBT nêu trong Quyết định số 46/2017/QĐ-TTg, cần xem xét bổ sung thêm các hiệp hội chuyên ngành; các viện, trung tâm thử nghiệm, nghiên cứu chuyên ngành để việc đánh giá được thực chất và định lượng và các thương vụ Việt Nam ở nước ngoài để phát hiện kịp thời các quy định kỹ thuật của các nước cản trở thương mại của Việt Nam song không được thông báo cho WTO.

Thứ ba, cần chủ động ký kết các thỏa thuận công nhận chung và thỏa thuận tương đương trong từng trường hợp cụ thể với EU. Dù rằng việc đạt được các thỏa thuận về các công cụ để thuận lợi hóa thương mại là rất phức tạp, đây vẫn là mục tiêu rõ ràng nhất của các FTA, vì vậy đây phải là vấn đề được ưu tiên trong các đàm phán FTA. Việc đạt được các thỏa thuận như vậy, đặc biệt trong những lĩnh vực mà hàng xuất khẩu của Việt Nam có cơ hội tiếp cận thực sự hoặc tiềm năng vào thị trường EU sẽ mang lại cho các nhà sản xuất, xuất khẩu và kinh doanh Việt Nam những lợi thế so sánh lớn và điều kiện ưu tiên tiếp cận thị trường, những lợi thế có thể tương đương hoặc thậm chí lớn hơn những nhượng bộ thuế quan trong FTA.

Thứ tư, các doanh nghiệp cần phát triển năng lực công nghệ và quản lý chất lượng nhằm đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn. Theo đó, cần phải thực hiện tốt các chính sách khuyến khích các nhà khoa học trong và ngoài ngành chuyển giao kết quả nghiên cứu vào thực tiễn sản xuất, góp phần thúc đẩy sản xuất có năng suất, chất lượng và hiệu quả; thu hút các thành phần kinh tế tham gia nghiên cứu, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật; khai thác lợi thế trong các cam kết đầu tư từ EVFTA nhằm tăng cường hợp tác công nghệ để tiếp thu khoa học công nghệ tiên tiến trong sản xuất nông nghiệp; tăng cường đầu tư công nghệ phục vụ công tác kiểm tra, quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm và các tiêu chuẩn kỹ thuật khác.

Bên cạnh đó, cần phải triển khai các giải pháp tăng cường đào tạo năng lực, hiểu biết về pháp luật cho doanh nghiệp, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại để tìm hiểu và mở rộng các cơ hội tiếp cận thị trường EU cho doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đặng Thị Huyền Anh (2017), Xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU: Thực trạng và giải pháp, Tạp chí công thương số 9 tháng 8/2017.
2. Nguyễn Đình Cung, Trần Toàn Thắng (2017), Hiệp định Thương mại tự do Vietnam - EU: Tác động thể chế và điều chỉnh chính sách ở Việt Nam, Ciem.
3. Anne Chetaille, Võ Trí Thành, Nguyễn Văn Tài (2011), Đưa các điều khoản môi trường vào Hiệp định thương mại tự do dự kiến giữa EU - Việt Nam: Các vấn đề và viễn cảnh, Mutrap.
4. Đinh Văn Thành (2006), Các biện pháp phi thuế quan đối với hàng nông sản trong thương mại quốc tế, Nhà xuất bản Lao động-Xã hội
5. Hiệp định EVFTA và các tóm tắt từng chương (2017), Trung tâm WTO
6. Các website

   https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuanLichCongBo/Attachments/1310/2020-T01T-5X(VN-SB).pdf

   http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/ctc_quocte/un/nr040819160455/ns171003104051

   https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=629

MÔ HÌNH ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ QUAN ĐẾN XUẤT VÀ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA

MODEL FOR ASSESSING THE IMPACT OF TARIFFS ON EXPORTS AND IMPORTS

PGS,TS. Phan Thế Công

Trường Đại học Thương mại

Nguyễn Đoan Trang

Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế - xã hội quốc gia, Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Tóm tắt

Bên cạnh sự ra đời của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, xu hướng bảo hộ thương mại cũng bắt đầu nổi lên ở một số nền kinh tế. Những xu hướng trái chiều đan xen này có ảnh hưởng lớn tới thương mại của mỗi quốc gia, đặc biệt là những nền kinh tế có độ mở lớn như Việt Nam. Nhiều nhà nghiên cứu đã và đang tìm kiếm công cụ, mô hình để phân tích tác động của các công cụ bảo hộ thương mại đến xuất và nhập khẩu. Bài viết sẽ tổng quan một số mô hình thực nghiệm được các nhà nghiên cứu sử dụng để đánh giá tác động của thuế quan đến xuất nhập khẩu hàng hóa. Bài viết đi sâu nghiên cứu khả năng ứng dụng mô hình GTAP để đánh giá tác động của thuế quan tới xuất và nhập khẩu ở Việt Nam.

Từ khóa: *Mô hình GTAP; Mô hình CGE; Thuế quan; Xuất nhập khẩu; Bảo hộ mậu dịch.*

Abstract

In addition to the generation of new generation of free trade agreements, the trend of trade protectionism has also begun to emerge in some economies. These mixed trends have a great influence on each nation's trade, especially open economies like Vietnam. Many researchers have been looking for tools and models to analyze the impact of trade protection instruments on imports and exports. The paper reviews some empirical models used by researchers to assess the impact of tariffs on imports and exports. The paper explores the applicability of GTAP model to assess the impact of tariffs on exports and imports in Vietnam.

Keywords: *GTAP model; CGE model; Tariffs; Imports and Exports; Protectionism.*

1. Đặt vấn đề

Với môi trường chính trị như hiện nay, Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã đưa ra nhận định rằng con đường phía trước của tự do hóa thương mại toàn cầu sẽ nhiều khó khăn và thách thức. Trong đó, tự do hóa thương mại là việc dỡ bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan để làm cho luồng hàng hoá và dịch vụ di chuyển từ nước này sang nước khác được thuận lợi hơn. Tự do hóa thương mại trước hết nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu của mỗi nước và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng hóa và dịch vụ nước ngoài dễ dàng xâm nhập vào. Các biện pháp để mở rộng tự do hóa thương mại quốc tế bao gồm

việc ký kết các hiệp định song phương và đa phương về thương mại và kinh tế; tham gia vào khu vực mậu dịch tự do và tổ chức thương mại quốc tế; chủ động xây dựng lộ trình cắt giảm thuế quan và phi thuế quan theo các cam kết; điều chỉnh chính sách hỗ trợ xuất nhập khẩu như chính sách về đầu tư, tỷ giá hối đoái, tín dụng theo chiều hướng nới lỏng sự can thiệp của nhà nước; hình thành các thể chế thương mại phù hợp với chuẩn mực và thông lệ quốc tế. Quá trình này gắn liền với các biện pháp có đi có lại trong khuôn khổ pháp lý giữa các quốc gia. Lợi ích lớn nhất của tự do hóa thương mại là thúc đẩy trao đổi, buôn bán, phát huy lợi thế so sánh của các nước, từ đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực. Đối với người tiêu dùng (bao gồm cả những nhà nhập khẩu nguyên vật liệu để sản xuất ra hàng hóa), tự do hóa thương mại sẽ tạo cho họ cơ hội lựa chọn hàng hóa tốt hơn với giá hợp lý hơn.

Xu hướng tự do hóa thương mại đã góp phần thúc đẩy toàn cầu hóa và thương mại quốc tế phát triển nhanh chóng. Gần đây, bên cạnh sự ra đời của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, xu hướng bảo hộ thương mại cũng bắt đầu nổi lên ở một số quốc gia/nền kinh tế. Những xu hướng trái chiều đan xen nhau này có ảnh hưởng lớn tới thương mại của mỗi quốc gia, đặc biệt là những nền kinh tế có độ mở lớn như Việt Nam. Trong khi tích cực tham gia vào các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP và EVFTA, Việt Nam cũng đối mặt với sức ép bảo hộ từ bên ngoài. Bảo hộ thương mại hay tự do hóa thương mại có nhiều cấp độ khác nhau, tùy thuộc vào các mức thuế mà mỗi nước áp đặt/cắt giảm với các đối tác thương mại. Do vậy cần có các mô hình định lượng để đánh giá chính xác tác động của việc cắt giảm thuế quan tới mỗi nước khi tham gia vào các FTA hay tác động của việc dựng lên các rào cản phi thuế quan mới đối với xuất nhập khẩu của mỗi quốc gia. Ngoài việc lượng hóa tác động chung của thuế quan lên toàn bộ nền kinh tế, các mô hình cũng cần đánh giá được tác động cụ thể theo từng ngành, sản phẩm để có thể đưa ra các hàm ý chính sách đầy đủ và hiệu quả hơn. Việc một số quốc gia sử dụng các biện pháp thuế quan và phi thuế quan để bảo hộ thương mại đang ngày càng gia tăng. Trong thời đại ngày nay, các chính sách về thương mại, thuế và thuế quan thường được xếp cùng nhau do ảnh hưởng chung của chúng đối với các chính sách công nghiệp, chính sách nông nghiệp và chính sách đầu tư.

Một bài viết của Phạm Sỹ Thành và IMF (2019) cho thấy thương chiến ít tác động đến cán cân thương mại giữa hai nước Mỹ - Trung (nửa đầu năm nay Trung Quốc vẫn thặng dư 30,2 tỉ đô la Mỹ), tác động cũng ít lên kinh tế Trung Quốc (giảm khoảng 0,2-0,5% GDP) và thuế quan chủ yếu do các doanh nghiệp nhập khẩu Mỹ "gánh chịu". Đồng thời thuế quan cũng chưa làm tăng chỉ số giá tiêu dùng của cả hai nước. Có thể thấy, ngay cả khi thuế quan làm giảm xuất khẩu của Trung Quốc khoảng 2-3% mỗi năm thì tác động trực tiếp (của thuế quan) lên kinh tế Trung Quốc vẫn tương đối hạn chế. Vậy có hợp lý không nếu "Ngài Thuế quan" tiếp tục dùng thuế để ép Trung Quốc đi đến thỏa thuận? Những tác động gián tiếp có lẽ là điều không thể xem nhẹ. Mặc dù tác động trực tiếp vẫn nằm trong phạm vi kiểm soát của Chính phủ Trung Quốc do các công cụ chính sách vẫn còn dư địa sử dụng, nhưng rõ ràng thương chiến đã làm thay đổi nhiều điều kiện căn bản của kinh tế nước này, đặc biệt là làm chậm lại hoặc khiến các chính sách vĩ mô phải tạm dừng lại. Việc Hoa Kỳ áp dụng thuế quan đối với hàng nhập khẩu từ một số đối tác thương

mại và các hành động đối ứng của các quốc gia bị ảnh hưởng đã có tác động lớn đến thị trường hàng hóa thế giới. Tác động của thuế quan phụ thuộc vào việc được áp dụng trên một hàng hóa cụ thể hay áp đặt cho một loạt các sản phẩm từ một hoặc một số quốc gia... Thuế quan đặc thù đối với một số hàng hóa nhất định dẫn đến chênh lệch giá và làm thay đổi dòng thương mại hàng hóa đó giữa các quốc gia. Trong khi đó, thuế quan được áp dụng trên phạm vi rộng hơn không chỉ ảnh hưởng đến thị trường hàng hóa quốc tế thông qua tác động của chúng đến thương mại mà còn tác động đến các chỉ số về niềm tin kinh doanh, đầu tư, tiêu dùng trên toàn cầu, tạo ra những thay đổi lớn trên thị trường thế giới và các chuỗi cung ứng quốc tế.

Do vậy, việc nghiên cứu ảnh hưởng của thuế quan tới xuất nhập khẩu hàng hóa trở nên rất quan trọng để có thể đánh giá được tác động của quá trình hội nhập quốc tế và các biến động phức tạp của tình hình thế giới tới kinh tế Việt Nam, từ đó có thể đưa ra các giải pháp ứng phó phù hợp. Bài viết tập trung phân tích khung lý thuyết về một số mô hình được sử dụng để phân tích tác động của việc điều chỉnh tỷ suất thuế quan (nước xuất khẩu và nước nhập khẩu) đến hoạt động xuất và nhập khẩu hàng hóa trong một nước. Những tác động này có thể khác nhau tùy thuộc vào việc áp dụng thuế quan đối với hàng nhập khẩu từ một quốc gia (ví dụ: nhập khẩu đậu nành từ Trung Quốc từ Hoa Kỳ) hoặc sang nhiều quốc gia (ví dụ: nhập khẩu thép và nhôm của Hoa Kỳ từ Canada, EU, Trung Quốc...). Tác động của thuế quan cũng phụ thuộc vào cung và cầu của loại hàng hóa này trên thị trường toàn cầu, và trên độ co giãn tương đối của cầu đối với giá, cũng như của giá với thu nhập.

2. Tổng quan các nghiên cứu về tác động của thuế quan đến xuất nhập khẩu hàng hóa

Lý thuyết về tác động của thuế quan tới thương mại hàng hóa được phân tích chi tiết trong nghiên cứu của Balassa B. (1965). Theo tác phẩm này, trong một khung cân bằng tổng thể, tác động hạn chế thương mại của việc áp dụng thuế quan có thể được tính bằng chênh lệch giữa mức thương mại tiềm năng và thương mại thực tế, trong đó thương mại tiềm năng là các dòng thương mại có khả năng diễn ra trong điều kiện giả định các yếu tố khác không đổi nếu quốc gia được nghiên cứu loại bỏ tất cả các mức thuế của họ. Thuế quan tác động lên mô hình sản xuất và tiêu dùng và nhìn chung làm giảm nhập khẩu và xuất khẩu trong điều kiện toàn dụng bởi vì những thay đổi về giá tương đối đi kèm với việc áp dụng thuế quan sẽ dẫn tới việc dịch chuyển nguồn lực từ các ngành xuất khẩu sang các ngành cạnh tranh nhập khẩu. Tuy nhiên, trong các nghiên cứu thực nghiệm, trọng tâm thường được đặt vào nhập khẩu, và chênh lệch giữa nhập khẩu tiềm năng và nhập khẩu thực tế được cho là thể hiện tác động hạn chế thương mại của thuế quan. Nhập khẩu giảm do thuế tăng sẽ dẫn đến giảm tiêu dùng và tăng sản xuất trong nước đối với các mặt hàng được bảo hộ. Nghiên cứu này cũng cho rằng thuế cao đối với nguyên liệu và hàng hóa trung gian sẽ làm tăng mức thuế quan trung bình đối với hàng hóa phi nông nghiệp, nhưng sẽ làm giảm mức độ bảo hộ đối với hàng hóa cuối cùng vì khiến chi phí đầu vào tăng.

Demir và Sepli (2017) và Amadeo (2018) đã chỉ ra các chính sách bảo hộ thương mại và tác động của chúng, bao gồm cả các biện pháp thuế quan cho các sản phẩm nhập khẩu và xuất khẩu. Theo đó, việc áp dụng thuế quan cho các sản phẩm nhập khẩu làm tăng

giá các mặt hàng nhập khẩu khiến chúng trở nên kém cạnh tranh hơn so với hàng hóa trong nước. Biện pháp này áp dụng hiệu quả ở những quốc gia chuyên nhập khẩu hang hóa như Hoa Kỳ. Áp dụng thuế xuất khẩu là biện pháp được thực hiện nhằm hạn chế xuất khẩu. Mục đích đầu tiên của biện pháp này là thu thuế xuất khẩu nhằm tăng ngân sách cho nhà nước, khuyến khích xử lý nguyên liệu thô trong nước, bảo vệ nguồn tài nguyên nguyên liệu thô và có tác động tới thương mại tới các nước cần mặt hàng này. Tuy nhiên, biện pháp này lại làm tăng sự khan hiếm hàng hóa trên thị trường thế giới và do đó đẩy giá của hàng hóa lên cao hơn. Do đó, cần phải cẩn trọng khi áp dụng biện pháp này vì mức độ co giãn hàng thay thế sản phẩm nông nghiệp có thể khá cao.

Một số nghiên cứu về ảnh hưởng của thuế xuất khẩu:

Nghiên cứu của Olga Solleder (2013) về các ảnh hưởng thương mại của thuế xuất khẩu, dựa trên bộ dữ liệu mới về thuế suất ở cấp sản phẩm, ước tính các tác động thương mại méo mó của thuế xuất khẩu. Bài viết này cung cấp bằng chứng mạnh mẽ về mối liên hệ mạnh mẽ giữa thuế xuất khẩu và thương mại. Các kết quả, dựa trên ước tính phù hợp lý thuyết của mô hình trọng lực cấu trúc, chỉ ra rằng gánh nặng thuế xuất khẩu được chia sẻ bởi các nhà xuất khẩu và nhập khẩu và thuế xuất khẩu đóng một vai trò trong sự gia tăng của giá thế giới. Thuế xuất khẩu có liên quan đến việc giảm thương mại đáng kể, đặc biệt là khi áp dụng cho các ngành khai thác. Các tác động được thúc đẩy bởi hàng hóa đồng nhất. Kết quả có phần được mong đợi nhưng dù sao cũng rất quan trọng, đặc biệt là trong bối cảnh khủng hoảng lương thực và các chính sách công nghiệp chiến lược ngăn cản các nước đối tác tiếp cận với nguyên liệu thô.

Nghiên cứu Antoine Bouët và David Laborde Debucquet (2010) về tính kinh tế của thuế xuất khẩu trong bối cảnh khủng hoảng lương thực tập trung đánh giá các lý do cho việc sử dụng thuế xuất khẩu, đặc biệt là trong bối cảnh khủng hoảng lương thực. Đầu tiên, nghiên cứu tóm tắt ảnh hưởng của thuế xuất khẩu bằng cách sử dụng cả hai mô hình lý thuyết cân bằng từng phần và cân bằng chung. Khi các nước lớn có mục tiêu giá lương thực trong nước không đổi, trong trường hợp giá nông sản thế giới tăng, phản ứng tối ưu là giảm thuế nhập khẩu ở các nước nhập khẩu thực phẩm ròng và tăng thuế xuất khẩu ở các nước xuất khẩu thực phẩm ròng. Quyết định thứ hai là cải thiện phúc lợi trong khi quyết định trước là giảm phúc lợi: đó là cái giá phải trả để có được giá lương thực trong nước không đổi. Các nước nhỏ bị tổn hại bởi cả hai quyết định. Tiếp theo, tác giả minh họa các chi phí của việc thiếu hợp tác và quy định của (quy trình ràng buộc) các chính sách trong thời kỳ khủng hoảng bằng cách sử dụng một minh họa mô hình cân bằng tổng thể (CGE) toàn cầu, mô phỏng các cơ chế xuất hiện trong đợt tăng giá thực phẩm gần đây. Đặc biệt, bài viết kết luận với một lời kêu gọi quy định quốc tế, đặc biệt bởi vì các nước nhập khẩu thực phẩm nhỏ có thể bị tổn hại đáng kể bởi các chính sách ăn xin-hàng xóm này làm khuếch đại tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng lương thực.

Còn theo nghiên cứu của Jayson Beckman và các cộng sự (2018), thuế xuất khẩu, mặc dù được áp dụng bởi một số quốc gia nhưng đã không nhận được sự giám sát tương tự trong các cuộc đàm phán thương mại đa phương như các rào cản thương mại khác. Mục đích của bài viết này là tìm cách cung cấp chi tiết hơn về mối liên kết giữa thuế xuất khẩu, thương mại, giá lương thực và nghèo đói trong lĩnh vực nông nghiệp. Trước tiên, các tác

giả tập trung vào cách thuế xuất khẩu đã tác động đến thương mại và giá cả quốc tế, áp dụng khung trọng lực dựa trên kinh tế lượng động. Kết quả cho thấy thuế xuất khẩu không có tác động rộng rãi đến giá quốc tế, mà thay vào đó, tác động này tập trung ở một số hàng hóa, chủ yếu là các sản phẩm sữa, thực vật sống, rau, hạt có dầu và dầu. Sau đó, các tác giả sử dụng mô hình cân bằng chung có thể tính toán để kiểm tra các tác động đối với thương mại và nghèo đói nếu loại bỏ thuế xuất khẩu. Những kết quả này chỉ ra rằng việc loại bỏ thuế xuất khẩu sẽ không có tác động đáng kể đến giá cả toàn cầu. Tuy nhiên, các khu vực áp dụng thuế xuất khẩu sẽ có sự gia tăng trong sản xuất và xuất khẩu nếu chúng bị loại bỏ. Một số khu vực, chủ yếu là những khu vực hiện đang xuất khẩu hàng hóa bị đánh thuế ở các quốc gia khác, có thể bị tổn hại do loại bỏ thuế xuất khẩu do sự cạnh tranh gia tăng của xuất khẩu trên thị trường quốc tế. Người tiêu dùng sẽ được hưởng lợi từ việc giảm giá trong nước.

Nghiên cứu của William Deese, John Reeder (2007) xem xét vấn đề thuế xuất khẩu đối với hàng hóa chính; gần 40 quốc gia áp dụng thuế xuất khẩu trong những năm gần đây. Trong đó, Argentina là một quốc gia sử dụng nổi bật thuế xuất khẩu và là nhà xuất khẩu hàng đầu các sản phẩm đậu nành. Trong năm 2006, quốc gia này đánh thuế xuất khẩu đậu nành, bột đậu nành và dầu đậu nành, tương ứng, ở mức 23,5%, 19,3% và 20%. Các tác giả đã mô phỏng các tác động của việc thay đổi các loại thuế này. Bỏ thuế xuất khẩu đối với dầu đậu nành và bột ăn, nhưng việc tiếp tục đánh thuế đậu nành khiến xuất khẩu bột và dầu tăng và xuất khẩu đậu nành giảm. Xuất khẩu của mỗi sản phẩm tăng khi bị đánh thuế đồng đều ở mức 10 phần trăm. Xóa bỏ thuế đối với tất cả các sản phẩm làm tăng xuất khẩu của từng sản phẩm. Mặt khác, phá giá đồng peso của Argentina khoảng 60% trong năm 2002 có khả năng ảnh hưởng đến xuất khẩu này nhiều hơn những thay đổi về thuế xuất khẩu đã được xem xét. Tương tự, một số nghiên cứu cũng xem xét tác động của thuế xuất khẩu như: nghiên cứu của Roberta Piermartini, ERSD (2004), Antoine Bouët, David Laborde Debucquet (2016),...

Nghiên cứu tác động của thuế nhập khẩu:

Theo nghiên cứu của Jyrki Niemi và Ellen Huan-Niemi (2002) về ảnh hưởng của việc giảm thuế của Trung Quốc đến xuất khẩu nông sản của EU, việc Trung Quốc gia nhập WTO có nghĩa là gia tăng đáng kể cơ hội xuất khẩu cho các đối tác thương mại của Trung Quốc. Nghiên cứu này cố gắng xác định và đo lường một cách định lượng những tác động của việc thay đổi môi trường kinh tế và chính sách thương mại đối với hàng nhập khẩu nông sản của Trung Quốc từ Liên minh châu Âu (EU). Cách tiếp cận là ước tính các hàm nhu cầu đối với nhập khẩu thực phẩm nông nghiệp của Trung Quốc từ EU sử dụng dữ liệu từ 1980 đến 2000. Hàm cầu được sử dụng để đo lường tác động của thay đổi chính sách thương mại và giá cả hàng hóa liên quan lên xuất khẩu nông sản của EU sang Trung Quốc. Kết quả cho thấy ở Trung Quốc, có một phản ứng nhu cầu tương đối mạnh mẽ đối với nhập khẩu nông sản với những thay đổi về thu nhập và giá cả. Hơn nữa, kết quả chỉ ra rằng các biến động giá tương đối ảnh hưởng đáng kể đến thị phần xuất khẩu của EU. Tự do hóa thương mại dưới hình thức cắt giảm thuế quan được cho là tương đối quan trọng trong việc thay đổi số lượng nhu cầu nhập khẩu thực phẩm nông nghiệp từ Trung Quốc.

Nghiên cứu của Aradhna Aggarwal (2004) đánh giá định lượng các thay đổi có khả năng trong các cơ hội tiếp cận thị trường đối với hàng xuất khẩu của Ấn Độ do giảm thuế của Hoa Kỳ. Nghiên cứu xác định các sản phẩm cụ thể cho Ấn Độ ở cấp độ phân tổ 4 chữ số của ISIC, có thể được coi là nhạy cảm về thuế quan. Phân tích hồi quy về mối quan hệ giữa thuế suất MFN và xuất khẩu của Ấn Độ sang Mỹ đã được sử dụng để đánh giá về mặt định lượng về tác động của việc giảm thuế có thể được thỏa thuận trong Vòng đàm phán Doha. Phân tích này cho thấy việc cắt giảm thuế quan hầu như không được dự kiến sẽ có lợi cho xuất khẩu của Ấn Độ sang Mỹ. Với việc thực hiện đầy đủ lộ trình cắt giảm thuế, tăng xuất khẩu của Ấn Độ sang Mỹ sẽ lên tới 1,2 hoặc 0,6 tùy thuộc vào giá trị của hệ số B trong công thức. Những phát hiện này rất có thể là do hiệu ứng phân chia thuế quan của các ưu đãi NAFTA có lợi cho các nhà cung cấp ở Mexico, một quốc gia cạnh tranh trong nhiều mặt hàng truyền thống. Dự kiến việc giảm thuế MFN sẽ làm giảm hiệu ứng chuyển hướng thương mại của NAFTA. Nghiên cứu cũng đã cố gắng phân tách những thay đổi trong tổng xuất khẩu của Ấn Độ do giảm thuế ở Mỹ vào các tác động cạnh tranh và thị trường. Phân tích cho thấy rằng sự gia tăng xuất khẩu của Ấn Độ sẽ chủ yếu là do hiệu ứng cạnh tranh. Điều này dẫn đến việc tác giả kết luận rằng điều quan trọng đối với Ấn Độ là cải thiện khả năng cạnh tranh của mình so với các đối thủ cạnh tranh ở các thị trường khác nhau.

Như vậy, các nghiên cứu ngoài nước đã cung cấp nền tảng lý thuyết và một số kết quả thực nghiệm về tác động của thuế nhập khẩu và xuất khẩu tới thương mại hàng hóa. Phần lớn các nghiên cứu thực nghiệm tập trung vào thuế nhập khẩu, vì thuế này được áp dụng phổ biến hơn và có tác động lớn hơn tới thương mại quốc tế. Các nghiên cứu chỉ ra rằng thuế nhập khẩu có tác động làm giảm nhập khẩu và tăng sản xuất trong nước với các sản phẩm cuối cùng (tăng bảo hộ ngành sản xuất trong nước). Tuy nhiên, việc áp thuế nhập khẩu đối với nguyên liệu đầu vào và hàng hóa trung gian có thể làm tăng chi phí sản xuất hàng xuất khẩu, do vậy làm năng lực cạnh tranh cũng như tác động bảo hộ đối với các ngành sản xuất để xuất khẩu trong nước.

Nguyen T.D (2018) phân tích tác động của việc giảm thuế với các đối tác trong RCEP tới xuất khẩu của Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình Gravity để đánh giá tác động của tự do hóa thương mại trong khuôn khổ hiệp định AFTA và các hiệp định ASEAN + 1 tới xuất khẩu các sản phẩm chủ lực của Việt Nam. Các mức ưu đãi thuế được sử dụng để đại diện cho mức độ tự do hóa thương mại. Kết quả cho thấy tác động của các ưu đãi thuế là khác nhau giữa các loại ưu đãi và sản phẩm khác nhau. Ưu đãi thuế trong FTA không có tác động tới xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp, nhưng có tác động tích cực tới xuất khẩu một osos mặt hàng chế biến chế tạo như dệt may và da giày. Kết quả thực nghiệm cho thấy việc cắt giảm thuế theo AFTA và các FTA trong khuôn khổ ASEAN + 1 đã góp phần vào sự tăng trưởng và đa dạng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các đối tác trong RCEP. Việc không tìm thấy tác động của giảm thuế trong các FTA tới xuất khẩu nông sản được lý giải là do khu vực nông nghiệp của Việt Nam vẫn dựa trên sản xuất nhỏ và các phwogn thức sản xuất truyền thống. Năng lực cạnh tranh thấp và sự hiện diện của các hàng rào phi thuế quan trong các thị trường khu vực đã ngăn cản việc tận dụng các lợi ích tiềm năng của hội nhập kinh tế khu vực tới ngành nông nghiệp của Việt Nam.

Nghiên cứu của Trần Tiến Khải (2010) tập trung vào nghiên cứu chính sách xuất khẩu lúa gạo Việt Nam và những vấn đề điều chỉnh. Theo tác giả, sản xuất và xuất khẩu lúa gạo là một ngành kinh tế nông nghiệp rất quan trọng ở Đồng Bằng Sông Cửu Long. Tuy nhiên, hiện còn tồn tại nhiều vấn đề về chính sách xuất khẩu gạo, phương thức điều hành xuất khẩu và quan hệ thị trường giữa các tác nhân tham gia ngành hàng lúa gạo. Bài viết phân tích tình hình sản xuất, tiêu thụ lúa gạo xuất khẩu và các quan hệ kinh tế-kỹ thuật giữa các tác nhân trong ngành hàng nhằm đề xuất một số gợi ý chính sách dựa trên nguyên tắc căn bản là tôn trọng quy luật thị trường và quan hệ cung cầu. Vai trò điều phối của Nhà nước phải tập trung vào các chức năng bình ổn giá, dự trữ quốc gia, điều tiết nguồn thu bằng công cụ thuế xuất khẩu và cải thiện yếu tố đầu vào cho sản xuất lúa gạo. Cơ chế xuất khẩu nên được thay đổi theo hướng áp dụng công cụ thuế xuất khẩu. Cần thiết coi hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo là ngành kinh doanh có điều kiện để thúc đẩy việc hoàn thiện quy trình thu mua, dự trữ, chế biến, xuất khẩu nhằm mang lại nhiều giá trị gia tăng nhất và đạt được phân phối giá trị gia tăng hợp lý trong ngành hàng.

World Bank (2018) đánh giá tác động kinh tế và phân bổ thu nhập của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP, còn gọi là TPP-11). Tác động tiềm tàng của CPTPP được so sánh với Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) và Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương ban đầu (TPP-12) đối với Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình cân bằng tổng thể khả toán động toàn cầu (CGE) tên gọi là LINKAGE dựa trên cơ sở dữ liệu GTAP, kết hợp với mô hình mô phỏng vi mô để nghiên cứu tác động của các Hiệp định thương mại tự do tiềm năng đối với nền kinh tế Việt Nam. Các kết quả được căn cứ trên mức giảm thuế quan dự tính theo điều khoản của các hiệp định FTA giữa các nước thành viên và một số giả định chính về các mức giảm hàng rào phi thuế quan có lợi về mặt lý thuyết và khả thi về mặt chính trị và các mức cắt giảm thực tế có thể có sau khi triển khai FTA. Kết quả phân tích của mô hình đối với nhóm ngành nông nghiệp cho thấy, việc giảm hàng rào thuế quan và phi thuế quan trong các hiệp định thương mại tự do gồm CPTPP, TPP12 và RCEP tác động tiêu cực tới xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Tác động này khá lớn đối với hiệp định CPTPP, và nhỏ hơn đối với hiệp định TPP12 và RCEP.

Phat, L. & Hanh, N. (2019) đã sử dụng mô hình cân bằng tổng thể (CGE) để đánh giá tác động việc dỡ bỏ thuế quan đối với ngành công nghiệp trong hiệp định EVFTA tới nền kinh tế Việt Nam. Các tác giả đã xây dựng một ma trận hạch toán xã hội dựa trên dữ liệu bảng I-O năm 2012 và sau đó sử dụng mô hình CGE để mô phỏng các kịch bản kinhtế khu thuế quan của ngành công nghiệp được giảm về 0%. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc giảm thuế sẽ không chỉ làm tăng phúc lợi xã hội mà còn củng cố toàn bộ nền kinh tế liên quan đến tăng trưởng tiêu dùng hộ gia đình, các yếu tố sản xuất và giá trị thương mại. Trên thực tế, khi thuế suất của ngành công nghiệp là 0%, người tiêu dùng được hưởng lợi nhiều nhất vì giá cả trở nên cạnh tranh và hợp lý hơn với sự hiện diện của các sản phẩm nhập khẩu, trong khi các nhà sản xuất có nhiều cơ hội để tích lũy công nghệ hiện đại để cải thiện năng suất của họ và tiêu thụ hàng hóa trung gian chất lượng với giá cả hợp lý. Nghiên cứu này cũng chứng minh rằng sự hy sinh của chính phủ chắc chắn sẽ mang lại nhiều lợi ích đáng kể hơn cho nền kinh tế. Về mặt bất lợi, EVFTA gây

ra thâm hụt ngân sách quốc gia và gây áp lực lên sản xuất trong nước, do cạnh tranh gay gắt từ các sản phẩm nhập khẩu.

Như vậy, các nghiên cứu trong nước đã chỉ ra rằng năng lực cạnh tranh của ngành nông nghiệp Việt Nam còn thấp do phương thức sản xuất chủ yếu là nhỏ lẻ, chính sách điều hành còn nhiều bất cập. Điều này khiến cho các sản phẩm không nghiệp không tận dụng được lợi thế của việc hạ thấp hàng rào thuế quan trong các hiệp định thương mại tự do để thúc đẩy xuất khẩu. Trong khi đó, tự do hóa thương mại có tác động tích cực tới xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp có lợi thế so sánh của Việt Nam như dệt may và da giày.

3. Một số mô hình thực nghiệm đánh giá tác động của thuế quan đến thương mại hàng hóa

Hiện nay có một số nhóm mô hình thực nghiệm thường được sử dụng để đánh giá tác động của thuế quan đến thương mại hàng hóa, gồm: Nhóm mô hình cần bằng tổng thể khả toàn CGE và mô hình GTAP, nhóm mô hình cân bằng một phần, và nhóm mô hình trọng lực không gian (Gravity model).

3.1. Mô hình cân bằng tổng thể khả toán CGE và mô hình GTAP

Để đánh giá tác động của việc giảm thuế tới nền kinh tế, nhiều nghiên cứu đã sử dụng mô hình cân bằng tổng thể (CGE), một công cụ rất hiệu quả để đánh giá tác động của biến đổi khí hậu, chính sách thuế hoặc cải cách thuế đối với nền kinh tế. Những tác phẩm đã tạo ra nền tảng cho mô hình cân bằng tổng thể gồm Gossen (1854), Jevons (1871) và Walras (1874). Trong một nền kinh tế, sự tương tác giữa cung và cầu của tất cả các thị trường sẽ dẫn đến một cân bằng tổng thể, ngụ ý rằng trong mô hình GE, chúng tôi xem xét mối quan hệ tương quan rõ ràng giữa tất cả các thị trường khác nhau và các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế (Dinwiddy và Teal, 1988). Trong khi đó, trong mô hình cân bằng một phần, chúng ta chỉ xem xét một thị trường cụ thể thay vì tất cả các thị trường.

Những nghiên cứu đã sử dụng mô hình CGE để đánh giá tác động của việc giảm thuế quan tới thương mại cũng như nền kinh tế nói chung gồm Siriwardana, M. (2007), Mahinda Siriwardana & Jinmei Yang (2008), Dasgupta và Mukhopadhyay (2017); Ganguly và Das (2017), Jean và cộng sự (2014), Khorana và Narayanan (2017), Shaikh (2009), Todsadee và cộng sự (2012), Itakura và Lee (2012), Thu và Lee (2015).

Ahmed và O'Donoghue (2010) đã sử dụng dữ liệu ma trận kế toán xã hội (SAM) của Pakistan trong năm 2002 và phát triển một mô hình CGE để đánh giá hiệu quả của việc cắt giảm thuế suất đối với các chỉ số kinh tế vĩ mô và phúc lợi của Pakistan. Các tác giả kết luận rằng giảm thuế không chỉ làm tăng mức phúc lợi mà còn làm tăng giá trị xuất khẩu, tiêu dùng hộ gia đình và tổng vốn cố định. Ganguly và Das (2017) đã sử dụng phương pháp mô hình hóa CGE và xây dựng SAM để ước tính tác động của tự do hóa thương mại và FDI ở Ấn Độ. Nghiên cứu đã chứng minh rằng bất kỳ thay đổi nào trong chính sách thương mại sẽ không chỉ thay đổi khối lượng xuất nhập khẩu của các lĩnh vực khác nhau, mà còn thay đổi mức độ GDP, tỷ giá hối đoái và thu nhập của chính phủ.

Erero và Bonga-Bonga (2018) đã thực hiện một nghiên cứu để đánh giá tác động của việc giảm thuế đối với nền kinh tế của Congo bằng cách sử dụng mô hình CGE. Kết quả phân tích cho thấy sản lượng và việc làm của khu vực chính thức tăng khi thuế giảm vì

chính sách giảm thuế giúp thúc đẩy cạnh tranh nhập khẩu và đòi hỏi các nhà sản xuất địa phương phải tăng năng lực cạnh tranh bằng cách nhập khẩu công nghệ tiết kiệm đầu vào và áp dụng cách thức sản xuất giúp tiết kiệm đầu vào.

Thay vì sử dụng mô hình CGE tĩnh, Thu và Lee (2015) đã sử dụng mô hình CGE động để nghiên cứu ảnh hưởng của cải cách thương mại đối với phúc lợi kinh tế. Các tác giả đã xem xét tác động của tự do hóa thương mại, bao gồm giảm thuế và đưa ra các cải cách trong các lĩnh vực liên quan đến thương mại khác tới thương mại hàng hóa và dịch vụ. Một trong những phát hiện của nghiên cứu này là việc loại bỏ thuế quan có tác động tích cực mạnh mẽ đến tổng sản lượng, xuất khẩu và nhập khẩu. Tuy nhiên, tác động tới phúc lợi thấp hơn nhiều so với mở rộng sản lượng.

Siriwardana, M. (2007) đưa ra đánh giá định lượng về tác động của FTA giữa Australia và Mỹ bằng cách thực hiện các mô phỏng sử dụng mô hình Dự án phân tích thương mại toàn cầu (GTAP). Bằng cách mô phỏng mô hình CGE đa quốc gia GTAP, nghiên cứu đánh giá các hiệu ứng khác nhau trên toàn nền kinh tế, hiệu ứng cấp ngành và hiệu ứng chuyển hướng thương mại và tạo ra thương mại ở hai nước để đáp ứng thương mại tự do song phương, đồng thời cũng đánh giá các tác động đối với các đối tác thương mại bên ngoài FTA. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng mô hình GTAP với phiên bản năm cơ sở dữ liệu phân chia thế giới thành 66 khu vực và 57 khu vực. Các tác giả đã tổng hợp cơ sở dữ liệu GTAP thành 13 khu vực và 24 lĩnh vực. Kết quả cho thấy nhiều ngành công nghiệp của Australia được khuyến khích xuất khẩu sang Mỹ. Tăng trưởng xuất khẩu lớn nhất ở các ngành như dệt may, quần áo và giày dép, các sản phẩm thực phẩm khác, sản xuất các loại cây trồng khác, các loại cây trồng khác, các sản phẩm và phụ tùng xe máy. Tại Mỹ, xuất khẩu hàng hóa sản xuất sang Australia sẽ tăng trưởng mạnh, đặc biệt là các sản phẩm như dệt may, quần áo, giày dép và phụ tùng xe máy. Các lĩnh vực khác của Mỹ có thể tăng mạnh xuất khẩu gồm đồ uống và thuốc lá, các sản phẩm khoáng sản và khoáng sản khác, các sản phẩm kim loại.

Mahinda Siriwardana & Jinmei Yang (2008) sử dụng mô hình Cân bằng tổng thể khả toán (CGE) với cơ sở dữ liệu Dự án phân tích thương mại toàn cầu (GTAP) phiên bản 6 để phân tích định lượng về hiệu quả kinh tế của ACFTA. Mô hình GTAP tiêu chuẩn được áp dụng trong nghiên cứu này là một loại mô hình CGE để phân tích so sánh tĩnh. Mô hình GTAP mô tả hoạt động kinh tế thế giới trong 57 ngành công nghiệp khác nhau và theo 87 khu vực (cơ sở dữ liệu phiên bản 6). Kết quả từ mô phỏng GTAP cho thấy tác động tích cực cho cả Ausralia và Trung Quốc trong tất cả các kịch bản. Các kịch bản mô phỏng được xem xét trong nghiên cứu này được giả định với việc xóa bỏ tất cả thuế quan song phương đối với thương mại hàng hóa giữa Ausralia và Trung Quốc từ năm cơ sở 2001. Kết quả phân tích cho thấy tất cả các lĩnh vực ngoại trừ dịch vụ sẽ nhận được lợi ích từ hiệp định ACFTA. Các lĩnh vực được hưởng lợi nhiều nhất ở Ausralia là: Ngũ cốc (trên 610%), Dệt may (trên 410%), Sản phẩm khác (trên 240%), Hàng may mặc (trên 205%) và Sữa (trên 200%). Tuy nhiên, các ngành của Trung Quốc thu được lợi ích nhỏ hơn từ ACFTA, trong đó các ngành được hưởng lợi nhiều nhất là Dệt (khoảng 117%), tiếp đến là Hàng may mặc (khoảng 73%) và Đồ uống (khoảng 50%). Kết quả cũng cho thấy cơ hội gia tăng cho thương mại hai chiều trong các lĩnh vực này.

3.2. Mô hình cân bằng một phần

Mô hình được UNCTAD sử dụng để ước tính các tác động khác nhau của thay đổi chính sách thương mại, bao gồm thay đổi thuế suất và thay đổi các yếu phi thuế quan của thương mại quốc tế, có thể được mô tả về mặt kỹ thuật như một mô hình cân bằng một phần, đo lường các tác động của vòng đầu tiên thay đổi chính sách mô phỏng. Mô hình cân bằng một phần cùng loại với mô hình được sử dụng bởi Cline et al. tại Viện Brookings để phân tích tác động của vòng đàm phán ở Tokyo, để định lượng tác động của các sáng kiến tự do hóa thương mại đối với kim ngạch xuất khẩu của các nước đang phát triển. Về mặt lý thuyết, các mô hình cân bằng tổng thế là hợp lý hơn, vì chúng cũng tính đến các hiệu ứng vòng hai, chẳng hạn như hiệu ứng liên ngành và hiệu ứng tỷ giá hối đoái. Do đó, họ cung cấp những hiểu biết có giá trị về hành động tương tác của một số lượng lớn các biến số kinh tế. Tuy nhiên, họ cũng dễ bị chỉ trích về các giả định cơ bản sâu rộng và kết quả thu được khi sử dụng các mô hình như vậy rất nhạy cảm với những thay đổi trong các giả định. Có một số vấn đề liên quan đến các phiên bản làm việc của phương pháp mô hình hóa này, không ít trong số đó là sự mất chi tiết phát sinh vì cần phải làm việc trong các tập hợp lớn để làm cho các mô hình đó có thể tính toán được với chi phí hợp lý. Mặc dù cách tiếp cận cân bằng một phần có một số nhược điểm, vì cách tiếp cận mô hình hóa, nó có lợi thế là làm việc ở mức độ chi tiết rất tốt.

3.3. Mô hình trọng lực không gian (Gravity model)

Mô hình trọng lực đã được sử dụng rộng rãi như một công cụ để phân tích các yếu tố quyết định của thương mại song phương, dòng đầu tư, di cư và chính sách thương mại. Mô hình trọng lực ban đầu không dựa trên lý thuyết kinh tế mà tuân theo định luật hấp dẫn của vật lý, giải thích khối lượng thương mại song phương theo quy mô kinh tế của các đối tác thương mại và khoảng cách giữa chúng (Baldwin và Taglioni 2006).

Tổng quan các công trình nghiên cứu cho thấy, các nhà nghiên cứu sử dụng mô hình cân bằng tổng thể khả toán CGE và mô hình phân tích thương mại toàn cầu GTAP được sử dụng rộng rãi và phổ biến hơn các mô hình khác. Các nội dung tiếp theo của bài viết sẽ tập trung mô tả và phân tích khả năng ứng dụng và lợi ích của việc ứng dụng mô hình CGE/GTAP trong việc phân tích tác động của thuế quan đến xuất và nhập khẩu hàng hóa.

3.4. Các ứng dụng mô hình GTAP tại Việt Nam

Lê Quốc Phương (1999) áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 4 vào đánh giá tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam ở các cấp độ khác nhau. Cơ sở dữ liệu phiên bản 4 (công bố năm 1998) gồm 45 nước/khu vực, 50 ngành kinh tế. Cơ sở dữ liệu của Việt Nam trong phiên bản 4 này dựa trên bảng I/O 1989 của nước ta, được cập nhật số liệu cho năm 1995. Tác giả thiết kế 4 kịch bản để đánh giá tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế là ULTR (đơn phương tự do hoá), AFTA (thực hiện các cam kết của AFTA), APEC (thực hiện các cam kết của APEC), WTO (thực hiện các cam kết của WTO). Kết quả mô phỏng cho thấy:

- Tự do hoá thương mại ở mọi cấp độ đều mang lại lợi ích tổng thể cho nền kinh tế Việt Nam.

- Chỉ trừ kịch bản AFTA, còn đối với các kịch bản khác, qui mô tự do hoá càng mở rộng thì lợi ích Việt Nam nhận được càng lớn. Riêng tự do hoá theo cam kết với AFTA không đem lại nhiều lợi ích, chủ yếu do tính chất cạnh tranh giữa các nền kinh tế ASEAN.

- Các ngành được hưởng lợi từ tự do hoá thương mại là dệt may, dịch vụ và điện tử. Trong khi đó, ngành nông nghiệp sẽ chịu nhiều tác động tiêu cực của việc mở cửa thị trường.

Fukase và Martin (1999a và 1999b) áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 4 đánh giá tác động của: Quá trình hội nhập AFTA của Việt Nam; Hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ (BTA). Kết quả mô phỏng các kịch bản khác nhau cho thấy AFTA không mang lại nhiều tác động tích cực đáng kể đối với Việt Nam, trong khi đó Hiệp định BTA Việt - Mỹ mang lại nhiều lợi ích cho cả 2 nước.

Vanzetti và Phạm Lan Hương (2006) đã áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 6 (bao gồm 87 nước/khu vực và 57 ngành kinh tế) vào đánh giá tác động của Việt Nam gia nhập WTO. Các tác giả đã xây dựng 6 kịch bản với mức độ tự do hóa thương mại khác nhau, gồm: đơn phương, hài hoà hóa, song phương, khu vực, đa phương và toàn cầu. Kết quả mô phỏng cho thấy tự do hóa thương mại đơn phương có thể mang lại những lợi ích đáng kể mà không cần phải đàm phán với các nước khác. Hài hòa thuế suất ở mức thuế suất bình quân như hiện nay cũng mang lại lợi ích thông qua tăng nguồn thu thuế mà không cần phải điều chỉnh nhiều. Mở rộng AFTA mang lại lợi ích vừa phải, cũng giống như cải cách thương mại đa phương giảm 50% mức thuế suất hiện nay. Các ngành nông nghiệp và sử dụng tài nguyên thu được lợi ích rất hạn chế vì những ngành xuất khẩu này đã có hàng rào thuế suất thấp. Tuy nhiên, thị trường giành cho hàng dệt may Việt Nam vẫn đóng vai trò rất quan trọng.

Đỗ Đình Long và cộng sự (2014) ứng dụng cách tiếp cận cân bằng tổng thể khả tính (mô hình dự án phân tích thương mại toàn cầu - GTAP model) với bộ cơ sở dữ liệu phiên bản 8 (GTAP 8 database) nhằm lượng hóa tác động về mặt kinh tế của tự do hóa thương mại giữa ASEAN và Hàn Quốc. Kết quả nnghiên cứu cho thấy tự do hóa thương mại giữa ASEAN và Hàn Quốc mang lại hiệu ứng tích cực cho các nước thành viên ASEAN và Hàn Quốc về quy mô thương mại, cải thiện các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô và phúc lợi xã hội, trong quá trình tự do hóa này.

4. Ứng dụng mô hình GTAP đánh giá tác động của thuế quan đến XNK

4.1. Một số nét cơ bản về mô hình GTAP

Ở hầu hết các nước phát triển hiện nay, người ta đã sử dụng mô hình thương mại toàn cầu GTAP (Global Trade Analysis Project) để phân tích tác động qua lại giữa các nền kinh tế với nhau trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế. Về cơ sở lý thuyết, GTAP thuộc lớp mô hình cân bằng tổng thể (CGE). Thực tế cho thấy CGE là một công cụ hữu hiệu để phân tích tác động của các thay đổi về chính sách, đặc biệt là chính sách tự do hóa thương mại đối với nền kinh tế. Trong mô hình CGE, nền kinh tế mỗi nước được chia thành các ngành khác nhau (như nông nghiệp, thủy sản, khai khoáng, công nghiệp, dịch vụ...). Do vậy, loại mô hình này có thể đánh giá được tác động không những đối với toàn bộ nền kinh tế mà còn đối với từng ngành cụ thể.

Mô hình GTAP được Thomas Hertel *(1997)* xây dựng và phát triển tại Đại học Purdue (Hoa Kỳ) từ năm 1993. Cơ sở dữ liệu gần đây nhất của mô hình GTAP là GTAP.TAB version 10.0. Mô hình GTAP (còn được mô tả như: Global Trade, Assistance, and Production) mô tả dữ liệu của nền kinh tế trong các năm (2004, 2007, 2011, 2014, và 2019) và phân biệt 65 loại sản phẩm trong mỗi quốc gia ở 121 nước và 20 khu vực. GTAP là mô hình toàn cầu cho phép phân tích tác động qua lại giữa các nền kinh tế với nhau trong bối cảnh toàn cầu hóa. *Mô hình GTAP tiêu chuẩn là một mô hình cân bằng tổng thể tĩnh về thương mại toàn cầu. Mô hình giả định thị trường cạnh tranh hoàn hảo, hàm sản xuất với hiệu suất không đổi theo quy mô và sự phân biệt hàng hóa thương mại dựa trên xuất xứ (Armington, 1969).*

Với bộ cơ sở dữ liệu của nhiều khu vực trên thế giới, mô hình cung cấp khung phân tích để đánh giá tác động của chính sách và thay đổi cấu trúc phân phối nguồn lực thông qua việc làm rõ đối tượng hưởng lợi và chịu thiệt do tác động của chính sách (Dimarana & Dougall, 2002; Todsadee & cộng sự, 2012). Theo Brockmeier (1996), mô hình GTAP có một số đặc điểm sau: Thứ nhất, người tiêu dùng đại diện trong mỗi vùng hoặc lãnh thổ quyết định mức tiêu dùng hàng hóa, mức tiết kiệm và mức chi tiêu chính phủ để tối đa hóa hàm lợi ích Cobb-Douglas; và chính phủ là một thành phần của mô hình. Thứ hai, đại diện trong mỗi ngành của mỗi vùng hoặc lãnh thổ quyết định các yếu tố sản xuất đầu vào (đất đai, vốn, lao động có tay nghề và lao động không có tay nghề, tài nguyên thiên nhiên) và hàng hóa trung gian (hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu). Hàng hóa trung gian được phân tách từ nhân tố sản xuất trong hàm sản xuất, và do vậy, giá của nó không ảnh hưởng đến các yếu tố sản xuất. Trong hàng hóa trung gian có hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa sản xuất trong nước. Các tham số của độ co giãn thay thế được xác định trước khi đưa vào mô hình. Thứ ba, giá của hàng hóa và nhân tố sản xuất được xác định sao cho cầu và cung cân bằng trên thị trường. Mô hình GTAP cũng có một số nhược điểm như: Mô hình tĩnh, do vậy không thể tiến hành phân tích sự chuyển đổi giữa hai trạng thái cân bằng. Không có thị trường tài chính trong mô hình GTAP, nó không thể giải quyết các vấn đề liên quan đến tỉ giá hối đoái, tỉ lệ lãi suất và lạm phát cũng như những ảnh hưởng của chính sách tiền tệ.

Bảng 1: 65 loại sản phẩm trong GTAP 10

No.	Code	Description	No.	Code	Description
1	pdr	Paddy rice	34	bph	Basic pharmaceutical products
2	wht	Wheat	35	rpp	Rubber and plastic products
3	gro	Cereal grains, not elsewhere classified (n.e.c.)	36	nmm	Mineral products n.e.c.
4	v_f	Vegetables, fruit, nuts	37	i_s	Ferrous metals
5	osd	Oil seeds	38	nfm	Metals n.e.c.
6	c_b	Sugar cane, sugar beet	39	fmp	Metal products
7	pfb	Plant-based fibers	40	ele	Computer, electronic and optical products
8	ocr	Crops n.e.c.	41	eeq	Electrical equipment
9	ctl	Cattle, sheep, goats, horses	42	ome	Machinery and equipment n.e.c.
10	oap	Animal products n.e.c.	43	mvh	Motor vehicles and parts
11	rmk	Raw milk	44	otn	Transport equipment n.e.c.
12	wol	Wool, silk-worm cocoons	45	omf	Manufactures n.e.c.
13	frs	Forestry	46	ely	Electricity
14	fsh	Fishing	47	gdt	Gas manufacture, distribution
15	coa	Coal	48	wtr	Water
16	oil	Oil	49	cns	Construction
17	gas	Gas	50	trd	Trade
18	oxt	Other extraction (formerly omn Minerals n.e.c.)	51	afs	Accommodation, Food and service activities
19	cmt	Meat: cattle, sheep, goats, horse	52	otp	Transport n.e.c.
20	omt	Meat products n.e.c.	53	wtp	Sea transport
21	vol	Vegetable oils and fats	54	atp	Air transport
22	mil	Dairy products	55	whs	Warehousing and support activities
23	pcr	Processed rice	56	cmn	Communication
24	sgr	Sugar	57	ofi	Financial services n.e.c.
25	ofd	Food products n.e.c.	58	ins	Insurance (formerly isr)
26	b_t	Beverages and tobacco products	59	rsa	Real estate activities
27	tex	Textiles	60	obs	Business services n.e.c.
28	wap	Wearing apparel	61	ros	Recreation and other services
29	lea	Leather products	62	osg	Public administration and defense
30	lum	Wood products	63	edu	Education
31	ppp	Paper products, publishing	64	hht	Human health and social work activities
32	p_c	Petroleum, coal products	65	dwe	Dwellings
33	chm	Chemical products			

Nguồn: https://www.jgea.org/resources/jgea/ojs/index.php/jgea/article/view/77/96

4.3. Mô tả mô hình, điều kiện thực hiện mô hình và các hàm số liên quan

Hertel (1997) đã trình bày tổng quát về mô hình GTAP. Đây là một mô hình áp dụng CGE bao gồm nhiều vùng và ngành. Cung và cầu cân bằng ở mọi thị trường, nghĩa

là giá mà nhà sản xuất thu được bằng với chi phí cận biên. Bằng cách áp dụng thuế và trợ cấp đối với các hàng hóa và yếu tố cơ bản đầu vào, chính phủ tạo ra chênh lệch giữa giá mà người mua phải trả và giá mà nhà sản xuất thu được. Các biện pháp can thiệp chính sách được mô hình hóa dưới các dạng: thuế tỷ lệ phần trăm (ad valorem), thuế và trợ cấp hoặc các hạn chế định lượng, chẳng hạn như trong thương mại về dệt may. Liên kết thương mại quốc tế được đưa vào mô hình qua yếu tố thay thế Armington (1969) bởi hàng hóa khác biệt về nước xuất xứ. Vì thế, trong thị trường hàng hóa, người mua phân biệt sản phẩm trong nước sản xuất với sản phẩm nhập khẩu có cùng công dụng. Sản phẩm nhập khẩu khác biệt với nhau về vùng xuất xứ, dẫn đến trao đổi thương mại hai chiều giữa các vùng khác nhau đối với các sản phẩm trao đổi được (tradable). Phần lớn mô hình toàn cầu thuộc loại mô hình CGE với cấu trúc đa ngành (multi sector). Song mô hình toàn cầu có các đặc điểm riêng của nó, là mô hình đa khu vực (multi-region) bao gồm nhiều nước trong đó:

- Cơ sở dữ liệu mang tính "toàn cầu", tức là dựa trên bảng I/O (hoặc SAM) của nhiều nước (đã được hiệu chỉnh để đảm bảo tính thống nhất và giảm sự khác biệt về thời điểm dữ liệu và cách phân chia ngành của mỗi nước).

- Mô hình rất phù hợp để phân tích từng quốc gia trong bối cảnh toàn cầu;

- Mô hình được xây dựng sẵn để mỗi người sử dụng không phải mất công xây dựng, mà có thể ứng dụng nó vào phân tích theo mục đích riêng của mình. Tuy nhiên, mô hình cũng có những nhược điểm nhất định:

- Do CSDL của mô hình được tích hợp từ số liệu của rất nhiều nước, với sự khác biệt về thời gian và cấu trúc, nên tính nhất quán và thống nhất không cao (dù đã được hiệu chỉnh).

- Mô hình toàn cầu khá phức tạp nên người sử dụng phải mất nhiều công sức để hiểu và vận dụng được.

Các yếu tố cơ bản và bán thành phẩm là hai loại đầu vào cho sản xuất. Ở mỗi vùng, để sản xuất ra một khối lượng sản phẩm cố định, giả định mỗi ngành sử dụng kết hợp cả hai loại đầu vào để giảm thiểu tổng chi phí. Công nghệ sản xuất 3 cấp độ hạn chế sự lựa chọn về đầu vào của ngành. Ở cấp độ 1, bán thành phẩm và các yếu tố cơ bản được sử dụng với một tỷ lệ cố định theo hàm số sản xuất Leontief. Ở cấp độ 2, bán thành phẩm là sự kết hợp của hàng nhập khẩu và hàng trong nước sản xuất có cùng tên gọi đầu vào-đầu ra. Gói các yếu tố sản xuất cơ bản bao gồm lao động, vốn và đất đai. Ở cả hai trường hợp, hàm số tổng có dạng thức Độ co dãn không đổi về khả năng thay thế (CES). Ở cấp độ 3, gói hàng nhập khẩu được hình thành theo hàm số CES bao gồm hàng nhập khẩu có cùng tên gọi từ các vùng khác nhau.

Mỗi vùng trong một mô hình GTAP có một hộ gia đình đại diện nhận toàn bộ thu nhập của vùng. Tổng thu nhập của hộ gia đình này chia thành tiêu dùng của hộ theo tỷ lệ không đổi, chi tiêu của chính phủ và tiết kiệm quốc gia. Hộ gia đình mua các gói hàng hóa sao cho tối ưu giá trị sử dụng trong khuôn khổ giới hạn về chi tiêu của hộ. Hành vi tối ưu hóa ngân sách hạn chế của hộ gia đình được mô hình hóa bằng hàm số cầu Co dãn chênh lệch không đổi (CDE). Hàm số CDE không tổng quát như hàm số CES và Hệ thống Chi

tiêu tuyến tính (LES) nhưng linh hoạt và dễ dàng hơn trong việc điều chỉnh độ co dãn của tiêu dùng theo giá và thu nhập trong mỗi vùng. Gói hàng hóa tiêu thụ là hàm số CES kết hợp cả hàng hóa nhập khẩu và hang hóa trong nước sản xuất, trong đó hàng hóa nhập khẩu là hàm CES của hàng hóa nhập khẩu từ các vùng khác nhau.

Tỷ lệ chi tiêu của chính phủ trên thu nhập của mỗi vùng được giữ cố định. Chi tiêu của chính phủ được phân bổ cho các loại hàng hóa theo một hàm số phân phối Cobb-Douglas. Phân bổ tổng chi tiêu cho mỗi hàng hóa là hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu căn cứ theo phương thức kết hợp như phân bổ chi tiêu của hộ gia đình cho hàng hóa này. Đầu tư vào mỗi vùng có nguồn tài chính từ tổng tiết kiệm toàn cầu. Mỗi khu vực đóng góp một tỷ lệ cố định thu nhập cho tổng tiết kiệm. Tổng tiết kiệm có thể được phân bổ theo 2 cách. Cách thứ nhất là phân bổ cho mỗi vùng sẽ tăng bằng với tỷ lệ tăng tổng tiết kiệm. Cách thứ hai là đầu tư sẽ được phân bổ theo lợi suất tương đối. Các khu vực có lợi suất tăng so với bình quân toàn cầu sẽ nhận được phần đầu tư lớn hơn trong khi các khu vực có lợi suất giảm so với bình quân toàn cầu sẽ nhận được tỷ lệ đầu tư thấp hơn.

Mỗi khu vực có 5 loại yếu tố sản xuất, bao gồm 2 loại lao động (có tay nghề và phổ thông), một loại hàng hóa vốn đồng nhất, đất đai và các tài nguyên thiên nhiên. Ở mô hình đóng điển hình, tổng cung ứng lao động và đất đai cố định đối với mỗi vùng, nhưng vốn có thể di chuyển qua biên giới để cân bằng tỷ suất lợi nhuận. Nói cách khác, các yếu tố có thể phân biệt rõ ràng thành loại di động hoàn hảo và loại điều chỉnh chậm chạp. Các yếu tố di động thu được tỷ suất lợi nhuận thị trường như nhau bất kể nơi sử dụng. Các yếu tố điều chỉnh chậm chạp có thể có tỷ suất lợi nhuận ở mức cân bằng khác nhau theo từng ngành. Lúc này, nghiên cứu sẽ xem xét các hàm số phù hợp nhất cho mục tiêu phân tích. Sau mỗi phương trình (=) thể hiện trạng thái cân bằng của thị trường, các biến số chỉ số (index) thể hiện nhóm các biến số trong ngoặc kép () và giá trị của các biến số này. Với việc cắt giảm thuế ở vùng s, qxs (xuất khẩu từ r sang s) có thể tăng, đồng nghĩa với việc sản lượng (qo) ở vùng s sẽ tăng. Tỷ lệ xuất khẩu trên sản lượng và (SHRXMD) tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu (qxs) càng cao thì sản lượng cũng càng cao. Tùy thuộc vào mức độ và dấu của thay đổi về tiêu dùng trong nước (qds) cũng như tỷ lệ tiêu dùng trong nước trên sản lượng (SHRDM) mà sản lượng có thể tăng hay giảm. Tiêu dùng trong nước và tỷ lệ nhập khẩu cùng với thay đổi về nhập khẩu (qxs) gây ra thay đổi về sản lượng như mô tả qua phương trình sau về trạng thái cân bằng của các ngành:

*qo(i,r) = SHRDM(i,r) * qds(i,r) + sum(s,REG, SHRXMD(i,r,s) * qxs(i,r,s)) + tradslack(i,r); (trong đó i: Ngành; r: Vùng; s: Điểm đến) (1)*

trong phương trình trên, mức giá trên thị trường sẽ thay đổi để đảm bảo thay đổi về sản lượng thực sẽ bằng với tổng thay đổi về tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Vì thế thay đổi về giá và lượng của sản lượng có thể giải thích qua (1).

Phương trình (2) dưới đây thiết lập quan hệ giữa giá hàng hóa nhập khẩu theo vùng (pms) với tổng giá hàng hóa nhập khẩu (pim), tổng nhập khẩu (qim) và xuất khẩu theo nguồn (qxs). Độ co dãn Armington (ESUBM) tác động đến mức độ ảnh hưởng của giá đối với xuất khẩu. Việc cắt giảm thuế đối với hàng hóa nhập khẩu từ nguồn r sẽ làm giảm giá hàng hóa nhập khẩu từ vùng r (pms). Nếu nguồn r quan trọng xét về tổng lượng

thương mại đối với vùng s thì việc cắt giảm thuế cũng làm giảm tổng nhập khẩu (pim). Mức độ khác biệt về giá giữa vùng r và vùng s so với tổng giá ở vùng s về cơ bản sẽ tạo ra hiệu ứng thay thế, thể hiện bằng nhóm trong phương trình 2, được nhân với ESUBM. Tổng nhập khẩu vào vùng s (qim) cho chúng ta thấy hiệu ứng thâm nhập thị trường nội địa hoặc mức độ gia tăng tổng nhập khẩu của vùng s. Biến số ams (gia tăng nhập khẩu do thay đổi về công nghệ do nhập khẩu từ vùng r vào s) thể hiện sự thay đổi về công nghệ ở vùng r với ý nghĩa tăng cường xuất khẩu sang vùng s. Mặc dù điều này có thể được diễn giải và thể hiện dưới nhiều cách thức khác nhau cho nhiều mục đích nghiên cứu khác nhau, nghiên cứu không sử dụng biến số này trong nghiên cứu này.

$$qxs(i,r,s) = -ams(i,r,s) + qim(i,s) - ESUBM(i) * [pms(i,r,s) - ams(i,r,s) - pim(i,s)] \quad (2)$$

Giá trị gia tăng trong mô hình GTAP là một hàm số tổng hợp bao gồm nhiều hàng hóa hay yếu tố cơ bản tự có (endowment) - lao động, đất đai, vốn và tài nguyên thiên nhiên. Mặc dù hầu hết thay đổi về giá trị gia tăng (qva) và giá (pva) chủ yếu do thay đổi về sản lượng (qo và pm), nhu cầu cho mỗi yếu tố được xác định bởi qva rồi đến pva.

Phương trình (3) dưới đây cho thấy mối quan hệ này. Nếu giá hàng hóa tự có (pfe - có thể diễn giải là mức lương cho lao động) cao hơn giá của phần giá trị gia tăng, nhu cầu cho hàng hóa tự có này sẽ thấp đi, với giả định độ co dãn thay thế ESUBVA cho hàm số CES không thay đổi. Ngoài ra, bất kỳ mức gia tăng nào về tổng giá trị gia tăng sẽ trực tiếp chuyển thành gia tăng về nhu cầu đối với hang hóa tự có. Đây là cách mà nhu cầu lao động hay việc làm cho từng ngành được xác lập, đối với cả lao động có tay nghề và lao động phổ thông. Thay đổi công nghệ trong việc sử dụng yếu tố cơ bản i trong ngành j thuộc vùng r (afe) có thể có tác động tiêu cực hoặc tích cực đến nhu cầu đối với yếu tố này thông qua giá. Thay đổi về mức lương cho cả lao động có tay nghề và lao động phổ thông bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thay đổi về giá thị trường đầu ra nói chung (pm) cũng như thay đổi về thuế đối với lao động.

$$qfe(i,j,r) = - afe(i,j,r) + qva(j,r) - ESUBVA(j) * [pfe(i,j,r) - afe(i,j,r) - pva(j,r)] \quad (3)$$

Trong mô hình này, phúc lợi được ước tính qua Biến đổi tương đương (EV). Phúc lợi được tách thành các thành phần khác nhau, quan trọng nhất là hiệu quả phân bổ, chỉ số thương mại (terms of trade) và thay đổi về giá hàng hóa vốn cần thiết để duy trì sự cân bằng đầu tư-tiết kiệm.

5. Một số ứng dụng mô hình GTAP trong nghiên cứu ở Việt Nam và đề xuất cho các nghiên cứu tiếp theo

Lê Quốc Phương (1999) áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 4 vào đánh giá tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam ở các cấp độ khác nhau. Cơ sở dữ liệu phiên bản 4 (công bố năm 1998) gồm 45 nước/khu vực, 50 ngành kinh tế. Cơ sở dữ liệu của Việt Nam trong phiên bản 4 này dựa trên bảng I/O 1989 của nước ta, được cập nhật số liệu cho năm 1995. Tác giả thiết kế 4 kịch bản để đánh giá tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế là ULTR (đơn phương tự do hoá), AFTA (thực hiện các cam kết của AFTA),

APEC (thực hiện các cam kết của APEC), WTO (thực hiện các cam kết của WTO). Kết quả mô phỏng cho thấy:

- Tự do hoá thương mại ở mọi cấp độ đều mang lại lợi ích tổng thể cho nền kinh tế Việt Nam.

- Chỉ trừ kịch bản AFTA, còn đối với các kịch bản khác, qui mô tự do hoá càng mở rộng thì lợi ích Việt Nam nhận được càng lớn. Riêng tự do hoá theo cam kết với AFTA không đem lại nhiều lợi ích, chủ yếu do tính chất cạnh tranh giữa các nền kinh tế ASEAN.

- Các ngành được hưởng lợi từ tự do hoá thương mại là dệt may, dịch vụ và điện tử. Trong khi đó, ngành nông nghiệp sẽ chịu nhiều tác động tiêu cực của việc mở cửa thị trường.

Fukase và Martin (1999a và 1999b) áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 4 đánh giá tác động của: Quá trình hội nhập AFTA của Việt Nam; Hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ (BTA). Kết quả mô phỏng các kịch bản khác nhau cho thấy AFTA không mang lại nhiều tác động tích cực đáng kể đối với Việt Nam, trong khi đó Hiệp định BTA Việt - Mỹ mang lại nhiều lợi ích cho cả 2 nước.

Vanzetti và Phạm Lan Hương (2006) đã áp dụng mô hình GTAP với cơ sở dữ liệu phiên bản 6 (bao gồm 87 nước/khu vực và 57 ngành kinh tế) vào đánh giá tác động của Việt Nam gia nhập WTO. Các tác giả đã xây dựng 6 kịch bản với mức độ tự do hóa thương mại khác nhau, gồm: đơn phương, hài hoà hóa, song phương, khu vực, đa phương và toàn cầu. Kết quả mô phỏng cho thấy tự do hóa thương mại đơn phương có thể mang lại những lợi ích đáng kể mà không cần phải đàm phán với các nước khác. Hài hòa thuế suất ở mức thuế suất bình quân như hiện nay cũng mang lại lợi ích thông qua tăng nguồn thu thuế mà không cần phải điều chỉnh nhiều. Mở rộng AFTA mang lại lợi ích vừa phải, cũng giống như cải cách thương mại đa phương giảm 50% mức thuế suất hiện nay. Các ngành nông nghiệp và sử dụng tài nguyên thu được lợi ích rất hạn chế vì những ngành xuất khẩu này đã có hàng rào thuế suất thấp. Tuy nhiên, thị trường giành cho hàng dệt may Việt Nam vẫn đóng vai trò rất quan trọng.

Đỗ Đình Long và cộng sự (2014) ứng dụng cách tiếp cận cân bằng tổng thể khả tính (mô hình dự án phân tích thương mại toàn cầu - GTAP model) với bộ cơ sở dữ liệu phiên bản 8 (GTAP 8 database) nhằm lượng hóa tác động về mặt kinh tế của tự do hóa thương mại giữa ASEAN và Hàn Quốc. Kết quả nnghiên cứu cho thấy tự do hóa thương mại giữa ASEAN và Hàn Quốc mang lại hiệu ứng tích cực cho các nước thành viên ASEAN và Hàn Quốc về quy mô thương mại, cải thiện các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô và phúc lợi xã hội, trong quá trình tự do hóa này.

Một ưu điểm quan trọng của mô hình GTAP là cho phép đánh giá tác động không chỉ lên nền kinh tế nói chung mà còn đối với từng ngành sản xuất nói riêng, và do vậy cho thấy sự chuyển dịch cơ cấu của nền kinh tế. Mô hình GTAP là một công cụ khá hữu hiệu để lượng hóa các ảnh hưởng của hội nhập quốc tế đối với nền kinh tế nước ta. Việc áp dụng mô hình GTAP hoàn toàn có thể mở rộng sang các lĩnh vực khác như cắt giảm hàng rào phi thuế quan, thay đổi chính sách đầu tư hay mở cửa khu vực dịch vụ, có thể áp dụng để đánh giá tác động của việc gia nhập WTO đối với từng ngành (công nghiệp, nông

nghiệp, dịch vụ hay cụ thể hơn); từng lĩnh vực (như đầu tư, xuất nhập khẩu); từng chủ thể chịu tác động (như hộ gia đình, doanh nghiệp); và ngay cả từng vấn đề kinh tế - xã hội (như vấn đề xóa đói giảm nghèo, vấn đề an sinh xã hội...). *Trong các nghiên cứu tiếp theo, nhóm sẽ vận dụng mô hình GTAP để phân tích* tác động công cụ bảo hộ (chủ yếu là công cụ thuế) đến*:* Thay đổi giá trị xuất khẩu các sản phẩm nông sản; Thay đổi giá trị xuất khẩu các sản phẩm nông sản giữa các quốc gia; Tác động đến giá trị sản xuất của các ngành (đặc biệt là sản phẩm nông sản); Tác động đến các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô;...

Ghi chú: Bài viết là một phần của đề tài cấp Nhà nước "Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại" mã số ĐTĐLXH.02/20, GS.TS. Đinh Văn Sơn làm chủ nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Aggarwal, Aradhna, 2004. "Macro Economic Determinants of Antidumping: A Comparative Analysis of Developed and Developing Countries," World Development, Elsevier, vol. 32(6), pages 1043-1057, June.*
2. *Amadeo, K. (2018), "Comparative Advantage Theory and Examples: What Makes One Country Better Than Another", truy cập ngày 2/1/2020, <https://www.thebalance.com/comparative-advantage-3305915>.*
3. *Ando, M., Urata, S. (2006), 'The Impact of East Asia FTA: A CGE Simulation Study', Paper presented at the JSPS (Kyoto University)-NRCT (Thammasat University) Core University Program Conference, Emerging developments in East Asia FTA/EPAs, Doshisha University, 27-28 October.*
4. *Balassa, B. (1965),* "*Tariff Protection in Industrial Countries: An Evaluation,* Journal of Political Economy, 73(6), 573-594. doi:10.1086/259085.
5. *Baldwin, R.E. và A.J. Venables. (1995). "Hội nhập kinh tế khu vực" trong Sổ tay Kinh tế quốc tế, tập III, do G.M. Grossman và K. Rogoff biên soạn, Amsterdam: North-Holland/Elsevier.*
6. *Bảo Linh. (2018). Thuế quan đã gây tác động thế nào lên thị trường hàng hóa thế giới? Truy cập ngày 10/3/2020, link website: http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thue-quan-da-gay-tac-dong-the-nao-len-thi-truong-hang-hoa-the-gioi-58644.htm*
7. Beckman, J., Gopinath, M., and M. Tsigas. (2018). "The Impacts of Tax Reform on Agricultural Households." *American Journal of Agricultural Economics,* 100(5): 1391-1406.
8. *Bouet, Antoine & Laborde, David. (2010). Economics of export taxation in a context of food crisis. International Food Policy Research Institute (IFPRI), IFPRI discussion papers.*
9. *Bouët, Antoine; and Laborde Debucquet, David. (2016). Food crisis and export taxation: Revisiting the adverse effects of noncooperative aspect of trade policies. In Food price volatility and its implications for food security and policy, eds. Matthias Kalkuhl, Joachim von Braun, and Maximo Torero. Chapter 8, pp. 167 - 179. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-28201-5_8*

10. *Brockmeier, M. (1996). 'A Graphical Exposition of the GTAP model', GTAP technical paper No 8 1996, Center for Global Trade Analysis, Purdue University.*
11. Deese, W.C., & Reeder, J. (2007). Export Taxes on Agricultural Products: Recent History and Economic Modeling of Soybean Export Taxes in Argentina.
12. *Demir M.A. & Sepli A., "The effects of protectionist policies on international trade", People: International Journal of Social Sciences, vol.3, pp.136-158, 2017.*
13. *Dimarana, B. & Mc Dougall, R. (2002).* Global Trade Assistance and Production, *Center for Global Trade Analysis, Purdue University.*
14. *Đỗ Đình Long và cộng sự. (2014). 'Ứng dụng mô hình GTAP đánh giá tác động kinh tế của tự do hóa thương mại giữa ASEAN và Hàn Quốc",* Tạp chính Kinh tế và Phát triển, Số 206 tháng 8/2014.
15. *Hertel, T, W. (1999).* Global Trade Analysis: Modeling and Applications, *1st Edn, Cambridge University Press, pp: 403.*
16. *Kawai, M. & Wignaraja, G. (2008). 'Regionalism as an Engine of Multilarelism: A Case for a Single East Asia FTA', ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration No.14, Asian Development Bank, Manila.*
17. *Lê Quốc Phương. (1999). "Assessing Vietnam's Trade Reforms in the Regional and Global Context: GTAP Model", Bài trình bày tại Hội nghị Nghiên cứu sinh Tiến sỹ về Kinh tế và Kinh doanh, tại Perth, Australia.*
18. *Levine, R. và D. Renelt. (1992). "Phân tích nhạy cảm hồi quy tăng trưởng xuyên quốc gia." The American Economic Review. tập 82(4), 942-963.*
19. *Nguyễn Tiến Dũng. (2011). 'Tác động của Khu vực Thương mại Tự do ASEAN - Hàn Quốc đến thương mại Việt Nam',* Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh, *27, 219-231.*
20. Nguyen, T. D. (2018). *Do trade agreements increase Vietnam's exports to RCEP markets? Asian-Pacific Economic Literature, 32(1), 94-107.* doi:10.1111/apel.12213.
21. Niemi, J. S. *et al.* (2002). "The Effects of China's Tariff Reductions on EU Agricultural Exports," *Unknown*. Unknown. doi: 10.22004/AG.ECON.24839.
22. *OH. Jeong-Soo & Kyophilavong, P. (2013),* 'Impact of ASEAN-Korea FTA on Poverty: The Case Study of Laos', World Applied Sciences Journal 28 *(Economic, Finance and Management Outlooks): 114-119.*
23. *Phạm Lan Hương. (2003).* "The Impact of Vietnam's Accesion to WTO on Income Distribution", *ANU Asia Pacific School of Economics and Governance Working papers, No.03-7.*
24. *Phạm Thị Cải, Nguyễn Thị Nhiễu, Đỗ Kim Chi, Hoàng Thị Vân Anh, Lê Huy Khôi, Phạm Hồng Lam, Hoàng Thị Hương Lan (2008), 'Tác động của Hiệp định thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc (AKFTA) tới quan hệ thương mại Việt Nam - Hàn Quốc', Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Mã số 75.08.RD.*
25. *Phat, L. and Hanh, N. (2019),* "Impact of removing industrial tariffs under the European-Vietnam free trade agreement: A computable general equilibrium

approach", *Journal of Economics and Development, Vol. 21 No. 1, pp. 2-17. https://doi.org/10.1108/JED-06-2019-0011.*

26. *Phạm Sỹ Thành. (2019).* "Những tác động khác của thuế suất trong thương chiến". *Truy cập ngày 10/3/2020, link: https://www.thesaigontimes.vn/292476/Nhung-tac-dong-khac-cua-thue-suat-trong-thuong-chien.html.*
27. *Piermartini, Roberta. (2004). "The role of export taxes in the field of primary commodities," WTO Discussion Papers 4, World Trade Organization (WTO), Economic Research and Statistics Division.*
28. *Solleder, Olga, (2013), Trade Effects of Export Taxes, No 08-2013, IHEID Working Papers, Economics Section, The Graduate Institute of International Studies, https://EconPapers.repec.org/RePEc:gii:giihei:heidwp08-2013.*
29. *Todsadee, A., Kameyama, H., Lutes, P. (2012), 'The implications of trade liberation on TPP countries' livestock product sector',* Technical Bulletin of Faculty of Agriculture, *Kagawa University.*
30. *Trần Tiến Khải. (2010). Chính sách xuất khẩu lúa gạo Việt Nam và những vấn đề cần điều chỉnh. Kỷ yếu Hội thảo Khoa Học Xã Hội và Phát Triển Bền Vững Vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long. Cần Thơ, ngày 28/10/2010. UBND TP. Cần Thơ, Ban Chỉ Đạo Tây Nam Bộ, Viện Phát triển Bền Vững Vùng Nam Bộ.*
31. *Vanzetti và Phạm Lan Hương (2006), "Một số kịch bản cho chính sách thương mại Việt*
    Nam", Bài trình bày tại Hội thảo hàng năm của mạng lưới GTAP, Addis Abeba, 15-17/6/2006.
32. 8.Website mô hình GTAP: https://www.gtap.agecon.purdue.edu
33. *World Bank (2018), "Tác động kinh tế và phân bổ thu nhập của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương: Trường hợp của Việt Nam", Ấn phẩm song ngữ, tháng 3/2018.*

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM VỚI TRUNG QUỐC TRONG BỐI CẢNH MỚI

VIETNAM'S TRADE RELATIONSHIP WITH CHINA IN THE NEW CONTEXT

Vo Ta Tri, PhD

Dang Thi Hoai, PhD

Thuongmai University

Tóm tắt

Trung Quốc là thị trường thương mại lớn của Việt Nam. Cho đến nay, thị trường thương mai truyền thống này đã chiếm hơn 1/5 tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam trên tổng số hơn 200 quóc gia và vùng lãnh thổ mà Việt Nam có quan hệ đối tác thương mại. Có được những kết quả này ngoài sự nỗ lực có tính chủ quan của Chính phủ, các doanh nghiệp và nhân dân 2 nước còn là những điều kiện hết sức thuận lợi từ phía khách quan như Trung Quốc là nước láng giềng, có đường biên giới dài tiếp xúc với nhiều địa phương của Việt Nam, dân số đông và thu nhập ngày một gia tăng, là thị trường mở trong lúc nhiều nước khác đang có trào lưu khép kín... Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi đó trong quan hệ thương mại với Trung Quốc, Việt Nam cũng gặp phải không ít khó khăn như: thâm hụt thương mại cao, tình trạng buôn lậu gia tăng khó kiểm soát, sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc ngày một rõ rệt... Bởi vậy, qua nghiên cứu, các tác giả đưa ra một số giải pháp góp phần đẩy mạnh hoạt động thương mại của Việt Nam với Trung Quốc theo chiều hướng tích cực hơn. Các giải pháp chủ yếu gồm: Đẩy mạnh việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất và thương mại; Làm tốt công tác quản lý thị trường, quản lý XNK, chống buôn lậu, gian lận thương mại và các hình thức "thương mại ngầm"; Đa dạng hóa thị trường XNK; Đổi mới và nâng cao chất lượng hàng hóa; Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường, thực hiện các cam kết bảo đảm bình đẳng cho hàng XK VN...

Từ khóa: *nhập khẩu, nhập siêu, thương mại Việt Nam - Trung Quốc, xuất khẩu, xuất nhập khẩu.*

Abstract

China is Vietnam's major trading market. Up to this time, this long-term trade market has accounted for more than one fifth of Vietnam's total import and export value out of more than 200 countries and territories with which Vietnam has a trade partnership. Achieving these results, besides the subjective efforts of the Government, businesses and people of the two countries, there are favorable objective conditions such as China is Vietnam's neighboring country, shares a long border with many localities of Vietnam, its large population and increasing income. China strongly promotes its open market while many other countries amist anti-globalization tendencies, etc. However, besides those advantages from the trading relationship with China, Vietnam is facing many difficulties such as high trade deficit, increasing uncontrolled smuggling, overreliance on the Chinese market. Therefore, in this paper, the author proposed a number of solutions to promote

Vietnam's trade activities with China. The main solutions include: Promoting the construction of infrastructure for production and trade; improving market management, import and export management, prevent smuggling, trade fraud and other forms of illegal trading activities; diversifying import and export markets; innovating and improving goods quality; trade promotion, market research, implementation of trade agreements to ensure equality for Vietnam's exports.

Keywords: *Import, trade deficit, Vietnam - China trade, export, import-export*

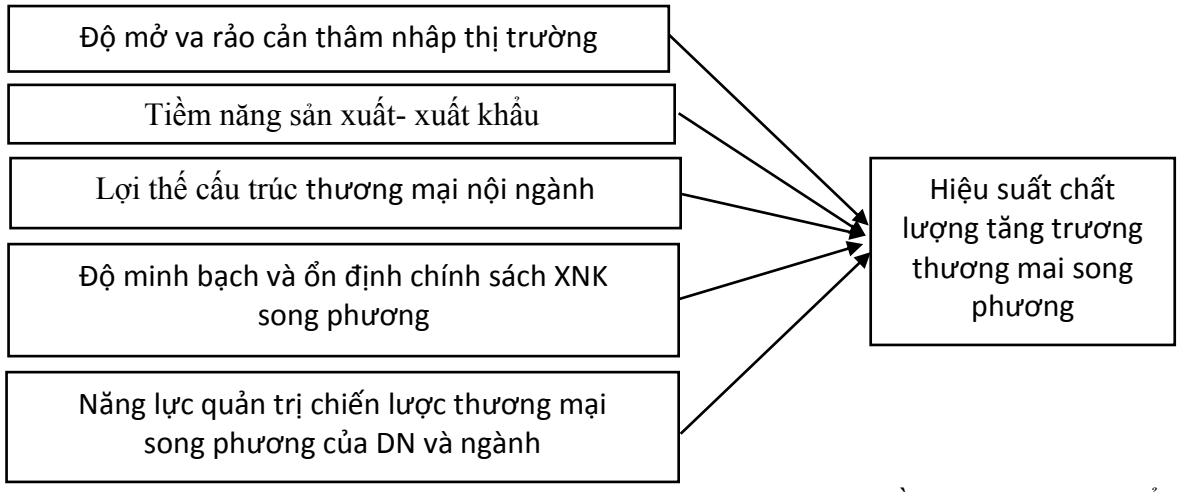
1. Đặt vấn đề

Việt Nam (VN) và Trung Quốc (TQ) đã có quan hệ thương mại từ lâu đời. Thời gian qua, thương mại của VN với TQ đã có nhiều bước đổi mới, tiến bộ. Kim ngach xuất nhập khẩu (XNK) tăng cao, lợi thế của đất nước được khai thác khá tốt, quan hệ thương mại giữa hai nước dần đi vào ổn định...Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu quan trọng đó, hoạt động ngoại thương và kinh tế VN cũng phụ thuộc nhiều vào TQ. Tình trạng này bộc lộ ngày một rõ ràng hơn trong bối cảnh nhiều nước, nhiều khu vực có xu hướng quay lại bảo hộ thị trường trong nước và sự tác động của thiên tai, dịch bệnh thời ian qua. Thực tế đó gây ra không ít khó khăn, thách thức trong quá trình phát triển kinh tế theo phương châm độc lập, tự chủ của nước ta. Quan hệ thương mại của VN với TQ còn nhiều chông gai cần sớm được khắc phục.

Bài viết này tác giả muốn tập trung phân tích, đánh giá một cách khách quan những lợi thế cũng như những khó khăn, thách thức trong quan hệ thương mại của VN với TQ. Qua đó nhằm đề xuất một số giải pháp vừa thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu (XNK) của VN với TQ, hạn chế tình trạng nhập siêu từ TQ và giảm sự phụ thuộc của VN vào thị trường TQ (bao gồm cả thị trường đầu vào và thị trường đầu ra).

2. Tổng quan, mô hình và phương pháp nghiên cứu

Triển vọng thương mại song phương nói chung và xuất nhập khẩu (XNK) hàng hóa song phương nói riêng chịu tác động của nhiều yếu tố như: khoảng cách, quy mô kinh tế, dân số và thu nhập bình quân đầu người, độ mở nền kinh tế và thị trương XNK, các rào cản thương mại (thuế và phi thuế quan), tỷ giá hối đoái thực tế, chi phí thương mại XNK thực và ẩn, quan hệ chính trị và chính sách thương mại song phương, cạnh tranh từ các đối tác tiềm ẩn...(theo Balasa and Bauwens (1987), Lee (1995), Min (1992), Havrila and Gunawardana (2006), và Thorpe et al (2005)...Tư các nghiên cứu nà cho phép xác lập mô hình nghiên cứu hiệu suất triển vọng thương mại song phương qua hinh sau:



Nguồn: Tác giả phát triển

Hình 1: Mô hình nghiên cứu hiệu suất chất lượng thương mại song phương. (Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Do điều kiện nghiên cứu có hạn, nghiên cứu này dựa trên dựa trên mô hình phân tích SWOT (phân tích thành tựu, hạn chế, cơ hội, đe doa) để nhận dạng định hướng và hàm í giải pháp thông qua phân tích thống kê mô tả các dữ liệu hứ cấp về XNK song phương giữa VN với TQ. Nguồn tài liệu chủ yếu tác giả tập hợp từ số lệu thống kê của Tổng cục Hải quan, Tổng cục Thống kê Việt Nam và có tham chiếu số liệu thống kế từ phía Trung Quốc thời gian trong 9 năm (từ năm 2011 đến năm 2019).

3. Kết quả và thảo luận

3.1.Lợi thế và triển vọng hợp tác thương mại Việt Nam với Trung Quốc

Nhìn từ nhiều góc độ, thương mại của Việt Nam có nhều lợi thế và triển vọng lớn. Có thể khái quát một số lợi thế cơ bản sau:

- *Thị trường tốt (vị trí địa lý, dân số, thể chế chính trị, xã hội, nhu cầu...)*

VN - TQ là hai nước láng giềng vốn có truyền thống hữu nghị và hợp tác lâu đời, có thể chế chinh trị tương đồng là điều kiện, môi trường chính trị - xã hội hết sức thuận lợi cho việc phát triển quan hệ kinh tế và thương mại của hai nước.

Về địa lý, VN có chung đường biên giới với TQ dài 1449,566km (trong đó đường biên giới trên đất liền là 1065,652km, đường biên giới nước là 383,914km). Có 7 tỉnh phía bắc VN từ Tây sang Đông là Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Hà Giang, Cao Bằng, Lạng Sơn và Quảng Ninh tiếp giáp với tỉnh Vân Nam và khu tự trị dân tộc Choang - Quảng Tây của TQ. Hiện toàn tuyến biên giới Việt - Trung đã mở 9 cặp cửa khẩu, trong đó có những cửa khẩu quốc tế lớn góp phần quan trọng thông thương hàng hóa và khách du lịch giữa hai nước. Trong 7 tỉnh biên giới phía bắc VN giáp TQ đã có 6 tỉnh có cửa khẩu thông thương. Ngoài ra, hai nước cũng đã thống nhất mở thêm nhiều cặp cửa khẩu mới (13 cửa khẩu), các cửa khẩu này từng bước đang được đầu tư xây dựng và đi vào hoạt động. [8]

VN cũng có chung đường biển dài với TQ. Ngoài vùng biển trực tiếp gắn hai nước thuộc khu vực vịnh Bắc Bộ, hàng hải VN và TQ còn trải dài theo đường biển quốc tế. Nhờ đó thương mại hai nước có thể được thực hiện thông qua đường hàng hải rất thuận tiện. Đó

là điều kiện thuận lợi để thương mại hai nước không chỉ tập trung ở các cửa khẩu trên bộ phía bắc mà còn qua đường biển và hệ thống các cảng biển ở VN và TQ. Khoảng cách giữa hai nước gần, đi lại khá thuận lợi giúp rút ngắn thời gian và tiết giảm chi phí, nâng cao hiệu suất thương mại.

TQ còn là một nước có dân số rất đông. Theo số liệu mới nhất từ Liên Hợp Quốc (27/2/2020), dân số hiện tại của Trung Quốc là 1.437.041.798 người, tức chiếm gần 1/5 dân số thế giới. Hơn nữa nhiều năm liên tục gần đây, TQ là nước duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, thu nhập và mức sống của nhân dân TQ cũng cải thiện nhiều do vậy đây là thị trường tiêu thụ hàng hóa lớn của thế giới nói chung và VN nói riêng [7]. GDP Trung Quốc năm 2019 là 14.360 nghìn tỷ USD, GDP bình quân đầu người danh nghĩa năm 2019 là 10.000 USD [9]. Bên cạnh đó TQ và VN có khá nhiều tương đồng về văn hóa, thị trường ở đây còn khá "dễ tinh" nên TQ vẫn sẽ còn là thị trường tiềm năng lớn của VN khi trình độ sản xuất của VN còn nhiều hạn chế.

- Thế giới đang chuyển biến phức tạp, xu hướng các nước thắt chặt hơn thị trường nội địa nên thị trường Trung Quốc sẽ có nhiều triển vọng (bối cảnh mới)

Nền kinh tế thế giới giảm tốc và xu hướng bảo hộ mậu dịch gia tăng. Trong bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế thế giới và trực tiếp là sự sụt giảm của các nước công nghiệp lớn đã xuất hiện và gia tăng xu hướng bảo hộ mậu dịch. Toàn cầu hóa đang gặp trở ngại lớn, thương mại gặp khó khăn và điều đó sẽ ảnh hưởng đến xuất khẩu (XK) của VN. Khởi đầu bằng việc nước Anh rời khỏi thị trường chung châu Âu, tiếp đến Mỹ rút khỏi Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), sau đó là hàng loạt biện pháp bảo hộ hàng hóa của các nước. Chính phủ nhiều nước trên thế giới cũng đang trở lại chính sách thúc đẩy sản xuất hàng hóa trong nước để "thế chân" hàng nhập khẩu (NK), thắt chặt quy định về tỷ lệ nội địa hóa và trợ giá hàng XK. Ngay từ những ngày đầu năm 2017, kinh tế thế giới đã bị sốc bởi những động thái bảo hộ của các nền kinh tế lớn, nhất là Mỹ. Đặc biệt thời gian gần đây "chiến tranh thương mại Mỹ - Trung" bùng phát hàng hóa TQ xuất khẩu sang Mỹ cũng như hàng hóa của Mỹ xuất sang TQ gặp nhiều khó khăn thì việc lựa chọn các thị trường khác, trong đó có VN là tất yếu.

Tất nhiên từ những khó khăn khó tránh khỏi từ thị trường và thương mại thế giới, thị trường TQ dự kiến sẽ tiếp tục được mở rộng. TQ là nền kinh tế lớn (thứ 2 thế giới), vốn là nước nghiêng theo hướng tự do thương mại có ảnh hưởng lớn không chỉ trong khu vực châu Á mà trên trường quốc tế. Đáng chú ý là VN đã trở thành đối tác thương mại lớn thứ 2 của TQ trong ASEAN (sau Malaysia) mặc dù chỉ đứng thứ 6 về thu nhập.

Năm 2015 VN cũng đã trở thành thành viên của Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - TQ. Quan hệ thương mại VN - ASEAN - TQ được mở rộng và phát triển theo hướng tự do hóa là điều kiện thuận lợi để VN có thể thâm nhập rộng hơn vào thị trường khu vực và đẩy mạnh XK. Tuy nhiên đây cũng là thách thức không nhỏ bởi áp lực cạnh tranh lớn và có nhiều bất lợi với hoạt động XK của chúng ta khi năng lực sản xuất trong nước còn hạn chế.

Tóm lại, với vị trí địa chính trị đặc biệt, thương mại VN - TQ đã và sẽ tiếp tục mở rộng, phát tiển sâu sắc hơn. Cho dù còn nhiều hạn chế nhưng hoạt động XNK của VN với TQ đã góp phần to lớn vào phát triển kinh tế, đời sống dân sinh, củng cố quan hệ hợp tác hữu nghị giữa hai nước.

Phát huy lợi thế trên, thương mại của Việt Nam với Trung Quốc thời gian qua đã thu được nhiều thành tựu đáng khích lệ và tăng trưởng mạnh. Các số liệu thống kê đều cho thấy từ năm 1990 đến nay quan hệ thương mại giữa VN với TQ liên tục được cải thiện và có kết quả tốt. Thực tế này dược phản ánh trên các mặt chủ yếu:

** Hoạt động XNK hai chiều diễn ra trên diện rộng và có quy mô lớn*

Với nhiều lợi thế về mặt tự nhiên, địa lý và xã hội, hiện VN XK sang TQ hơn 45 loại hàng hóa khác nhau và phía bạn cũng có nhiều loại hàng hóa XK sang VN và có chiều hướng mở rộng. Những nhóm hàng chủ yếu của VN XK sang thị trường TQ gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hàng rau quả; xơ, sợi dệt các loại; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; gỗ và sản phẩm gỗ; điện thoại các loại và linh kiện...Cho đến nay VN đã có 11 nhóm hàng XK sang TQ đạt kim ngạch từ 1 tỷ trở lên. Đồng thời cũng nhập về nhiều loại hàng hóa gồm hàng tiêu dùng, linh phụ kiện, máy móc, nguyên liệu phục vụ sản xuất trong nước. Ngoài quan hệ XNK trực tiếp, thương mại giữa hai nước còn được thực hiện thông qua nhiều loại hình dịch vụ khác như vận tải, thương mại trung gian, du lịch, hợp tác khoa học, đầu tư...Từ năm 2018 thương mại hai chiều VN - TQ đã cán mốc "trăm tỷ" và cho đến nay, TQ vẫn là đối tác thương mại "trăm tỷ" duy nhất của VN.

Thị trường TQ luôn chiếm tỷ trọng lớn về kim ngạch XNK của VN. Kim ngạch XNK hàng hóa tăng cao và có chiều hướng tiến bộ. Từ năm 2011 đến 2019 với thị trường TQ, kim ngạch XNK của VN luôn tăng và chiếm hơn 1/5 tổng kim ngạch XNK cả nước. Tính chung tốc độ tăng bình quân XNK giữa VN - TQ thời gian này đạt hơn 13,7%, với tổng kim ngạch XNK tăng tương ứng 36.479,7 triệu USD lên 116.866 triệu USD (tức hơn 3,2 lần).

Bảng 1: **Thống kê xuất nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc giai đoạn 2011-2019**

(Đơn vị tính: Triệu USD)

Năm	Xuất khẩu		Nhập khẩu		Tổng xuất nhập khẩu	
	Tổng	Mức tăng so với năm trước (%)	Tổng	Mức tăng so với năm trước (%)	Tổng	Mức tăng so với năm trước (%)
2011	11.613,3	15,0	24.866,4	12,3	36.479,7	13,1
2012	12.836,0	11,1	29.035,0	16,8	41.871,0	11,5
2013	13.177,7	10,3	36.886,5	27,0	50.064,2	12,0
2014	14.928,3	11,3	43.647,6	18,3	58.575,9	11,7
2015	17.100,0	14,5	49.500,0	13,4	66.600,0	13,7
2016	21.970,0	28,5	49.930,0	0,9	71.900,0	8,0
2017	35.463	61,5	58.227	16,6	93.69	30,3
2018	41.268	16,4	65.438	12,4	106.706	13,9
2019	41.414	0,4	75.452	15,3	116.866	9,5

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ số liệu của Tổng cục Thống kê, Tổng cục hải quan

Về XK, đến nay TQ tiếp tục duy trì là thị trường XK đơn lẻ lớn thứ hai của VN (sau Mỹ). Số liệu thống kê cho thấy trung bình từ năm 2011 đến 2019 giá trị XK của VN sang TQ chiếm 11% tổng giá trị XK của cả nước, với tổng giá trị XK hàng hóa tăng từ hơn 11.613,3 triệu USD lên 41.414 triêu USD. Mức tăng bình quân XK trong 9 năm đạt hơn 18,8%. Đặc biệt các năm 2016 và 2017 có mức tăng đột biến, với mức tăng tương ứng 28,5% và 61,5%. Tuy nhiên năm 2019 đánh dấu mức sụt giảm đáng kể, chỉ còn 0,4%.

Bên cạnh đó, TQ đồng thời luôn là thị trường NK lớn nhất của VN, với tỷ trọng trung bình gần 27,5% trên tổng giá trị NK hàng năm của cả nước. Giá trị hàng hóa VN nhập từ TQ tăng từ gần 24,9 tỷ USD (năm 2011) lên 75,452 tỷ USD (năm 2019), tức tăng gấp hơn 3 lần sau 9 năm. Mức tăng bình quân trong thời gian này là 14,8%, mức tăng chậm hơn không đáng kể so với mức tăng XK. Tuy nhiên năm 2016 đột ngột giảm mạnh còn 0,9% do VN hạn chế NK một số mặt hàng như điện, xăng dầu, xe nguyên chiếc (gia tăng nhập xe Thái và Ấn Độ), một số hàng gia dụng, phụ kiện may mặc...từ TQ và đa dạng hóa thị trường NK theo hướng giảm dần tỉ trọng NK từ khu vực châu Á (trong đó có TQ) và tăng dần NK từ thị trường châu Âu [11].

* *Cơ cấu hàng XNK dần được cải thiện theo chiều hướng tiến bộ.* Đã và sẽ tiếp tục hạn chế NK hàng tiêu dùng và những hàng hóa chất lượng thấp, chuyển dần sang ưu tiên NK tư liệu sản xuất (máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, nhiên liệu) phục vụ sản xuất XK. Những năm gần đây tâm lý sính hàng giá rẻ của TQ giảm nhanh cùng với việc phát triển sản xuất và chiến dịch chống hàng chất lượng thấp từ TQ nên chất lượng hàng NK được cải thiện nhiều. Tỷ trọng NK các nguyên liệu thô phục vụ sản xuất XK; máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng có xu hướng tăng.

Chủng loại hàng hóa XK ngày một mở rộng, đa dạng hơn; chất lượng hàng hóa XK từ VN cũng gia tăng đáng kể. Hạn chế dần XK tài nguyên, nguyên liệu thô, sản phẩm thô, tăng dần sản phẩm qua chế biến. Tỷ trọng nông sản, thủy sản, nhiên liệu và khoáng sản đã giảm mạnh, đặc biệt từ năm 2011 trở lại đây. Cụ thể, tỷ trọng nhóm hàng này đã giảm từ 32% trong năm 2011 xuống chỉ còn 27,% trong năm 2019.

Thời gian gần đây nhờ một số đổi mới về công nghệ chê biến, bảo quản hàng nông sản phẩm (hải thủy sản, hoa quả...), phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ XK (đường xá, kho bãi...) và cải tiến công tác biên mậu của VN nên hiệu quả XK hàng hóa sang TQ đã được gia tăng, rủi ro trong XK (nhất là các sản phẩm nông nghiệp) đã giảm bớt. Các sản phẩm công nghiệp (trong đó có những sản phẩm công nghệ cao như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện; máy móc, thiết bị; điện thoại các loại và linh kiện...) đã được xuất sang TQ, nhất là khối FDI. Nhiều chủng loại rau quả của Việt Nam đã được chính thức thâm nhập vào thị trường TQ như vải, nhãn, chuối, xoài, dưa hấu, mít, thanh long, chôm chôm...

3.2. Những hạn chế, khó khăn

- *Mức nhập siêu và tỷ lệ nhập siêu cao*

Mặc dù tình trạng nhập siêu của VN từ TQ những năm gần đây ít nhiều được cải thiện nhưng giá trị và tỷ lệ nhập siêu vẫn rất cao. Đây là nguyên nhân làm cho cán cân thương mại VN nói chung chuyển biến chậm cho dù chúng ta đã tích cực đẩy mạnh XK và

hạn chế NK đối với các thị trường khác. Số liệu thống kê cho thấy, tính chung từ năm 2011 đến 2019, VN luôn nhập siêu từ TQ. Từ năm 2009 mức nhập siêu hàng hóa giảm dần nhưng ngược lại nhập siêu từ TQ vẫn tiếp tục tăng. Nếu năm 2011 mức nhập siêu của VN từ TQ là 13.253,1 tăng 6,4% so với năm 2010 thì mức này tăng lên 34.038 vào năm 2019, tăng 40,8% so với năm 2018. Thống kê năm 2018 cho thấy, riêng thị trường TQ thị phần kim ngạch NK từ Trung Quốc chiếm tới gần 30%. Điều đó chứng tỏ ảnh hưởng NK từ TQ là rất lớn và sự phụ thuộc của thương mại VN vào TQ rất rõ rệt.

Bảng 2: **Cán cân thương mại Việt Nam - Thế giới và Việt Nam - Trung Quốc**

(Đơn vị tính: Triệu USD)

Năm	Tình hình nhập siêu của Việt Nam từ Trung Quốc			
	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Nhập siêu	Tăng so với năm trước (%)
2011	11.613,3	24.866,4	13.253,1	6,4
2012	12.836,0	29.035,0	16.199,0	22,2
2013	13.177,7	36.886,5	23.708,8	46,4
2014	14.928,3	43.647,6	28.719,3	21,1
2015	17.100,0	49.500,0	32.400,0	12,8
2016	21.970,0	49.930,0	27.960,0	-8,6
2017	35.463	58.227	22.764	-8,1
2018	41.268	65.438	24.170	6,2
2019	41.414	75.452	34.038	40,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả

Trong lúc cán cân thương mại của VN với thế giới liên tục được cải thiện, thậm chí có xuất siêu thì nhập siêu từ TQ vẫn tăng và ở mức rất cao. Có quan điểm cho rằng những có gắng đẩy mạnh xuất siêu của VN sang các thị trường khác (Mỹ, EU..) chỉ đủ bù đắp thâm hụt thương mại với thị trường TQ.

Tuy vậy, ở một khía canh khác lạc quan hơn chúng ta cũng thấy trong cơ cấu hàng VN NK từ TQ có một lượng khá lớn các yếu tố phục vụ sản xuất XK và tạo công ăn việc làm cho người lao đông. Chẳng hạn theo số liệu thống kê năm 2019, trong số các mặt hàng NK chỉ tính riêng nguyên liêu, phụ kiện cho ngành dệt may, da giày (gồm vải, nguyên phụ liệu dệt may, da giày, xơ sợi) đã là 11.518,4 triệu USD.

- Cơ cấu hàng XNK chậm cải thiện, XK vẫn nặng về nguyên liệu, sản phẩm thô, hàng tiêu dùng

Những năm gần đây cơ cấu hàng hóa xuất và NK của VN với thị trường TQ có được cải thiện. Tuy nhiên, xét một cách toàn diện sự chuyển biến này rất chậm và còn nhiều bất lợi. Cụ thể:

Về XK: Cho đến nay, những nhóm hàng công nghiệp chủ yếu của VN XK sang thị trường TQ gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; gỗ và sản phẩm gỗ; điện thoại các loại

và linh kiện, dầu thô, than đá,... Nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp phổ biến là túi xách, va li, mũ, ô dù, dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ...

Hàng nông sản VN XK sang TQ với khối lượng lớn. Thống kê Hải Quan cho thấy, thị trường TQ chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch XK nông lâm thủy sản của VN. Đó là chưa tính con số khá lớn được XK qua đường tiểu ngạch. Các sản phẩm nông nghiệp chủ yếu được xuất sang TQ như: cao su thiên nhiên, cà phê, hạt điều, tiêu, gạo, sắn và các sản phẩm từ sắn, rau quả; thủy sản và lâm sản. Đây là những mặt hàng có khối lượng lớn nhưng giá trị ít và rất bấp bênh. Đặc biệt, đây cũng là thị trường hết sức phức tạp và hàng nông sản VN dễ bị "tổn thương". Với cách làm thị trường chưa bài bản ở trong nước và các "chiêu" của thương lái TQ nên hàng nông sản VN đã không biết bao nhiêu lần, với bao nhiêu dạng "sống dở, chết dở". Đã bao nhiêu lần hàng nông sản VN bị ùn ứ, thậm chí phải đổ bỏ tại các cửa khẩu biên giới phía Bắc, gây thiệt hại đáng kể cho người nông dân và DN. Trong nước, không ít mặt hàng nông, lâm, thủy hải sản...bị thương lái TQ thao túng, ép giá, lật lọng làm cho người nông dân điêu đứng.

Từ năm 2018, Chính phủ TQ bắt đầu có các quy định mới về quản lý hàng nông sản NK và cách thức tổ chức NK hàng hóa nên gây nhiều khó khăn cho việc XK hàng hóa của VN, đặc biệt là hàng nông sản. Từ tháng 5/2018, TQ chính thức có thông báo cho phía VN bắt đầu thay đổi chính sách NK theo hướng khắt khe hơn, đòi hỏi tiêu chuẩn chất lượng cao hơn. TQ yêu cầu từ ngày 1/5/2019 sẽ áp dụng quy định mới về gắn tem mác, vật lót, bao bì đối với dưa hấu, chuối, mít. Cùng với đó còn một loạt yêu cầu mới như yêu cầu kỹ thuật về an toàn nguyên liệu, thực phẩm; quy định về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật của TQ. Yêu cầu đăng ký mã số vùng trồng, địa danh với Hải quan TQ. Khai báo rõ ràng xuất xứ nguồn gốc vùng trồng.... Thêm vào đó Chính phủ VN và TQ đã thống nhất hướng chuyển dần sang chính ngạch, giảm dần tiểu ngạch trong khi hàng hóa VN xuất sang TQ một phần khá lớn đi theo con đường tiểu ngạch và các DN VN vốn thích đi đường tiểu ngạch.. Sản phẩm Việt chắc chắn phải vượt qua nhiều rào cản kỹ thuật nếu vẫn muốn vào TQ. Theo thống kê, 2 năm gần đây hàng nông sản VN xuất sang TQ đã sụt giảm (năm 2018 giảm 5,5%; 11 tháng đầu năm 2019 giảm 5,86%). Đây là những khó khăn lớn, nhất là trong ngắn hạn buộc các DN XK của VN phải khắc phục.

Một khó khăn không nhỏ bởi tác động của đại dịch viêm phổi cấp virus corona (CoVid 19) bùng phát ở Vũ Hán (TQ) cuối năm 2019, rồi nhanh chóng lan ra nhiều tỉnh thành của TQ các cửa khẩu bị đóng cửa. Hàng nông sản VN lại rơi vào cảnh ế ẩm. Hàng trăm xe container chở hàng nông sản XK xếp hàng hàng tuần chờ thông quan mà không được, và khi đươc thông quan thi cũng nhỏ giọt. Các cuộc "giải cứu" thanh long, dưa hấu và gần đây là tôm hùm...tiếp tục diễn ra.

Nhìn chung, hàng hóa XK của VN chủ yếu là sản phẩm gia công, lắp ráp và nhóm hàng nguyên liệu thô hoặc mới sơ chế. Giá trị gia tăng của hàng hóa XK còn thấp do chủ yếu dựa vào khai thác các yếu tố sẵn có về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động rẻ. Mặc dù tỷ trọng nhóm hàng thô hoặc mới sơ chế tiếp tục xu hướng giảm nhẹ trong cơ cấu hàng hóa XK, song XK nguyên liệu thô, sản phẩm khai khoáng còn chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng kim ngạch XK.

Về NK: Các mặt hàng chủ yếu VN NK từ TQ là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, linh kiện điện tử, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, ô tô nguyên chiếc, may mặc,

sắt thép, phân bón, thuốc trừ sâu... Trong đó nhóm các mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, linh kiện điện tử, TQ là thị trường NK chủ yếu của VN. Tuy vậy, những thiết bị NK từ TQ chủ yếu chỉ có công nghệ trung gian, ít có công nghệ nguồn, thậm chí là công nghệ thấp. Điều này dẫn đến khó có thể tăng năng suất trong tương lai, cũng như khó giúp VN bước nhanh hơn trong việc theo đuổi giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Tỷ trọng hàng tiêu dùng, hàng tiêu dùng xa xỉ (ô tô, điện thoại, quần áo, giầy dép, đồ dùng gia đình, hoa quả, thực phẩm...) vẫn rất lớn, tình trạng NK hàng hóa không đảm bảo các quy định an toàn và môi trường còn khá phổ biến.

Một vấn đề đáng quan ngại hiện rất nhiều mặt hàng VN có thế mạnh, như nông sản, thủy sản vẫn được nhập ồ ạt từ TQ về. Số liệu từ các cơ quan XNK cho thấy, gần một nửa rau quả nhập từ nước ngoài vào VN là từ TQ. Không chỉ NK các loại trái cây, rau củ mà cả nguyên vật liệu, tư liệu đầu vào như máy gặt, lúa giống, phân bón, thuốc trừ sâu... cũng lệ thuộc chủ yếu vào TQ. NK phân bón từ TQ vẫn chiếm khoảng 50% tổng lượng phân bón NK của VN. Tương tự, thuốc bảo vệ thực vật nhập từ TQ cũng chiếm tới 50% tổng lượng nhập của VN mỗi năm.

Nhiều chuyên gia cho rằng một trong những nguyên nhân là do năng lực sản xuất hàng tiêu dùng trong nước chưa đáp ứng đủ nhu cầu, sức cạnh tranh yếu, hiệu quả đầu tư và năng suất lao động yếu... Quan trọng hơn, do chúng ta thiếu một nền công nghiệp phụ trợ, DN phải nhập đến 80-90% nguyên phụ liệu cho sản xuất và TQ là thị trường cung ứng dồi dào, giá rẻ. Đây là vấn đề nan giải khó có thể khắc phục được trong thời gian ngắn. Sự tác động của dịch viêm phổi cấp (CoVid 19) khởi nguồn từ TQ đang ảnh hưởng lớn đến kế hoạch sản xuất kinh doanh của nhiêu DN Việt, nhất là các DN sản xuất hàng XK như dệt may, giày da... Hiện nhiều DN đã phải tích cực tìm nguồn thay thế cho hàng TQ vì theo họ nếu dịch kéo dài đến tháng 4 nhều DN sẽ phải đóng cửa.

-Đối tượng tham gia XNK vẫn nặng về khu vực doanh nghiệp FDI

Thống kê theo thời gian (nhất là những năm gần đây) đều cho thấy khu vực vốn nước ngoài (sau đây gọi tắt là DN FDI) đã và sẽ tiếp tục chiếm ưu thế trong hoạt động XNK của cả nước. Trong quan hệ với TQ sự đóng góp của khối DN FDI cũng hết sức lớn.

Trước mắt sự tham gia và đóng góp lớn của khối DN FDI là hết sức quan trọng không chỉ đối với việc hạn chế thâm hụt thương mại mà quan trọng hơn góp phần phát triển sản xuất trong nước. Tuy nhiên xét về lâu dài đây là một hạn chế vì dự kến thời gian tới việc xuất siêu từ khối này sẽ tăng trưởng chậm lại và sự dịch chuyển các nguồn vốn đầu tư có thể bị tác động bởi "trào lưu Brexit". Trong lúc đó các DN trong nước với quy mô nhỏ, kỹ thuật cũ kỹ, chủ yếu kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp, thủ công nghiệp có giá trị XK thấp và rất phụ thuộc.

-Thương mại "ngầm"

Mặc dù đã có nhiều cách giải thích khác nhau song thực tế không thể phủ nhận tình trạng thương mại "ngầm" đã có và còn khá phổ biến. Do đặc thù VN nằm sát với TQ, có đường biên giới dài và địa hình phức tạp trong khi công tác quản lý buôn bán nói chung còn lỏng lẻo là yếu tố khách quan làm gia tăng việc buôn lậu, trốn thuế, hàng cấm, hàng bẩn... Ngoài ra, một nguyên nhân chủ quan hết sức quan trọng làm tăng thêm tình trạng này là do

tham hàng giá rẻ và ý thức chấp hành luật pháp của người Việt còn hạn chế. Vấn đề này không chỉ xảy ra với VN mà ngay cả TQ vốn được cho là kiểm soát thương mại chặt chẽ hơn.

- *Bất ổn định bởi phụ thuộc quá nhiều vào Trung Quốc.* Kết quả là *"*Trung Quốc biến động một thì Việt Nam hậu quả mười". Vấn đề này được phản ánh qua các mặt chủ yếu:

Một là, sự thay đổi chinh sách tiền tệ của TQ. Thực tế cho thấy từ khi thành lập ACFTA mỗi khi TQ phá giá đồng Nhân dân tệ buộc các nước trong khu vực cũng phá giá theo. Điều đó đã làm cho hàng XK của VN trở nên đắt đỏ hơn do đó các nước NK hàng từ VN hướng tìm thị trường NK khác.

Hai là, sản xuất của VN đang có mức độ phụ thuộc rất cao vào TQ cả ở đầu vào (vật tư, nguyên liệu) và đầu ra (thị trường tiêu thụ). Thống kê cho thấy có tới 80% nguyên vật liệu đầu vào, 60% XK nông sản của VN đang phụ thuộc vào TQ. Tỷ lệ NK nguyên vật liệu từ TQ của ngành dệt may VN hiện nay đang đứng ở mức 65%. Gần như TQ đang thống lĩnh các ngành chính là thủy điện, nhiệt điện, xi măng, bauxite, và sàng tuyển than tại VN. Nhóm sản phẩm máy và thiết bị đồng bộ có giá trị NK hàng năm tới hàng chục tỷ USD mỗi năm.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả thương mại của Việt Nam với Trung Quốc

Để cải thiện thương mại với TQ theo chúng tôi cần tập trung vào một số vấn đề chủ yếu sau:

1). Đẩy mạnh việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất và thương mại, trong đó đặc biệt quan tâm xây dựng hệ thống đường xá, kho bãi và các phương tiện kiểm định, bảo quản hàng hóa, nhất là hàng nông sản XK. Mặc dù cho đến nay chúng ta đã có hơn 20 cửa khẩu đã được xây dựng và trong quy hoạch xây dựng nhưng trên thực tế buôn bán với TQ chủ yếu vẫn tập trung vào 3 cửa khẩu chinh, gồm: Lào Cai (đường sắt và đường bộ), Lạng Sơn (đường sắt và đường bộ) và Móng Cái. Trong số đó hai tuyến đường bộ đi Lạng Sơn và Lào Cai tương đối tốt, còn hai tuyến đường sắt đã qua cũ kỹ và ít được sử dụng vì việc chuyển tiếp hàng hóa khó khăn, tốn kém; tuyến đường bộ đi Móng Cái quá dài, nhỏ hẹp vừa tốn kém vừa nguy hiểm. Trong khi những mặt hàng nông sản XK sang TQ chủ yếu được mang từ nam Bộ hay miền Trung ra, trong đó rất nhiều mặt hàng khó bảo quản như thịt, rau xanh, hoa quả... Những năm gần đây chúng ta đã đầu tư xây dựng mới và nâng cấp nhiều tuyến đường đáp ứng tốt hơn vận chuyển hàng hóa nhưng so với nhu cầu còn rất hạn chế và chi phí vận chuyển còn cao. Đặc biệt các tuyến nối các cửa khẩu của các tỉnh Cao Bằng, Hà Giang, Điện Biên, Lai Châu còn hết sức sơ khai. Bên cạnh đó các tuyến cao tốc BOT Hà Nội - Lào Cai, Hà Nội - Lạng Sơn mức phí quá cao.

Hệ thống kho bãi, các phương tiện kiểm định, kiểm dịch, bảo quản hàng hóa còn nhỏ hẹp, thiếu thốn đang là nguyên nhân dẫn đến tình trạng ùn ứ hàng hóa ở các cửa khẩu diễn ra thường xuyên. Đây cũng là nguyên nhân làm cho nhiều hàng hóa XK trở nên kém chất lượng, giảm giá, thậm chí phải bỏ đi. Hàng hóa XK của VN khó xâm nhập sâu vào các thị trường nội địa TQ. Đáng chú ý, hiện do nước ta có rất ít các kho bảo quản nên chí phí bảo quản trong các khâu thu hái, bao gói và vận chuyển lạnh để XK rất cao. Việc ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật về bảo quản sản phẩm ở các trung tâm phát triển cây ăn quả trong cả nước rất han chế. Bởi vậy để đẩy mạnh XNK với TQ ngoài việc đầu tư xây dựng hệ thống đường xá cần tăng cường đầu tư mở rộng hệ thống kho bãi, khu vực bảo quản hàng hóa và các phương tiện kiểm định hàng hóa tốt.

2). Làm tốt công tác quản lý thị trường, quản lý XNK, chống buôn lậu, gian lận thương mại và các hình thức "thương mại ngầm". Buôn lậu, gian lận thương mại để lại hậu quả nhiều mặt đối với nền kinh tế và đời sống xã hội. Nó đã và sẽ còn là nguyên nhân kìm hãm sản xuất trong nước, làm cạn kiệt tài nguyên, thất thu thuế, tác động xấu đến môi trường, ảnh hưởng xấu đến đời sống dân sinh... Ngoài ra, thương mại ngầm sẽ gây khó khăn và không bảo đảm tính xác thực khi xây dựng các chinh sách. Tuy nhiên, tinh trạng này còn khá phổ biến trong hoạt động XNK ở nước ta trong đó có thị trường TQ. Bởi vậy việc chống buôn lậu, gian lận thương mại ngày một trở nên bức thiết, đặc biệt với thị trường TQ.

3). Đa dạng hóa thị trường XNK. Qua nghiên cứu chúng ta thấy, thương mại nói riêng và hoạt động SXKD trong nước đang phụ thuộc rất lớn vào TQ. Có chuyên gia tính toán rằng nều ngừng quan hệ thương mại với VN, TQ chỉ ảnh hưởng 1%, trong khi VN bị ảnh hưởng tới gần 30%. Đây là chưa tính đến những tác động về sản xuất trong nước như công ăn việc làm, XK của các DN (chủ yếu là DN FDI) ra nước khác... Tuy nhiên, đây là vấn đề tất yếu bới TQ là nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới và ngay trong quan hệ thương mại với nền kinh tế lớn nhất thế giới (Mỹ) hàng năm TQ cũng thặng dư hàng trăm tỷ USD.

Tuy vậy, đây chỉ là bài toán ngắn hạn về tiết kiệm chi phí, hiệu quả. Xét về lâu dài sự phụ thuộc quá lớn vào một nền kinh tế đều tiềm ẩn sự bất ổn. Do vậy, trong chiến lược phát triển lâu dài chúng ta phải mở rộng thị trường, đa dạng hóa thị trường. Điều này không chỉ với thị trường TQ mà cả thị trường Mỹ, EU. Bởi thực tế hiện nay chúng ta đã có quan hệ thương mại với hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ nhưng các thị trường chính vẫn là Mỹ, EU, TQ, Nhật Bản, Hàn Quốc. Nếu không đa dạng hóa cả thị trường XK, lẫn NK, chúng ta sẽ ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào TQ trong lĩnh vực thương mại. Hệ quả là chỉ cần TQ điều chỉnh chính sách thương mại hoặc có động thái áp dụng các biện pháp bảo hộ hàng sản xuất trong nước, hỗ trợ XK, cấm hoặc hạn chế mặt hàng XNK nào đó thì nền kinh tế trong nước sẽ gặp không ít khó khăn.

Về cơ bản, vẫn cần tiếp tục mở rộng quy mô và đa dạng hoá sản phẩm ở các thị trường lớn hiện nay như EU, Mỹ, ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc và TQ. Tuy nhiên, việc mở rộng thị trường Nga, Đông Âu, châu Phi, Trung cận Đông, Mỹ Latinh và các thành viên còn lại của khối TPP (trong tương lai) là hết sức cần thiết.

4). Phải không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng hàng hóa. Ở các nước phát triển, người dân có thu nhập cao chất lượng thường được coi là yếu tố hàng đầu. Đặc biệt cần chú trọng vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường. Mặc dù TQ hiện vẫn được coi là thị trường dễ tính nhưng xu hướng phát triển chung khi thu nhập tăng những đòi hỏi về tiêu dùng hàng chất lượng cao cũng sẽ tăng. Thời gian gần đây, không ít mặt hàng XK như tôm, cá, rau, củ, quả... bị các thị trường như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản... trả về vì không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, dư lượng kháng sinh, thuốc bảo vệ thực vật cao hơn mức độ cho phép. Điều này gây thiệt hại lớn về kinh tế và hạ thấp uy tín của hàng XK VN. Đây cũng là lài học kinh nghiệm lớn cho sản xuất XK của chúng ta trong quan hệ đối tác với các nước trong đó có TQ.

Đổi mới, nâng cao chất lượng hàng hóa nhằm củng cố uy tín hàng Việt, nâng cao sức cạnh tranh và tạo giá trị gia tăng cao. Đổi mới, nâng cao chất lượng hàng hóa còn là biện pháp giúp hàng hóa chúng ta tránh được rủi ro thương mại bới những hàng rào kỹ thuật được dâng

cao khi các FTA ngày càng có hiệu lực. Đổi mới, nâng cao chất lượng hàng hóa theo hướng giảm dần sự phụ thuộc vào TQ bằng cách phát triển công nghiệp phụ trợ trong nước, kiểm soát NK từ TQ cũng là cách tăng cường khả năng phòng vệ của kinh tế Việt Nam.

Giải pháp căn cơ hiện nay là VN cần phải làm tốt những mặt hàng thế mạnh của mình để nâng cao sức cạnh tranh cả về giá và chất lượng khi hàng TQ tràn vào. Đẩy mạnh công nghiệp phụ trợ, thu hút vốn đầu tư nước ngoài ở các ngành công nghiệp đầu vào. Thu hút nguồn đầu tư vào VN đối với các lĩnh vực đang yếu và thiếu, đặc biệt là các ngành sản xuất nguyên liệu đầu vào cho phát triển kinh tế trong nước và gia công XK, giảm dần và thay thế nguồn nguyên, phụ liệu vẫn phải NK từ nước ngoài (xăng dầu, phân bón, sắt thép, vật liệu xây dựng, nguyên phụ liệu dệt may, giầy da...).

5). Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường, thực hiện các cam kết bảo đảm bình đẳng cho hàng XK VN. Các ngành chức năng cần tăng cường và tiếp tục đổi mới các hoạt động xúc tiến thương mại, có giải pháp hỗ trợ phù hợp đối với các ngành hàng XK gắn với nâng cao chất lượng sản phẩm và xây dựng thương hiệu. Tăng cường đầu tư và quản lý hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại. Nhiều chuyên gia cho rằng hiện nay, mỗi năm chi phí xúc tiến thương mại cả nước chưa đến 10 5 triệu USD, như vậy là quá ít.

Thời gian gần đây, VN đã có những bước tiến lớn về hội nhập kinh tế quốc tế, nhưng sắp tới cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động đàm phán, ký kết và thực hiện tốt các FTA. Để các DN và người sản xuất hiểu rõ về những nội dung cần thiết trong quá trình hội nhập, cần tiếp tục tăng cường hoạt động tuyên truyền, phổ biến để mọi người có liên quan tận dụng tối đa các điều kiện thuận lợi về FTA. Những năm qua, công tác dự báo thị trường hàng hóa, nhu cầu, giá cả trên thế giới của chúng ta còn yếu, chậm và thường ít chính xác, nên hiệu quả kinh doanh không cao, có lúc còn thua lỗ hoặc bị khách hàng lừa. Vì vậy cần tăng cường công tác dự báo thị trường, bám sát tình hình thị trường, đặc biệt cần nắm bắt chặt chẽ những thị trường có quan hệ lớn, thị trường mới trong hoạt động XNK với VN. Chính phủ cũng như chính quyền các địa phương nghiên cứu và xây dựng chiến lược sản phẩm XK giúp các DN, nhất là nông dân.

Được biết TQ là nước có nhu cầu lớn về NK nên tới đây một số sàn thương mại điện tử nước này sẽ thâm nhập vào VN, mua hàng hóa VN để cung cấp cho thị trường nước họ. Đây là cơ hội lớn để hàng hóa VN xuất khẩu, giảm tỷ trọng nhập siêu từ quốc gia láng giềng.

Nâng cao hiệu quả công tác thông tin, tuyên truyền, cải thiện thủ tục hành chính nhanh nhạy nhằm tránh rủi ro cho DN khi thực hiện các hợp đồng XK. Nâng cao tinh thần trách nhiệm, trinh độ chuyên môn nghiệp vụ của cán bộ, nhân viên Hải quan và các cơ quan liên quan đến hoạt động XNK như bảo vệ thực vật, vệ sinh dịch tễ... nhất là ở các cửa khẩu.

Chính phủ cần chỉ đạo thực hiện liên kết chặt chẽ, có trách nhiệm giữa các vùng, các tỉnh, các địa phương có quan hệ với nhau trong các hoạt động XNK. Ví dụ, dưa hấu của Quảng Nam, Quảng Ngãi XK qua Lạng Sơn, Lào Cai nên các địa phương cần thống nhất, hợp tác, hỗ trợ nhau tổ chức tốt các khâu để đẩy mạnh XK, hạn chế rủi ro, thiệt hại.

Ngoài ra, để giải quyết tốt bài toán kinh tế với TQ chúng ta cần thực hiện các giải pháp khác, mang tính đồng bộ như: Có chính sách tỷ giá của Ngân hàng linh hoạt, phát triển quan hệ thương mại Việt - Trung theo hướng tiến tới cân bằng kim ngạch XNK, chủ động đàm phán với TQ gia tăng NK các hàng nông sản, hàng công nghiệp của VN, đồng

thời tăng đầu tư trực tiếp vào VN để sản xuất và XK hàng hóa trở lại TQ, khuyến khích XK hàng hóa chế biến tinh, giá trị gia tăng cao...

Kết luận: Quan hệ thương mại VN - TQ vốn có truyền thống lâu đời. Do điều kiện địa lý - kinh tế - xã hội đặc thù nên dù chinh phủ các nước có ngăn cấm thì quan hệ buôn bán giữa hai nước vẫn diễn ra thường xuyên và trên diện rộng. Thực tế cho thấy ngay ở giai đoạn quan hệ chinh trị giữa hai nước bất đồng, Chính phủ ngăn cấm giao thương giữa hai nước nhưng buôn bán vẫn diễn ra liên tục. Tất nhiên đó là buôn lậu, nếu đứng trên quan điểm chinh trị. Tuy vậy, dù với hình thức gì, quy mô nào thì buôn bán hay mậu dịch "đường biên" vẫn là sự cần thiết và có lợi, trước hết cho nhân dân vùng biên giới giữa các nước. Sự trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các nước giúp phát triển sản xuất, phát huy lợi thế (tương đối và tuyệt đối) giữa các quốc gia, đáp ứng kịp thời và hiệu quả nhu cầu đời sống nhân dân, củng cố và thắt chặt thêm mối quan hệ láng giềng cùng chung sức giải quyết tốt hơn các vấn đề an ninh - chinh trị - xã hội. Do vậy, việc đẩy mạnh quan hệ kinh tế và thương mại giữa VN với TQ không còn là vấn đề phải bàn cãi. Tuy vậy, vấn đề là, cần có chủ trương định hướng, chinh sách phù hợp và giải pháp tích cực, hữu hiệu để không ngừng mở rộng hơn nữa quan hệ kinh tế nói chung và quan hệ thương mại nói riêng của VN với TQ trên nguyên tắc bảo đảm tính độc lập, tự chủ, hiệu quả và bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương, Báo cáo tình hình hoạt động ngành công nghiệp và thương mại các năm năm 2011 - 2016.
2. Tổng cục Hải quan, Báo cáo xuất nhập khẩu qua các năm 2011 - 2015, 2016.
3. Tổng cục Thống kê, Báo cáo xuất nhập khẩu các năm 2011- 2015, 2016.
4. Tổng cục Thống kê, Tổng hợp số liệu thống kê hàng năm (2015).
5. http://www.trungtamwto.vn/cachiepdinhkhac/nghi-dinh-1282016nd-cp-quy-dinh-thue-suat-thue-nhap-khau-uu-dai-dac-biet-cua-viet-nam.
6. http://www.baomoi.com/ 09/06/2015.
7. https://danso.org/trung-quoc
8. http://bienphongvietnam.vn/cong-tac-bien-phong/duong-bien-moc-gioi/234-dbmg14.html
9. https://vi.wikipedia.org./wiki/. Kinh tế Trung Quốc
10. http://www.vietnamplus.vn/thuong-mai-aseantrung-quoc-dat-tren-480-ty-usd-trong-nam-2014/305197.vnp
11. http://baophapluat.vn/chuyen-llam-an/thuong-mai-viet-nam-trung-quoc-nhap-sieu-tiep-tuc-tang-336875.html (29/5/2017)
12. https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?. (14/7/2017)
13. https://haiquanonline.com.vn/thuong-mai-voi-trung-quoc-dat-gan-73-ty-usd-112473.html

NHẬN DIỆN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ VIỆT NAM NẾU TẤN CÔNG TIỀN TỆ XẢY RA
IDENTIFY CHALLENGES TO VIETNAM'S ECONOMY IF MONETARY ATTACKS OCCUR

TS. Nguyễn Thị Minh Thảo
Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Tấn công tiền tệ luôn được các quốc gia quan tâm nhất là trong bối cảnh nền kinh tế thế giới ngày càng có nhiều biến động. Các nghiên cứu liên quan tới các cuộc chiến tranh tiền tệ đã được thực hiện khi khủng hoảng tài chính tiền tệ xảy ra (sau 1930) và ngày càng được phát triển khi các khủng hoảng này diễn ra với quy mô và phạm vi ảnh hưởng ngày càng lớn. Việt Nam với lộ trình tham gia vào phát triển thị trường tài chính theo xu hướng ngày một trở nên rõ nét. Trước mắt, sự phát triển này đang ở giai đoạn đầu và chưa là đích ngắm cúa các quỹ đầu cơ và nhà đầu tư nước ngoài. Song việc nhận biết các dấu hiệu thị tường là cần thiết để tránh cho Việt Nam rơi vào rủi ro nếu tấn công tiền tệ xảy ra.

Từ khóa: *tấn công tiền tệ, tài chính, tiền tệ, thị trường tài chính phái sinh, phân tích PESTEL*

Abstract

Monetary attack has always been of national interest, especially in the context of the world economy is increasingly volatile. Studies related to monetary wars were conducted when the financial crisis occurred (after 1930) and increasingly developed when these crises occurred with their scale and scope of influence. Vietnam with a roadmap to participate in developing the financial market has become increasingly clear. In the immediate future, this development is at an early stage and has not been the target of foreign hedge funds and investors. However, identifying market signs is necessary to prevent Vietnam from being at risk if a monetary attack occurs.

Keywords: *monetary attack, finance, monetary, derivative financial market, PESTEL analysis*

1. Giới thiệu

Tấn công tiền tệ luôn được các quốc gia quan tâm nhất là trong bối cảnh nền kinh tế thế giới ngày càng có nhiều biến động. Các nghiên cứu liên quan tới các cuộc chiến tranh tiền tệ đã được thực hiện khi khủng hoảng tài chính tiền tệ xảy ra (sau 1930) và ngày càng được phát triển khi các khủng hoảng này diễn ra với quy mô và phạm vi ảnh hưởng ngày càng lớn. Việt Nam với lộ trình tham gia vào phát triển thị trường tài chính theo xu hướng ngày một trở nên rõ nét. Trước mắt, sự phát triển này đang ở giai đoạn đầu và chưa là đích ngắm của các quỹ đầu cơ và nhà đầu tư nước ngoài. Song việc nhận biết các dấu hiệu thị tường là cần thiết để tránh cho Việt Nam rơi vào rủi ro nếu tấn công tiền tệ xảy ra.

2. Tổng quan nghiên cứu

Tấn công tiền tệ luôn được các quốc gia quan tâm nhất là trong bối cảnh nền kinh tế thế giới ngày càng có nhiều biến động. Các nghiên cứu liên quan tới các cuộc chiến tranh tiền tệ đã được thực hiện khi khủng hoảng tài chính tiền tệ xảy ra (sau 1930) và ngày càng được phát triển khi các khủng hoảng này diễn ra với quy mô và phạm vi ảnh hưởng ngày càng lớn. Theo đó phải kể đến nghiên cứu của SongHongbing (2007) [5] đã đề cập tới cuộc chiến giữa giới tài phiệt quốc tế với các định chế tài chính của nhiều quốc gia. Từ đó Hong chỉ ra bản chất của tiền tệ, chỉ ra một cách chi tiết các nguyên nhân, tính chất, diễn biến của cuộc chiến tranh tiền tệ và những hiểm họa khi cuộc chiến tiền tệ nếu diễn ra. Với sự phân tích mạch lạc, logic tác giả đã đơn giản hóa được những diễn biến phức tạp của cuộc chiến tranh tiền tệ với lượng thông tin khá lớn. Điều này cho thấy, tác giả đã có những hiểu biết sâu sắc về nhiều lĩnh vực trong ngành tài chính, các kiến thức đầy đủ về vốn, ngoại hối, ngân hàng và các tổ chức tài chính, chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ, các kiến thức về lịch sử - chính trị - xã hội. Trong nghiên cứu này, Hong đã cung cấp sơ lược nhưng toàn diện về hai cuộc chiến tranh tiền tệ trong giai đoạn 1921 - 1936 và 1967 - 1987. Cùng với lý thuyết về tài chính tiền tệ, tác giả đã liên hệ với tình hình xung đột của các đồng tiền mạnh trên thế giới. Theo tác giả, một cuộc chiến tranh tiền tệ đang được khơi ra từ 2010 và chưa có thời điểm kết thúc trong tương lai. Tác giả cho rằng nếu như các nước phát triển không chịu "học" từ các sai lầm từ những người đi trước trong quá khứ thì sẽ có những kịch bản rất xấu có thể xảy ra với nền kinh tế thế giới.

Tiếp đến là nghiên cứu của James Rickards (2012) [4] về các cuộc chiến tranh tiền tệ trong lịch sử phát triển đương đại. Tác giả đưa ra những nhận diện về chiến tranh tiền tệ và cung cấp các tư liệu cơ bản về cuộc Chiến tranh tiền tệ I (1921 - 1936), Chiến tranh tiền tệ II (1965 - 1987) và Chiến tranh tiền tệ III (được khởi động từ 2010 và chưa kết thúc). Tác giả tập trung vào những sự kiện và phân tích tình hình tài chính hiện đại của giới tài chính. Tác giả cũng tập trung nghiên cứu các giải pháp của G20 với nhận diện là không chỉ Trung Quốc muốn làm suy yếu nội tệ mà Hoa Kỳ, các nước châu Âu, Nhật Bản đều muốn làm điều này với nội tệ của mình. Tác giả đã tiên lượng về một kế hoạch cho một cuộc khủng hoảng toàn cầu trong giai đoạn tiếp theo với các tranh chấp kinh tế có thể diễn ra giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ. Ông cũng đặt ra vấn đề thiết lập bản vị vàng (kiểu mới) nhằm tạo cơ chế để ngăn khủng hoảng. Tác giả cũng dự báo kịch bản tồi tệ nhất là sự hỗn loạn kinh tế toàn cầu và lối thoát chỉ được thiết lập khi USD được tương quan đảm bảo bằng vàng (tiền thật).

3. Các trường hợp nghiên cứu quá khứ

a. Cuộc tấn công tiền tệ vào nền kinh tế Nhật Bản năm 1985

Sau chiến tranh thế giới lần thứ 2, nền kinh tế các nước Đông Á không ngừng lớn mạnh, nhất là Nhật Bản. Sự phát triển vượt bậc trong kỹ thuật chế tạo mạnh điện, chip máy tính, sử dụng robot công nghiệp phục vụ trong sản xuất và giá nhân công rẻ đã khiến cho Nhật Bản nâng cao vị thế cạnh tranh so với Mỹ, Anh, Đức... về hàng hóa công nghiệp như ô tô và các sản phẩm điện tử. Sản phẩm của Nhật tỏ ra ưu thế hơn về sự tiện dụng (nhỏ gọn, chất lượng, tiêu hao ít nhiên liệu và giá rẻ) đã chiếm lĩnh thị trường Châu Á và dần dần chiếm lĩnh thị trường Âu - Mỹ gây lo ngại cho các nhà tài phiệt ở Anh và Mỹ.

Thêm vào đó, vào đầu thập niên 1980s, Anh và Mỹ thực hiện chính sách lãi suất cao nhằm củng cố niềm tin vào USD và thâu tóm một loạt các quốc gia đang phát triển ở Châu Phi và Châu Mỹ Latin đã gây ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế Mỹ, tạo điều kiện cho các sản phẩm Nhật Bản chiếm lĩnh thị trường Bắc Mỹ mạnh mẽ hơn.

Đứng trước nguy cơ phát triển bùng nổ của nền công nghiệp Nhật Bản, các nhà tài phiệt quốc tế đã lên kế hoạch làm sụp đổ nền tài chính Nhật Bản nhằm loại bỏ mối đe dọa đến sự giàu có của các quốc gia tại thị trường Âu - Mỹ.

Diễn biến:

Tháng 9/1985: Nhật Bản chịu sức ép từ Mỹ phải ký kết "Thỏa thuận Plaza" (gồm 5 nước: Mỹ, Anh, Nhật, Đức, Pháp) với mục đích chấp nhận để USD phá giá một cách "có kiểm soát" so với các loại tiền tệ chủ chốt. Sau thỏa thuận này, tỷ giá từ 1 USD = 250 JPY còn 1 USD = 149 JPY (giá trị JPY tăng 67,8% so với trước đó, JPY - đồng Yên Nhật).

Tháng 10/1987, khi thị trường chứng khoán New York suy sụp, trước sức ép của Mỹ, NHTW Nhật Bản (BOJ) tiếp tục hạ lãi suất xuống còn 2,5%, khiến lãi suất của Mỹ cao hơn lãi suất của Nhật Bản, tạo sức hút vốn chảy về thị trường chứng khoán New York từ thị trường chứng khoán Tokyo. Điều này khiến cho tỷ giá hối đoái biến động, gây ảnh hưởng nặng nề đến xuất khẩu của Nhật, các doanh nghiệp chuyển sang hướng đầu tư vào chứng khoán nhằm tận dụng việc vay tiền với lãi suất thấp từ các ngân hàng và các tổ chức tài chính trung gian. Tỷ lệ tăng trưởng của thị trường chứng khoán Nhật lên đến 40%/năm, thị trường bất động sản vượt ngưỡng 90%/năm khiến bong bóng bất động sản bắt đầu được hình thành.

Từ năm 1987, các ngân hàng và định chế tài chính Mỹ sử dụng một công cụ tài chính là SIF (Stock Index Futures - Hợp đồng tương lai chỉ số cổ phiếu) [3] nhằm lợi dụng niềm tin của nhà đầu tư Nhật bản vào sự bền vững của thị trường chứng khoán Nhật bản. Các định chế tài chính Mỹ đã cung một lượng lớn tiền mặt để mua SIF của thị trường chứng khoán từ các công ty bảo hiểm Nhật Bản.

Tháng 1/1990, sau khi chỉ số Nikkei đạt kịch trần, Sở Giao dịch chứng khoán Mỹ tung ra chứng quyền đặt bán chứng khoán ở thời điểm phát hành (Nikkei Put Warrants) qua trung gian là Đan Mạch. Theo đó thế lực tấn công, mà đại diện tiêu biểu là Goldman Sachs (Mỹ) gián tiếp bán lại các quyền chọn chỉ số đã mua từ ngành bảo hiểm Nhật cho những người mua chứng quyền tới từ Đan Mạch. Danh tiếng của Đan Mạch đã tạo sức hút tiêu thụ với quyền chọn chỉ số, từ đó làm tăng sức mua chứng quyền. Các ngân hàng đầu tư Mỹ nhìn thấy cơ hội tranh nhau bán chứng quyền ra thị trường khiến chứng khoán Nhật trượt giá và sụp đổ. Điều này đã tác động mạnh mẽ đến ngành ngân hàng, bảo hiểm và sản xuất của Nhật Bản, khiến kinh tế nước này rơi vào thời kỳ suy thoái kéo hài hơn chục năm sau đó với thị trường chứng khoán sụt giá 70%, giá bất động sản giảm mạnh trong vòng 14 năm (1990 - 2004). Chỉ tính riêng tổn thất về tài sản tài chính trong năm 1990 của Nhật đã tương đương với thất bại mà nược này gánh trong chiến tranh thế giới II [1]. Như vậy, chỉ chưa đầy 5 năm, trước sức ép và âm mưu phá hoại lâu dài của các tài phiệt quốc tế, hệ thống tài chính của Nhật đã phải chịu sự tàn phá nặng nề. Nền kinh tế Nhật bản đang có triển vọng tăng trưởng mạnh mẽ vào thập niên 1980s đã sớm bị ảnh hưởng và quay về mốc khởi phát.

b. Cuộc tấn công tiền tệ tại Thái Lan năm 1997

Từ năm 1985 đến năm 1995, kinh tế Thái Lan tăng trưởng ở mức 9%/năm. Đây được đánh giá là mức tăng trưởng nóng và tạo bong bong kinh tế [3]. Cuối 1996, thị trường chứng khoán Bangkok bắt đầu điều chỉnh khiến mức vốn hóa thị trường và chỉ số thị trường đều giảm, hệ thống tài chính ngân hàng không phát triển kết hợp với các chính sách kiểm soát kinh tế vĩ mô đã dẫn đến giảm được tốc độ tăng trưởng kinh tế từ 9% (1995) xuống còn 6,4% (1996).

Tuy nhiên, nợ nước ngoài tăng quá lớn so với dự trữ ngoại hối với mức là 90 tỷ USD, trong đó nợ ngắn hạn chiếm tới 40%. Bên cạnh đó, việc Chính phủ Thái giữ cố định tỷ giá USD với THB (đồng bath Thái) trong suốt 13 năm khiến THB chở nên kém linh hoạt và gây cản trở đối với việc xuất khẩu. Khi THB tăng giá so với USD làm cho hàng hóa của Thái Lan trở nên quá đắt trên thị trường Châu Âu và bị giảm hàng tỷ USD từ việc suy giảm FDI. Do việc nhập siêu hàng hóa và đầu tư thấp hơn đã khiến cho Thái Lan trở thành quốc gia có thâm hụt cán cân vãng lai cao nhất thế giới (khoảng 8% GDP vào năm 1996). Hơn nữa, chính sách quản lý ngoại hối của Thái Lan khá lỏng với cơ chế chuyển đổi ngoại tệ với THB dễ dàng, nhằm tạo điều kiện cho dòng vồn FDI vào ra bất cứ lúc nào. Điều này có thể khiến cho THB có thể xuống giá bất kỳ lúc nào nếu vốn ngoại tệ chảy ra mạnh. Để tránh nguy cơ phá giá THB, NHTW Thái Lan (BoT) đã nâng lãi suất thị trường lên rất cao nhằm hạn chế khả năng vay của các quỹ đầu cơ vay THB để ký tiếp các hợp đồng kỳ hạn. Tuy nhiên, do mất cảnh giác trong ba tháng đầu năm 1997 BoT để các quỹ đầu cơ tích trữ được khoảng 15 tỷ USD giá trị hợp đồng kỳ hạn có thời hạn 12 tháng và BoT tham gia trực tiếp vào thị trường kỳ hạn như một chủ thể mua - bán nhằm ngăn chặn sức ép lên THB. Trong 2 ngày (14/5/1997 đến 15/5/1997), THB bị giới đầu cơ tấn công trên quy mô lớn, lãi suất bị đẩy lên quá cao, kinh tế Thái Lan bắt đầu có dấu hiệu suy sụp do không chịu nổi chi phí vốn cao trong thời gian dài. Ngày 30/6/1997, mặc dù Thủ tướng Thái Lan tuyên bố không phá giá nội tệ nhưng tới 2/7/1997 THB thả nổi khiến THB mất giá gần 50% (vào tháng 1/1998, 1 USD = 56THB), chỉ số thị trường chứng khoán Bangkok giảm từ 1.280 điểm (cuối 1995) xuống còn 372 điểm (cuối 1997), mức vốn hóa thị trường giảm tương ứng từ 141,5 tỷ USD xuống còn 23,5 tỷ USD. Nhiều công ty phá sản trong đó có Finance One. Thái Lan phải tiếp nhận hai gói cứu trợ từ IMF trị giá 16 tỷ USD (11/8/1998) và 3,9 tỷ USD (20/8/1998). Cuộc khủng hoảng của Thái Lan lan truyền sang các nước khác trong khu vực trong đó có Indonesia, Malaysia, Philipines và các nước khác ở châu Á.

4. Phân tích PESTEL của Việt Nam trong kịch bản xảy ra ra tấn công tiền tệ

- Yếu tố Chính trị

Chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa đã có sự phối hợp nhuần nhuyễn hơn: Chính phủ đã giảm bớt phát hành trái phiếu lãng phí, lượng cung tiền ra nền kinh tế tốt, đảm bảo mức lạm phát ở mức 2,73%. Ngoài ra, khả năng chống chịu của nền kinh tế tốt hơn, với dự trữ ngoại hối lên tới gần 80 tỷ USD, tương đương với 3,7 tháng nhập khẩu.

Cải thiện vị trí năng lực cạnh tranh và thể chế quản lý tài chính: Việt Nam tiến nhanh trên bảng xếp hạng về năng lực cạnh tranh toàn cầu do WEF công bố (2019), từ 77 lên 67 trong số 141 nền kinh tế. Thể chế quản lý tài chính của Việt Nam trong năm qua ở

mức tích cực với nhiều cải thiện, như Luật Chứng khoán sửa đổi, Luật Kinh doanh bảo hiểm sửa đổi được thông qua, Ngân hàng Nhà nước có nhiều chính sách quan trọng liên quan đến lãi suất, thanh khoản, tín dụng. Đáng chú ý nền kinh tế số, ngân hàng số, fintech đang được hình thành dù còn một số bất cập.

Có thể nói, yếu tố chính trị là một điểm mạnh của Việt Nam nêu xảy ra tấn công tiền tệ. Các minh chứng thực tế cho thấy, sức mạnh của yếu tố chính trị Việt Nam rất tốt do đội ngũ tuyên truyền vận hành khá bài bản và tâm lý, có thể động viên, khơi dậy tinh thần trong dân chúng để giúp duy trì sự ổn định trong xã hội.

- Yếu tố Kinh tế

Theo Báo cáo của WB, kinh tế Việt Nam trong 30 năm qua (từ 1986) đạt được nhiều thành tựu [6]. Công cuộc đổi mới đã thúc đẩy phát triển kinh tế, nhanh chóng đưa Việt Nam từ một trong những quốc gia nghèo nhất trên thế giới trở thành quốc gia thu nhập trung bình thấp. Từ 2002 đến 2018, hơn 45 triệu người đã thoát nghèo, tỉ lệ nghèo giảm mạnh từ hơn 70% xuống còn dưới 6% (3,2 USD/ngày theo sức mua ngang giá). GDP đầu người tăng 2,5 lần, đạt trên 2.500 USD năm 2018.

Triển vọng kinh tế Việt Nam trong trung hạn khả quan, dù vẫn có dấu hiệu điều chỉnh giảm tăng trưởng theo chu kỳ. Sau khi chạm đỉnh ở mốc 7,1% (2018), tăng trưởng GDP thực được dự báo giảm nhẹ trong năm 2019, do sức cầu bên ngoài giảm và do duy trì thắt chặt chính sách tín dụng và tài khóa. Tăng trưởng GDP thực được dự báo vẫn tiếp tục duy trì ở mức cao, xoay quanh mức 6,5% trong các năm 2020 và 2021. Tỉ lệ lạm phát vẫn tiếp tục ổn định ở mức một con số trong vòng bảy năm liên tiếp, thấp hơn hoặc tiệm cận mức 4% trong những năm gần đây. Cán cân đối ngoại vẫn trong vòng kiểm soát và tiếp tục được hỗ trợ bằng nguồn vốn FDI dồi dào lên tới gần 18 tỉ USD (2019), chiếm gần 24% tổng vốn đầu tư cho nền kinh tế.

Đến hết năm 2019, mặt bằng lãi suất huy động và cho vay cơ bản ổn định; hoạt động kinh doanh bảo hiểm an toàn và bền vững, đảm bảo khả năng chi trả bồi thường và quyền lợi cho người tham gia bảo hiểm; thị trường chứng khoán huy động vốn cho nền kinh tế đạt 313,9 nghìn tỷ đồng (tăng 12,6% so với 2018). Tổng phương tiện thanh toán tăng 12,1% (so với năm 2018); huy động vốn của các tổ chức tín dụng tăng 12,5%, tăng trưởng tín dụng của nền kinh tế tăng 12,1%. NHNN đã ban hành các văn bản điều chỉnh giảm lãi suất (có hiệu lực từ ngày 19/11/2019). Theo đó, lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND đối với nhu cầu dịch vụ nông nghiệp, nông thôn, xuất khẩu, công nghiệp hỗ trợ, doanh nghiệp SME, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao giảm từ 6,5%/năm xuống 6%/năm. Nhiều NHTM công bố giảm lãi suất cho vay góp phần hỗ trợ doanh nghiệp vay vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh. Hiện mặt bằng lãi suất huy động VND phổ biến ở mức 0,2% - 0,8%/năm đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng, 4,3% - 5%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng; 5,3% - 7%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng đến dưới 12 tháng, 6,6% -7,5%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên. Lãi suất cho vay VND phổ biến ở mức 6% - 9%/năm đối với cho vay ngắn hạn và 9% - 11%/năm đối với cho vay trung và dài hạn. Cơ cấu tín dụng tiếp tục hướng vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, đặc biệt là các lĩnh vực ưu tiên; tín dụng đối với các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro được kiểm soát chặt chẽ, đảm bảo an toàn hoạt động ngân hàng.

Thị trường chứng khoán đã đóng góp lớn cho công tác huy động vốn với tổng mức huy động đạt được là 313,9 nghìn tỷ đồng, tăng 12,6% so với năm 2018. Trên thị trường cổ phiếu tính đến cuối năm 2019, chỉ số VNIndex đạt 958,88 điểm, tăng 7,4% (so với 2018), mức vốn hóa thị trường đạt 4,4 triệu tỷ đồng (tăng 10,3%); giá trị giao dịch bình quân đạt 4651 tỷ đồng/phiên, hiện có 748 mã cổ phiếu và chứng chỉ quỹ niêm yết, 862 cổ phiếu đăng kí trên sàn giao dịch UPCoM với tổng giá trị niêm yết và giao dịch lên đến 1384 nghìn tỷ đồng. Trên trị trường trái phiếu hiện có 509 mã trái phiếu niêm yết với giá trị niêm yết đạt 1162 nghìn tỷ đồng (tăng 3,7%).[6]

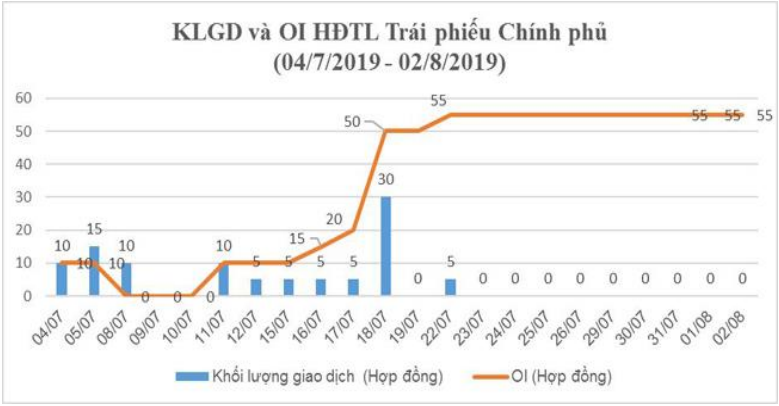
Thị trường chứng khoán phái sinh được thành lập và có xu hướng tăng trưởng tích cực [7]: Thị trường đã thể hiện tốt công cụ phòng ngừa rủi ro, góp phần tích cực vào việc giữ chân dòng vốn trên thị trường cơ sở, đồng thời thu hút sự quan tâm của nhà đầu tư trong và ngoài nước. Khối lượng giao dịch bình quân năm 2019 đạt 89266 hợp đồng/phiên (tăng 13% so với 2018). Đến cuối 2019, số lượng tài khoản giao dịch phái sinh 89.795 tài khoản (tăng 55,7%)

Bảng 1: Giao dịch Futures VN30 2017-2019

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2017 (từ tháng 8-12)	Năm 2018	7 tháng đầu năm 2019
1	Tổng KLGD	hợp đồng	1.106.353	19.697.764	15.245.004
2	KLGD bình q uân/phiên	hợp đồng	10.954	78.791	104.284
3	Khối lượng OI (cuối kỳ)	hợp đồng	8.077	21.653	21.653

Tuy mới được đưa vào hoạt động từ tháng 8/2017, hoạt động của thị trường đã có bước tăng trưởng tốt và ổn định, với hơn 36 triệu hợp đồng giao dịch. Giao dịch thường diễn ra mạnh khi thị trường cơ sở biến động. 7 tháng đầu năm 2019, khối lượng hợp đồng future chỉ số cổ phiếu VN30 bình quân đạt khoảng 100.000 hợp đồng/phiên, tăng 127% so với năm 2018.

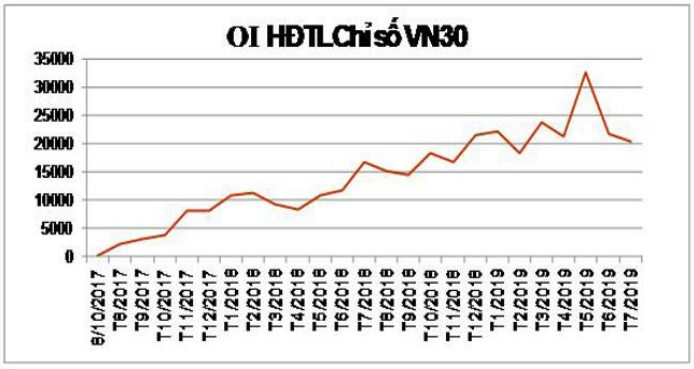
Hình 1: Biểu đồ giao dịch hợp đồng tương lai chỉ số VN30



Khối lượng hợp đồng mở (OI) đã tăng 270% từ 8.077 hợp đồng (2017) lên 20.494 hợp đồng (7/2019). Trong giai đoạn thị trường cơ sở giảm mạnh (vào tháng 5 -6/2018 và

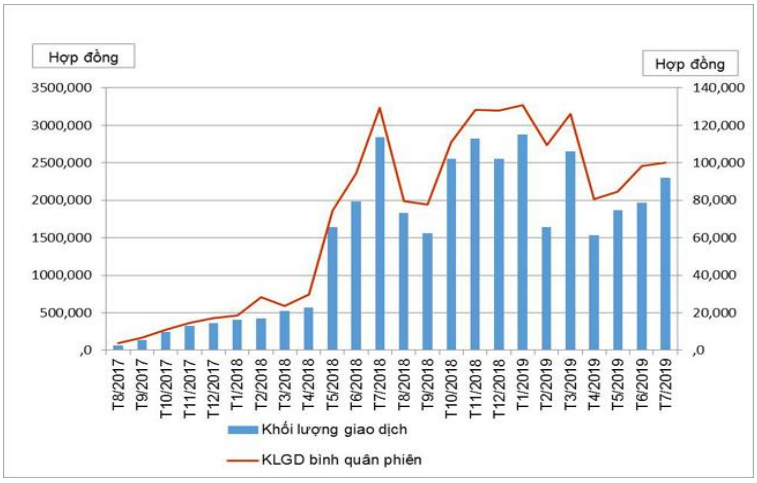
tháng 5 - 6/2019), giao dịch chứng khoán phái sinh đã tăng mạnh so với các tháng trước đó. Ví dụ phiên giao dịch ngày 23/5/2019 khối lượng OI đạt mức kỷ lục là 39.854 hợp đồng, tăng 185% so với cuối 2018.

Hình 2: Sự tăng trưởng khối lượng OI 2017 -2019



Hiện thị trường có 7 mã sản phẩm future trên chỉ số cổ phiếu VN30 và có sản phẩm future cho trái phiếu chính phủ và cũng được nhà đầu tư đón nhận với hơn 100 hợp đồng đã được giao dịch.

Hình 3: Biểu đồ giao dịch hợp đồng tương lai TPCP



Hoạt động của thị trường chứng khoán phái sinh Việt Nam đã thu hút sự quan tâm của các tổ chức tài chính nước ngoài, nhất là các Quỹ đầu tư mô phỏng chỉ số VN30 đã thu hút nhiều dòng vốn nước ngoài. Sở Giao dịch chứng khoán Singapore đã kết nối và mong muốn hợp tác phát triển sản phẩm phái sinh trên cổ phiếu Việt Nam, được niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán nước này nhằm phục vụ nhu cầu đầu tư và phòng vệ rủi ro cho các nhà đầu tư nước ngoài. Số lượng tài khoản phái sinh gia tăng liên tục, tính đến cuối tháng 7/2019 đã có 78.445 tài khoản được mở. Hệ thống thành viên giao dịch bù trừ của thị trường có sự tham gia của 14 công ty chứng khoán. Khuynh hướng giao dịch của nhà đầu tư trong nước giảm dần, chiếm 91,15% khối lượng giao dịch toàn thị trường (so với mức 99,1% vào cuối năm 2018). Giao dịch của nhà đầu tư nước ngoài có khuynh hướng tăng dần lên song vẫn còn ở mức độ khá nhỏ (chỉ chiếm 0,58% khối lượng giao dịch trên thị trường).

Tiến tới, thị trường phái sinh còn cho ra mắt các sản phẩm phái sinh mới: hợp đồng tương lai trên chỉ số VNX200, hợp đồng quyền chọn trên chỉ số cổ phiếu, hợp đồng tương lai trên cổ phiếu đơn lẻ (SSF), hợp đồng quyền chọn trên cổ phiếu đơn lẻ (SSO).

Yếu tố kinh tế vừa được coi là lợi thế nhưng cũng có những bất lợi thế. Về lợi thế, có thể thấy, yếu tố này đã đạt được những kết quả rất tích cực, đang dần trở lại ổn định và tăng trưởng sau suy thoái. Các thị trường tài chính bộ phận được phát triển và đã đóng góp ngày một tích cực hơn vào đời sống kinh tế - xã hội đất nước. Tuy nhiên, nền kinh tế Việt Nam là nền kinh tế nhỏ, dễ bị "tổn thương" do đó chỉ cần những tín hiệu không tốt của thị trường có thể gây ảnh hưởng lây lan sang toàn bộ nền kinh tế. Nếu xảy ra cuộc tấn công tiền tệ thì đây sẽ là một bất lợi rất lớn với Việt Nam cần quan tâm để có những quyết định phù hợp.

- Yếu tố Văn hóa - Xã hội

Thay đổi nhanh về cơ cấu dân số và xã hội: Sau nhiều năm tăng trưởng, dân số Việt Nam từ khoảng 60 triệu dân (1986) đã lên đến khoảng 97 triệu (2018) và dự kiến sẽ tăng lên 120 triệu dân, trước khi giảm dần vào năm 2050. Hiện nay, 70% dân số có độ tuổi dưới 35, với tuổi thọ trung bình gần 76 tuổi, cao hơn những nước có thu nhập tương đương. Nhưng dân số đang bị già hóa nhanh. Tầng lớp trung lưu đang hình thành - hiện chiếm 13% dân số và dự kiến sẽ lên đến 26% vào năm 2026.

Chỉ số Vốn con người (HCI) xếp thứ 48 trên 157 quốc gia và vùng lãnh thổ và đứng thứ hai ở ASEAN (chỉ sau Singgapore): Một em bé Việt Nam được sinh ra ở thời điểm hiện nay khi lớn lên sẽ đạt mức năng suất bằng 67% nếu đứa trẻ đó được học tập và chăm sóc sức khỏe đầy đủ. Việt Nam là quốc gia có HCI cao nhất trong số các quốc gia có thu nhập trung bình

Giáo dục phổ thông và y tế công cộng tương đối tốt: Tỉ lệ phổ cập giáo dục và kết quả đầu ra cấp tiểu học ở mức cao và đồng đều, thể hiện ở kết quả ấn tượng trong Chương trình Đánh giá Học sinh Quốc tế (PISA) năm 2012 và 2015, theo đó thành tích của học sinh Việt Nam vượt xa nhiều quốc gia OECD.

Y tế cũng đạt nhiều tiến bộ lớn khi mức sống ngày càng cải thiện. Từ năm 1990 đến 2015, tỷ suất tử vong mẹ giảm từ 139 xuống 54 trên 100.000 trẻ sinh sống và tỷ suất tử vong ở trẻ sơ sinh giảm từ 44 xuống còn 16,7 trên 1.000 trẻ sống. Chỉ số bao phủ chăm sóc sức khỏe toàn dân là 73 - cao hơn mức trung bình của khu vực và thế giới - 87% dân số có bảo hiểm y tế xã hội.

Mặc dù HCI ở mức khả quan nhưng không đồng đều trong chất lượng lao động: Việt Nam là quốc gia có HCI cao nhất trong số các quốc gia có thu nhập trung bình, tuy nhiên vẫn còn tồn tại khoảng cách giữa các địa phương, đặc biệt là ở nhóm dân tộc thiểu số. Đồng thời Việt Nam cũng cần nâng cao trình độ lực lượng lao động để tạo ra các công việc có năng suất cao hơn ở quy mô lớn trong tương lai.

Một điểm nổi bật của xã hội Việt Nam là sự tăng trưởng mạnh mẽ của hoạt động thương mại điện tử với quy mô thị trường đạt 5 tỷ USD vào đầu năm 2020 [2], tốc độ tăng trưởng lên tới hơn 81% với tỷ trong doanh thu đạt 4,2% trên tổng mức bán lẻ hàng hóa (năm 2019 - tăng 0,6% so với năm 2018), giá trị mua sắm trực tuyến bình quân đầu người tăng 8,6% (đạt mức 202 USD/ người). Tính tới đầu năm 2020 có 8 nhóm mặt hàng được

mua bán trực tuyến nhiều nhất là (1) thực phẩm và đồ uống (24%); (2) sản phẩm cho mẹ va bé (20%); (3) nội thất và đồ gia dụng (19%); (4) thời trang và làm đẹp (17%); (5) trò chơi trực tuyến (14%); (6) đồ điện tử (13%); (7) du lịch (đặt phòng trực tuyến) (12%); (8) dịch vụ nghe nhạc trực tuyến (9,2%). Do hoạt động thương mại điện tử phát triển đã kéo theo sự phát triển của các hình thức thanh toán trực tuyến thông qua thẻ ngân hàng, tài khoản thanh toán trực tuyến như Paypal, Payoneer... ngày càng ứng dụng nhiều, bên cạnh đó các hình thức thanh toán qua trung gian (Ngân lượng, Bảo kim, Momo, Zalopay...) giúp cho người tiêu dùng thuận tiện hơn trong việc mua bán, đồng thời tăng sức mua hàng và đơn hàng cho các shop bán hàng.[2] Xu hướng thanh toán trực tuyến tăng trưởng mạnh mẽ đạt mức 21% các giao dịch mua bán hàng hóa, dịch vụ được thực hiện online, trong đó tỷ lệ sử dụng thanh toán online của nữ là 21% và nam là 20%.

Yếu tố về văn hóa xã hội được coi như là một yếu tố vừa là lợi thế vừa là cơ hội cho phát triển kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, với cuộc tấn công tiền tệ thì đây tỏ ra là một điểm yếu cho nền kinh tế, bởi khuynh hướng gia tăng việc sử dụng hoạt động thanh toán trực tuyến và sử dụng tiền điện tử trong lúc hoạt động kiểm soát các giao dịch này đang ngày một trở nên khó khăn hơn. Việc tấn công tiền tệ trong xu thế mới có thể thay đổi thông qua mảng thị trường này.

- Yếu tố Công nghệ

Việc cung cấp dịch vụ cơ bản cải thiện rõ rệt: Tiếp cận tới dịch vụ cơ sở hạ tầng ở các hộ gia đình tăng nhanh chóng. Trong năm 2016, 99% dân số được sử dụng điện (2016) so với 14% (1993). Cơ hội tiếp cận nước sạch ở nông thôn cũng được cải thiện, từ 17% (1993) lên 70% (2016). Cơ hội tiếp cận những dịch vụ trên ở các đô thị đạt trên 95%.

Số lượng người Việt Nam tham gia mua sắm trực tuyến trên nên tảng thương mại điện tử tăng trưởng mạnh: Tính đến hết năm 2019, cả nước có 39,9 triệu người tham giá mua sắm trực tuyến (tăng 11,8% so với năm 2018 và tăng gấp 2 lần chỉ sau 3 năm [2].

Tính đến đầu năm 2020, với dân số 97 triệu dân, Việt Nam đã có 68 triệu người sử dụng internet [7]. Mạng xã hội trở thành kênh tiếp thị phổ biến nhất của các doanh nghiệp. Kết quả bán hàng được doanh nghiệp đánh giá đạt hiệu quả cao thông qua mạng xã hội là 26%, bán hàng qua website là 28% và qua ứng dụng di động (app) là 59%. Không chỉ có các cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp SME mà nhiều doanh nghiệp lớn cũng đã tích cực sử dụng mạng xã hội để tiếp thị và chăm sóc khách hàng. Hiện nay ở Việt Nam có tới 84% người dùng internet (độ tuổi từ 16 - 64) tìm kiếm trực tuyến các sản phẩm dịch vụ và đưa ra các quyết định mua hàng, 35% mua trực tuyến thông qua máy tính và 59% thực hiện hành vi mua hàng thông qua smartphone.

Yếu tố công nghệ là vừa là thách thức vừa là điểm yếu của Việt Nam. Mặc dù tiếp cận công nghệ của Việt Nam rất nhanh nhưng việc quản lý đủ để ngăn chặn những bất lợi của IT thì nước ta đang là một vấn đề đáng quan tâm. Hơn nữa, nước ta chỉ chủ yếu đang sử dụng phụ thuộc chứ chưa làm chủ được công nghệ, nên khả năng xảy ra tấn công tiền tệ qua IT là một phương án có thể diễn ra.

- Yếu tố Môi trường

Các tác động tiêu cực đối với môi trường và tài nguyên thiên nhiên do tăng trưởng kinh tế và công nghiệp hóa: Tổng tiêu thụ năng lượng tăng gấp ba lần trong vòng mười

năm qua, tăng nhanh hơn mức tăng sản lượng. Cường độ sử dụng năng lượng trong GDP tiếp tục tăng đều. Nhu cầu sử dụng nước ngày một tăng cao, trong khi năng suất nước vẫn còn ở mức thấp, chỉ đạt 12% so với chuẩn thế giới. Tình trạng khai thác thiếu bền vững tài nguyên thiên nhiên như cát, thủy sản và gỗ có thể làm suy giảm tiềm năng phát triển trong tương lai và dài hạn. Bên cạnh đó, đại đa số người dân và nền kinh tế Việt Nam đều dễ bị tổn thương trước các tác động của biến đổi khí hậu.

Thách thức ngày càng lớn về quản lý chất thải và xử lý ô nhiễm môi trường do tăng trưởng kinh tế và tốc độ tăng dân số: Lượng rác thải của Việt Nam được dự báo tăng gấp đôi trong vòng chưa đầy 15 năm tới. Bên cạnh đó là vấn đề rác thải nhựa đại dương. Theo ước tính, 90% rác thải nhựa đại dương toàn cầu được thải ra từ 10 con sông, trong đó có sông Mê Kông. Việt Nam cũng là một trong mười quốc gia trên thế giới bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi ô nhiễm không khí. Ô nhiễm nguồn nước đang gây ra những hậu quả nghiêm trọng đối với năng suất của các ngành quan trọng và với sức khỏe của người dân.

Đây cùng là yếu tố gây bất lợi và thách thức nếu tấn công tiền tệ xảy ra. Khi đó, yếu tố này sẽ kích thích làm sói mòn niềm tin của dân chúng về khả năng bình ổn và chống đỡ khủng hoảng do nguồn lợi thiên nhiên bị khai thác kiệt quệ và không tái tạo.

- Yếu tố Pháp lý

Ảnh hưởng của thị trường tài chính tới nền kinh tế là rất lớn: Do thị trường tài chính có quy mô đã gấp 3 lần quy mô nền kinh tế, nên nếu có bất kỳ trục trặc nào ở thị trường tài chính thì sẽ có ảnh hưởng mạnh đến nền kinh tế Việt Nam. Hiện nay, thị trường tài chính đang phải đối diện với các thách thức sau:

- Quy đinh về thể chế cho kinh tế số, ngân hàng số còn chậm chạp; cơ sở dữ liệu quốc gia cũng như của mỗi doanh nghiệp còn phân tán.

- Rủi ro bên ngoài ngày càng phức tạp và khó tiên lượng, sẽ ảnh hưởng tới giá dầu, giá vàng, tỷ giá...

- Vấn đề tăng vốn cho các ngân hàng thương mại để đáp ứng chuẩn Basel II, áp lực trả nợ công...

- Vấn đề an ninh mạng.

Chỉ tính riêng năm 2019, số vụ tấn công mạng đã tăng 104%, trong khi chỉ có 25% doanh nghiệp cho biết có khả năng nhận biết rủi ro an ninh mạng. Rủi ro tài chính đang đan xen, nhưng chưa có đầu mối chung để phòng ngừa cũng như quản lý, khả năng xảy ra rủi ro hệ thống là rất lớn.

- NHNN chưa có những nghiên cứu về việc thành lập đồng tiền kỹ thuật số của mình (trong khi có tới 58 NHTW đang nghiên cứu về vấn đề này [11]).

- Dự trữ ngoại hối tuy có được sự cải thiện song còn ở mức thấp nên khả năng chống chọi cuộc tấn công tiền tệ ở quy mô lớn sẽ rất khó khăn. Hiện Việt Nam mới chỉ có khoảng 80 tỷ USD dự trữ ngoại hối (cần phải đạt tới mức 130 - 170 tỷ USD mới đảm bảo an toàn- tương đương với 6 - 8 tháng nhập khẩu).

- Việt Nam nằm trong khu vực có thể chịu ảnh hưởng nặng nề nếu xảy ra chiến tranh tiền tệ Mỹ - Trung và nhất là sau khi nước ta đã có thị trường chứng khoán phái sinh.

- Các quỹ đầu tư và nhà đầu tư nước ngoài đang chú ý tới cơ hội phát triển của thị trường chứng khoán phái sinh.

Yếu tố pháp lý đang là một điểm hạn chế của Việt Nam khi chúng ta chưa xây dựng được một khung pháp lý đầy đủ, vẫn còn nhiều khe hở và cách thức vận dụng đa nghĩa, khiến có thể tạo điều kiện cho các ý đồ tấn công tiền tệ có cơ hội phát triển. Việc thiết lập và điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật liên quan đến quản lý thị trường tài chính sẽ là đòi hỏi cấp thiết nhằm đảm bảo vừa giảm thiểu nguy cơ tấn công tiền tệ vừa thúc đẩy hoạt động chu chuyển vốn và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực tài chính.

5. Các hàm ý và khuyến nghị chính sách

a. Khái quát về khả năng tấn công tiền tệ đối với nền kinh tế quốc gia

Tấn công tiền tệ là hình thức bán ra một lượng lớn đồng tiền của một quốc gia bởi nhà đầu tư trong và ngoài nước. Hình thức bán ở đây là bán khống hoặc sử dụng các công cụ phái sinh, hay bán giao ngay làm cho đồng tiền nước đó đứng trước nguy cơ mất giá đột ngột nếu như không có sự can thiệp kịp thời của ngân hàng trung ương (NHTW) hay sự can thiệp chưa đủ lực.

Những quốc gia dễ bị tấn công tiền tệ thường có những đặc điểm sau:

- Quốc gia đó đang duy trì một cơ chế tỷ giá cố định hoặc có dao động nhưng biên độ dao động nhỏ so với đồng tiền của một quốc gia khác (thường dùng đô la Mỹ - USD làm tham chiếu). Những quốc gia này thường có nền kinh tế nhỏ và đang phát triển nên muốn thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Khi tỷ giá duy trì theo kiểu như vậy sẽ không phản ánh đúng và đủ giá trị thực của đồng tiền. Khi nó được thả nổi sẽ gây ra một sự biến động lớn về tỷ giá. Đây là khả năng cho thấy quốc gia đó dễ bị tấn công tiền tệ bởi quốc gia khác hoặc bởi các quỹ đầu cơ tiền tệ.

- Quốc gia có nền kinh tế vĩ mô phát triển không bền vững với các dấu hiệu cảnh báo như:

+ Tăng trưởng kinh tế nóng dẫn tới lạm phát và bong bóng tài sản, đẩy tài sản vượt quá mức giá trị thật của nó (nhất là ở thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản...). Khi có một tác động mạnh và đột ngột từ bên ngoài sẽ nhanh chóng làm bong bóng nổ hoặc xì hơi, giá cả trên thị trường giảm mạnh, thậm chí có thể dẫn đến khủng hoảng.

+ Hệ thống tài chính yếu kém, thị trường vận động không hiệu quả làm cho nhiều khoản đầu tư có chất lượng kém (hay quá dư thừa) vào các tài sản có lợi nhuận không tương xứng.

+ Thâm hụt tài khoản vãng lai quá mức trong nhiều năm và không thể bù đắp, gây sức ép lên tỷ giá khi các công ty trong nước cần có ngoại tệ thanh toán các hợp đồng đến hạn (như nhu cầu USD để trả nợ được thực hiện bằng cách dùng nội tệ để mua khiến cho giá nội tệ giảm). Bên cạnh đó, các khoản nợ nước ngoài, nếu có tỷ trọng lớn các khoản nợ ngắn hạn hoặc sắp đến hạn cũng gây áp lực tương tự.

Cách thức để thực hiện một cuộc tấn công tiền tệ:

Nhà đầu cơ thực hiện vay nội tệ sau đó dung chúng để mua đồng tiền khác (ví dụ USD) và đầu tư đồng ngoại tệ đó (ví dụ gửi tiền lấy lãi). Khi họ liên tục bán nội tệ ra với

quy mô lớn, sẽ làm cho đồng tiền này giảm giá và khi tái thanh toán khoản vay cũ khi nó đến hạn họ chỉ phải bỏ ra một lượng ngoại tệ ít hơn. Phần thu lợi là phần chênh lệch giữa lượng ngoại tệ mà họ nắm giữ và phần ngoại tệ quy đổi ra nội tệ để chi trả khoản vay.

Các cuộc tấn công tiền tệ có thể sử dụng chiến lược trên kết hợp với các công cụ phái sinh như: các hợp đồng tương lai (future), các hợp đồng kỳ hạn (forward), các hợp đồng quyền chọn (option) với cùng mục tiêu là có thể mua được đồng ngoại tệ (USD) với giá rẻ hơn và tỷ giá cố định trước khi nội tệ mất giá.

Các nhân tố thị trường hậu thuẫn cho cuộc tấn công tiền tệ

(1) Số lượng các quỹ đầu cơ tham gia tấn công. Ban đầu sẽ có một vài quỹ đầu cơ đóng vai trò là người dẫn dắt cho cuộc tấn công. Tiếp đó, khi các các nhà đầu cơ tiền tệ khác sẽ thấy cơ hội sinh lợi, họ sẽ tham gia tăng thêm sức mạnh của cuộc tấn công.

Việc sử dụng các công cụ phái sinh tiền tệ có tính đòn bẩy rất cao, nó làm tăng cầu ngoại tệ lên rất nhiều lần do chỉ phải bỏ ra một khoản tiền nhỏ hơn rất nhiều để ký quỹ cho những hợp đồng có giá trị giao dịch rất lớn. Các quỹ đầu cơ khi mua số lượng lớn hợp đồng kỳ hạn ở nhiều NHTM sẽ buộc các NHTM thực hiện cân bằng vị thế để tránh rủi ro (NHTM ngay lập tức sẽ thực hiện việc bán nội tệ và mua ngoại tệ) khiến vô tình tạo thêm sức ép giảm giá nội tệ.

(2) Các công ty đa quốc gia, các công ty xuất nhập khẩu, các định chế tài chính có số vốn khổng lồ, các nhà đầu tư cá nhân tham gia đầu tư bằng cách vay vốn của NHTM hoặc sử dụng vốn tự có. Khi họ nhận thấy đồng tiền mà họ nắm giữ có nguy cơ mất giá, giá trị tài sản (gồm chứng khoán, bất động sản) cũng có nguy cơ giảm giá cho dù không muốn tham gia tấn công nhưng vô tình cũng tạo ra làn sóng bán tháo đồng tiền và tài sản để cắt lỗ. Tâm lý của nhà đầu tư khi bán tháo để thoát khỏi thị trường là mong muốn tổn thất càng ít càng tốt khi niềm tin của họ với đồng nội tệ, với NHTW không còn nữa.

(3) NHTW khi nhận thấy giá trị của nội tệ có thể bị mất giá nặng nề sẽ thực hiện các biện pháp can thiệp trực tiếp, gián tiếp để ngăn chặn cuộc tấn công này. Các biện pháp mà NHTW có thể tiến hành gồm:

(a) Bán ngoại tệ từ quỹ dự trữ ngoại hối và thu nội tệ vào. Điều này khiến cung ngoại tệ tăng và cung nội tệ giảm làm giảm áp lực lên tỷ giá. [10]

(b) Tăng lãi suất: nhằm ép chặt khả năng tham gia của các nhà đầu cơ bán khống thông qua việc tăng chi phí các khoản vay của các nhà đầu cơ.[11]

---

[10] Việc giảm quỹ dự trữ ngoại hối có thể được bù đắp bằng cách đi vay trên thị trường tài chính quốc tế; can thiệp bằng hợp đồng kỳ hạn đối ứng, theo đó NHTW là 1 khách hàng. Nếu tác động mua kỳ hạn nội tệ của NHTW ngang bằng với tác động bán kỳ hạn thì việc can thiệp bằng hợp đồng kỳ hạn có thể hấp thu việc bán nội tệ giao ngay. Do đó, không cần thiết phải can thiệp trên trị trường giao ngay cũng như can thiệp vào cơ sở tiền tệ.

[11] Nếu các nhà đầu cơ tham gia thì lợi nhuận của họ sẽ bị thu hẹp lại. Ngoài ra việc tăng lãi suất sẽ thu hút FDI khiến cung ngoại tệ tăng, kích thích làm giá nội tệ tăng. Song nếu duy trì hoạt động này trong một thời gian dài có thể sẽ ảnh hưởng đến các bộ phận khác trong nền kinh tế khi họ chịu mức lãi suất quá cao, ảnh hưởng đến chi phí sản xuất kinh doanh và đầu tư của doanh nghiệp, nhà đầu tư dùng vốn trong nước, hạn chế vay tiêu dùng.

Để giải quyết tình trạng trên, NHTW có thể xây dựng hệ thống cho vay hai lớp. Những hoạt động chu chuyển tiền tệ có liên quan đến hoạt động giao thương, đầu tư dài hạn, đầu tư vào cổ phiếu thì được tránh khỏi giới hạn về tín dụng. Cấm các định chế tài chính trung gian thực hiện các khoản cho vay đối với các hoạt động

Kịch bản của 1 cuộc tấn công tiền tệ thường được diễn ra như sau: Các quỹ Đầu tư phòng tránh rủi ro mang tính đầu cơ (còn gọi là Quỹ Đầu cơ - Hedge Fund HF), sau khi phân tích tình hình kinh tế vĩ mô của một nước, họ dự đoán được khả năng nước này sẽ phá giá nội tệ trong tương lai. Do đó, HF sẽ tiến hành ký hợp đồng mua USD và thanh toán bằng nội tệ của nước đó thông qua hợp đồng kỳ hạn (forward contract) với các NHTM trong nước[12]. Việc ký hợp đồng kỳ hạn như thế tương đương với việc bán khống nội tệ, làm tăng thêm áp lực phá giá nội tệ. Mặc dù hợp đồng mua USD có thời hạn chỉ yêu cầu trao đổi tiền tệ trong tương lai, nhưng khi lượng bán khống nội tệ với số lượng lớn sẽ khiến các NHTM tiến hành phòng ngừa rủi roc ho các hoạt động bán USD trong tương lai của mình thông qua việc thực hiện mua USD và thanh toán bằng nội tệ trên thị trường giao ngay (spot).

Ngoài việc gây áp lực phá giá lên nội tệ, các HF còn sử dụng hợp đồng forward như là một công cụ để khuếch đại sức mạnh tài chính của mình, tức là chỉ cần có vốn vài chục triệu USD, họ có thể làm cầu USD tăng lên vài trăm triệu USD thậm chí vài tỷ USD trên thị trường[13]. Nếu áp lực phá giá chưa đủ lớn, các HF sẽ tiếp tục mua forward USD, đẩy cầu USD trên thị trường tăng cao cho tới khi nào NHTW buộc phải phá giá nội tệ. Lúc đó, các HF chỉ việc thanh lý hợp đồng hiệu lực và kiếm thu nhập từ chênh lệch tỷ giá giữa spot rate (sau khi đã bị phá giá) với forward rate (đã ký trong hợp đồng với NHTM). Điểm quan trọng quyết định "thắng lợi"của các HF là phải ký các hợp đồng forward có kỳ hạn dài hơn khoảng thời gian mà NHTW có thể cầm cự không phá giá nội tệ. Nếu các hợp đồng forward hết hạn trước khi NHTW phá giá, các HF buộc phải thực thi việc mua USD với tỷ giá chưa bị phá và ký tiếp hợp đồng forward khác. Song,đây là điều rất khó khăn vì các HF thường thực hiện hợp đồng forward với giá trị trao đổi lớn hơn nhiều lần so với vốn thực của họ[14]. Nếu các HF thực hiện việc vay nội tệ từ các NHTM địa phương để thực hiện nghĩa vụ này (lãi suất cao hơn so với lãi suất nhận được từ khoản USD thu được) họ sẽ phải chịu một khoản lỗ lớn do chênh lệch lãi suất cho tới khi cuộc tấn công thành công. Còn nếu các HF đi vay USD ở nước ngoài rồi đổi ra nội tệ thì sẽ làm tăng cung USD và làm giảm áp lực lên nội tệ và từ đó làm giảm sức mạnh của cuộc tấn công.

b/ Các khuyến nghị đối với Việt Nam:

Các điều kiện cho một cuộc tấn công tiền tệ vào VND:

(1) Có sự hiện diện đủ lớn các HF có ý định tấn công vào VND.

Điều này khó xác định vì các HF không bao giờ lộ ý định kinh doanh của mình. Tuy nhiên, có thể thấy một số HF lớn chưa quan tâm tới Việt Nam.

(2) Tính thanh khoản của thị trường Việt Nam:

Khi thực hiện đầu cơ vào một thị trường, các HF sẽ quan tâm đến mức độ thanh

---

đầu cơ và nhà đầu cơ. Nếu quỹ đầu cơ thực hiện bán khống chứng khoán trên thị trường thì NHTW có thể thực hiện hành vi mua chứng khoán để tránh cho thị trường bị sụt giảm, ảnh hưởng đến khả năng bảo vệ nội tệ của NHTM.

[12] Chênh lệch giữa tỷ giá USD/nội tệ ở hiện tại (spot rate) so với tỷ giá kỳ hạn (forward rate) sẽ bằng đúng chênh lệch lãi suất giữa nội tệ và USD vào thời điểm hợp đồng được ký.

[13] Thông thường tùy vào từng thị trường, mức độ khuếch đại vốn của HFs từ 10 - 100 lần vốn của họ.

[14] Các HF thường khuếch đại vốn lên rất lớn so với khả năng vốn thực của mình.

khoản của thị trường đó. Hiện tại, tính thanh khoản của VND trong các giao dịch tiền tệ vẫn còn chưa tăng trưởng tốt. Số liệu về các hợp đồng kỳ hạn không giao dịch (Non Deliverable Forward - NDF) cho thấy thị trường này vẫn kém thanh khoản, nên khả năng các HF có kế hoạch tấn công tiền tệ vào VND là không cao.

Hình 4: Diễn biến tỷ giá forward của NDF USD/VND 2012 - 2020

(Nguồn: Investing.com)

Prev. Close	23,440	Bid	23,440	Day's Range	23,440 - 23,462.5
Open	23,447	Ask	23,460	52 wk Range	23,161.5 - 23,651
1-Year Change	1.05%				

(3) Cơ chế quản lý ngoại hối của Việt Nam (mức độ mở của tài khoản Vốn) chưa đáp ứng đủ để các HF bên ngoài mua forward với VND.

Nếu một HF nước ngoài muốn ký hợp đồng forward với một NHTM trong nước (hoặc NHTM nước ngoài) thì để USD có thể chuyển ra khỏi Việt Nam phải được phép của NHNN. Tuy nhiên, theo Nghị định 70/2014/NĐ-CP về hướng dẫn thi hành Pháp lệnh Ngoại hối 2013, Việt Nam chỉ cho phép dòng vốn đó phải được thể hiện trên tài khoản hoặc có nguồn thu ngoại tệ hợp pháp được chuyển, mang ra nước ngoài; nếu nguồn thu hợp pháp bằng đồng Việt Nam thì được mua ngoại tệ để chuyển, mang ra nước ngoài. Mặc dù, các HF có thể lách luật để chuyển tiền ra nước ngoài khi cần thiết, song đó không thể là cách chuyển chính thức để các HF sử dụng cho mục đích tấn công VNĐ.

(4) Khả năng tấn công VNĐ từ các HF nội địa

Cuộc tấn công này phụ thuộc vào khả năng mua hợp đồng forward từ các NHTM Việt Nam. Hiện các NHTM Việt Nam thực hiện bán các hợp đồng forward cho các doanh nghiệp nhằm mục đích giúp các doanh nghiệp phòng ngừa rủi ro trong kinh doanh (có nghĩa là các giao dịch phái sinh chỉ được thực thi khi có liên quan đến hoạt động kinh tế có thật. Cùng với việc quản lý chặt chẽ của NHNN đối với hoạt động kinh doanh có liên quan đến ngoại hối của các NHTM thì việc các HF thực hiện hoạt động đầu cơ thông qua mua dồn dập và với số lượng lớn hợp đồng forward mà không bị phát hiện sẽ khó khả thi.

(5) Mức độ chênh lệch giữa lãi suất VNĐ và USD.

Hiện tại lãi suất cho vay VND là khoảng 9%/năm, trong khi lãi suất huy động USD là 0%/năm, chênh lệch forward rate và spot rate là 9%. Điều này có nghĩa là một HF ký hợp đồng forward vào thời điểm này thì họ chỉ lãi nếu VNĐ bị phá giá trên 9% trước khi hợp đồng forward đáo hạn. Khoảng cách 9% khiến động cơ của các HF giảm đáng kể song không loại trừ khả năng tạo sức hấp dẫn cho các HF thực thi kế hoạch tấn công VND.

Như vậy với một nền kinh tế nhỏ, khả năng xảy ra tấn công tiền tệ chưa cao. Nhưng nếu không có biện pháp ngăn chặn và phòng ngừa kịp thời, việc VND bị tấn công tiền tệ vẫn có thể xảy ra nhất là trong bối cảnh các tranh chấp thương mại và kinh tế xảy ra ngày càng lớn giữa Hoa Kỳ - Trung Quốc, tình hình bất ổn ở Biển Đông và dịch bệnh dùng phát. Theo nhận định cá nhân của người nghiên cứu, Việt Nam cần:

- Theo dõi sát sao và có các điều chỉnh linh hoạt trước những biến động của tình hình thế giới và trong nước theo hướng đảm bảo thị trường tài chính vận động an toàn, có kiểm soát, nhằm hạn chế và ngăn chặn kịp thời các hành vi đầu cơ, thao túng giá VND.

- Kiên định với chính sách kiểm soát hoạt động ngoại hối và cho vay.

- Quản lý thị trường chứng khoán phái sinh theo hướng đưa các sản phẩm phái sinh vào thị trường nhằm tạo các công cụ tự bảo hiểm cho các doanh nghiệp có hoạt động sản xuất kinh doanh thực sự phát sinh khả năng xảy ra rủi ro trong hoạt động thanh toán với đối tác nước ngoài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS Đào Lê Minh (2017), Giáo trình Chứng khoán phái sinh và thị trường chứng khoán phái sinh - NXB Lao động
2. Google & Temasek (2019), Báo cáo eConomy SEA 2019
3. IMF (1995) Báo cáo Triển vọng kinh tế thế giới
4. James Rickards (2012), Currency war: The Making of The Next Global Crisis, Portfolio
5. SongHongbing (2017), Chiến tranh tiền tệ, NXB Trẻ
6. Tổng cục Thống kê (2019), Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội
7. We Are Social & Hootsuite (2020), Báo cáo thường niên: "Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2020"
8. Yoshikawa, Mototada (1998) Mane Haisen ("Defeat in monetary war'), Bunshun Bunko
9. https://www.worldbank.org/vi/country/vietnam/overview#1
10. https://www.hnx.vn/vi-vn/m-tin-tuc-hnx/Thi%20truong%20chung%20khoan%20phai%20sinh%20soi%20dong%20sau%202%20nam%20hoat%20dong-60005655-0.html
11. https://enternews.vn/4-thach-thuc-voi-thi-truong-tai-chinh-viet-nam-nam-2020-164688.html

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM- AUSTRALIA: THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA
MERCHANDISE EXPORT IN VIETNAM-AUSTRALIA: CURRENT SITUATION AND ISSUES

PGS.TS. Phạm Thị Tuệ
Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Australia là một thị trường tiềm năng lớn cho xuất khẩu của các quốc gia nói chung, Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, so với thời điểm năm 2008, xuất khẩu của Việt Nam sang Australia sụt giảm cả về giá trị và thị phần trong giá trị hàng nhập khẩu hàng hoá. Ngay cả khi hiệp định thương mại tự do CPTPP có hiệu lực vào đầu năm 2019, xuất khẩu sang Australia cũng không tăng mà thậm chí còn giảm. Bài viết phân tích thực trạng xuất khẩu của Việt Nam sang Australia, chỉ ra những thuận lợi và khó khăn trong xuất khẩu hàng hoá, từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường này.

Từ khoá: *xuất khẩu hàng hoá, xuất khẩu của Việt Nam sang Australia, AANZFTA*

Abstract

Australia is a great potential market for exports of countries in general, Vietnam in particular. However, compared with 2008, Vietnam's exports to Australia declined in both value and market share in the total value of goods imported by Australia. Even with the CPTPP taking effect in early 2019, exports to Australia did not increase but even decreased. The article analyzes the current situation of Vietnam's exports to Australia, pointing out the advantages and difficulties in exporting goods from Vietnam to Australia, thereby proposing some recommendations to promote Vietnam's export of goods to Australia.

Keywords: *merchandise export ,Vietnam's exports of goods to Australia, AANZFTA*

Đặt vấn đề

Australia là quốc gia với số dân không quá lớn, chỉ khoảng hơn 25 triệu nhưng có thu nhập thuộc hàng cao nhất thế giới nên là một thị trường tiềm năng cho các nhà xuất khẩu nói chung và Việt Nam nói riêng. Hiệp định thương mại tự do của ASEAN với Úc (AANZFTA) đã có hiệu lực từ 2010 và hiệp định CPTPP có hiệu lực từ cuối năm 2018, hai hiệp định này tạo tiền đề để hàng hóa xuất khẩu Việt Nam thâm nhập thị trường Australia. Tuy nhiên, thực tế sau 10 năm thực hiện AANZFTA, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này có xu hướng giảm, giá trị xuất khẩu năm 2019 gần như không tăng so với năm 2008 (thời điểm trước khi AANZFTA có hiệu lực. Thêm nữa, nếu năm 2008 Australia là nhà nhập khẩu lớn thứ 5 của Việt Nam, xuất khẩu của Việt Nam sang Australia chiếm gần 7% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới thì năm 2019, Australia chỉ

xếp hạng thứ 14 trên tổng số 15 nhà nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam, chiếm 1,3% giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Đây là điểm đáng lưu tâm, cần phân tích, nghiên cứu để tìm hiểu nguyên nhân bởi quan hệ giữa Việt Nam với Australia là quan hệ đối tác toàn diện (từ năm 2009), các hiệp định AANZFTA và CPTPP với các cam kết về lộ trình cắt giảm thuế, quy tắc xuất xứ hàng hóa, dịch vụ, đầu tư.... là điều kiện để hàng hóa Việt Nam xâm nhập thị trường Australia nhưng thực tế dường như ngược lại, càng thực hiện các FTA hàng hóa xuất khẩu của Việt nam sang Australia càng "đuối sức".

Nội dung bài viết sẽ nghiên cứu thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt nam sang thị trường Australia từ 2008 đến 2019, tìm ra những nguyên nhân và những vấn đề cần giải quyết để đẩy mạnh tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường tiềm năng này.

Phương pháp nghiên cứu của bài viết

Bài viết chủ yếu sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập từ hệ thống cơ sở dữ liệu của ITC Trademap (Thống kê thương mại phục vụ cho phát triển thương mại quốc tế). Ngoài ra nghiên cứu cũng sử dụng một số dữ liệu thứ cấp thu thập được từ Tổng cục hải quan Việt Nam, từ các báo cáo phân tích của trung tâm WTO, Việt Nam; báo cáo thương mại thương mại thế giới của tổ chức thương mại quốc tế (WTO) và báo cáo của Thương vụ Việt nam tại Australia.

Trong bài viết, nhóm tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phương pháp phân tích tổng hợp để tiến hành nghiên cứu trực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Australia, tìm ra những nguyên nhân và những vấn đề cần giải quyết để đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam sang Australia.

1. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt nam sang Australia

Ngày 27/2/2009, ASEAN và Australia, NewZeland đã ký Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN-Australia-New Zealand (AANZFTA), hiệp định bắt đầu có hiệu lực từ ngày 1/1/2010.

Hiệp định AANZFTA được xây dựng dựa trên chuẩn mực của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), là hiệp định FTA+, tức là rộng hơn cam kết về hàng hóa bao gồm những cam kết về lộ trình cắt giảm thuế, quy tắc xuất xứ, hạn ngạch, các biện pháp phi thuế... mà còn đề cập tới các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ và đầu tư, sẽ mở cửa cho các bên tham gia và không chỉ có hàng hóa, dịch vụ và vốn đầu tư được tự do di chuyển mà một số loại lao động có tay nghề cũng có cơ hội hơn qua cam kết về di chuyển thể nhân, các thỏa thuận riêng biệt trong nhiều lĩnh vực như dịch vụ tài chính, viễn thông, giải quyết tranh chấp.

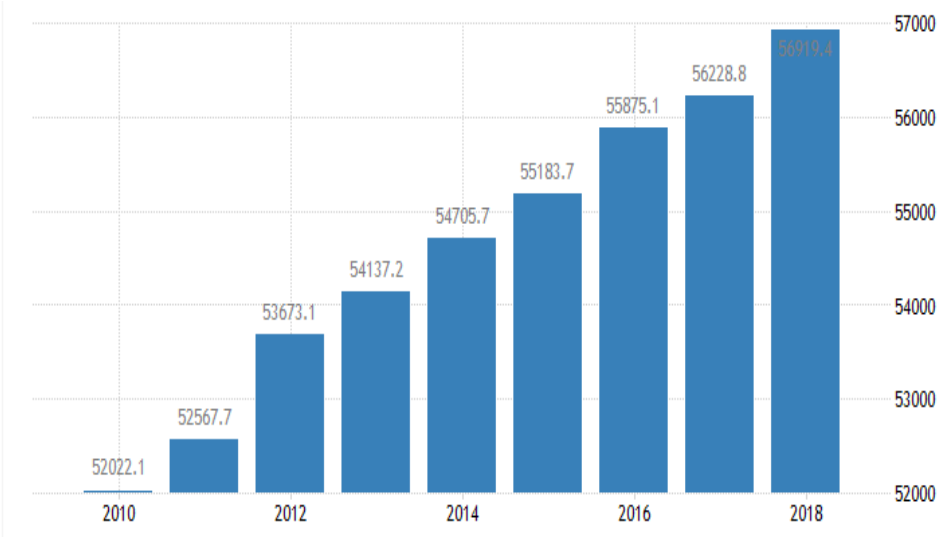
Các mục tiêu của Hiệp định AANZFTA: (i) Từng bước tự do hoá và tạo thuận lợi cho thương mại hàng hoá giữa các bên thông qua, nhưng không hạn chế xoá bỏ dần các hàng rào thuế quan và phi thuế quan trong hầu hết thương mại hàng hoá giữa các bên; (ii) Từng bước tự do hoá thương mại dịch vụ giữa các bên, với phạm vi ngành đáng kể; (iii) Tạo thuận lợi, thúc đẩy và tăng cường cơ hội đầu tư giữa các bên thông qua việc phát triển hơn nữa môi trường đầu tư thuận lợi; (iv) Thành lập một khuôn khổ hợp tác nhằm tăng cường, đa dạng hoá và đẩy mạnh quan hệ thương mại, đầu tư và kinh tế giữa các bên; (v)

Dành đối xử đặc biệt và khác biệt đối với các quốc gia thành viên ASEAN, đặc biệt là đối với các quốc gia thành viên mới, để tạo thuận lợi cho hội nhập kinh tế hiệu quả hơn nữa.

Theo Hiệp định AANZFTA, các nước thống nhất cắt giảm từ 90-100% tổng số các dòng thuế theo lộ trình từ năm 2010 đến năm 2020. Riêng đối với Việt Nam, Australia và New Zealand là thị trường xuất khẩu tiềm năng cho nhiều mặt hàng thế mạnh như nông sản, thủy sản, cà phê, hạt điều, máy vi tính, điện thoại, sản phẩm điện tử, dệt may, giày dép... đây cũng là những mặt hàng phần lớn đều được cắt giảm về 0%.

Ngày 8/3/2018, Việt Nam đã cùng 10 nước gồm Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru và Singapore chính thức ký kết Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Đến ngày 30/12/2018, Hiệp định CPTPP đã chính thức có hiệu lực đối với nhóm 6 nước đầu tiên hoàn tất thủ tục phê chuẩn Hiệp định, gồm Mexico, Nhật Bản, Singapore, New Zealand, Canada và Australia. CPTPP là Hiệp định có tiêu chuẩn cao nhất của Việt Nam từ trước đến nay cả về mức độ tự do hóa và phạm vi áp dụng. Trong đó, Australia có các cam kết mở cửa hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và lao động cao hơn đáng kể cho Việt Nam so với AANZFTA và WTO. Trong Hiệp định CPTPP, Australia cam kết một biểu thuế quan chung, áp dụng cho tất cả các thành viên CPTPP. Trong đó, cam kết xoá bỏ thuế quan đối với 93% số dòng thuế ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực. Gần như toàn bộ các dòng thuế còn lại sẽ được xóa bỏ trong vòng 3-4 năm và tập trung chủ yếu ở các sản phẩm đang có thuế suất là 5-10%. Bên cạnh đó, Australia và Việt Nam cũng đang là thành viên của đàm phán Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) - một Hiệp định lớn với tham vọng đặt ra các tiêu chuẩn cao về thương mại và đầu tư trong khu vực.

Nền kinh tế Australia là một trong 20 nền kinh tế lớn nhất thế giới với tốc độ tăng trưởng trung bình 3,6% mỗi năm, cao hơn mức 2,5% của thế giới. Tăng trưởng kinh tế của Australia khá ổn định, từ năm 1992 tới nay không có suy thoái kinh tế, luôn đạt tốc độ tăng trưởng dương, là nền kinh tế phát triển theo định hướng dịch vụ, với hơn 70% GDP đến từ các ngành công nghiệp như tài chính, giáo dục và du lịch. Mức thu nhập bình quân đầu người của Úc đứng thứ 11 thế giới (đồ thị 1). Như vậy, với việc thực thi các FTA, Việt Nam sẽ có cơ hội lớn để thúc đẩy xuất khẩu (hàng hóa, dịch vụ, lao động) và đầu tư sang thị trường Australia giàu tiềm năng.



Đồ thị 1: Thu nhập trung bình của người dân Australia qua các năm

Nguồn: Ngân hàng thế giới

Về giá trị xuất khẩu số liệu thống kê cho thấy tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Australia từ năm 2008 đến nay có nhiều biến động với giá trị xuất khẩu không ổn định, có sự trồi sụt theo thời gian.

Bảng 1: Giá trị xuất nhập khẩu của Việt nam sang thị trường Australia

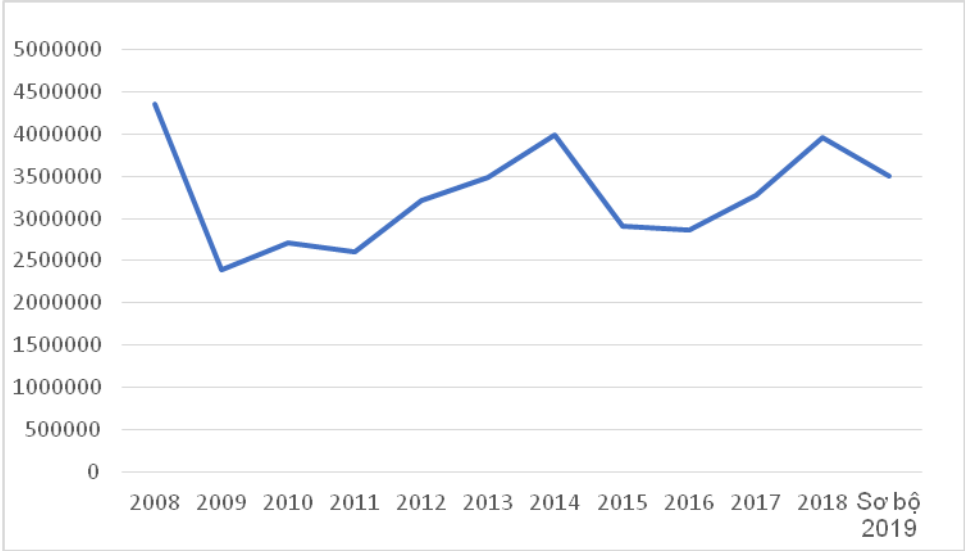
Năm	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
Giá trị xuất khẩu sang Australia (triệu đô la Mỹ)	4.351	2.386	2.704	2.602	3.209	3.488	3.988	2.906	2.865	3.271	3.964	3.429
Tăng trưởng năm sau so với năm trước (%)		-45,2	13,3	-3,80	23,3	8,70	14,3	-27,1	-1,40	14,2	21,2	-13,4
Giá trị nhập khẩu từ Australia (triệu đôla Mỹ)	1.358	1.050	1.444	2.123	1.772	1.587	2.058	2.022	2.442	3.200	3.704	4.455
Tăng trưởng năm sau so với năm trước (%)		-22,7	37,5	47,0	-16,5	-10,4	29,7	-1,75	20,8	31,0	15,8	20,3

Nguồn: ITC trademap và Tổng cục hải quan Việt nam(*)

Cuộc khủng hoảng tài chính thế giới năm 2009 đã khiến cho xuất khẩu của Việt Nam sang Australia sụt giảm gần một nửa, từ 4.351 triệu USD năm 2008 xuống chỉ còn 2.386 triệu USD năm 2009. Ngay sau đó, Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN - Australia và New Zealand có hiệu lực từ năm 2010 đã giúp khôi phục xuất khẩu của Việt

Nam sang Australia, khiến cho giá trị xuất khẩu tăng khá đều trong giai đoạn 2010-2014. Tuy nhiên, hai năm 2015 và 2016, xuất khẩu của Việt Nam sang Úc lại giảm rồi tăng trở lại lên mức 3.964 triệu đô la vào năm 2018. Đến năm 2019, xuất khẩu của Việt Nam sang Úc ước đạt gần 3,5 tỷ đô la, giảm 13,4% so với năm 2018.

Như vậy tính đến thời điểm hiện nay, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Australia thậm chí còn thấp hơn giá trị xuất khẩu đạt được vào thời điểm năm 2008.



Đồ thị 2: Giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Autralia giai đoạn 2008-2019

Nguồn: ITC trademap và Tổng cục hải quan Việt Nam

Về cơ cấu xuất khẩu: Xem xét các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt nam sang Australia từ 2008 đến 2018 có thể thấy cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của Việt nam sang Australia đã thay đổi tích cực, không còn phụ thuộc vào dầu thô; những sản phẩm mà Việt nam có lợi thế vẫn giữ vững được trên thị trường Australia như thủy sản, dệt may, giày dép, hạt điều và gần đây sự tăng lên của nhóm hàng công nghiệp chế tạo: như là sản phẩm điện tử như điện thoại, máy tính, và linh kiện điện tử.

Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt nam sang Australia 2008 và 2018

2008			**2018**		
Mã HS	**Mặt hàng**	**Giá trị (nghìn USD)**	**Mã HS**	**Mặt hàng**	**Giá trị (nghìn USD)**
2709	Dầu mỏ thô	3.480.382	*8517*	Điện thoại các loại và linh kiện	964.220
0801	Hạt điều.	67.223	*2709*	Dầu thô	570.205
0306	Động vật giáp xác tươi, hoặc đông lạnh	54,847	*8528*	Màn hình và máy chiếu, không gắn với	184.612

				thiết bị thu dùng trong truyền hình và thiết bị thu dùng trong truyền hình.	
7113	Đồ trang sức, đá quý, kim loại quý	53,671	*9403*	Đồ nội thất từ chất liệu gỗ và các bộ phận	143.691
9403	Đồ nội thất từ chất liệu gỗ và các bộ phận	53.328	*6404*	Giày, dép có mũ giày bằng vật liệu dệt.	125.346
0304	Phile cá tươi và đông lạnh	51.677	*0801*	Hạt điều.	107.555
8504	Máy biến điện, máy biến đổi điện tĩnh và cuộn cảm.	24.760	*8471*	Máy xử lý dữ liệu tự động, máy truyền dữ liệu, máy xử lý dữ liệu và linh kiện.	106.542
8443	Máy in, máy copy, máy văn phòng và linh kiện	22.073	*6403*	Giày, dép có mũ giày là da thuộc.	95.886
6403	Giày, dép có mũ giày là da thuộc.	21.145	*1605*	Tôm chế biến.	90.727
9401	Ghế ngồi bằng các chất liệu: sắt, thép, song mây...và các bộ phận của chúng	20.663	*9401*	Ghế ngồi bằng các chất liệu: sắt, thép, song mây...và các bộ phận của chúng	83.353
0901	Cà phê	17.856	*0304*	Phile cá tươi và đông lạnh	63.303
1605	Tôm chế biến.	17.079	*8443*	Máy in, máy văn phòng và linh kiện	58.956
2701	Than đá, than cốc	12.053	*7308*	Sản phẩm từ sắt thép	52.399
6404	Giày, dép có mũ giày bằng vật liệu dệt.	11.506	*4202*	Túi xách, ví, vali, ô dù	48.608
8544	Dây điện và dây cáp điện	11.373	*6204*	Quần áo nữ	36.962
4016	Sản phẩm từ cao su	10.456	*0901*	Cà phê	35.669
6402	Giày dép, dụng cụ thể thao	10.107	*6810*	Sản phẩm xi măng là vật liệu xây dựng	34.483
Tổng giá trị XK: 4.351.580			**Tổng giá trị XK: 3.964.438**		

Nguồn: ICT trade map.

Việt nam và Australia ở những trình độ phát triển khác nhau nên cơ cấu xuất khẩu cũng có những điểm khác biệt. Là nước giàu tài nguyên và địa hình rộng lớn nên Australia sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là nguyên liệu và khoáng sản bao gồm: dầu thô, than đá, khí gas dầu mỏ, quặng kim loại, tỷ trọng xuất khẩu của nhóm nàu lên tới 56,4% năm 2018. Việt nam là nước có lợi thế về nông nghiệp và lực lượng lao động dồi dào, đang tận dụng lợi thế lao động để gia công, xuất khẩu hàng hóa, sản phẩm xuất khẩu chủ lực là hàng công nghiệp chế biến (chiếm 80% tổng giá trị xuất khẩu).

Bảng 3: So sánh cơ cấu xuất khẩu của Việt nam và Australia 2018

Việt nam			**Australia**		
	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng (%)		Giá trị (triệu AUD)	Tỷ trọng (%)
Tổng kim ngạch	**243.483**		**Tổng kim ngạch**	**236.344**	
Nhóm nông sản	**26.599**	**10,92**	**Nhóm nông sản**	**48.204**	**20,4**
Thủy sản	8.795	3,61	Thịt và chế phẩm từ thịt	10.672	
Rau quả	3.810	1,56	Ngũ cốc và chế phẩm từ ngũ cốc	11.310	
Hạt điều	3.366	1,38	Len và da cừu	3.581	
Cà phê	3.538	1,45	Nông sản khác	22.640	
Gạo	2.633	1,26			
Cao su	2.092	0,86			
Nhóm nguyên liệu, khoáng sản	**4.734**	**1,94**	**Nhóm nguyên liệu, khoáng sản**	**133.347**	**56,4**
Than đá	322	0.13	Khoáng sản và quặng kim loại	70.172	
Dầu thô	2.190	0,90	Than, than cốc	34.192	
Xăng dầu các loại	2.023	0,83	Nhiên liệu khoáng sản khác	28.983	
Nhóm công nghiệp chế biến	**201.721**	**82,85**	**Nhóm công nghiệp chế biến**	**43.689**	**18,5**
Dệt may	30.489	12,52	Kim loại (trừ vàng phi tiền tệ)	9.133	
Da giày	16.238	6,67	Máy móc	9.936	
Điện thoại, linh kiện	49.077	20,16	Thiết bị vận tải	5.316	
Máy tính và linh kiện	29.321	12,04	Hàng chế tạo khác	19.304	
Máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	16.549	6,80			

Nguồn: Số liệu của Việt nam theo Tổng cục thống kê. Số liệu của Australia theo Thương vụ Việt nam tại Australia

Thêm nữa nếu xét theo mức độ chế biến chế tạo thì cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu của Australia cũng khác Việt nam: Việt nam chủ yếu xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp và sản phẩm công nghiệp sử dụng nhiều lao động, nhập khẩu máy móc thiết bị và nguyên phụ liệu phục vụ gia công. Trong khi đó Australia xuất khẩu chủ yếu khoáng sản, nhiên liệu và sản phẩm công nghiệp chế biến sâu, đồng thời họ cũng nhập khẩu trở lại nhiên liệu, nguyên liệu nhưng chủ yếu là sản phẩm công nghiệp chế biến sâu.

Bảng 4: Cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hóa của Australia 2017 (triệu AUD) 2017

Xuất khẩu	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Nhập khẩu	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Các sản phẩm thiết yếu	**221.576**	**76,0**	**Các sản phẩm thiết yếu**	**48.266**	**17,4**
- Thực phẩm thô	19.161	6,6	- Thực phẩm thô	2.264	0,8
- Thực phẩm chế biến	23.988	8,2	- Thực phẩm chế biến	15.913	5,7
- Khoáng sản	85.188	29,2	- Khoáng sản	1.343	0,5
- Nhiên liệu	84.754	29,1	- Nhiên liệu	27.027	9,7
- Các sản phẩm thiết yếu khác	8.486	2,9	- Các sản phẩm thiết yếu khác	1.719	0,6
Các sản phẩm CN chế tạo	**44.006**	**15,1**	**Các sản phẩm CN chế tạo**	**204.377**	**73,5**
- Chế tạo giản đơn	13.683	4,7	- Chế tạo giản đơn	15.589	5,6
- Chế tạo sâu	30.323	10,4	- Chế tạo sâu	188.788	67,9
Khác	**25.480**	**8,7**	**Khác**	**11.400**	**4,1**
- Vàng	18.978	6,5	- Vàng	7.240	2,6
Tổng xuất khẩu hàng hóa	**291.598**		**Tổng nhập khẩu hàng hóa**	**277.900**	

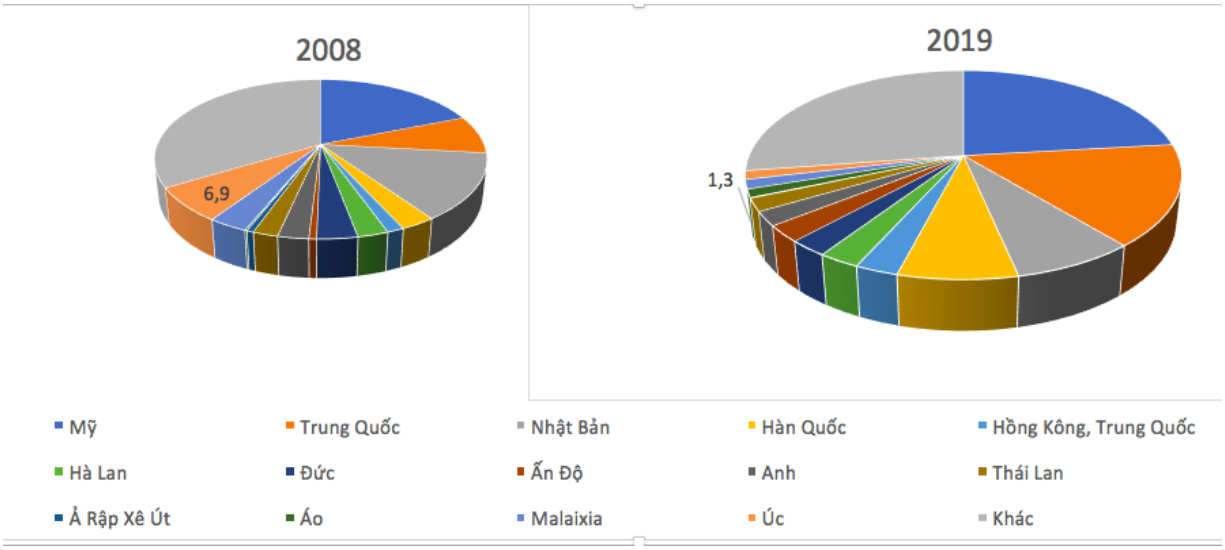
Nguồn: "Cơ cấu thương mại hàng hoá và dịch vụ của Australia"- Thương vụ Việt Nam tại Australia

Như vậy có thể thấy Australia có nhu cầu nhập khẩu lớn về các mặt hàng (đa phần là các mặt hàng sử dụng nhiều lao động) mà Việt nam có thế mạnh xuất khẩu như điện thoại, linh kiện điện tử, may mặc, da giày, đồ gỗ, hạt điều, thuỷ sản... kể từ năm 2016 xuất khẩu rau quả tăng trưởng mạnh và càng ngày càng có nhiều sản phẩm (thanh long, nhãn, xoài) chiếm lĩnh thị trường xuất khẩu Australia. Mặc dù hàng hóa xuất khẩu ngày càng đa dạng nhưng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt nam ra thế giới thì kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Australia giảm mạnh, từ 6,9% năm 2008 xuống 1,3% năm 2019, điều này làm cho thị trường xuất khẩu Australia từ vị trí thứ 4 tụt xuống vị trí thứ 15 trong các thị trường đối tác xuất khẩu của Việt nam.

Bảng 5: Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam năm 2008 và 2019

No.	Thị trường	Giá trị xuất khẩu 2008 (triệu USD)	Giá trị xuất khẩu 2019 (triệu USD)	% trên tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam 2008	% trên tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam 2019
1	Thế giới	62.685	264.190	100,0	100,0
2	Mỹ	11.902	61.346	19,0	23,2
3	Trung Quốc	4.850	41.414	7,7	15,7
4	Nhật Bản	8.467	20.412	13,5	7,7
5	Hàn Quốc	1.793	19.720	2,9	7,5
6	Hồng Kông, TQ	877	7.155	1,4	2,7
7	Hà Lan	1.577	6.880	2,5	2,6
8	Đức	2.073	6.555	3,3	2,5
9	Ấn Độ	389	6.673	0,6	2,5
10	Anh	1.581	5.758	2,5	2,2
11	Thái Lan	1.288	5.272	2,1	2,0
12	Ả Rập Xê Út	357	349	0,6	1,3
13	Áo	108	3.266	0,2	1,2
14	Malaixia	2.030	3.788	3,2	1,4
15	Úc	4.351	3.429	6,9	1,3

Nguồn: ITC trademap và Tổng cục hải quan Việt Nam



Đồ thị 3: Các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam năm 2008 và năm 2019

Nguồn: ITC trademap và Tổng cục hải quan Việt Nam

Về phía Australia, Việt Nam cũng chỉ là nước nhập khẩu đứng thứ 13 của Australia về kim ngạch với tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 2,0% tổng kim ngạch nhập

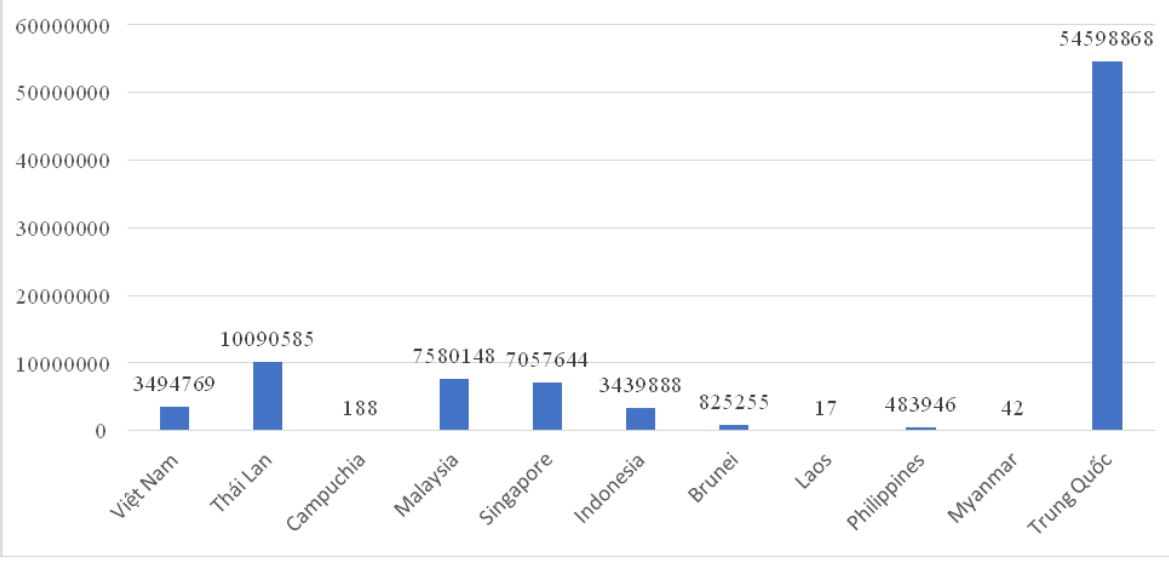
khẩu của Australia năm 2018 (ITC Trademap, 2020). Trong số 10 nước ASEAN cùng có FTA với Australia (AANZFTA) thì Việt Nam chỉ xếp thứ 4 sau Singapore, Thái Lan và Malaysia về kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Australia.

Tăng trưởng xuất khẩu của Việt nam sang Australia bình quân cả giai đoạn 2008-2019 chỉ hơn 2,3%, thấp hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng cuất khẩu của Việt nam ra thế giới (khoảng hơn 15%). Nhìn vào thực trạng xuất khẩu của Việt nam sang Australia chúng ta có thể thấy mặc dù được coi là thị trường tiềm năng và khi cả hai hiệp định thương mại có hiệu lực nhưng giá trị xuất khẩu hàng hóa của Việt nam không tăng, thậm chí Việt nam từ một nước xuất siêu sang Australia năm 2008 đến nay đã nhập siêu từ Australia. So với các nước trong khu vực, có cơ cấu xuất khẩu tương tự xuất khẩu của Việt nam cũng có vị thế khá khiêm tốn, số liệu thống kê cho thấy so với Trung Quốc, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Australia chỉ bằng khoảng 1/15 lần; so với các quốc gia ASEAN, Việt Nam chỉ đứng thứ hạng khoảng thứ 4, thứ 5 về giá trị xuất khẩu sang Australia, chỉ bằng 1/3 so với giá trị xuất khẩu của Thái Lan và bằng nửa so với giá trị xuất khẩu của Malaysia và Singapore.

Bảng 6: Giá trị xuất khẩu sang Australia của Việt Nam so với Trung Quốc và các quốc gia ASEAN 2019 (nghìn USD)

Việt Nam	Thái Lan	Campuchia	Malaysia	Singapore	Indonesia	Brunei	Laos	Philippines	Myanmar	Trung Quốc
3.494.769	10.090.585	188	7.580.148	7.057.644	3.439.888	825.255	17	483.946	42	54.598.868

Nguồn: ITC trademap



Đồ thị 4: Xuất khẩu của Việt Nam sang Australia so với Trung Quốc và các quốc gia ASEAN năm 2019

Nguồn: ITC trademap

Vấn đề đặt ra đối với thực trạng trên: Việt Nam và Australia là đối tác thương mại thông qua Hiệp định Tự do thương mại (FTA) ASEAN - Australia - New Zealand (AANZFTA) có hiệu lực từ năm 2010 và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình

Dương (CPTPP) có hiệu lực từ cuối năm 2018, nhờ các hiệp định này, phần lớn hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang Australia sẽ được hưởng mức thuế suất ưu đãi 0% và nhiều điều kiện thuận lợi khác. Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Australia hiện còn khiêm tốn, đâu là nguyên nhân của tình trạng này?

Phần tiếp theo bài viết sẽ đi tìm nguyên nhân cho điều tưởng như "nghịch lý", càng tự do thương mại, hàng rào thuế càng giảm càng làm cho xuất khẩu hàng hóa của Việt nam "đuối sức" trên thị trường Australia và đưa ra những định hướng giải pháp để xuất khẩu của Việt nam sang thị trường Australia xứng đáng với tiềm năng và kỳ vọng.

2. Nguyên nhân của thực trạng và định hướng giải pháp

Thứ nhất, về nguyên tắc khi các Hiệp định Tự do thương mại tự do có hiệu lực sẽ mở rộng thị trường xuất khẩu khi thị trường Australia giảm thuế nhập khẩu về 0% sẽ tạo ra tác động tích cực trong việc thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, trong các FTA có một chương kỹ thuật về quy tắc xuất xứ, mà các hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan thì phải đáp ứng được quy tắc này. Có một thực tế, theo thống kê của Bộ Công thương, tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan của hàng hóa xuất khẩu theo hiệp định AANZFTA không cao, cụ thể trong giai đoạn đầu thực hiện FTA này, tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan chỉ là 8.9% năm 2010 và 15.9% năm 2011; và sau 7 năm thực hiện tỷ lệ này cũng chỉ đạt 33% năm 2017.

Bảng 7: Tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan AANZFTA

Năm	2010	2011	2012-2014	2015	2016	2017	2018
Tỷ lệ (%)	8,9	15,9	-	28,1	34	33	34

Nguồn: VCCI-Tổng hợp từ số liệu của Bộ Công thương và Tổng cục Hải quan Việt nam

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan vào thị trường Australia không có sự cải thiện qua các năm, và so với các thị trường khác thì tỷ lệ này khá thấp (vì dụ năm 2018 tỷ lệ này ở thị trường Ấn Độ là 72%; tiếp theo là thị trường Chile và Hàn Quốc với tỷ lệ lần lượt là 67% và 60%.

Thứ hai là khả năng vượt rào cản phi thuế quan của hàng hóa Việt nam vào thị trường Australia

Bên cạnh các cam kết về cắt giảm thuế quan, các FTA cũng bao gồm một số các cam kết về hàng rào phi thuế quan như các yêu cầu về SPS, TBT, các biện pháp phòng vệ thương mại. Đặc biệt, Australia là một trong số những nước có "truyền thống" áp dụng thường xuyên và khắt khe các biện pháp phi thuế, đặc biệt SPS đối với hàng hóa nhập khẩu. Có thể nói để xuất khẩu vào thị trường Australia thì thuế quan không phải là trở ngại mà trở ngại chính là các rào cản phi thuế quan.

Theo số liệu WITS của Ngân hàng Thế Giới điều tra mức độ sử dụng các biện pháp phi thuế quan (NTM) của 75 quốc gia thì Australia có tỷ lệ tần suất sử dụng các biện pháp NTM là 61.80%, cao hơn nhiều so với tỷ lệ trung bình 43.04% của 75 nước được điều tra; tỷ lệ bao phủ NTM là 77,52 cao hơn so với tỷ lệ trung bình 71,98% của 75 nước được điều tra. Các lĩnh vực có tỷ lệ bao phủ NTM và tỷ lệ tần suất NTM cao nhất được thể hiện ở bảng 8

Bảng 8: Lĩnh vực nhập khẩu vào Australia bị áp dụng NTM cao nhất

Lĩnh vực	Tỷ lệ bao phủ NTM (%)	Tỷ lệ tần suất NTM (%)
Động vật	99,89	95,72
Dệt may	99,78	99,09
Thực vật	99,23	93,37
Nhiên liệu	97,88	50,00
Thực phẩm	96,65	93,66
Phương tiện giao thông	96,44	89,06
Giày dép	91,31	68,09
Máy móc và thiết bị điện tử	91,04	84,01
Hóa chất	80,78	42,26
Tất cả sản phẩm nhập khẩu	**77,52**	**61,08**

Nguồn: WITS, Ngân hàng Thế giới, truy cập tháng 3/2020

Ghi chú: *1/Chỉ số tỷ lệ tần suất xuất hiện NTM (NTM Frequency Ratio) là tỷ lệ phần trăm số lượng sản phẩm bị áp đặt bởi một hoặc nhiều biện pháp phòng vệ thương mại.*

2/ Chỉ số tỷ lệ bao phủ NTM (NTM Coverage Ratio) là tỷ trọng thương mại của một nhóm sản phẩm áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại, được tính bằng tỷ lệ giữa tổng giá trị nhập khẩu của nhóm sản phẩm giao dịch bị ảnh hưởng bởi các biện pháp phòng vệ thương mại và tổng giá trị nhập khẩu của tất cả các sản phẩm .

Ngoài ra Australia cũng duy trì nhiều quy định về các biện pháp kỹ thuật như các yêu cầu về dán nhãn sản phẩm, quy cách tiêu chuẩn sản phẩm... khá khắt khe gây nhiều khó khăn cho các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam khi tiếp cận thị trường này. Nhiều lô hàng xuất khẩu của Việt Nam xuất khẩu sang Australia đã bị từ chối trả về do không đáp ứng được một trong các quy định trên, đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp như rau củ quả. Hàng tháng Bộ Nông nghiệp Australia thực hiện kiểm soát và xác định những lô hàng thực phẩm có nguy cơ cao hoặc trung bình cho sức khỏe cộng đồng, dựa trên (1) kiểm tra vi sinh và chất gây dị ứng, (2) kiểm tra hoá chất, chất gây ô nhiễm và độc tố toxin. Nếu vi phạm những lô hàng này sẽ không được phép bán tại Australia, đồng thời nhà nhập khẩu phải hủy hoặc tái xuất về nước xuất xứ dưới sự giám sát của các cơ quan chức năng .

Bảng 9: Thống kê số lượng hàng hóa NK vi phạm tiêu chuẩn

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	1/2020
Số ca vi phạm	32	24	12	39	31	16	6

Nguồn: Thương vụ Việt nam tại Australia

Như vậy có thể thấy Australia là một thị trường khó tính với nhiều quy định nhập khẩu nghiêm ngặt khiến hàng hóa của Việt Nam dù có ưu đãi thuế quan cũng khó có thể tiếp cận được. Việc nước này áp dụng các biện pháp vệ sinh dịch tễ và nhiều rào cản kỹ thuật ở mức cao nên đây là khó khăn lớn nhất của hàng hoá xuất khẩu từ Việt Nam, đặc biệt đối với sản phẩm nông nghiệp.

Thứ ba, áp lực cạnh tranh từ các đối tác khác của Australia

Là một đối tác FTA của Australia (theo AANZFTA và CPTPP), hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và lao động của Việt Nam có lợi thế so với các đối tác không có FTA khác của Australia khi tiếp cận thị trường này, tuy nhiên, Việt Nam không phải là đối tác FTA duy nhất của Australia. Hiện tại quốc gia này có tới 11 FTA đã có hiệu lực với 20 đối tác, và 9 FTA khác đang đàm phán hoặc chưa có hiệu lực với 14 đối tác mới.

Đáng chú ý là trong số các đối tác FTA hiện tại của Australia có những đối tác có cơ cấu sản phẩm xuất khẩu tương đồng cao với hàng hoá xuất khẩu của Việt nam như Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Trung Quốc nên đây sẽ là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam... Hơn nữa, đa số các nước này có năng lực cạnh tranh cao hơn Việt Nam. Theo Xếp hạng Năng lực Cạnh Tranh Toàn cầu của Diễn đàn Kinh tế Thế giới năm 2019, năng lực cạnh tranh của Việt Nam đạt 61,5 điểm xếp thứ 67/141 trong khi Singapore thứ nhất (84,8 điểm), tiếp theo là Ma-lai-xi-a (74,6 điểm, xếp thứ 27), Thái Lan (68,1 điểm, xếp thứ 40), In-đô-nê-xi-a (64,6 điểm, xếp thứ 50).

Từ những phân tích trên có thể thấy để gia tăng xuất khẩu hàng hóa của Việt nam sang thị trường Australia cần những giải pháp lớn sau:

Thứ nhất, định hướng ***đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu,*** hướng tới phát triển những sản phẩm xuất khẩu mà thị trường Australia có nhu cầu nhập khẩu cao, là nhóm hàng thủy sản, rau quả. Lý do là cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu của hai nước không thật sự bổ sung cho nhau, những hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt nam hiện nay (như nông sản, dệt may) thì không phải là những hàng hóa mà Australia có nhu cầu nhập khẩu cao. Tuy nhiên do sự khác biệt của ngành nông nghiệp nên những sản phẩm nông nghiệp nhiệt đới và thủy sản (là những sản phẩm có lợi thế của Việt nam) có cơ hội xâm nhập thị trường này.

Nhóm hàng thủy sản: Do nhu cầu tiêu thụ thủy sản nói chung đã vượt xa khả năng sản xuất, hàng năm, Úc nhập khẩu hơn 200.000 tấn thủy sản, trị giá khoảng 1 tỷ USD, khoảng 70% lượng thủy sản cho tiêu thụ nội địa, trong đó Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ ba sau New Zealand và Trung Quốc, chiếm 20% thị phần.

Các mặt hàng thủy sản chủ yếu được Australia nhập khẩu gồm các loại như: Cá hộp (28%), phi lê cá (21,1%), tôm (13,6%), mực - bạch tuộc (8,7%), các loại khác (7,3%) từ các nguồn nhập khẩu chính là: New Zealand (cá), Trung Quốc (tôm, mực), Thái Lan (cá ngừ), Việt Nam (cá basa, cá chẽm, tôm).

Kim ngạch nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam của Úc những năm qua tăng rất ấn tượng, từ 15 triệu USD năm 2011 lên 225 triệu USD trong năm 2014 (tăng 15 lần), năm 2016 tăng lên 186,4 triệu USD, năm 2017 do ảnh hưởng của dịch đốm trắng ở tôm nhưng vẫn đạt 185,06 triệu USD, đến năm 2018 giá trị tăng lên 197,5 triệu USD.

Trong số các mặt hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam thì tôm là mặt hàng được tiêu thụ nhiều nhất tại Australia với lượng tiêu thụ hàng năm lên tới 50-60 nghìn tấn. Trong nhiều năm qua, Việt Nam vẫn duy trì là nguồn cung tôm lớn nhất của Australia, chiếm 42% tổng giá trị nhập khẩu tôm của Australia hơn cả Trung Quốc (23%) và Thái Lan (22%). Australia là thị trường nhập khẩu tôm đứng thứ 7 của Việt Nam, chiếm 3,8% tổng giá trị xuất khẩu tôm Việt Nam đi các thị trường.

Như vậy đối với thủy sản, thị trường Australia có nhu cầu lớn đồng thời đây cũng là mặt hàng mà Việt nam có lợi thế, đây là cơ hội để sản phẩm xuất khẩu chiếm lĩnh thị trường này, tuy nhiên thực tế là hiện nay Australia đặt ra rất nhiều các qui định nghiêm ngặt về vệ sinh an toàn thực phẩm và an toàn sinh học. Điều này đòi hỏi ngành thủy sản cần phải hướng đến một nền sản xuất sạch hơn, chất lượng sản phẩm luôn phải đặt lên hàng đầu theo hướng hình thành chuỗi liên kết trong nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu, đảm bảo sản phẩm xuất khẩu là kết quả của chuỗi sản xuất khép kín, tuân thủ quy trình kỹ thuật, tiêu chuẩn môi trường để có thể vượt rào cản kỹ thuật và cạnh tranh trên thị trường.

Nhóm hàng rau quả:

Australia là một trong số 20 quốc gia có nền kinh tế phát triển nhất thế giới mặc dù dân số chỉ 25 triệu người, nhưng người dân nước này rất ưa chuộng tiêu dùng trái cây tươi. Đây cũng là một đất nước đa văn hóa, với cơ cấu dân cư đa dạng, trong đó có khoảng 300.000 kiều bào Việt Nam sinh sống, chưa kể số lượng du học sinh Việt nam học tập tại Australia ngày càng tăng. Về khí hậu, Việt Nam và Australia nằm ở hai nửa bán cầu khác nhau nên vụ mùa thu hoạch thường trái ngược, là cơ hội để nông sản hai nước có thể xuất khẩu sang thị trường của nhau.

Rau quả là mặt hàng có mức tăng trưởng xuất khẩu ấn tượng nhất của ngành nông nghiệp Việt nam, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011 - 2018 đạt 26,5%. Có những thời điểm, rau quả có mức tăng trưởng ngang bằng, thậm chí vượt qua cả cà phê, bỏ xa các mặt hàng chủ lực khác như gạo, tiêu, điều,... Năm 2018, kim ngạch xuất khẩu rau quả đã đạt 3,8 tỷ USD với thị trường tiêu thụ rộng khắp 60 quốc gia, vùng lãnh thổ.

Hàng năm, Australia nhập khoảng 1,7 - 2 tỷ USD rau củ quả, sau 12 năm đàm phán, ngày 17/4/2015, Australia đã cấp giấp phép nhập trái vải của Việt Nam, trái cây tươi đầu tiên được xuất khẩu sang Australia. Tiếp theo, tháng 8/2016, Australia cấp phép nhập trái xoài Việt Nam và ngày 24/8/2017 cấp phép cho trái thanh long, tháng 9/2019 lần đầu tiên trái nhãn đã có mặt trên thị trường Australia. Các sản phẩm hoa quả nhiệt đới của Việt nam xâm nhập thị trường Australia ngày càng nhiều được coi là một hướng đi đúng để tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt nam sang thị trường này bởi vì việc hướng tới các thị trường ngách, chưa có nhiều đối thủ cạnh tranh, sẽ giúp các sản phẩm xuất khẩu giảm áp lực cạnh tranh, tiếp cận với thị trường.

Thứ hai, cần **phát triển ngành công nghiệp phụ trợ** để đáp ứng yêu cầu quy tắc xuất xứ

Theo Bộ Công Thương, hiện tại nguồn cung nguyên liệu nội địa mới chỉ đáp ứng được khoảng 10% nhu cầu sản xuất của các doanh nghiệp. Trong đó, các sản phẩm phụ trợ chủ yếu là linh kiện và vật liệu đơn giản, có giá trị nhỏ trong cơ cấu giá trị sản phẩm. Các doanh nghiệp Việt Nam hầu như chưa sản xuất được các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ có giá trị công nghệ cao. Hiện tại Việt Nam có khoảng 1,800 doanh nghiệp sản xuất phụ tùng, linh kiện nhưng chỉ có khoảng 300 doanh nghiệp tham gia được vào mạng lưới cung ứng cho các tập đoàn đa quốc gia. Do vậy, hàng năm Việt Nam vẫn phải nhập khẩu một lượng lớn nguyên liệu từ nước ngoài. Việc phụ thuộc chủ yếu vào nguyên phụ liệu nhập khẩu không những làm cho giá trị gia tăng của các ngành công nghiệp chế biến chế tạo của Việt Nam rất thấp, mà còn làm cho các doanh nghiệp khó đáp ứng được các yêu cầu về xuất xứ của các FTA .

Nhà nước cần có chính sách đầu tư nhằm phát triển công nghiệp hỗ trợ để phục vụ cho nhu cầu trong nước, giảm nhập khẩu đầu vào trung gian, tăng hàm lượng nội địa và đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ của các FTA giữa Việt Nam-Australia và CPTPP. Như đã phân tích ở trên, mặc dù nhiều sản phẩm chủ lực của Việt Nam không phải là sản phẩm mà Australia có nhu cầu nhập khẩu cao nhưng hiện tại các sản phẩm này có giá trị xuất khẩu khá lớn và còn nhiều dư địa để xuất khẩu sang Australia. Vậy nên trong thời gian tới nếu ngành công nghiệp phụ trợ của chúng ta phát triển hơn thì nhiều sản phẩm xuất khẩu của Việt nam sẽ tận dụng được các ưu đãi về thuế quan, từ đó gia tăng sức cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu.

Thứ ba, **xây dựng mô hình sản xuất theo chuỗi giá trị,** xây dựng thương hiệu cho sản phẩm

Thị trường Australia là một trong các thị trường khó tính bậc nhất trên thế giới, thực thi các rào cản bảo hộ thương mại hết sức khắt khe. Do vậy để có thể thâm nhập vào thị trường này đòi hỏi các doanh nghiệp phải tìm hiểu kỹ về các tiêu chuẩn quy định đối với hàng hoá nhập khẩu, đặc biệt, các doanh nghiệp cần luôn ý thức việc nâng cao chất lượng sản phẩm của mình. Để nâng cao chất lượng cho sản phẩm xuất khẩu cũng như xây dựng thương hiệu cho sản phẩm thì việc liên kết các doanh nghiệp và sản xuất theo mô hình chuỗi giá trị là hết sức cần thiết. Khi sản xuất theo mô hình chuỗi giá trị, doanh nghiệp sẽ kiểm soát chất lượng và độ an toàn của sản phẩm tốt hơn, từ đó đáp ứng được các yêu cầu của thị trường xuất khẩu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương, Hiệp định ASEAN - Australia/New Zealand (AANZFTA), http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/2571-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-asean---australianew-zealand-aanzfta
2. Bộ Công thương (2019), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt nam 2018, Nhà xuất bản Công thương
3. ICT trademap https://www.trademap.org/Index.aspx
4. Trung tâm WTO, Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam (2019), *"Cơ hội thị trường Australia cho Việt Nam từ CPTPP và các FTA liên quan"***,** Báo cáo nghiên cứu.
5. Thương vụ Việt nam tại Australia, Cơ cấu thương mại dịch vụ của Australia truy cập tại http://vietnamtradeoffice.net/

INFLUENTIAL FACTORS TO THE MANAGEMENT CAPACITY OF VIETNAMESE SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES TO OVERCOME TECHNICAL TRADE BARRIERS IN AGRICULTURAL EXPORT

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN TRỊ CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM NHẰM VƯỢT QUA HÀNG RÀO TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN

Le Tien Dat, PhD

Vu Thi Thuy Linh, MA

Thuongmai University

Abstract

Small and medium sized enterprises (SMEs) play an important role in the growth, and have been considered as an import factor in the economic development strategies of Vietnam. When developing countries are more involved in the global supply chain of agricultural products, the role of Vietnamese agricultural export SMEs is increasingly crucial. However, the internationalization of Vietnamese agricultural exports SMEs is still unsustainable, mainly due to the limited resources, especially human resources. The shortage of labors and manager with efficient management capacity makes Vietnamese SMEs difficult to overcomes challenges, particularly those from trade barriers. To improve management capacity in particular, export performance in general, the consideration of influential factors is very necessary. The appropriate solutions and effective strategies cannot be developed without the consideration of such influential factors - that are factors from macro-environment, industry environment and internal factors. In this study, by using a qualitative approach, the researcher conducted interviews with 124 managers from Vietnamese agricultural export SMEs to investigate their perception with regard to influential factors to their export activities and management capacity improvement. These SMES are various in export markets, come from various cities in Vietnam and export different agricultural products. Based on the outcomes of the study, policies makers and SMEs may develop suitable programs to enhance management capacity as well as export performance for Vietnamese agricultural export SMEs to overcome trade barriers.

Keywords: *SMEs, agricultural exports, influential factors, trade barriers*

Tóm tắt

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNNVV) đóng vai trò quan trọng trong sự tăng trưởng và được coi là thành phần cốt lõi trong chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam. Trong bối cảnh các quốc gia đang phát triển tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu về sản phẩm nông nghiệp ngày càng sâu và rộng, vai trò của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản (DN XKNS) Việt Nam lại càng được khẳng định. Tuy nhiên, thực tế cho thấy quá trình quốc tế hóa của các DNNVV xuất khẩu nông sản Việt Nam còn chưa bền vững, một phần nhiều là do nguồn lực hạn chế, đặc biệt là nguồn nhân lực. Sự thiếu hụt về đội ngũ nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhà quản trị (NQT) có năng lực (NL) làm các DNNVV Việt Nam

gặp khó khăn trọng việc vượt qua các rào cản tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế. Để có thể nâng cao hiệu quả XK nói chung, nâng cao NLQT nói riêng, việc tính tới các nhân tố ảnh hưởng là cần thiết. Không thể đưa ra được các giải pháp và chiến lược phù hợp nếu không tính tới các nhân tố ảnh hưởng - ở đây bao gồm cả các nhân tố thuộc môi trường vĩ mô, các yếu tố thuộc môi trường ngành và các yếu tố bên trong DN. Trong nghiên cứu này, bằng việc sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, nhà nghiên cứu tiến hành phỏng vấn trực tiếp với 124 NQT DNNVV XK NS Việt Nam về các nhân tố ảnh hưởng tới nâng cao NL XK nói chung và NLQT nói riêng. Các DNNVV này có sự đa dạng về thị trường XK, đến từ các tỉnh, thành phố khác nhau và XK các sản phẩm đa dạng khác nhau. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bản thân các NQT DNNV và các nhà hoạch định chính sách có thể đưa ra được các chương trình phù hợp nhằm nâng cao NLQT và hiệu quả XK cho DNNVV XK NS Việt Nam vượt qua các hàng rào kỹ thuật thương mại.

Từ khóa: *Doanh nghiệp nhỏ và vừa, xuất khẩu nông sản, các nhân tố ảnh hưởng, hàng rào thương mại*

1. Introduction

According to General Statistics Office of Vietnam (2017), Vietnamese SMEs accounted for a great number (98.1%) of all types of enterprises. SMEs are considered by the government as an important component in the socio-economic development strategies. However, most of Vietnamese SMEs still face difficulties in their development process, especially in the economic integration. These challenges may be due to the limitations in scale, the shortage of capital and difficulties in accessing capital, backward technology, inefficient corporate governance, lack of qualified human resources. Especially, SMEs which want to expand their exports to international markets may face much more difficulties related to trade barriers.

The report of the Ministers Meeting on SMEs in 2018 (OECD, 2018, p. 20) organized by OECD shows that changes in business behaviors may have an impact on growth and innovation of enterprises (OECD, 2010). The growth of entrepreneurship and business requires a range of skills related to various fields such as trade (e.g. marketing and services), project management. (e.g. logistics, event management), finance (e.g. capital and cash management) and strategies (e.g. internal leadership development), which is especially difficult for SMEs. To promote growth, SMEs are required to overcome challenges in developing businesses while attracting and retaining qualified human resources, particularly upgrading management capacity (OECD, 2013).

This paper is derived from a great project focusing on support for Vietnamese export agricultural SMEs to improve management capacity, with the aim of exporting more effectively, overcoming technical barriers in foreign markets. With such support, Vietnamese SMEs may take appropriate steps to develop and improve labor productivity, upgrade product value, and enhance export competitiveness. To carry out synchronously and effectively activities to improve export capacity and competitiveness of SMEs, it is necessary to study influential factors. In other words, support programs given should be placed in the consideration of influencing factors. Factors affecting the improvement of management

capacity of Vietnamese SMEs to overcome trade barriers in agricultural product export may include: Macro-environment factors, industry environment factors and internal factors.

2. Literature Review

2.1. Agricultural export SMEs and trade barriers imposed on SMEs in agricultural product exports

Agricultural export SMEs

Although most of successful exporters are large-scale enterprises, the involvement of SMEs in agricultural export has recently become more intensive. Especially, when developing countries are more involved in the global supply chain of agricultural products, the role of agricultural SMEs is increasingly important.

The 2016 Global Trade Report (WTO, 2016) shows some of the characteristics of agricultural exports of SMEs as follows: (1) The proportion of SME participation in agricultural exports is still low compared to that of large enterprises; (2) SMEs participate in exporting agricultural products indirectly rather than directly; (3) Thanks to revolutionary advances in information technology and e-commerce, the potential of SMEs to participate in exports (especially direct exports) is increasing; (4) The potential of SMEs in the era of technological revolution makes governments more and more interested in promoting the participation of this sector in exporting agricultural products.

According to the research of Hataba & Hess (2013, p.80), difficulties faced by SMEs in developing countries may include: fierce competition in international markets; financial and macroeconomic constraints; barriers related to administrative procedures and standards set by export countries; lack of human resources; and poor infrastructure.

Although the agricultural export of SMEs is on the rise, the internationalization of SMEs in agricultural product import and export is still unsustainable in the global supply chain. There are several studies identifying the underlying causes for these limitations. As such, a major reason is that SMEs have limited financial and human resources (WTO, 2016), which makes SMEs face many difficulties in competition. In addition, SMEs in developing countries also cope with problems from business cultural differences and risks stemming from international agricultural markets fluctuation. In particular, according to the study of Neupert et al. (2006) challenges faced by SMEs in developing countries are often related to technical barriers concerning product quality and logistics management. Technical barriers when exporting agricultural products to demanding markets such as the EU, USA, Japan, Australia are great challenges for Vietnamese SMEs.

Trade barriers imposed on SMEs in agricultural product exports

According to Hataba & Hess (2013), there have been a number of studies on export barriers faced by enterprises in different sectors (see Haahti et al. 2005, Sousa et al. 2008). However, there are few empirical studies focusing on export barriers faced by enterprises in developing countries (Tesform and Lutz 2006, Al-Hazaimeh et al. 2011). Moreover, most of these studies focus on non-agricultural exporters, while the attention paid to exporters of agricultural commodities is insignificant (Kazem and Heijden 2006).

The study on export activities of tropical agricultural products such as bananas, pineapple, watermelon, coffee to three developing countries including Ecuador, Costa Rica, Kenya, show that most of manufacturers and exporters had to deal with trade barriers related to the Agreement on Technical Barriers to Trade (TBT) and Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS). The study also emphasizes that the number of requirements from those measures, combined with specific requirements of trading countries, is increasing. Continual changes in the allowable level of chemical residues in products, as well as permitted agrochemicals, are significant barriers to agricultural exports. In addition, SMEs have a lot of difficulties rather than large firms when facing strict trade barriers from developed markets. This requires SMEs to constantly update information, apply technology in production and export, as well as cooperate with other SMEs to form a larger-scale business such as cooperatives. Despite recent trade liberalization, tariffs remain a significant barrier to export (Disdier, Fekadu, Murillo, & Wong, 2008, p. 96).

The statistical analysis also indicates that there are differences in the requirements of SPS and TBT among trading countries. Almost developed countries included in the research sample (EU, Canada, USA, Japan, Australia and Switzerland) did not use the same SPS and TBT measures. These differences created more difficulties for export SMEs from developing countries (Disdier, Fekadu, Murillo, & Wong, 2008).

The impact of SPS measures can be grouped into three categories: (1) Trading countries may prohibit transactions by imposing import bans or by increasing production and marketing costs; (2) Trading countries may divert transactions from one trading partner to another by setting conditions that discriminate against certain sources of supply; (3) Trading countries can reduce overall transactions by increasing costs or increasing barriers for all potential suppliers. These issues have a great impact on the export SMEs from developing countries (Henson & Loader, 2001, p. 89).

The Integrated Trade Intelligence Portal (I-TIP) also contains a detailed description of trade policy measures, including tariffs and non-tariff measures. Non-tariff measures include: TBT, SPS, trade measures, special agricultural protection measures, quantitative restrictions and state-owned enterprises. The majority of measures taken by APEC and EU economies are SPS and TBT. Of the measures taken by EU countries for exports of agriculture, food, and handicrafts, nearly 75% of the total SPS measures are for agricultural imports. TBT technical barriers account for 12.81% of the total barriers. SPS and TBT together account for nearly 88% of the total barriers. Tariff quotas rank third with 6.45% followed by special agricultural protection measures. APEC (2014) shows that anti-dumping, SPS and TBT are main measures affecting the APEC economies. Agricultural export is one of the most affected sector (APEC, 2016, p. 20).

2.2. Influential factors to the management capacity improvement of SMEs to overcome trade barriers in agricultural exports

2.2.1. Macro-environment factors

Factors related to economic, cultural, social, and natural environment

The international and domestic economic environment has a great influence on

management capacity of SMEs to overcome technical barriers. When the economy is open, this creates favorable conditions for trading activities, both export-import activities of SMEs and such SMEs find easier to attract qualified human resources. Also, these SME managers have more chances to learn from international businesses, and thereby, the management capacity may be significantly improved. In addition, an open economy also requires SMEs' innovation in production and capacity improvement to compete with domestic and foreign enterprises. These factors directly affect SMEs, forcing SME managers to constantly improve the business management capacity.

The cultural and social environment covers social attitudes and cultural values. The education system, economic and social environment also affect the development of management capacity of SMEs. Cultural factors of the region also affect the formation of SME management capacity (Thao, 2016). The cultural and social characteristics such as different value scales, gender and social class in each country and region also significantly affect human resources management.

The natural environment may include factors such as geographic location, climate, natural resources, land, rivers and lakes. For SMEs operating in the agricultural sector in general, in farming and processing agricultural products in particular, natural conditions have a direct impact on the quality of their inputs and outputs. If the natural environment is suitable and favorable, agricultural enterprises get better conditions to reach required output quality. Conversely, if the natural environment is not favorable, it may significantly affect the production of these SMEs. Agricultural sector is seen as the field that is extremely affected by natural environment, which requires the effective management capacity of SMEs, particularly when they "go global".

Institutional and supporting policies for SMEs

The system of state governance policies from central to local levels may relate to support programs on developing businesses and entrepreneurs. Understanding and mastering the state's laws and policies related to the business fields is imperative for SMEs to take appropriate actions and comply with the laws (Huong, 2017).

SMEs play an important role in the country's economic development, so it is necessary to provide this sector with state's supports through governance policies. When SMEs want to send their products to foreign markets, meeting the increasingly technical standards, they are required to have adequate management capacity. Therefore, with appropriate support policies, SMEs may have more opportunities and conditions to enhance management capacity, develop business activities to reach international markets.

Regulations related to international technical standards for agricultural export

Understanding rules related to international technical standards, policies set by trading countries and supports from the Vietnamese government is necessary for export SMEs. Mastering these regulations, SMEs may equip themselves with enough knowledge and skills needed to deal with requirements of the international market in general, specific requirements of each trading country in particular. Therefore, it can contribute to increasing the value of products to meet the requirements of trading countries, improving

export volume and enhancing competitiveness of SMEs in international markets.

Policies of trading countries

Trading countries may create policies to protect their agricultural production, improving the competitiveness of their agricultural products and stabilize their markets. However, this could be a challenge for SMEs exporting to these markets. Therefore, SMEs should understand clearly rules and policies of trading countries to take appropriate measures to cope with requirements set by such markets, especially strict regulations related to international technical standards. Many countries develop measures in order to apply standards in areas such as quality, hygiene, safety, labor, environment, origin or to impose high import and export taxes on certain imported goods to protect the country's manufacturing and services.

It can be said that the policies of trading countries may greatly affect SMEs' exports, forcing SMEs to make appropriate preparations to meet the requirements of these export markets. This requires SMEs to improve management capacity to develop properly, not being eliminated from the markets, taking advantages of opportunities from international markets.

Support policies and measures of trading countries

Vietnamese SMEs are facing a lot of obstacles in export due to a number of reasons such as small scale, lack of linkage with other enterprises in the same industries, outdated production technology, and limited management capacity. In addition, the competitiveness of key agricultural products is still poor. They lack brands in the international markets, mainly export raw products, and thus, the added value of Vietnamese export agricultural products is insignificant. International technical barriers are major difficulties for Vietnamese SMEs, The percentage of Vietnam's export goods meeting international technical standards makes up only about 5% (Giang, 2017). Therefore, policies and measures to support export SMEs are extremely necessary. These policies may include:

- Develop legal documents and regulations related to the application of TBT and SPS for agricultural products to protect domestic agricultural production.

- Develop national standards and regulations, in accordance with regulations of regional and international export markets. By doing so, manufacturing SMEs will not be unfamiliar with regulations or technical barriers when exporting agricultural products to foreign markets.

- Adjust support policies, attract investment in the agricultural sector, improve product quality to satisfy technical standards. Meanwhile, enhance brands of Vietnam's agriculture in international markets; develop trade promotion activities; provide updated information for key SMEs and cooperatives in agricultural field.

- Give priority to financial investment for research and technology transfer in order to apply new technologies and "green" technologies to production. Strengthen cooperation with countries in the region and the world to study and update advanced science and technology measures in production, disease prevention, preservation and agricultural production process. The government also needs to improve technical and management

capacity as well as socialization of vocational training to facilitate farmers to access to new technologies applied in production activities (Trung, 2016).

- Continue to innovate and develop effective production methods, build concentrated raw material production areas; promote linkage of cooperatives.

- Continue to negotiate with trading countries to remove trade barriers for Vietnamese agricultural products.

This important factor has a direct impact on the export performance in general and on the management capacity improvment of SMEs in particular. Having support from state policies is a favorable condition for Vietnamese SMEs to improve production capacity, improve employee and management capacity. These supports also help SMEs understand export requirements and rules of trading countries, thereby strengthening brands for Vietnamese agricultural export SMEs.

2.2.2. Industry environment Factors

Association connection

Associations have an important impact on the development of SMEs. With limited business size, limited resources and capacity, joining the associations may promote the development of SMEs, creating a cooperative link between SMEs. The association of SMEs from the central to local levels may help SMEs share knowledge and experience through organizing workshops, consulting and training activities and trading promotion, which may management capacity of SMEs (Thao, 2016). Some of supports provided by associations can be listed as: training activities to improve the level of specialized technology and production techniques; support for brand development and market expansion; consultants on standards, technical regulations, measurement and quality; support for the implementation of procedures for trial production, testing, inspection and certification of product quality...

Competition level

In the economic integration, the increasingly fierce competition in both domestic and international markets requires SMEs to constantly make efforts to meet new arising requirements. To survive, SMEs need to develop sustainably. Competition requires SMEs to innovate management, enhance management capacity, improve production processes, apply scientific and technological achievements, innovate and diversify products.

2.2.3. Internal factors

Management

Management is one of the main factors determining the success of SMEs, especially in their strategy development and implementation. In order to achieve the organization's goals effectively, SME managers need knowledge, skills, ethical qualities...

Financial capacity

According to Huong (2017), a company's financial capacity is the ability to ensure financial resources for its operations to achieve goals. This is reflected in the ability to

mobilize capital needed for their activities. This can be seen through capital size, ability to mobilize and use capital effectively, and financial management capacity. For agricultural export SMEs, the financial capability becomes more important when the agricultural sector often requires a large capital. In the competitive context, SMEs need capital to upgrade technology to meet the requirements related to international technical standards.

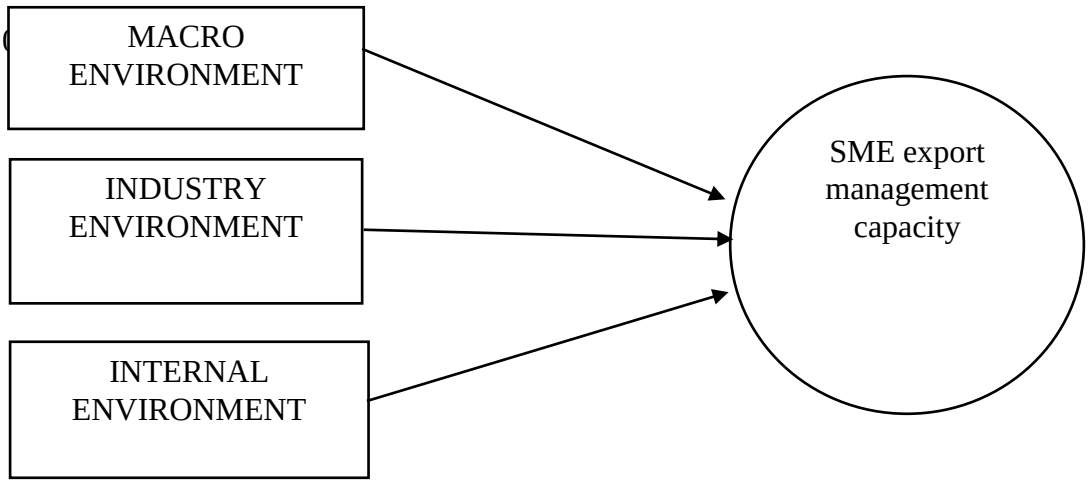
Technology

According to Huyen (2018), when requirements related to international technical standards from trading markets are increasingly demanding, Vietnamese SMEs need to promote technological innovation, apply scientific and technology advances in business and production to improve product quality, create new and diversified products, increase labor productivity, lower costs, rational and economical use of materials in order to compete and expand markets, develop production and business fast and sustainably. Without technological innovation, production lines, machines, equipment will become outdated, leading to low economic efficiency. At that time, SMEs may find harder to meet international technical standards. Poor technological capacity may threat the development of SMEs. Therefore, technological innovation needs to be indispensable and consistent with the requirements of development.

3. Research Methodology

This paper aims to investigates the perceptions of Vietnamese agricultural export SMEs with regard to the impact of factors affecting the export of agricultural products, especially to the management capacity improvement of SMEs. Based on the relevant literatures (see 2.2), the research framework was developed and guides the research

Figure 1: Research framework



Source: Authors

In the study where the perceptions of participants are explored, the qualitative research method is seen the most appropriate method. The use of in-depth interviews assisted the researcher in investigating the perceptions of respondents about the influencing factors, as well as their extent of impact.

Interviews were conducted with 124 managers of Vietnamese agricultural export SMEs. Interviewers come from many cities/provinces such as Hanoi (35.48%), Bac Giang (17.74%), Ha Nam (12.90%), Son La (12.10%), Hai Duong (10.48%) and other cities/provinces such as Lang Son, Thai Nguyen, Lai Chau, Yen Bai, Ninh Binh, Nam Dinh, Quang Ninh, Ha Tinh. Such SMEs also have a variety of exported agricultural products such as teas, sugarcane, coffee, vegetables...and their export markets are also different, mostly export to China (41.49%), EU (15.32%), US (3.23%) and other markets (39.52%) such as Korea, India, Taiwan, Singapore, Hungary, Belarut, Afganistan...

Based on the list from support agencies for export SMEs in provinces/cities, particularly the support from the Ministry of Planning and Investment, the researcher contacted and conducted interviews. Many participants were referred by previous interviewees, reflecting the usefulness of the "snowball" method in qualitative research. The interviews were mainly conducted at the office of participants and at the least-busy time, which was considered convenient to the interviewees.

The interview protocol was built based on the literatures, and was adjusted to optimize the effectiveness of interviews. After data collection, the researcher used step-by-step qualitative data analysis method suggested by Creswell (2014) to analyze the data.

To begin with, the audio records of the interviews were transcribed into word documents. In the early stage of data analysis, the researcher also sorted and arranged different types of data collected, such as field-note and additional documents which could be useful in the latter stages. These steps are considered useful in the process of organizing and preparing data for analysis (Creswell 2014).

Once the data had been transcribed, the researcher read through it all to gain a general sense of the information. This is the stage where researcher “read the transcripts in their entirely several times, immerse yourself in the details, trying to get a sense of the interview as a whole before breaking it into parts” (Agar 1980, p.103).

Next, these transcripts were summarized by shortening long interview passages into short sentences reflecting the content of the whole paragraph. By doing so, the researcher started developing rich ideas about the topics and arranging data for coding. As a result of this process, the researcher had a list of main and subtopics, ready for data coding step. The research results were presented in a descriptive form, based on the main topics, sub-topics, demonstrated examples, and multi-dimensional views from interviewees. The topics described were primarily based on the content analyzed from the interviews. In addition, examples and opinions expressed by participants were also directly quoted to make readers get the 'feel' contained in the answers as well as the “liveliness” in real business situations, adding to the persuasion of qualitative research results.

4. Results

According to the General Statistics Office (2018), in 2018 global trade increased slowly, inflation rose, especially the increase in trade tensions between major countries, along with the trade protectionism, had a great impact on Vietnam's production and exports.

Fluctuations in economy may create opportunities and challenges for SMEs. In such context, SME managers must monitor, analyze and forecast the fluctuations to develop timely and appropriate solutions and policies. At the same time, SMEs themselves must constantly improve the management capacity to actively take advantage of opportunities from beneficial fluctuations, as well as to overcome challenges from the economy, especially from the increasingly stringent international trade barriers.

Vietnam is a country with agricultural production heavily influenced by natural conditions. Agricultural production depends on the fertility of the land, the quality of water sources and the climate. Therefore, to produce clean and sustainable agriculture, it is necessary to preserve the natural environment and upgrade agricultural production. Understanding the features of soil, climate, water resources...may help manufacturing and export SMEs, as well as farmers to produce agricultural products with high productivity, good quality, in appropriate to natural conditions and international technical standards such as Global GAP or ISO 22000.

In the last 5 years, Vietnam has launched many policies to support enterprises, especially paying great attention to SMEs, because this sector accounts for over 90% of the total number of operating enterprises and is holding an irreplaceable position in the country's economic development and social stability. Some of these policies can be listed as: Resolution No. 19/2016/NQ-CP on improving the business environment and improving Vietnam's national competitiveness; Resolution No. 35/2016 / NQ-CP on supporting and developing enterprises to 2020. In 2018, the Government has implemented the Law on SME Support.

According to Liu (2007), labeling regulations require information such as the country of origin, product name, type and quantity. Requirements related to product quality are the type, color, expired date, damage and shape of the product. The European Community requires imported fresh fruits and vegetables to meet EU market standards for quality and labeling, especially GLOBALGAP standards.

Table 2.38: EU documents and directives related to food safety

	Documents
European food law	Regulation (EC) 178/200
Food hygiene includes hazard analysis and critical control points (HACCP)	Regulation (EC) 852/2004; 853/2004; 854/2004
Contaminants in food	Regulation (EC) 1881/2006
The maximum regulatory level for eruxic acid in oils and fats	Directive 76/621 / EEC
Maximum pesticide residue level in food	Regulation (EC) 396/2005
Microbiological contamination in food	Regulation (EC) 2073/2005

Sources: Authors

In the following content, by using qualitative research methods, perceptions of SME managers with regard to factors influencing to agricultural export effectiveness in general, management capacity in particular to overcome technical trade barriers, were analyzed and presented. Accordingly, the macro-environment factors highlighted by the

SME managers include: the economic environment; legal and political environment; socio-cultural environment; science and technology environment; natural environment. Factors in the industry environment mentioned include: customers; partner; competitors; supplier and state agencies. The internal factors described by the SME managers in this study include two main factors: human resources and technology.

4.1. Macro-environment factors

Economic environment

- Protectionism of economies

The first factor that may affect the export activities of SMEs in general, the efforts of SMEs export to gain international technical standards in particular, is an economic environment. Currently, economies with domestic production protectionism have been creating more and more barriers for export enterprises, especially stricter barriers concerning international technical standards. In addition, policies such as closing the border gates and limiting importing goods are policies causing many difficulties for enterprises, especially those from countries on the "black list".

- The stability of the economy

The economic stability of both exporting and importing countries also affects export performance and activities to meet the standards of SMEs. Other factors of economic environment such as foreign exchange rates are also considered to have significant impact on export activities in general, on the efforts towards achieving export standards of Vietnamese agricultural export SMEs in particular.

- Vietnam's economic development goals

More specifically, Vietnam's economic development goals and strategies were also identified by the interviewers in the study to affect the ability to meet international technical standards of Vietnamese agricultural export SMEs. Accordingly, in line with the goals of economic development, policies to encourage or restrict industries are given. In the context when the export of agriculture is highly paid attention, the conditions for Vietnamese SMEs to meet international technical standards are better. One SME manager said: *"Along with objectives set in economic development, the government can introduce policies to encourage or restrict agricultural export, and SMEs can benefit from those incentives"* (M_81).

- Changes in the economic environment of the trading countries and the relationship between Vietnam and other nations

Changes in the economic environment of trading countries are also seen as an influencing factor. These changes create conditions for trading activities to be more dynamic, but also makes international technical standards stricter. In addition, the economic relationship between Vietnam and other countries also has a significant influence to the efforts to achieve international technical standards of Vietnamese SMEs. According to the manager in this study, *"European countries do not often have a sympathetic view with Vietnamese SMEs"* (M_96), and thus, Vietnamese SMEs must make more efforts to export to this market.

Legal and political environment

- The political and legal environment of trading countries and Vietnam

Factors in the legal environment are seen to directly affect the ability of SMEs to meet international technical standards because *"state agencies set standards"* (M_49). Therefore, in order to meet these standards, SMEs themselves must have a full understanding of the laws of trading countries, as well as those of Vietnam.

- Regulations from regional trade agreements and international organizations in which Vietnam is a member

In addition to the regulations of Vietnam's law, the rules set in the agreements and regulations of regional and world trade organizations in which Vietnam is a member also affect export activities in general, to capacity to gain international technical standards of Vietnamese export SMEs in particular.

- Export incentive policies of the government

The government's incentive export policies are also believed to directly affect the capacity to meet international technical standards of Vietnamese agricultural export SMEs. These policies may be directly applied for export, for international technical standard achievement, or for related activities such as scientific and technological development for production and export.

Cultural and Social Environment

In addition to the economic, political and legal environment, the socio-cultural environment also affects the export activities, achieving international technical standards of Vietnamese agricultural export SMEs. For example, cultural differences affect business practices, especially the way in which international technical standards are negotiated in commercial contracts. And of course, the easy or strict of standards in exporting is affected by the long-standing business culture of different countries. One SME manager shared: *"In international business, if SMEs want to export, they must pay attention and study cultural factors, especially the business culture concerning negotiation and contractual conditions"* (M_123).

Scientific and Technological Environment

Export SMEs, especially those aimed at meeting international technical standards, are significantly impacted by the scientific and technological environment. The science and technology factors are not only a condition for innovation, increasing productivity and product quality, but also a pressure for SMEs. According to SME managers in the research, the science and technology environment is constantly changing and it requires the export SMEs to constantly innovate to meet standards and make good use of scientific and technical improvement. As shared by one manager: *"International technical standards are constantly changing due to the modern technology applied by big countries. Meanwhile, the technology capacity of Vietnamese SMEs has not developed adequately to meet these standards"* (M_55).

Science and technology is also an important factor to enhance the value of

agricultural export. One SME manager stressed: “Science and technology are the key issues in agricultural export. Without the application of modern technology, it is hard for Vietnamese agricultural products to meet international technical standards” (M_99).

Therefore, enhancing the development and application of advanced science and technology has become a task that many SMEs prioritize, as share by one SME manager *"technology plays an important role in upgrading business scale, increasing competitiveness, greatly improving the quality of agricultural products"* (M_115).

Natural environment

- Advantages/ disadvantages from natural conditions, weather, climate, water sources

In exporting agricultural products, the natural environment is certainly the factor that Vietnamese agricultural export SMEs should strongly consider. These natural factors may be favorable or unfavorable, and may include those related to weather, air, water resources. Natural factors may directly affect the output as well as the quality of agricultural products.

Table 1: Macro-environment factors affecting the management capacity improvement of Vietnamese SMEs to overcome technical barriers in agricultural export

Economic environment
Protectionism of economies
The stability of the economy
Vietnam's economic development goals
Changes in the economic environment of the trading countries and the relationship between Vietnam and other nations
Legal and political environment
The political and legal environment of trading countries and Vietnam
Regulations from regional trade agreements and international organizations in which Vietnam is a member
Export incentive policies of the government
Cultural and Social Environment
Scientific and Technological Environment
Natural environment
Advantages/ disadvantages from natural conditions, weather, climate, water sources

Source: Authors

4.2.Industry-environment factors

Customers

The customer was also emphasized by many SME managers in the research as an important factor, as shared by SME managers *"Customer is a prerequisite for business orientation"* (M_44) or *"customer is the one who decides the price and quality standards in*

business transactions" (M_115). As the person who selects, consumes and evaluates products, so when their quality and standard requirements are higher, the suppliers - that is the Vietnamese agricultural exporters, must also satisfy them.

In addition, the *"agricultural product consuming trend"* (M_56) is also a factor that Vietnamese SMEs have to predict in order to develop appropriate business strategies. In particular, recent customers in large markets are increasingly difficult, as commented by one exporter *"foreign customers are difficult and demanding, not really trust Vietnamese agricultural products"* (M_96).

The opportunity to interact with customers, especially foreign customers, is also a decisive factor for export success. Interacting with customers helps SMEs fully understand the requirements and standards set out by the customers. However, this is also considered as a limitation of Vietnamese export SMEs when *"the ability to connect with customers of Vietnamese SMEs is limited, and SMEs have not received much support from the government"* (M_95).

Business Partners

Besides the tastes of individual customers, the requirements of industrial customer, especially those of export partners are also factors needed to be considered. Different partners, with different economic, cultural, business practices and market characteristics, may have different ways of doing business, dealing and demanding. For example, partners from the United States and EU are often professional but fastidious, while partners from China are flexible but unstable and inconsistent in business.

Competitors

In business, facing competition is an inevitable, and this is more difficult in the international business environment. Competitive strategies of competitors may directly affect business performance of SMEs. Especially in export activities, competitors from importing markets often receive incentive policies, especially trade protection policies of host countries. Meanwhile, competitors from other countries may receive preferential treatment from favorable trade agreement and diplomatic relations between nations, so international technical barriers may be easier to overcome.

On the other hand, unfair competition such as trade frauds or dumping is also an issue related to competitors that export SMEs need to take into account. Unpredictable policies of unfair competitors always force enterprises to research, forecast and take measures to prevent and manage risks. Competitors can cause businesses difficulties related to price or market/ market share.

Besides above negative impacts, according to the SME managers in this study, competition should also be viewed in a positive light. Accordingly, the factor of competitors may require SMEs to constantly innovate products, upgrade technology, create products to meet international technical standards. As the rule of elimination, if not meet the requirements, enterprises may be eliminated from the market of agricultural export. One SME manager stressed: *“Competition, on the one hand, also motivates SMEs to invest in machinery and equipment, upgrade product quality, thereby more easily to meet*

international technical standards. But on the other hand, it may reject SMEs that are unable or slow to adapt to market changes and demands" (M_123).

Suppliers

- *Quality of agricultural suppliers*

For agricultural export SMEs, the supplier factor is crucial to the success or failure of their export activities. The quality of agricultural products from the suppliers may determine whether or not SMEs satisfy international technical standards. Factors such as production methods, technical processes that suppliers use also greatly influence the standards of export products. As one SME manager said: *"The supplier is very important to export SMEs. The supplier decides the quantity of export goods, the price in the transaction, and especially the quality that may meet the international technical standards"* (M_115)

For SMEs operating in both manufacturing and exporting agricultural products, the supplier of raw materials or other factors such as pesticides may determine the capacity of SMEs to meet standards.

- *The uniformity and capacity of the agricultural export suppliers*

In addition, as almost agricultural suppliers of SMEs are farmer households, their lack of understanding and inconsistency in the production process may greatly affect the capacity of export SMEs to meet international technical standard. Meanwhile, small producers, individual business households and even farmers are normally not familiar with using high technology. They get used to with old-styled business practices such as using pesticide, which may cause negative effects to Vietnamese agricultural export SMEs to meet international technical standards

- *Financial providers*

In addition, the financial providers such as banks may also affect the ability of Vietnamese export SMEs to invest in improving production and processing technologies to ensure the quality of agricultural product export

The government agencies

- *Capacity of government officials*

State management policies may directly affect export activities in general and the capacity to meet international technical standards in particular. When the state has effective management of export activities, from managing input materials such as biological products, pesticides to governing irradiation and quarantine, this may facilitate SMEs in exporting their agricultural products. According to the comments of the SME manager *"Vietnam's policies are not really favorable, many incentive documents are in paper forms only, and the governance capacity of state officials is limited"* (M95), especially *"the use of pesticides is still widespread and has not been well managed in Vietnam"* (M_119).

Similar to the economic environment, the stability or instability of the political-legal environment may directly affect the ability of SMEs to meet international technical

standards. Accordingly, export activities are governed by the law, and SMEs are always in the passive situation to comply with the law. When the law is stable, the export activities of enterprises will be less volatile. At that time, SMEs may invest in production and export better agricultural products.

Table 2: Industry-environment factors affecting to management capacity of Vietnamese SMEs to overcome international technical barriers in agricultural export

Customers
Business Partners
Competitors
Quality of agricultural suppliers
The uniformity and capacity of the agricultural export suppliers
Financial providers
The government agencies
Capacity of government officials

Source: Authors

4.3. Internal factors

Human Resources

- *Managers*

Factors related to managers may also have great influence to the capacity to meet international technical standards of SMEs. One manager stressed: "Factors related to manager is firstly seen in the ability to set goals, formulate strategies, implement and manage activities" (M_115).

When SME managers have good capacity to construct and implement strategies, this may guide long-term development of SMEs, thereby achieving export goals and overcoming strict international technical barriers in foreign markets.

In addition, SME managers in this study emphasized the management capacity in using resources to meet standards. Accordingly, SME managers need to be equipped with skills to use resources such as financial resources, technological resources, human resources to create products satisfying international technical standards. One SME manager said: "Competent managers will know how to use enterprise resources skillfully in the most beneficial direction, saving expenses, improving production and export efficiency" (M_56)

- *Ability to seize opportunities of managers*

More specifically, other factors related to managers such as their strategic vision, their ability to grasp the opportunities may also affect the ability to meet international technical standards of SMEs. When SME managers have a good strategic vision, they may know how to prepare and mobilize resources towards readiness to provide standards-compliant products. Also, when SME managers have the ability to seize good

opportunities, they may know which opportunities are really suitable to their capacity, particularly the capacity in satisfying international technical standards to make right decisions to enter appropriate markets.

- *Skilled labor force*

The qualification and skills of workers may affect the uniformity and quality of agricultural export products. Although other factors such as technology and in-put materials are good, without skilled workers, it would be difficult for SMEs to create products satisfying international technical standards for export. Employees directly involved in export activities are also required to have good capacity, high qualifications, and good sensitivity in the international environment.

Finance

The financial capability of SMEs is considered as the key to success for the development of enterprises, "determining the competitiveness of SMEs. Good financial capacity is related to the ability to use high quality human resources, to invest in equipment, to upgrade technology. As a result, the products of SMEs may be improved in terms of quality, meeting the most rigorous standards.

In exporting agricultural products, orders are always huge, requiring a large amount of capital and pay-in-advance method. With these characteristics, *"good financial resources help SMEs to meet the needs of timely production of export orders "*(M_63).

- *Capital size & ability to collect capital*

The size of capital and ability to collect capital directly determine the financial capacity of SMEs. In other words, the financial capability of SMEs is reflected in the existing capital size and their ability to raise capital. Financial capacity is related to the restriction or development of other resources of SMEs, therefore it is a premise for all activities of enterprises.

Especially for SMEs, the capital scale is often not large, which requires SMEs to have a good capital mobilization capacity to meet development needs. One SME manager said: *"Only when having stable financial ability, SMEs can start exporting and enhancing export performance"* (M_115).

Technology

- *The ability to organize production; Production technology; Technology for harvesting, preserving and processing*

Production technology has a direct impact on output and quality satisfying international technical standards. Accordingly, high production technology, more specifically the capacity of upgrading machinery and equipment, helps SMEs to improve productivity. Only when the production technology, particularly the technology of harvesting, preserving and processing is effective, the quality can be guaranteed. Besides, the production technology directly determines the product design, the ability to meet standards related to manufacturing safety and environmental protection. The production line technology decides the uniformity of agricultural export products.

Table 3: Internal factors affecting the improvement of management capacity of Vietnamese SMEs to overcome international technical barriers in agricultural export

Human Resources
Managers
Ability to seize opportunities of managers
Skilled labor force
Finance
Capital size & ability to collect capital
Technology
The ability to organize production; Production technology; Technology for harvesting, preserving and processing

***Source**: Authors*

5. Solutions to enhance the management capacity of SMEs to overcome trade barriers in agricultural export in the consideration of influential factors

To improve export efficiency in general, management capacity in agricultural product exports in particular, overcoming international technical barriers, the consideration of influencing factors is strongly necessary. Understanding such factors, SMEs may know how to use their internal capacity (S-strengths, W-weakness) to take advantages of opportunities (O) and cope with threats (T). Meanwhile, government agencies also need to create conditions to build a favorable development environment for SMEs in the agricultural export general, in improving their management capacity to overcome international technical barriers in particular.

Solutions related to macro-environment factors

To survive and develop in the context of economic fluctuations, SME managers need to proactively monitor, analyze and forecast the changes of macro-environment factors to create solutions timely and appropriately to seize opportunities, as well as to minimize risks and threats. Also, export SME managers should take advantage of support policies from the state to take appropriate steps to satisfy the stringent requirements of export countries.

Promoting innovation in SMEs to meet constantly changing requirements from international technical standards requires the improvement related to institutional framework and policy measures towards innovation. With advanced innovation, SME managers are asked to improve capacity to take use of such innovation, and then, they may find effective methods to help their export meet international technical standards.

In addition to supports from the government, it is also necessary to enhance the role of localities and business associations in improving management capacity of SMEs. Provinces with many successful agricultural export SMEs can exemplify other localities. Clubs, associations may be a place/forum to share and study for the SME managers, especially for SMEs newly involved in the field of agricultural export.

Solutions related to industry environment factors

Relevant agencies need to create support policies and specific action programs to

support SMEs to improve their human resources in general, their management capacity in particular. These programs may include management training classes (in training institutions or in SMEs) and field-trips to SMEs that succeeded in exporting agricultural products. By doing so, SMEs may be supplemented with more theoretical and practical knowledge.

Authorities also need to develop the quality management system to apply unified standards for agricultural export products. These standards should be constantly updated from the main import markets such as the US, EU, Japan, Australia. This system should have the connection between: customers (import partners), manufacturing enterprises and supplier. This may create favorable conditions for negotiating and handling possible risks. This may also greatly support SMEs in the process of managing their export activities. Besides, SME managers themselves need to understand policies and regulations of the country importing their agricultural products in order to successfully export agricultural products and compete with competitors.

Solutions related to internal factors

Agricultural export SMEs need to focus on strengthening the management capacity, including some management skills such as leadership skills, presentation skills; technical management skills; human resource management skills; contract negotiation skills; product quality management skills; information technology applications skills; new product development skills. This may help SMEs better manage the manufacturing and business process, gradually penetrating and expanding foreign markets.

SME managers also need to be equipped with more knowledge about business fields, leadership, strategies, and other knowledge related to corporate culture, change management, and international economic integration, foreign languages, information technology. With such knowledge, SMEs may improve the management capacity, be proactive in finding strategies and business opportunities, expanding export markets, dealing with policies and barriers from export countries, thereby promoting businesses to grow and compete successfully in international markets.

To effectively use new technology equipment, SMEs need to develop human resources who are trained in relevant field, to meet actual production needs. Also, SMEs need to create appropriate environment to maximize the creative capacity of the labor force. Training human resources in combination with improving management, developing effective training polices and regulations, applying new training methods may help SMEs prepare good capacity to cope with requirements from increasingly technical standards. Cooperating with universities and training institutions may also assist SMEs to have effective workers to develop appropriate agricultural products meeting the standards.

Agricultural export SME managers need to improve labor quality, production technology equipment, product quality, dynamism and creativity if they want to upgrade their brand value and competitiveness in international markets.

If SMEs want to maintain and expand their production and business, they should invest in the renewal of equipment and technology to facilitate product and market

development. However, SME managers should consider the balance between investment in upgrading export capacity and the benefits drawn from this investment.

6. Conclusion

Research has shown that there are many factors affecting SMEs and their management capacity in agricultural product export, especially under the pressure of the trade barriers system imposed by trading countries. In this paper, managers of Vietnamese agricultural export SMEs shared their perceptions with regard to influential factors to their export in general, to their management capacity in particular, to overcome trade barriers. Those factors are related to macro-environment factors (economic environment, legal and political environment, cultural and social environment, scientific and technological environment, and natural environment), industry environment factors (customers, business partners, competitors, suppliers, and government agencies) and internal factors (human resources, finance, and technology). The paper also suggested some solutions to enhance management capacity for SMEs to overcome trade barriers in agricultural exports, in the consideration of influential factors.

REFERENCES

1. Agar, M 1980, The professional stranger: An informal introduction to ethnography, Academic Press, New York
2. Al-Hazaimeh, A., K. Al-Hyari, and M. Al-Nasour. 2011. Determinants of Aggregate Imports in
3. Jordan: Empirical Evidence (1976-2008). Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing 1(1): 18-38.
4. Asia-Pacific Economic Cooperation. 2014. Perceptions on the use of non-tariff measures within the APEC region. APEC Policy Support Unit, Singapore.
5. APEC., 2016, Non-Tariff Measures Affecting Small and Medium Enterprises in the Asia-Pacific Region, Philippines, University of the Philippines, Diliman Quezon City, Philippines
6. Creswell, J.W., 2014, Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Thousand Oaks, CA: Sage
7. Disdier, Fekadu, Murillo, & Wong., 2008, Trade Effects of SPS and TBT Measures on Tropical and Diversification Products, Issue Paper No. 12. Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD).
8. Giang, L. B. 2017, “Some key issues about Vietnam’s agricultural export”, tapchitaichinh.vn
9. General Statistics Office of Vietnam, 2017, Statitis Yearbook 2017
10. Hataba, A. A., & Hess, S., 2013, Opportunities and Constraints for Small Agricultural Exporters in Egypt, International Food and Agribusiness Management Review, Volume 16, Issue 4.
11. Henson, S., & Loader, R., 2001, Barriers to Agricultural Exports from Developing

Countries: The Role of Sanitary and Phytosanitary Requirements, 29. UK: World Development.

12. Huong, P. T. 2017, Competitiveness of small and medium-sized enterprises: Research in Hanoi
13. Huyen, L. T. 2018, Promote the application of science and technology to sustainably develop small and medium enterprises in Vietnam
14. Kazem, A. and B. Heijden. 2006. Exporting firms' strategic choices: the case of Egyptian SMEs in the food industry. SAM Advanced Management Journal 71(3): 21-33.
15. Neupert, KE, Baughn, CC & Dao, TTL 2006, SME exporting challenges in transitional and developed economies, Journal of Small Business and Enterprise Development, vol. 13, no. 4, pp. 535-545.
16. OECD, 2010, SMEs Entrepreneurship and Innovation, Paris.
17. OECD, 2013, Skills Development and Training in SMEs, Paris.
18. OECD, 2018, Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity, Mexico.
19. Tesfom, G. and C. Lutz. 2006. A Classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. International Journal of Emerging Markets 1(3): 262 - 281.
20. Thảo, L. T., 2016, Study on the leadership capacity of the managers of small and medium-sized enterprises in the Central region, Hue
21. Nghiên cứu về năng lực lãnh đạo của đội ngũ giám đốc DN nhỏ và vừa trong khu vực Bắc miền Trung, Huế.
22. Trung, N. T., 2016, Solutions to promote export agricultural proeducts of Vietnam, tapchitaichinh.vn
23. WTO, 2016, Levelling the trading field for SMEs.

List of Participants

	Position	Location	Firm type	Business field	Labor (people)	Capital (million)	Age (year)	Main markets
M_44	Head of Sale Dep.	Thai Nguyen	Limited company (LC)	Manufacturing and exporting teas	10-200	<10	11-20	China
M_49	Head of Sale Dep.	HCMC	Joint Stock Company (JSC)	Manufacturing agricultural products	10-200	10-20	11-20	US
M_55	Head of Sale Dep.	Ninh Binh	JSC	Manufacturing food and agricultural products	10-200	20-100	11-20	China
M_56	Head of Sale Dep.	Ha Nam	LC	Green food	10-200	<10	<3	China
M_63	Heal of Sale Dep.	Ha Nam	JSC	Manufacturing and exporting agricultural	200-300	20-100	6-10	EU

				products				
M_81	Director	Son La	LC	Manufacturing and exporting teas	<10	<10	11-20	Iran
M_95	Director	Bac Giang	LC	Investing and developing agriculture	200-300	10-20	11-20	Russia, Belarut, Hungary
M_96	Director	Bac Giang	LC	Trading and exporting agricultural products	10-200	20-100	11-20	China
(M_99	Director	Bac Giang	JSC	Manufacturing and exporting food	10-200	20-100	11-20	China
M_115	Head of Sale Dep.	Hai Duong	JSC	Manufacturing and exporting agricultural products	10-200	20-100	11-20	EU
M_119	Head of Sale Dep.	Hai Duong	LC	Manufacturing and exporting agricultural products	10-200	<10	3-5	China
M_123	Director	Quang Ninh	JSC	Trading agricultural products	10-200	20-100	3-5	others

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA SANG EU TRONG BỐI CẢNH THỰC THI EVFTA: THÁCH THỨC VỀ RÀO CẢN VÀ GIẢI PHÁP

EXPORT OF GOODS TO THE EU IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTATION EVFTA: CHALLENGES ON BARRIERS AND SOLUTIONS

PGS.TS. Phạm Công Đoàn

ThS. Phạm Thị Thanh Hà

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường EU trong bối cảnh thực thi hiệp định EVFTA có những cơ hội to lớn về một thị trường lớn, được cắt giảm hầu hết các loại thuế quan, song cũng gặp nhiều khó khăn, thách thức về rào cản phi thuế quan (Non-Tarriff Barriers - NTBs) do việc EU sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại (Safeguard Measures - SMs) chủ yếu là chống bán phá giá, biện pháp kiểm dịch động, thực vật (SPS) và các rào cản kỹ thuật (TBT), yêu cầu phát triển thương mại bền vững (lao động, môi trường..). Ngoài ra, sự thiếu tương đồng của pháp luật Việt Nam với quy định của EU, thiếu hiểu biết và kinh nghiệm thị trường, hiểu biết về EVFTA và kinh nghiệm đối phó với các rào cản đã cản trở lớn đến xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang EU. Bài viết đánh giá thực trạng xuất khẩu một số nhóm, mặt hàng chủ lực (giày dép, dệt may, thuỷ, hải sản, nông sản), những thách thức về rào cản phi thuế quan, những khó khăn, yếu kém trong đáp ứng các yêu cầu, quy định của EU về rào cản phi thuế quan khi xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang EU của doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt khi EVFTA có hiệu lực, từ đó trên cơ sở nhận thức về các cơ hội và thách thức của EVFTA đưa ra những giải pháp hữu hiệu vượt rào cản phi thuế quan, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường này.

Từ khóa: *EVFTA, xuất khẩu hàng hóa, NTBs, TBT, SPS, phòng vệ thương mại (SMs)*

Abtract

Exporting Vietnamese goods to the EU market in the context of the implementation of the EVFTA agreement will not only provide great opportunities for a large market and tariffs reduction but also many difficulties and challenges with Non-Tarriff Barriers (NTBs) due to EU's use of Safeguard Measures mainly for anti-dumping, Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS) and Technical Barriers Technique (TBT). The lack of similarities between Vietnamese law and EU regulations, lack of market knowledge and experience, knowledge of EVFTA and experience in dealing with lawsuits have greatly hindered the export of Vietnamese goods to the EU. The paper assesses the export situation of some groups and key commodities (footwear, textiles, aquatic products, seafood and agricultural products) challenges of non-tariff barriers, difficulties and weaknesses in meeting the EU requirements and regulations on non-tariff barriers when exporting Vietnamese goods to the EU by Vietnamese businesses, especially when EVFTA takes effect, thereby basing on awareness of opportunities and challenges of EVFTA this paper aims to provide effective solutions to overcome non-tariff barriers and promote the export of Vietnamese goods to this market.

Keywords: *EVFTA, export of goods, NTBs, TBT, SPS, SMs*

1. Đặt vấn đề

Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới EVFTA mở ra một thị trường rộng lớn với những cơ hội cho xuất khẩu hàng hóa Việt Nam vào thị trường EU, nhưng cũng gặp phải những rào cản lớn. Hiệp định EVFTA thực thi thì rất nhiều dòng thuế được cắt giảm, tuy nhiên hàng rào phi thuế quan, biện pháp phòng vệ thương mại và những công cụ khác nhau mà các nước nhập khẩu EU có thể áp dụng là những thách thức lớn đến xuất khẩu hàng Việt Nam. Thêm vào đó, pháp luật Việt Nam còn chưa tương thích với các quy định của EU; năng lực cạnh tranh của hàng Việt Nam còn yếu trên thị trường có nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh, trong số này có Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Indonesia, Ecuado, Nhật Bản,..; doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu hiểu biết về thị trường, về EVFTA, thiếu kinh nghiệm về các vụ kiện và xử lý các vụ kiện; doanh nghiệp và sản phẩm xuất khẩu cũng chưa đáp ứng được các yêu cầu của EU về xuất xứ, nhãn mác hàng hóa, tiêu chuẩn tiêu dùng, vệ sinh, an toàn lao động, lao động, môi trường, khả năng đáp ứng các lô hàng lớn, thời hạn nhanh... ; cùng với cơ chế giám sát khắt khe, chặt chẽ của EU... Nếu không đáp ứng được những quy định này thì dù có EVFTA doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng khó có thể mở rộng được xuất khẩu tới thị trường EU. Để thúc đẩy xuất khẩu hàng Việt Nam sang EU rất cần phải có những giải pháp tận dụng cơ hội, vượt qua các thách thức, khó khăn về rào cản và phải có sự đồng hành phối hợp chặt chẽ của Chính phủ, hiệp hội và doanh nghiệp.

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Hà Công Anh Bảo và cộng sự (2019) trong bài viết" Thách thức khi tham gia FTA thế hệ mới của Việt Nam, từ kết quả điều tra các doanh nghiệp" đề cập khái quát về EVFTA, các rào cản thương mại từ quy định của EU khi thực thi EVFTA, từ đó trên cơ sở đánh giá tình hình thực tiễn Việt Nam nhận định những thách thức đối với doanh nghiệp về hàng xuất khẩu Việt Nam trên các khía cạnh về thể chế, chính sách của Chính phủ còn chưa phù hợp với quy định FTA thế hệ mới (EVFTA) nhất là các quy định về lao động, công đoàn, quan hệ lao động trong các doanh nghiệp; sự tranh thủ các quy dịnh FTA còn hạn chế; khả năng cạnh tranh yếu, thiếu nhận thức đầy đủ, chính xác về FTA và thị trường... Từ đó đưa ra các giải pháp từ phía Chính phủ, hiệp hội và doanh nghiệp để vượt qua thách thức, thúc đẩy xuất khẩu hàng Việt Nam sang EU.

Phạm Thị Dự (2018) trong bài viết "Cơ hội và thách thức đối với lĩnh vực thương mại hàng hóa của Việt Nam khi hiệp định EVFTA có hiệu lực" đã nêu các thách thức về xuất xứ hàng hóa, khó đáp ứng các rào cản kỹ thuật (TBT), kiểm dịch động, thực vật (SPS), nguy cơ phòng vệ thương mại, sức cạnh tranh của hàng Việt Nam, thương hiệu yếu,... Từ đó nêu ra các biện pháp về phía Chính phủ và doanh nghiệp vượt qua thách thức để thúc đẩy xuất khẩu hoàng hóa Việt Nam sang EU.

Bùi Thị Việt Anh (2016) trong bài viết "Cơ hội và thách thức từ cam kết thương mại trong hiệp định thương mại tự do VN-EU (EVFTA) đối với doanh nghiệp gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam" nêu ra nững cơ hội, thách thức đối với xuất khẩu sản phẩm gỗ vào EU khi thực hiện cam kết EUFTA, những khó khăn của doanh nghiệp gỗ đáp ứng yêu cầu các cam

kết và đề xuất một số giải pháp cho doanh nghiệp gỗ trong xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường EU khi EUFTA có hiệu lực.

Quang Sơn (2020) trong bài viết "Cơ hội mới của Việt Nam trước thị trường EU" đã đề cập đến những cơ hội cho xuất khẩu các mặt hàng dệt may, giày dép, thủy sản, nông sản sang EU và những thách thức khi thực hiện cam kết trong EVFTA, từ đó nêu ra những giải pháp cho xuất khẩu những mặt hàng này.

Phan Thị Hà My (2019) trong bài viết "Cơ hội và những vấn đề quan tâm đối với Việt Nam khi thực thi EVFTA" đã nêu những cam kết theo EVFTA, nhận định các cơ hội từ thị trường EU và yêu cầu đối với hàng Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Minh Khôi (2019), "Chủ động đối phó với hàng rào phi thuế quan trong giao dịch quốc tế" nêu ra những nguyên tắc hàng rào phi thuế quan trong thương mại quốc tế, những khó khăn của doanh nghiệp Việt Nam đối với hàng rào phi thuế quan, từ đó đưa ra các giải pháp chủ động vượt rào cản phi thuế quan của Chính phủ và doanh nghiệp Việt Nam.

Nguyễn Thị Thu Thủy (2019), "Giải pháp vượt rào cản phi thuế quan nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU" đã phân tích thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU, đánh giá mức độ đáp ứng của hàng thủy sản Việt Nam đối với các tiêu chuẩn của EU, từ đó nêu giải pháp đối với doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản và kiến nghị với Chính phủ và cơ quan hữu quan.

Nguyễn Minh Phong (2018), "EVFTA - Cơ hội và giải pháp thích ứng" đã nêu những kỳ vọng về lợi ích trong cam kết EVFTA, từ đó đưa ra những giải pháp của Chính phủ và doanh nghiệp nhằm thích ứng với những yêu cầu của EVFTA.

Vũ Thanh Hương (2017), "Hiệp định thương mại tự do VN - EU: Tác động đối với thương mại hàng hóa hai bên và hàm ý cho Việt Nam" đã nêu những vấn đề lý luận và thực tiễn về tác động của EVFTA, đánh giá thực tế tác động của EVFTA đến 8 nhóm ngành hàng xuất khẩu Việt Nam vào EU, từ đó đưa ra hàm ý chính sách đối với Chính phủ và hàm ý cho doanh nghiệp về tăng cường nghiên cứu, nhận thức về các rào cản phi thuế quan TBTs, SPS, RoO, chống bán phá giá và giải pháp tăng cường phát triển hội ngành và liên ngành.

Nguyễn Ngọc Hà (2019), trong bài viết "Tham gia FTA thế hệ mới: Lợi thế, thách thức và vấn đề đặt ra cho Việt Nam" đã phân tích các cơ hội và thách thức của Việt Nam khi thực hiện FTA thế hệ mới ở hai góc độ kinh tế và pháp luật.

Huỳnh Minh Triết (2011), trong cuốn "Giáo trình Kinh tế Quốc tế", đã đề cập đến lý luận về hàng rào phi thuế quan, trong đó có trình bày và phân tích các khái niệm và nội dung về hạn ngạch nhập khẩu, hạn chế xuất khẩu tự nguyện (VER), bán phá giá, trợ cấp, hàng rào kỹ thuật,...

Bên cạnh những nghiên cứu về xuất khẩu các nhóm hàng còn có một số nghiên cứu về xuất khẩu các mặt hàng cụ thể vào EU giai đoạn trước khi có hiệp định EVFTA; đề xuất các giải pháp dựa trên cơ sở dự báo khi EVFTA được ký kết đối với Nhà nước, hiệp hội và doanh nghiệp. Bài viết tập trung nghiên cứu các giải pháp nhằm vượt rào cản phi thuế quan đối với các nhóm hàng giày dép, dệt may, nông sản, thủy, hải sản là những nhóm mặt hàng chủ lực, có kim ngạch xuất khẩu lớn, mà khả năng đáp ứng yêu cầu, qui định của EVFTA

còn hạn chế; nghiên cứu tập trung vào rào cản phi thuế quan như chống bán phá giá, các rào cản kỹ thuật, rào cản về kiểm dịch động,thực vật, phòng vệ thương mại, yêu cầu phát triển bền vững,...

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu, bài viết sử dụng các phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn tin cậy từ các cơ quan quản lý nhà nước, phỏng vấn chuyên gia và dùng các phương pháp thống kê mô tả, phân tích, so sánh, khái quát hóa và dự báo, từ đó làm rõ thực trạng xuất khẩu một số nhóm mặt hàng sang EU còn hạn chế trong vượt các rào cản phi thuế quan, để đưa ra các giải pháp vượt rào cản ,thúc đẩy xuất khẩu những nhóm mặt hàng này vào EU nhờ nắm bắt, khai thác cơ hội và thế mạnh của Việt Nam trong xuất khẩu nhóm, mặt hàng này.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Một số rào cản phi thuế quan trong EVFTA

Hàng rào phi thuế quan (Non - Tarrips Barriers) là hàng rào ngoài thuế làm ảnh hưởng đến lưu chuyển hàng hóa quốc tế nhằm duy trì và bảo hộ sản xuất, tiêu dùng trong nước. Hàng rào phi thuế quan bao gồm: hạn ngạch, hạn chế xuất khẩu tự nguyện, trợ cấp xuất khẩu, tiêu chuẩn kỹ thuật, kiểm dịch động, thực vật, phát triển bền vững...

Hàng rào kỹ thuật (Technical Barriers to Trade- TBT) là các quy định về quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn, yêu cầu về an toàn, chất lượng, yêu cầu ghi nhãn, thông tin tiêu dùng, các thủ tục đăng kí nhập khẩu, các thủ tục kiểm tra chứng nhận phù hợp với quy chuẩn, tiêu chuẩn đối với hàng hóa nhập khẩu. Theo cam kết tại Hiệp định EVFTA, Việt Nam và EU thỏa thuận tăng cường thực hiện các qui tắc của Hiệp định về các Rào cản kĩ thuật đối với thương mại của WTO (Hiệp định TBT), trong đó Việt Nam cam kết tăng cường sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong ban hành các qui định về TBT của mình; Ngoài ra, trong cam kết tại Hiệp định EVFTA còn bao gồm một số nội dung mới, chưa có trong các FTA mà Việt Nam đã ký kết như giám sát thị trường, ghi dấu và ghi nhãn sản phẩm; Hiệp định qui định về các hàng rào phi thuế đối với lĩnh vực ô tô, trong đó Việt Nam cam kết công nhận toàn bộ chứng nhận phù hợp về kĩ thuật đối với ô tô của EU theo các nguyên tắc của Hiệp định UNECE 1958 (hệ thống tiêu chuẩn Liên Hợp Quốc) sau 5 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực; Việt Nam cam kết chấp nhận nhãn "Sản xuất tại EU" (Made in EU) cho các sản phẩm phi nông sản (trừ dược phẩm) đồng thời vẫn chấp nhận nhãn xuất xứ cụ thể ở một nước EU.

Hiệp định về kiểm dịch động, thực vật (Sanitary and Phytosanitary Measures -SPS) là quy định về các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật mà một nước áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu hoặc/và quá trình đánh giá sự phù hợp của hàng hóa nhập khẩu đối với các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đó. Song về nguyên tắc SPS phải tránh sự cản trở không cần thiết đối với thương mại, không phân biệt đối xử, đảm bảo tính hài hòa, tương đương, minh bạch. Tại Hiệp đinh EVFTA, đối với các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), Việt Nam và EU đã đạt được thỏa thuận về một số nguyên tắc liên quan đến SPS nhằm tạo điều kiện cho hoạt động thương mại đối với các sản phẩm động vật, thực vật. Đặc biệt, đối với hàng hóa xuất nhập khẩu với Việt Nam, chủ thể quản lý phía EU là cơ quan có thẩm quyền

của từng nước thành viên EU cụ thể (nơi xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa Việt Nam) chứ không phải là cơ quan chung cấp liên minh của EU. Ủy ban châu Âu chỉ chịu trách nhiệm về phối hợp chung, kiểm tra/thanh tra hệ thống kiểm soát và hệ thống pháp luật liên quan của các nước thành viên nhằm bảo đảm việc áp dụng thống nhất các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật trong toàn thị trường EU.

Phòng hộ thương mại (Safeguard Measures) là việc tạm thời hạn chế nhập khẩu đối với một hoặc một số loại hàng khi nhập khẩu chúng tăng lên. Các biện pháp cơ bản: chống bán phá giá, chống trợ cấp, biện pháp tự vệ. Trong Hiệp định EVFTA, nội dung về phòng vệ thương mại quy định các nguyên tắc và cách thức áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại (bao gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ toàn cầu và tự vệ song phương) đối với hàng hóa xuất khẩu của mỗi Bên. Về cơ bản, nội dung về biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ toàn cầu tuân thủ các quy định của WTO, đồng thời bổ sung thêm một số cam kết chặt chẽ về thủ tục nhằm tăng cường tính minh bạch hóa, đảm bảo tính công bằng như cam kết về minh bạch hóa, tham vấn, quy tắc lựa chọn mức thuế thấp hơn (nếu phù hợp với lợi ích và nhu cầu của Việt Nam), xem xét thêm về lợi ích công cộng khi áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại. Bên cạnh 3 biện pháp Phòng vệ thương mại thông thường, EVFTA quy định một cơ chế tự vệ song phương trong thời gian chuyển đổi là 10 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Trong trường hợp có sự gia tăng hàng nhập khẩu do cắt giảm thuế quan theo Hiệp định và gây ra hoặc đe dọa gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước, bên nhập khẩu được phép tạm ngừng áp dụng cam kết cắt giảm thuế quan theo Hiệp định đối với hàng hóa liên quan, hoặc tạm tăng thuế nhập khẩu trở lại mức thuế tối huệ quốc (MFN) áp dụng cho các thành viên WTO hiện hành hay mức thuế cơ sở ban đầu cho đàm phán (tùy theo mức thuế nào thấp hơn) [1].

FTA thế hệ mới (New Generation FTA) là hiệp định thương mại tự do (FTA) vượt ra khỏi khung khổ tự do hóa thương mại truyền thống, bao gồn các nội dung phi thương mại như lao động, môi trường, cam kết phát triển thương mại bền vững và một số nội dung khác.

Các hàng rào trên là hàng rào bảo hộ mậu dịch, bảo hộ sản xuất và tiêu dùng trong nước. Để thúc đẩy xuất khẩu, Chính phủ, Bộ, ngành, hiệp hội và doanh nghiệp phải nhận thức đúng và đủ những rào cản này và có biện pháp hữu hiệu, chủ động vượt rào cản.

3.2. Khái quát thực trạng xuất khẩu hàng Việt Nam và các rào cản phi thuế quan đối với hàng hóa xuất khẩu vào EU

Việt Nam đã tham gia WTO, có quan hệ thương mại với 55 đối tác qua việc ký kết Hiệp định thương mại tự do (FTA) và các Hiệp định Thương mại Tự do Thế hệ mới CPTPP và gần đây nhất (tháng 2 năm 2020) ký hiệp định EVFTA với EU. Hiệp định EVFTA gồm 17 Chương, 8 Phụ lục, 2 Nghị định thư, 2 Biên bản ghi nhớ và 4 Tuyên bố chung điều chỉnh nhiều vấn đề bao gồm: thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), các hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp Nhà nước, mua sắm của Chính phủ, sở hữu trí tuệ, thương mại và phát triển bền vững, hợp tác và xây dựng năng lực, pháp lý - thể chế.

EU là thị trường lớn với 28 quốc gia (nay còn 27 quốc gia, Anh đã ra khỏi khối này) với khoảng 500 triệu dân, GDP là 18.800 tỷ USD, với GDP bình quân đầu người gần 40000 USD, đứng thứ 3 thế giới (sau Hoa Kỳ, Trung Quốc) với thị phần hàng hóa xuất nhập khẩu khoảng 20% thế giới. Các mặt hàng chủ lực có kim ngạch xuất khẩu lớn (hơn 1 tỷ USD) của Việt Nam vào EU gồm: dệt may, da giày, nông sản, thủy hải sản và lớn nhất là điện thoại, máy tính. Ngoài điện thoại, máy tính đáp ứng khá tốt các yêu cầu của thị trường EU thì các nhóm mặt hàng còn lại vẫn còn yếu về năng lực cạnh tranh và đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn của EU; thường vướng các rào cản về bán phá giá, rào cản kỹ kỹ thuật (TBT), rào cản về kiểm dịch động, thực vật (SPS) và yêu cầu phát triển thương mại bền vững (lao động, môi trường,..). Kim ngạch xuất khẩu các nhóm mặt hàng trên được thể hiện trong Bảng 1 và Hình 1.

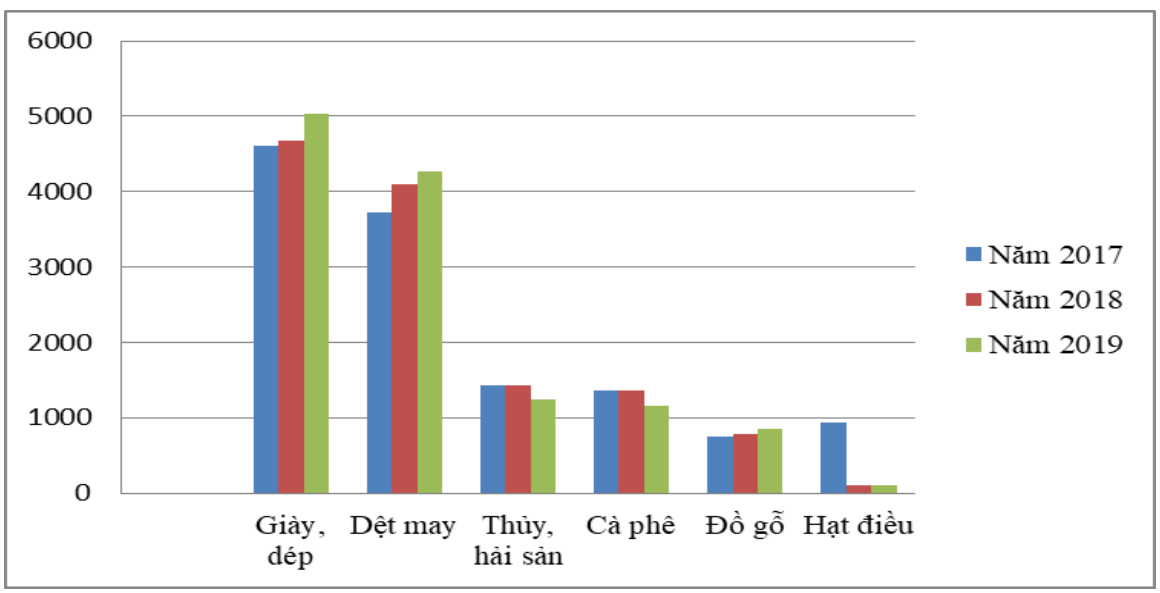
Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu một số nhóm mặt hàng chủ lực của Việt Nam sang EU

ĐVT: triệu USD

STT	Nhóm mặt hàng	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	So sánh	
					2018/2017	2019/2018
1	Giày, dép	4612,3	4677,8	5029,4	1,42%	7,51%
2	Dệt may	3733,3	4101,7	4261,9	9,87%	3,9%
3	Thủy, hải sản	1422,1	1435,2	1247,6	0,92%	-13,07%
4	Cà phê	1365,4	1360,5	1157,7	-0,4%	-14,91%
5	Đồ gỗ	751,4	779,1	846,6	3,69%	8,65%
6	Hạt điều	944,4	105,4	102,6	-89,8%	-2,66%

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Hình 1. Sự thay đổi của kim ngạch xuất khẩu một số nhóm mặt hàng chủ lực của Việt Nam sang EU giai đoạn 2017 - 2019



(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Giày, dép là nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu đứng thứ 2 (sau máy tính, điện thoại) sang EU, là một trong những nhóm hàng có tăng trưởng dương (tăng 1,42% năm 2018 và tăng lên 7,51% năm 2019), do sản phẩm được EU ưa chuộng. Cơ cấu hàng xuất khẩu cũng có sự thay đổi: sau một thời gian tăng trưởng nhanh (từ năm 2011 đến năm 2016, bình quân tăng 14%/năm) mặc dù bị áp thuế bán phá giá 10%, song được lợi thế trong cạnh tranh đối với đối thủ lớn là Trung Quốc (bị áp thuế 16,5%), 3 năm gần đây tăng trưởng đã chững lại dù EU đã bỏ thuế chống bán phá giá hàng giày, dép Việt Nam , song Việt Nam lại mất lợi thế với đối thủ cạnh tranh Trung Quốc do công nghệ cao hơn,chủ động về nguyên liệu và chi phí thấp. . Mặc dù từ 2014, EU có chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) cho các nước đang phát triển nhưng lại khống chế, không áp dụng GSP cho các nước xuất khẩu sản phẩm tương tự vượt quá 17,5% tổng lượng hàng các nước được hưởng GSP. Ngoài ra, còn rào cản xuất xứ hàng hóa cũng đè nặng lên hàng xuất khẩu giày, dép khi nguyên liệu quá phụ thuộc vào nước ngoài, giá trị gia tăng trong sản phẩm thấp. Các rào cản về SPS, lao động, môi trường cũng là những vấn đề ảnh hưởng lớn đến xuất khẩu mặt hàng này sang EU. Để thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng giày, dép sang EU, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động nguồn nguyên liệu, tránh bị lệ thuộc vào nước ngoài, tăng cường khai thác nguồn nguyên liệu ở các nước thuộc EU hoặc có quan hệ FTA với EU để khắc phục rào cản về xuất xứ; có hệ thống cảnh báo sớm để tránh kim ngạch tăng trưởng nóng, dễ bị áp các biện pháp phòng vệ thương mại của EU; đổi mới quản trị để tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh, khắc phục các rào cản SPS, lao động và môi trường.

Dệt may là nhóm hàng xuất khẩu lớn thứ 3 vào EU, có tốc độ tăng trưởng dương liên tục 3 năm gần đây, song cũng có xu hướng chậm dần. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, có được kết quả như vậy là do hàng dệt may có những lợi thế cơ bản: EU chỉ áp thuế 8-12%, trong khi đó Mỹ áp thuế 17-18%; dệt may có lợi thế trong cắt, may, gia công với chi phí thấp, chất lượng được EU ưu chuộng cùng với ưu đãi GSP. Tuy vậy, điểm yếu mà hàng dệt may gặp phải là quy định về xuất xứ, trong chuỗi giá trị hàng dệt may thì khâu nguyên liệu nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc, Đài Loan (60%) là những nước không có quan hệ FTA với EU; vải là nguyên liệu chính song trong nước chỉ đáp ứng được 20%, còn lại là nhập khẩu; giá trị gia tăng thấp chỉ chiếm 50%. Điểm yếu lớn nhất là nguyên liệu rất thiếu, lại nhập tứ các nước không nằm trong EU. Sau nữa công nghệ, kĩ thuật chỉ đạt mức trung bình nên kém lợi thế so với một số đối thủ cạnh tranh lớn như Trung Quốc,Thái lan, Ấn độ... Cùng với đó là phương thức gia nhập vào thị trường còn hạn chế về xây dựng và phát triển kênh phân phối, phát triển thương hiệu nên tăng trưởng xuất khẩu và hiệu quả xuất khẩu dệt may còn thấp. Dệt may còn dễ gặp phải các rào cản về lao động, môi trường, bên cạnh đó chất lượng sản phẩm còn chưa cao trong một thị trường có nhu cầu cao, khắt khe về chất lượng; liên kết các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu dệt may còn yếu, còn cạnh tranh lẫn nhau; khó khăn về đáp ứng lô hàng lớn, tốc độ giao hàng nhanh, ngoài ra còn phải đáp ứng các tiêu chuẩn riêng rất khắt khe của từng nước: tiêu chuẩn nguyên liệu (ISO 3758), tiêu chuẩn giặt (ISO 3759, 5077), độ hút ẩm (DIN 5411)... Xuất khẩu vào EU, các doanh nghiệp dệt may còn phải tính đến những đối thủ cạnh tranh lớn như Trung Quốc, Thái Lan, Ấn độ, Pakistan,... hiện đang đàm phán ký kết FTA với EU. Để khắc phục các rào cản, khó khăn và thách thức trên rất cần sự vào cuộc, phối hợp đồng bộ, chủ động hợp tác của Chính phủ, Bộ, ngành, hiệp hội và doanh nghiệp dệt may.

Thủy, hải sản là mặt hàng đứng thứ 4 trong xuất khẩu vào EU, có kim ngạch hơn 1 tỷ USD. 3 năm gần đây kim ngạch xuất khẩu vào EU có xu hướng giảm, đặc biệt năm 2019 giảm khá mạnh (13,07%) do bị rút thẻ vàng vì đánh bắt trái phép. Theo Tổng cục Hải quan, mặc dù có những năm kim ngạch xuất khẩu giảm, song nhìn chung 3 năm gần đây vẫn tăng chậm. Điểm lợi thế là hàng thủy, hải sản có cơ cấu mang tính bổ sung đối với thị trường EU, không phải cạnh tranh trực tiếp; thị trường EU có nhu cầu lớn, thu nhập bình quân đầu người cao, sức mua lớn; và có sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng, chuyển từ thịt sang nhóm thuỷ, hải sản. Chất lượng sản phẩm ngày càng cải thiện, uy tín, thương hiệu tăng, công nghệ chế biến luôn được cải tiến,... Tuy nhiên, hàng thuỷ, hải sản cũng gặp những khó khăn do có những đòi hỏi khắt khe, những yêu cầu, quy định chặt chẽ về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), xuất xứ, rào cản chống bán phá giá, chống trợ cấp, hạn chế lượng hàng xuất khẩu, rào cản kỹ thuật (TBT) điển hình là quy định về sức khỏe, vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn quản lý chất lượng, về bảo vệ môi trường và nguồn lợi, trách nhiệm xã hội. Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), cùng với những rào cản trên, hạn chế của hàng thủy, hải sản Việt Nam là chất lượng, quy cách các lô hàng chưa ổn định, giống chưa sạch, chưa có khả năng kháng bệnh cao, còn dư lượng hóa chất, kháng sinh vượt mức cho phép ở sản phẩm, còn tình trạng đánh bắt trái phép, chưa quản lý tốt khai thác (bị áp thẻ vàng 2 năm kể từ tháng 10 năm 2017 dẫn đến tụt hạng từ vị trí thứ 2 xuống vị trí thứ 5, giảm nhiều kim ngạch xuất khẩu năm 2019 giảm 13,07% so với năm 2018), chi phí tăng cao do thời gian thông quan kéo dài (7-10 ngày) do bị kiểm tra gắt gao, đối tác nhập khẩu ngại mua, chuyển sang các đối tác ở nước khác.

Hàng nông sản xuất vào EU 3 năm gần đây có xu hướng giảm khá mạnh, trong đó đặc biệt là cà phê và hạt điều (hạt điều qua 3 năm 2017 - 2019 giảm đến 90%, cà phê năm 2019 giảm gần 15% so với năm 2018). Mặc dù EU đã có ưu đãi về kiểm dịch động, thực vật (theo quy định SPS) đối với Việt Nam, song điểm yếu nhất vẫn là sự thiếu đồng nhất về chất lượng giữa các lô hàng, thu hoạch và bảo quản chưa tốt, vướng mắc về xuất xứ (khá nhiều nông sản, trong đó có hạt điều chủ yếu nhập khẩu nguyên liệu từ châu Phi: Bờ biển Ngà, Nigeria,..., đây cũng là lý do vì sao kim ngạch xuất khẩu hạt điều vào EU giảm rất mạnh); nhiều lô hàng nông sản, thực phẩm, rau quả bị giám sát gắt gao về vệ sinh, an toàn thực phẩm: chứa nhiều hóa chất, chất cấm vượt quy định (mật ong 5 năm liền bị cấm nhập do dư lượng chất kháng sinh cao); doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nông sản chủ yếu là nhỏ và siêu nhỏ, thiếu liên kết, công nghệ, kỹ thuật chế biến sau thu hoạch lạc hậu, dẫn đến chi phí cao, chất lượng thấp, hao hụt nhiều làm cho năng lực cạnh tranh, giá trị gia tăng thấp. Theo VASEP, 40% doanh nghiệp nông sản khó khăn khi vượt các rào cản phi thuế quan, trong số này hai rào cản lớn nhất là kiểm dịch động, thực vật (SPS) và rào cản kỹ thuật (TBT).

3.3. Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu hàng Việt Nam sang thị trường EU sau khi EVFTA có hiệu lực

3.3.1. Cơ hội đối với xuất khẩu hàng Việt Nam sang EU

Ngày 12/2/2020 EU đã phê chuẩn Hiệp định FTA với Việt Nam và nếu được Quốc hội Việt Nam phê chuẩn thì trong năm 2020 EVFTA chính thức có hiệu lực. Việc ký kết EVFTA được ví như "Con đường cao tốc hướng Tây" cho hàng hóa của Việt Nam sang

EU được mở, không chỉ có thế EU còn là khu vực nhiều tiềm năng tài chính và công nghệ có thể giúp gia tăng đầu tư và hiện đại hóa nền kinh tế Việt Nam.

Khi EVFTA có hiệu lực, ngay lập tức 85% dòng thuế tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu sẽ được dỡ bỏ; số dòng thuế còn lại sẽ được dỡ bỏ gần 100% sau 7 năm. Đây được xem là cơ hội lớn cho hàng xuất khẩu Việt Nam vào thị trường lớn thứ 3 thế giới về quy mô GDP (18.800 tỷ USD), với GDP bình quân đầu người 40.000 USD và dân số trên 580 triệu người. Lợi thế nữa là Việt Nam sớm ký được Hiệp định EVFTA so với các đối thủ cạnh tranh lớn khác về hàng giày, dép, thủy, hải sản, dệt may và nông sản như: Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Ấn Độ, Đài Loan,... Thông qua việc EU dỡ bỏ thuế quan cho hàng Việt Nam và mặc dù có những quy định khắt khe, chặt chẽ về hàng nhập khẩu vào EU, song được thực hiện có lộ trình 10 năm, có thể đảm bảo cho doanh nghiệp Việt Nam nếu nỗ lực, cố gắng có thể thực hiện được.

Về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu: Cơ cấu hàng xuất khẩu Việt Nam mang tính bổ sung, không cạnh tranh trực tiếp, chất lượng hàng hóa Việt Nam ngày càng được cải thiện, đặc biệt là thủy, hải sản; EU có nhu cầu lớn về các nhóm hàng của Việt Nam: dệt may, giày, dép, nông sản, thủy, hải sản,... trong khi đó các nước EU sản xuất chủ yếu là ô tô, máy bay, dược phẩm. Theo nghiên cứu từ dự án Mutrap thì khi EVFTA được thực thi thì mặt hàng xuất khẩu Việt Nam sẽ được đa dạng hóa hơn, đặc biệt là hàng nông sản, thủy, hải sản.

Cùng với những cơ hội mới về thị trường EU sau khi ký EVFTA, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam có sự đồng hành, phối hợp chặt chẽ của Chính phủ, Bộ, ngành, hiệp hội với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu. Chính phủ, Bộ, ngành ban hành và hướng dẫn thực hiện các văn bản pháp quy đảm bảo sự tương thích với các quy định của EVFTA. Chính phủ, Hiệp hội VASEP ban hành các giải pháp tăng cường kiểm tra, giám sát kiểm soát tàu cá, nâng cao năng lực thực thi pháp luật chống khai thác, đánh bắt trái phép (IUU), hợp tác với EU trong xử lý thẻ vàng.

Cục phòng vệ thương mại tăng cường phối hợp với các cơ quan trong và ngoài nước, giúp doanh nghiệp xử lý các biện pháp phòng vệ của nước ngoài, trong đó có EU, tập trung vào thuế chống bán phá giá, lẩn tránh thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp và phòng vệ do tăng trưởng nóng hàng xuất khẩu; các mặt hàng chủ yếu của EU như sợi, dệt, thủy sản, nông sản rất may là so với các thị trường lớn khác (Hoa Kỳ, Trung Quốc) các biện pháp phòng vệ thương mại của EU không nhiều (áp thuế chống bán phá giá giày, dép (2005-2011), thẻ vàng đối với cá (2017-2019), mạnh nhất là 5 năm cấm xuất mật ong sang EU và một số vụ việc khác). Song cần lưu ý rằng hội nhập càng mạnh, càng sâu thì các biện pháp phòng vệ thương mại được áp dụng ở các nước nhập khẩu càng tăng. Do đó, Chính phủ và doanh nghiệp cần phải có hệ thống cảnh báo tốt và có các biện pháp chủ động đối phó.

Theo Dự báo tình hình xuất khẩu sang EU của Bộ Kế hoạch - Đầu tư sau khi EVFTA có hiệu lực, với việc cắt giảm thuế quan mạnh thì kim ngạch xuất khẩu hàng Việt Nam sang EU có thể tăng 20% năm 2020; 42,7% vào năm 2025, 44,37% vào năm 2030 so với trước khi ký EVFTA trong đó các mặt hàng giầy, dép, dệt may, nông sản, thủy hải sản có lợi thế lớn. Tuy vậy để đạt được kết quả ấn tượng trên thì Chính phủ, doanh nghiệp và hiệp hội phải đồng hành vượt qua các khó khăn thách thức từ rào cản thương mại của EU.

3.3.2. Thách thức về các rào cản phi thuế quan đối với xuất khẩu hàng Việt Nam sang EU

Các thách thức về rào cản đối với hàng giầy, dép, dệt may, thủy, hải sản, nông sản đối với EU khi EVFTA có hiệu lực:

Mặc dù được hưởng ưu đãi thuế quan, song hàng xuất khẩu Việt Nam vào EU sẽ phải đối mặt với khó khăn, thách thức về các rào cản phi thuế quan như: Hàng rào kỹ thuật (TBT); Kiểm dịch động thực vật (SPS); Phòng vệ thương mại; Yêu cầu về phát triển bền vững thương mại (lao động, môi trường), cụ thể:

Đối với mặt hàng giày, dép, rào cản lớn nhất là xuất xứ hàng hóa khi mà nguyên vật liệu sản xuất phụ thuộc chủ yếu vào các nước không có quan hệ FTA với EU (60-70% nguyên liệu da, giày nhập khẩu từ Trung Quốc, Đài Loan); chất lượng các lô hàng thiếu sự đồng nhất; các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu giày, dép quy mô nhỏ, thiếu liên kết, chưa tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu; mặt hàng đơn điệu; công nghệ còn lạc hậu; chi phí cao, giá trị gia tăng, năng lực cạnh tranh thấp; các nước còn nghi ngờ Việt Nam lẩn tránh thuế chống bán phá giá. Nếu không khắc phục được các rào cản này thì với các quy định ngặt nghèo, cùng với tăng cường các biện pháp phi thuế quan của nước nhập khẩu, kim ngạch xuất khẩu giày, dép khó tăng.

Đối với hàng dệt may: Cũng tương tự mặt hàng giày, dép, hàng dệt may lệ thuộc lớn vào nguồn nguyên liệu nước ngoài, trong đó chủ yếu là Trung Quốc (58%), Đài Loan (12%), hai nước này không có quan hệ FTA với EU và Hàn Quốc (16%) nên dễ bị rào cản về xuất xứ; doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu dệt may lại phải đối đầu, cạnh tranh với các đối thủ lớn: Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh,... đồng thời nếu không được kiểm soát tốt thì công nghệ, kỹ thuật của Trung Quốc sẽ thâm nhập mạnh thị trường Việt Nam; doanh nghiệp dệt may sử dụng nhiều lao đông, tay nghề thấp, điều kiện làm việc, môi trường còn hạn chế nên rất dễ mắc các rào cản về phát triển bền vững (lao động, môi trường, trách nhiệm xã hội...); công nghệ, kỹ thuật chỉ đạt trình độ trung bình: công nghệ xơ, dệt, nhuộm yếu; quản trị doanh nghiệp còn yếu nên chi phí cao; hiểu biết pháp luật thị trường EU còn yếu. Do đó, nếu không khắc phục triệt để những hạn chế yếu kèm này sẽ khó đạt được kết quả như dự báo.

Đối với hàng thủy hải sản: thách thức chủ yếu của rào cản phi thuế quan là các biện pháp hạn chế số lượng và giá tri nhập khẩu vào EU, áp hạn ngạch hoặc cấm xuất khẩu, quy định giá tối đa được bán tại thị trường EU, cộng thêm các khoản thuế, phụ thu; các rào cản kỹ thuật và kiểm dịch, vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường (tiêu chuẩn ISO 14020, IUU) và an toàn trong tiêu dùng, dư lượng hóa chất, chất kháng sinh, quy định về trách nhiệm xã hội...; cùng với các biện pháp, thủ tục hành chính: thanh toán, đặt cọc, quảng cáo, quá trình kiểm tra hàng hóa thông quan... EU là một thị trường khó tính với nhiều quy định phức tạp, bên cạnh quy định chung còn có các quy định riêng từng nước. Thực tế hàng thủy, hải sản Việt Nam vào EU đã gặp những vướng mắc về dư lượng kháng sinh, thẻ vàng với tàu đánh bắt cá trái phép (xuất sứ). Mặc dù đã từng bước xác định vị thế, uy tín, thương hiệu song chất lượng hàng thủy, hải sản còn thiếu đồng nhất, chưa đồng đều giữa các lô hàng, chất lượng con giống còn thấp, kiểm soát đánh bắt hải sản chưa tốt, còn hiện tượng đánh bắt ở hải phận nước khác, chất lượng thủy, hải sản nguyên liệu chế biến chưa được kiểm soát chặt chẽ, truy suất nguồn gốc còn lỏng lẻo, thiếu quy hoạch tổng thể.

Đó cũng là lý do vì sao kim ngạch xuất khẩu hàng thủy, hải sản những năm gần đây có xu hướng giảm sút. Khi EVFTA được thực hiện, dự báo các biện pháp phi thuế quan sẽ tăng lên, sẽ khó khăn hơn cho hàng thủy, hải sản.

Đối với hàng nông sản: cũng như hàng thủy hải sản rào cản lớn nhất là kiểm dịch động thực vật (SPS) rau, quả Việt Nam dễ vướng mắc do thiếu tính đồng nhất về quy cách, chất lượng; thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch chưa tốt, tổ chức sản xuất, chế biến, công nghệ chế biến chưa hiện đại khó đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn, quy trình sản xuất, chế biến; ngoài ra một số nguyên liệu cho hàng xuất khẩu mắc về quy tắc xuất sứ (hạt điều kim ngạch giảm mạnh vì nguyên liệu chủ yếu nhập từ các nước Gana, Nigieria,... là những nước không có FTA với EU; quy mô sản xuất, chế biến nhỏ, manh mún khó áp dụng công nghệ cao để đáp ứng tiêu chuẩn, quy chuẩn EU; thiếu hoặc không tiếp cận được với thông tin về EVFTA thị trường EU (theo một kết quả điều tra 77% doanh nghiệp không có thông tin đầy đủ về EVFTA, chỉ trông chờ vào thông tin từ cơ quan quản lý nhà nước, do đó rất khó khăn trong xuất khẩu vì thiếu thông tin, thiếu hiểu biết về luật pháp và thị trường); quản trị doanh nghiệp còn yếu, chi phí cao và dễ mắc các quy định về sử dụng lao động, môi trường. Do đó Chính phủ, Bộ, ngành, hiệp hội và doanh nghiệp còn rất nhiều việc phải làm mới khắc phục được các hạn chế, yếu kém để vượt rào cản, thúc đẩy xuất khẩu nông sản sang EU, mặc dù hàng nông sản là một trong số những hàng nhiều triển vọng do nhiều cơ hội mà EVFTA tạo ra

3.4. Một số giải pháp chủ yếu vượt rào cản, thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường EU khi EVFTA có hiệu lực

EVFTA chính thức có hiệu lực khi được Quốc hội Việt Nam phê chuẩn (dự kiến trong kỳ họp tới đây của Quốc hội, sau khi EU đã phê duyệt tháng 2 năm 2020). Để thúc đẩy xuất khẩu các nhóm hàng giày, dép, dệt may, thủy, hải sản, nông sản sang thị trường EU cần có sự đồng hành với các giải pháp của Chính phủ, Bộ, ngành, hiệp hội và doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu các nhóm mặt hàng này.

3.4.1. Giải pháp chung

Về phía chính phủ, Bộ, ngành: Chính phủ cần bổ sung, điều chỉnh các văn bản pháp quy đảm bảo sự tương thích với yêu cầu, quy định của EU, của EVFTA, đồng thời tăng cường sự tuyên truyền, hướng dẫn và quyết liệt trong chỉ đạo thực hiện. Các Bộ, ngành trên cơ sở các văn bản hướng dẫn, chỉ đạo các doanh nghiệp, phối hợp, hợp tác chặt chẽ giữa các Bộ, ngành với hiệp hội và doanh nghiệp trong triển khai thực hiện nhằm tạo dựng cơ hội, vượt qua những thách thức và khắc phục những khó khăn, hạn chế của doanh nghiệp với lộ trình và biện pháp cụ thể, hiệu quả.

Về phía các hiệp hội nhóm, ngành hàng: Cần chủ động nắm bắt thông tin, kinh nghiệm quốc tế về xử lý các vụ kiện và khởi kiện đối tác nhập khẩu; Chuẩn bị các luận cứ xác thực, chặt chẽ để kiến nghị với Chính phủ, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan trong xử lý các vụ kiện; Đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền cho các doanh nghiệp hiểu biết về EVFTA, về thị trường EU; Đào tạo kiến thức và kinh nghiệm trong xuất khẩu, hạn chế các vụ kiện và các biện pháp phòng vệ thương mại của đối tác.

Về phía các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu: Cần chủ động nắm bắt thông tin

đầy đủ, chính xác về EVFTA, thị trường và đối tác nhập khẩu; chủ động dự báo tình hình thị trường để có giải pháp đáp ứng nhu cầu hàng hóa theo tiêu chuẩn, quy chuẩn, thủ tục hành chính trong nhập khẩu, thông quan hàng hóa; Dự báo nguy cơ vụ kiện và các biện pháp phòng vệ thương mại để chủ động đối phó. Trong trường hợp xảy ra tranh chấp cần chuẩn bị đầy đủ thông tin, sổ sách, chứng từ, kế toán tài chính và các minh chứng một cách minh bạch, đầy đủ, chặt chẽ, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan nhà nước và hiệp hội trong xử lý tranh chấp, giảm thiểu tối đa sự thiệt hại; Tăng cường sự liên kết, liên kết chuỗi giữa các doanh nghiệp để có thể thực hiện hiệu quả đầu tư khoa học, công nghệ, kỹ thuật sản xuất, đảm bảo năng suất, chất lượng, hiệu quả, đồng thời có thể đáp ứng được các lô hàng lớn, tốc độ nhanh theo yêu cầu của đối tác, giảm chi phí từ lợi thế quy mô, nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu; Tăng cường đào tạo kiến thức và kinh nghiệm quản trị, đổi mới quản trị, tái cấu trúc sản xuất và kinh doanh gắn với nhu cầu, đòi hỏi của thị trường trên cơ sở dự báo nhu cầu thị trường EU và thế giới, bên cạnh việc đáp ứng nhu cầu thị trường EU cần đa dạng hóa thị trường, đối tác để tránh rủi ro khi thị trường biến động; Nắm bắt thông tin về các nguy cơ xảy ra các vụ kiện phòng vệ thương mại từ cơ quan quản lý nhà nước để có biện pháp chủ động đối phó; Tăng cường các yếu tố, điều kiện về cơ sở vật chất, quản trị để đáp ứng các tiêu chuẩn ISO trong sản xuất, xuất khẩu và các tiêu chuẩn ISO về lao động, môi trường để đáp ứng các yêu cầu khắt khe của EU; Tăng cường đổi mới, đa hạng hóa mặt hàng, lô hàng chất lượng và năng lực cạnh tranh các mặt hàng xuất khẩu.

3.4.2. Giải pháp cụ thể đối với các nhóm, mặt hàng

Đối với mặt hàng giày, dép: Vấn đề lớn nhất là vướng các quy định về xuất xứ hàng hóa do giày, dép Việt Nam sử dụng nhiều nguyên liệu từ các nước không có trong EU, không có quan hệ FTA với EU nên trước mắt cần tăng cường tìm các nguồn nguyên liệu tại EU và các nước có quan hệ FTA với EU, về lâu dài các doanh nghiệp cần đầu tư sản xuất nguyên liệu trong nước hoặc đầu tư các cơ sở sản xuất tại EU; Hoàn thiện quy trình sản xuất từ đầu vào đến đầu ra và đáp ứng quy trình, quy chuẩn sản xuất của EU, theo đó cần đào tạo nâng cao trình độ, chất lượng nguồn nhân lực, năng lực quản trị; Đầu tư hiện đại hóa, nâng cao năng lực sản xuất, xuất khẩu; Tăng cường liên kết chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng, đảm bảo chủ động trong sản xuất và xuất khẩu; Đảm bảo tính minh bạch trong sản xuất, xuất khẩu, xuất xứ hàng hóa, tránh dư luận xấu là Việt Nam lẩn tránh thuế chống bán phá giá, không minh bạch về xuất xứ nên ảnh hưởng thương hiệu, uy tín của hàng xuất khẩu, đồng thời tránh được các nguy cơ bị kiện, áp các biện pháp phòng vệ thương mại.

Đối với hàng dệt may: Sức ép lớn nhất là EU là môt thị trường khó tính với những tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật cao về sản phẩm và yêu cầu trong sản xuất và tiêu dùng, đồng thời phải đối đầu với các đối thủ cạnh tranh lớn để khẳng định được vị thế, thương hiệu trên thị trường như: Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Bangladesh, Pakistan. Cũng như hàng giày, dép, dệt may bị phụ thuộc và phải nhập nguyên liệu nhiều từ các nước không nằm trong EU, không có quan hệ FTA với EU, trong số này có Trung Quốc là nước chúng ta phụ thuộc vào công nghệ, đặc biệt là nguyên liệu phải nhập đến 70% từ Trung Quốc và Đài Loan. Trong tương lai, khi Trung Quốc, Thái Lan (đang đàm phán FTA với EU) có quan hệ FTA với EU thì vấn đề xuất xứ hàng dệt may sẽ được giải quyết, song trước mắt

doanh nghiệp dệt may cần chủ động nhập nguyên liệu từ các nước có quan hệ FTA với EU và nội bộ EU, về lâu dài để đảm bảo chủ động và hiệu quả trong sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may thì các doanh nghiệp cần chủ động đầu tư sản xuất sợi và vải mới đảm bảo gia tăng được giá trị gia tăng và hiệu quả sản xuất và xuất khẩu (trên mới đạt chỉ 50%). Các doanh nghiệp dệt may cần tăng cường đầu tư, hiện đại hóa công nghệ, kỹ thuật hiện còn lệ thuộc Trung Quốc, lạc hậu, năng suất, chất lượng, hiệu quả thấp; Tăng cường liên kết chuỗi (do các doanh nghiệp dệt may hầu hết là doanh nghiệp nhỏ và vừa) để vừa có thể đầu tư, hiện đại hóa (hiện công nghệ chỉ đạt mức trung bình), vừa hiệu quả, quy mô lớn, đặc biệt là liên kết với doanh nghiệp FDI trong nước để đáp ứng tốt các yêu cầu về quy mô và thời hạn giao hàng nhanh của đối tác. Việc đáp ứng được tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật cùng với đó cần nâng cao năng lực quản trị để giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo thu nhập và điều kiện làm việc, yếu tố môi trường để không phạm điều kiện, yêu cầu về phát triển bền vững thương mại của EU.

Đối với thủy, hải sản: Doanh nghiệp cần đảm bảo minh bạch nguồn nguyên liệu, tránh đánh bắt cá trái phép để dẫn tới việc áp thẻ vàng trong thời gian vừa qua; Tuân thủ điều luật thủy sản mới và các quy định về nguồn gốc xuất xứ; Tăng cường các biện pháp trong nuôi trồng, đánh bắt và chế biến hải sản, đặc biệt là khâu con giống hiện rất yếu, hiệu quả thấp; Giảm dư lượng khánh sinh, hóa chất trong nuôi trồng, bảo quản, chế biến sản phẩm, đáp ứng yêu cầu SPS và tiêu chuẩn tiêu dùng của EU; Xây dựng và hoàn thiện hệ thống phân phối, xây dựng hình ảnh, uy tín và thương hiệu sản phẩm vốn còn yếu; Đầu tư, hiện đại hóa công nghệ, kỹ thuật từ nuôi trồng, đánh bát, chế biến và bảo quản để giảm chi phí và nâng cao chất lượng ản phẩm. Doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu chủ yếu và doanh nghiệp nhỏ và vừa, sử dụng nhiều lao động thủ công, môi trường và điều kiện chưa tốt, nguy cơ ô nhiễm môi trường lớn nên cần tuân thủ các quy định về sử dụng lao động, môi trường và điều kiện làm việc, giảm thiểu tối đa ô nhiễm môi trường, trong đó đáp ứng yêu cầu về phát triển thương mại bền vững của EU.

Đối với hàng nông sản: Rào cản lớn nhất đối với hàng nông sản Việt Nam vào thị trường EU là kiểm dịch động, thực vật (SPS), tiêu chuẩn, quy chuẩn về sản xuất, chế biến, tiêu chuẩn tiêu dùng của EU; khả năng đáp ứng các lô hàng lớn, giao nhanh và hàng đảm bảo chất lượng, một số mặt hàng vướng về nguồn gốc, xuất xứ... Ngoài gạo thì rau, quả, hạt, cà phê là những mặt hàng xuất khẩu lớn. Tuy vậy, điểm yếu là sản xuất nông sản quy mô nhỏ, manh mún, nên khó kiểm soát chất lượng, năng suất thấp, công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch còn lạc hậu nên chi phí cao, chất lượng thấp, hao hụt nhiều. Do đó rất cần thực hiện liên kết các nhà sản xuất và xuất khẩu; Hiện đại hóa sản xuất và công nghệ chế biến, bảo quản. Các doanh nghiệp cần nghiên cứu, nắm bắt đầy đủ và thực hiện đúng các tiêu chuẩn, quy chuẩn của EU về mặt hàng, tiêu chuẩn tiêu dùng của EU, tiêu chuẩn, quy chuẩn sản xuất, chế biến, bảo quản, xuất khẩu; thủ tục hành chính, thông quan,...Với hạt điều (hiện xuất khẩu giảm mạnh, song bị EU thực hiện quy định về xuất xứ với lý do nguyên liệu chủ yếu nhập từ Gana, Nigeria là những nước không nằm trong EU) thì Nhà nước cần có quy hoạch trồng điều theo hướng mở rộng trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu và cạnh tranh trên thị trường EU. Về mặt hàng mật ong, tiềm năng sản xuất và xuất khẩu tương đối khá, tuy vậy từ 2007 mặt hàng bị cấm nhập vào EU do không đảm bảo quy định về vệ sinh an toàn thực

phẩm theo quy định của SPS; mặc dù từ năm 2014 EU đã bắt đầu nhập lại (các nước nhập khẩu lớn có Đức, Pháp, Anh và Tây Ban Nha) nhưng vẫn có những hạn chế về dư lượng các chất glycerine, chỉ số HMF và các tạp chất, đặc biệt là Carbendazim và các hóa chất biến đổi Gen. Do đó, để thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm này cần phải có các biện pháp đáp ứng các yêu cầu về nguồn gốc và được cấp chứng nhận HACCP và các giới hạn cho phép về các tiêu chuẩn tiêu dung, dư lượng hóa chất và tạp chất của EU; tăng lượng nuôi tự nhiên, hạn chế thức ăn nhân tạo, mật hoa nhân tạo và chú trọng trong khâu chế biến, bảo quản.Về gạo nên tập trung sản xuất và xuất khẩu các loại có chất lượng cao thay vì chỉ tập trung loại chất lượng thấp, số lượng nhiều nhưng giá trị và giá trị gia tăng thấp.

Kết luận

EU là một thị trường lớn, nhu cầu cao, khó tính với những quy định khắt khe. Khi EVFTA có hiệu lực sẽ tạo ra nhiều cơ hội lớn cho hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có những mặt hàng chủ lực, kim ngạch xuất khẩu lớn như giày, dép, giày da, thủy, hải sản, nông sản. Song khi được hưởng lợi về thuế suất thì hàng Việt Nam có thể gặp phải những rào cản phi thuế quan, và thuế được các nước nhập khẩu sử dụng để bảo vệ sản xuất trong nước. Bài báo tập trung phân tích thực trạng xuất khẩu các nhóm, mặt hàng giày, dép, dệt may, nông sản, thủy, hải sản của Việt Nam vào EU; đánh giá khả năng đáp ứng các yêu cầu của EU, chỉ ra hạn chế, yếu kém trong quản lý Nhà nước, doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu; nhận định cơ hội và đặc biệt là thách thức về hàng rào phi thuế quan khi xuất khẩu sang EU trong bối cảnh EVFTA được ký kết và có hiệu lực, từ đó nêu ra các giải pháp hữu hiệu đối với quản lý Nhà nước, hiệp hội và doanh nghiệp để thúc đẩy xuất khẩu sang EU đối với 4 nhóm, mặt hàng vừa có lợi thế vừa có nguy cơ lớn bị áp các rào cản phi thuế quan. Do vấn đề nghiên cứu đề cập đến phạm vi rộng và phức tạp nên bài báo còn chưa đi sâu, nghiên cứu cụ thể, chi tiết những vấn đề quản trị doanh nghiệp, những cơ chế, chính sách cụ thể của Nhà nước. Để hoàn thiện, chúng tôi sẽ thực hiện ở các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo thuyết minh về hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), ngày 28 tháng 4 năm 2020, đăng tại Website: quochoi.vn
2. Bùi Thị Việt Anh (2016), Cơ hội và thách thức từ cam kết thương mại trong hiệp định thương mại tự do VN-EU (EVFTA) đối với doanh nghiệp gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam, Báo cáo nghiên cứu EU - 38-Mutrap.
3. Hà Công Anh Bảo và các cộng sự, Thách thức khi tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới của Việt nam từ kết quả điều tra doanh nghiệp, Kỷ yếu hội thảo khoa học: *Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới của Việt Nam: Từ chiến lược tham gia đến thách thức khi thực thi*, TP. Hồ Chí Minh, tr. 289-304.
4. Phạm Thị Dự (2018), Cơ hội và thách thức đối với lĩnh vực thương mại hàng hóa của Việt Nam khi hiệp định EVFTA có hiệu lực, Diễn đàn Hội nhập Kinh tế Quốc tế Việt Nam 2018, Truy cập từ website:

   http://www.trungtamwto.vn/download/17898/17.%20Co%20hoi%20va%20thach%20thuc%20voi%20linh%20vuc%20thuong%20mai%20hang%20hoa%20cua%20Viet%20Nam%20khi%20EVFTA%20co%20hieu%20luc.pdf

5. Nguyễn Ngọc Hà (2019), Tham gia FTA thế hệ mới: Lợi thế, thách thức và vấn đề đặt ra cho Việt Nam, Truy cập từ website: http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/tham-gia-fta-the-he-moi-loi-the-thach-thuc-va-van-de-dat-ra-cho-viet-nam-309173.html
6. Vũ Thanh Hương (2017), Hiệp định thương mại tự do VN - EU: Tác động đối với thương mại hàng hóa hai bên và hàm ý cho VIệt Nam, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế.
7. Minh Khôi (2019), Chủ động đối phó với hàng rào phi thuế quan trong giao dịch quốc tế, Tạp chí tài chính, số tháng 3/2019.
8. Phan Thị Hà My (2019) trong bài viết "Cơ hôi và những vấn đề đặt gia đối với Việt Nam khi tham gia EVFTA", Tạp chí tài chính, kỳ 1 tháng 7/2019, truy cập từ website: http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/co-hoi-va-nhung-van-de-dat-ra-doi-voi-viet-nam-khi-tham-gia-evfta-311080.html
9. Nguyễn Minh Phong (2018), EVFTA - Cơ hội và giải pháp thích ứng, Tạp chí Ngân hàng, số 22/2018.
10. Quang Sơn (2020), Cơ hội mới của Việt Nam trước thị trường EU, Truy cập từ website của Tạp chí tài chính: http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/co-hoi-moi-cho-viet-nam-tren-thi-truong-eu-319430.html
11. Nguyễn Thị Thu Thủy (2019), Giải pháp vượt rào cản phi thuế quan nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU, Tạp chí Công thương, số tháng 9/2019.
12. TS Huỳnh Minh Triết (2011), Giáo trình Kinh tế Quốc tế, NXB Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
13. Website của Bộ Công thương: https://www.moit.gov.vn/
14. Website của Bộ Kế hoạch và Đầu tư: http://www.mpi.gov.vn/
15. Website của Tổng cục Hải quan: https://www.customs.gov.vn/
16. Website của Tổng cục Thống kê: https://www.gso.gov.vn/
17. Website của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP): http://vasep.com.vn/
18. Website của Hiệp hội Dệt may Việt Nam: http://www.vietnamtextile.org.vn/
19. Website của Hiệp hội Da, Giày, Túi xách Việt Nam: http://www.lefaso.org.vn/
20. Website của Hiệp hội Lương thực Việt Nam: https://www.vietfood.org.vn/
21. Website của Cục phòng vệ Thương mại, Bộ Công Thương Việt Nam: http://www.trav.gov.vn/

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP PHẦN MỀM VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

EVELOPING EXPORT MARKETS OF VIETNAMESE SOFTWARE ENTERPRISES IN THE TRADE PROTECTION BACKGROUND

PGS.TS. Đàm Gia Mạnh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay, với tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, việc mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam ngày càng trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Trong thời gian qua, nhiều phần mềm của các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ chiếm lĩnh được thị trường nội địa mà còn được xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính của các nước trong khu vực và trên thế giới. Tuy nhiên, trong bối cảnh diễn biến phức tạp của những thay đổi trong chính sách thương mại của nhiều quốc gia trên thế giới; của việc gia tăng các biện pháp bảo hộ thương mại đã tạo ra những lợi thế cơ bản, nhiều tiềm năng, cơ hội cho phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam, song trên thực tế, các doanh nghiệp phần mềm nước ta đang còn gặp nhiều khó khăn, chịu nhiều thách thức.

Bài viết đề cập đến một số vấn đề lý luận cơ bản về bảo hộ thương mại, phần mềm và thị trường xuất khẩu phần mềm, thực trạng về thị trường xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay. Trên cơ sở đó, phân tích đánh giá những cơ hội và thách thức chủ yếu, xu thế phát triển thị trường phần mềm thế giới, sự cần thiết phải mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm Việt nam hiện nay, giúp các doanh nghiệp phần mềm có cơ sở để hoạch định chiến lược phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất khẩu của mình trong thời gian tới.

Từ khoá: *bảo hộ thương mại, phát triển, thị trường, xuất khẩu, phần mềm.*

Abstract

In the current trend of deeper international economic integration, with the process of industrialization and modernization of the country, the request to develop export markets of Vietnamese software enterprises has become more urgent than ever. In recent years, Vietnamese software enterprises have not only dominated the domestic market but also exported to many countries. However, in the context of the complicated changes of trade policies in various countries; the increase of trade protection barriers has created basic advantages as well as great potentials and opportunities to promote export markets of Vietnamese software enterprises, but in fact, the software enterprises are still facing many difficulties and challenges.

The paper concerns basic theoretical issues about trade protection, software and software export markets, current situation of export markets of Vietnamese software enterprises. On that basis, analyzing and assessing key opportunities and challenges, trend

of developing the global software market, demand to expand and develop Vietnam's software export market today, supporting software enterprises a basis to plan business development and export strategies in the coming time.

Keywords: *trade protection, development, market, export, software.*

1. Đặt vấn đề

Trong những năm qua, việc phát triển công nghệ thông tin (CNTT) mà đặc biệt là công nghiệp phần mềm ở Việt Nam ngày càng được quan tâm, đầu tư thích đáng nhờ chủ trương, chính sách đúng đắn của Chính phủ. Cùng với việc ứng dụng CNTT trong mọi hoạt động đã trở thành những nhu cầu thực tiễn từ cơ quan nhà nước cho đến doanh nghiệp và mọi người dân, công nghiệp CNTT và đặc biệt là công nghiệp phần mềm đã được các cơ quan quản lý Nhà nước dành cho nhiều ưu đãi, tạo điều kiện thuận lợi, nhờ đó, đã và đang tiếp tục phát triển. Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay, với tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước nhà, việc mở rộng và phát triển thị trường phần mềm ngày càng trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Có thể thấy, trong thời gian qua, nhiều phần mềm của các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ chiếm lĩnh được thị trường nội địa mà còn được xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính của các nước trong khu vực và trên thế giới. Ngành công nghiệp CNTT và đặc biệt là công nghiệp phần mềm đang dần trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển đất nước, với tốc độ tăng trưởng khá cao. Đây cũng là ngành có sức hấp dẫn, thu hút mạnh nguồn vốn đầu tư trong, ngoài nước thời gian qua. Điều này càng trở nên quan trọng và là động thái tích cực mở đường cho sự phát triển thị trường xuất khẩu, gia công phần mềm, thúc đẩy sự trưởng thành, lớn mạnh của các doanh nghiệp phần mềm trong cả nước.

Cho dù có những lợi thế cơ bản, có nhiều tiềm năng, cơ hội, song trên thực tế, các doanh nghiệp phần mềm nước ta đang còn gặp nhiều khó khăn, chịu nhiều thách thức mà trước hết là, cạnh tranh toàn cầu và trong khu vực ngày càng quyết liệt với sự nổi lên mạnh mẽ của nhiều quốc gia có trình độ cao về sản xuất và xuất khẩu phần mềm như Trung Quốc, Ấn Độ và một số nước Đông Nam Á. Trong bối cảnh cạnh tranh, đặc biệt là khi bảo hộ thương mại đang có chiều hướng gia tăng, diễn biến phức tạp, sự hạn chế về số lượng và quy mô doanh nghiệp phần mềm nhỏ bé, liên kết hỗ trợ còn lỏng lẻo, đã đặt doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm nước ta trước những khó khăn, hạn chế và đang là trở ngại trong việc vươn ra thị trường quốc tế. Đây cũng là thách thức to lớn đối với ngành công nghiệp phần mềm của nước ta và của từng doanh nghiệp phần mềm. Bản thân thị trường còn chứa đựng nhiều điểm yếu như sản phẩm phần mềm còn đơn giản, uy tín của các doanh nghiệp phần mềm còn thấp, vấn đề quảng bá và xúc tiến thương mại còn yếu,... đã hạn chế sự phát triển của ngành công nghiệp mũi nhọn này.

Tổng quan các tài liệu, các bài viết, các ý kiến chuyên gia, các ý kiến tại các hội thảo liên quan đến CNTT, bảo hộ thương mại thời gian qua [1,2,5,10,11] cho thấy: Trước những ảnh hưởng của chủ nghĩa bảo hộ thương mại đang gia tăng, thị trường xuất khẩu phần mềm Việt Nam đang có những cơ hội lớn nhưng cũng phải đối mặt với nhiều thách thức.Việc nắm bắt được cơ hội, phát huy lợi thế, nhanh chóng khắc phục các rào cản, thách

thức là vấn đề đặt ra hàng đầu cho sự phát triển của thị trường xuất khẩu phần mềm nước ta hiện nay.

Để có thể nhận diện tác động của bảo hộ thương mại đến phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp Việt Nam giai đoạn hiện nay, bài viết *sử dụng phương pháp nghiên cứu* tài liệu, các ý kiến chuyên gia, các ý kiến trao đổi, thảo luận tại các hội thảo về CNTT, về bảo hộ thương mại; sử dụng dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, Tổng cục Thống kê và của một số tổ chức để tổng hợp, phân tích, đánh giá những cơ hội và thách thức chủ yếu, xu thế phát triển thị trường phần mềm thế giới, sự cần thiết phải mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm Việt nam hiện nay, giúp các doanh nghiệp phần mềm có cơ sở để hoạch định chiến lược phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất khẩu của mình trong thời gian tới.

2. Tổng quan về bảo hộ thương mại và thị trường phần mềm

2.1. Bảo hộ thương mại

2.1.1. Khái niệm

Bảo hộ thương mại (còn gọi là *bảo hộ mậu dịch*) là việc nhà nước thực hiện các chính sách quản lý thương mại, hạn chế danh mục hàng hóa xuất nhập khẩu. Cụ thể là nhà nước áp dụng một số tiêu chuẩn nâng cao đặc biệt (các hàng rào kỹ thuật) cho các lĩnh vực như chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ hay áp đặt thuế xuất nhập khẩu cao đối với một số hàng hóa hoặc dịch vụ nhập khẩu nào đó mà quốc gia mình có lợi thế để bảo vệ sản xuất hàng hóa và dịch vụ trong nước. Như vậy, có thể hiểu bảo hộ thương mại là xu hướng chính phủ đặt ra rào cản đối với hoạt động trao đổi hàng hóa, dịch vụ nhằm bảo vệ thị trường nội địa (hàng hóa dịch vụ nội địa) trước sự cạnh tranh của hàng hóa nhập khẩu [3].

2.1.2. Công cụ, biện pháp chủ yếu của bảo hộ thương mại

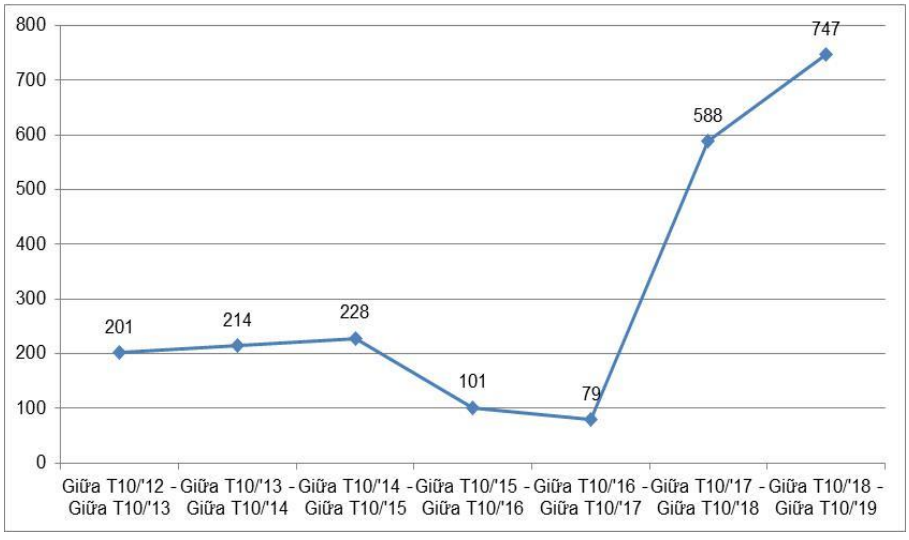
Các công cụ chủ yếu của bảo hộ thương mại là các hàng rào thương mại, đó là thuế quan đánh vào hàng hóa, dịch vụ bao gồm thuế nhập khẩu, thuế xuất khẩu, thuế hải quan và các công cụ phi thuế quan là những biện pháp nằm ngoài phạm vi thuế quan có thể được các quốc gia sử dụng, thông thường dựa trên cơ sở lựa chọn, nhằm hạn chế nhập khẩu như các biện pháp giới hạn về số lượng như hạn ngạch, hạn chế xuất khẩu tự nguyện, quy định hàm lượng nội địa của sản phẩm, cartel quốc tế,... các biện pháp quản lý giá như bán phá giá, trợ cấp xuất khẩu, giá nhập khẩu tối thiểu, giá nhập khẩu tối đa, giá xuất khẩu tối thiểu, giá hành chính,... và các biện pháp về hàng rào kỹ thuật như chất lượng, an toàn, kích thước,... Các biện pháp bảo hộ thương mại mới được áp dụng gồm: biện pháp phòng vệ thương mại, tăng thuế, rào cản địa phương, trợ cấp phí xuất khẩu, và các phân biệt đối xử. Xu hướng bảo hộ tương mại ngày càng trở nên rõ ràng hơn qua từng năm.

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), thời gian qua, các biện pháp hạn chế/bảo hộ thương mại được các thành viên WTO áp dụng đã gia tăng một cách kỷ lục. Chẳng hạn, trong giai đoạn từ tháng 10/2018 đến tháng 10/2019, tổng giá trị thương mại bị ảnh hưởng do việc áp dụng các biện pháp này dự tính khoảng 747 tỷ USD. Đây là con số lớn nhất được ghi nhận kể từ tháng 10/2012 tới nay, tăng khoảng 27% so với cùng kỳ thời

gian trước (ở mức 588 tỷ USD). Điều này khiến cho căng thẳng trong quan hệ giao thương và sự bất ổn trong thương mại quốc tế ngày càng gia tăng.

Biểu đồ 1. Sự gia tăng của các biện pháp hạn chế thương mại giai đoạn 2012 - 2019

(đơn vị: tỷ USD)



(Nguồn: WTO)

Báo cáo của Cơ quan rà soát chính sách thương mại của WTO cho thấy, trong quá trình rà soát, 102 biện pháp bảo hộ thương mại mới đang được áp dụng bởi các thành viên WTO, bao gồm các biện pháp tăng thuế, tăng các hạn chế định lượng, thắt chặt các thủ tục hải quan, tăng thuế nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa,... Những mặt hàng chủ yếu bị ảnh hưởng bởi các biện pháp hạn chế nhập khẩu mới này tập trung vào: khoáng sản và dầu đốt (17,7%); máy móc thiết bị cơ khí (13%); máy móc, bộ phận điện (11,7%) và kim loại quý (6%)... [10]

2.1.3. Tác động của bảo hộ thương mại đối với kinh tế thế giới và Việt Nam

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, thị trường mở, đầu tư và thương mại ngày càng thuận lợi, các nền kinh tế toàn cầu đều được hưởng lợi. Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), toàn cầu hóa đóng góp 1,5 - 2% tăng trưởng kinh tế thế giới, làm cho hàng trăm triệu người thoát cảnh nghèo đói ở các nước đang phát triển. Ngân hàng Thế giới (WB) ước tính, nếu các rào cản thương mại toàn cầu được dỡ bỏ thì thu nhập của các nước đang phát triển có thể tăng thêm 142 tỷ USD. Trong khi đó IMF dự báo đến năm 2020, sản lượng kinh tế toàn cầu có thể giảm 0,5% so với mức dự kiến nếu những lời đe dọa dựng hàng rào thuế quan trở thành hiện thực.

Có thể nhận thấy chính sách bảo hộ thương mại có những *tác động tích cực* đối với các nề kinh tế như: (1) bảo vệ cho sản xuất hàng hóa dịch vụ trong nước nhờ hạn chế hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là đối với những ngành công nghiệp non trẻ, mới gia nhập thị trường, năng lực cạnh tranh còn kém cần có chính sách bảo vệ nhất định từ Nhà nước để tăng khả năng cạnh tranh; (2) tạo thêm nguồn thu cho nền kinh tế. Việc đánh thuế nhập khẩu cao làm tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước, hỗ trợ xuất khẩu và sản xuất trong nước; (3) hạn chế một số tiêu cực của nền kinh tế thị trường trong điều kiện năng lực điều

hành vĩ mô chưa tốt. Bảo hộ thương mại giúp làm giảm thất nghiệp chung và tiết kiệm chi tiêu của người lao động bởi khi được bảo hộ, hàng hóa trong nước có lợi thế cạnh tranh hơn so với hàng hóa nhập khẩu, các doanh nghiệp sẽ mở rộng sản xuất làm gia tăng nhân lực, còn người tiêu dùng trong nước chi tiêu ít cho hàng hóa nhập khẩu hơn và có thu nhập cao hơn; (4) bảo hộ cho những nền/ngành kinh tế kém phát triển và tạo ra sự đồng đều về điều kiện tái sản xuất, rút ngắn khoảng cách về sự phát triển không đều và sự khác biệt về điều kiện tái sản xuất giữa các quốc gia/ngành;...

Tuy bảo hộ thương mại có những tác động tích cực đối với nền kinh tế, nhưng nếu tính toán trên góc độ kinh tế thì những lợi ích mà bảo hộ thương mại mang lại ít hơn thiệt hại mà nó gây ra cho xã hội. Bảo hộ thương mại không chỉ có *tác động tiêu cực* đối với những nước theo đuổi xu thế này mà cả với tăng trưởng toàn cầu. Theo WTO, việc thực thi bất kỳ biện pháp bảo hộ thương mại nào đều gây bất ổn cho kinh tế thế giới. Các biện pháp hạn chế nhập khẩu làm tổn thương tới tất cả thành phần xã hội, đặc biệt là những người tiêu dùng có thu nhập thấp. Các biện pháp bảo hộ thương mại không chỉ khiến giá cả hàng hóa trở nên đắt đỏ và sự lựa chọn hàng hóa bị hạn chế, mà còn ngăn cản vai trò thiết yếu của thương mại trong việc thúc đẩy năng suất và phân bổ các công nghệ mới. Bảo hộ thương mại làm cho người tiêu dùng không có điều kiện để lựa chọn hàng hóa chất lượng cao và giá thành cạnh tranh, còn các nhà sản xuất cũng không có động lực để áp dụng công nghệ kỹ thuật cao vào sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh. Các biện pháp hạn chế nhập khẩu làm tổn thương đến kinh tế các nước và người tiêu dùng, nhất là những người có thu nhập thấp, đang gây ra tác động tiêu cực cho nền kinh tế thế giới, các rào cản thương mại được dựng lên có thể làm giảm 5% sản lượng kinh tế toàn cầu.

Đối với Việt Nam, theo thống kê của Cục Phòng vệ Thương mại- Bộ Công Thương, tính đến tháng 10 năm 2017, đã có hơn 120 vụ việc khởi xướng điều tra phòng vệ thương mại có liên quan tới hàng xuất khẩu của Việt Nam, gồm 75 vụ việc chống bán phá giá, 10 vụ việc chống trợ cấp, 22 vụ việc tự vệ và 17 vụ việc lẩn tránh thuế. Mỹ là nước điều tra chống bán phá giá nhiều nhất với Việt Nam (13 vụ), tiếp đó là Ấn Độ (11 vụ), Úc (7 vụ), EU, Brazil, Thổ Nhĩ Kỳ (6 vụ). Mỹ đồng thời là nước có tỷ lệ áp thuế chống bán phá giá cao nhất với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Các mặt hàng bị điều tra chủ yếu là sắt, thép, sợi, da giày, các sản phẩm cao su,... Đối với việc chống trợ cấp, Mỹ tiếp tục là nước điều tra nhiều nhất với Việt Nam.

Các vụ kiện phòng vệ thương mại và các rào cản bảo hộ đã gây ra những tác động tiêu cực đáng kể cho doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung ở một số khía cạnh: (1) giảm năng lực và lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu; (2) các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đầu tư đáng kể nguồn nhân lực, thời gian và kinh phí cho việc tham gia giải quyết các vụ việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp, chi phí tốn kém cho việc theo đuổi vụ việc liên quan đến các biện pháp bảo hộ thương mại kéo dài; (3) khi bị áp dụng biện pháp bảo hộ thương mại, nhất là khi bị khởi kiện, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải thay đổi chiến lược kinh doanh, đầu tư sản xuất,... để đáp ứng với những thay đổi của thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh đó, việc chuyển sang các thị trường khác cũng sẽ gặp khó khăn hơn; (4) sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có khả năng bị kiện ồ ạt theo hiệu ứng dây chuyền;... [10]

2.2. Khái quát về phần mềm, thị trường phần mềm và thị trường xuất khẩu phần mềm

2.2.1. Một số khái niệm [7]

Phần mềm được hiểu là các chương trình, tài liệu mô tả chương trình, tài liệu hỗ trợ và nội dung thông tin số hóa. Nội dung thông tin số hóa có thể là các cơ sở dữ liệu, thư viện điện tử, bảo tàng điện tử, hệ thống nội dung phục vụ chương trình đào tạo điện tử, các Website, báo chí điện tử,... Phần mềm do con người viết ra để phát huy hiệu quả của máy tính, nên làm phần mềm đòi hỏi một hàm lượng chất xám cao, là một trong những lĩnh vực quan trọng của công nghệ cao. Các hoạt động phục vụ trực tiếp cho việc sản xuất ra các phần mềm và các hoạt động liên quan như tư vấn, cài đặt, bảo trì, huấn luyện sử dụng, tích hợp kết nối phần cứng, thiết bị mạng và phần mềm chuyên dụng thành một hệ thống thống nhất gọi chung là *dịch vụ phần mềm.*

Ngành công nghiệp xây dựng, phát triển, sản xuất, phân phối các sản phẩm phần mềm và cung cấp các dịch vụ phần mềm gọi là *công nghiệp phần mềm và dịch vụ*, một ngành công nghiệp quan trọng của công nghiệp công nghệ thông tin (CNTT). Bên cạnh những điểm tương đồng với các ngành kinh tế - kỹ thuật và công nghệ cao khác, công nghiệp phần mềm và dịch vụ có những đặc thù riêng. Để có thể phát triển công nghiệp phần mềm và dịch vụ cần hội tụ đủ 4 yếu tố là: (1) thị trường - nơi tiêu thụ sản phẩm phần mềm và cũng là nơi tạo ý tưởng cho các sản phẩm, giải pháp phần mềm mới; (2) nhân lực bao gồm nhân lực kỹ thuật và nhân lực quản lý có chất lượng cao và số lượng đủ lớn; (3) tài chính - nhiên liệu cho công nghiệp phần mềm và dịch vụ; (4) công nghệ - cho phép tạo ra các sản phẩm - dịch vụ mới mà chủ yếu là cho phép tăng năng suất lao động.

Thị trường phần mềm là một bộ phận của thị trường CNTT, là lĩnh vực trao đổi các sản phẩm phần mềm và tổng hoà các quan hệ mua, bán sản phẩm phần mềm. Thị trường phần mềm là một loại hình thị trường ra đời muộn so với các loại hình thị trường khác. Ngoài những yếu tố cấu thành và những đặc điểm, tính chất của thị trường nói chung, *thị trường phần mềm có một số đặc điểm và tính chất riêng* của nó.

Thị trường phần mềm cũng được cấu thành bởi các yếu tố: cung, cầu và giá cả thị trường. Tổng hợp các nguồn cung ứng sản phẩm phần mềm cho khách hàng tạo nên cung về sản phẩm phần mềm. Tổng hợp các nhu cầu của khách hàng trên thị trường phần mềm tạo nên cầu về sản phẩm phần mềm. Sự tương tác giữa cầu và cung về sản phẩm phần mềm ở một địa điểm và thời điểm cụ thể tạo nên giá cả thị trường của sản phẩm phần mềm.

Gia công phần mềm xuất khẩu: Gia công (Outsourcing) là thỏa thuận thương mại, qua đó một công ty có trách nhiệm thực hiện một khâu trong quá trình kinh doanh (có thể bao gồm cả tài nguyên) cho một bên khác. Gia công phần mềm xuất khẩu gồm 2 loại: ITO (Informatic Technology Outsourcing- gia công các sản phẩm công nghệ thông tin) và ITES-BPO (Informatic Technology Enable- Business Proceess Outsourcing- gia công các quy trình nghiệp vụ có sự hỗ trợ của công nghệ thông tin). Việc gia công có thể thực hiện theo mô hình On- Site (tại địa điểm nơi đặt hàng), Off- Shore (tại địa điểm nơi nhận việc) hoặc Near- Shore (gần nơi đặt hàng).

Thị trường xuất khẩu phần mềm: thực chất là nơi diễn ra hoạt động trao đổi sản phẩm phần mềm sang nước ngoài dưới hình thức mua- bán thông qua quan hệ hàng- tiền,

quan hệ thị trường nhằm mục đích thu được lợi nhuận. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu phần mềm thường phức tạp và khó tiếp cận do khoảng cách về mặt địa lý, sản phẩm xuất khẩu lại là phần mềm- một sản phẩm mang tính dịch vụ, luôn mới mẻ và có nhiều nhân tố ràng buộc.

2.2.2. Một số vấn đề liên quan đến thị trường xuất khẩu phần mềm [8]

a) Bản chất của phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm

Hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của một quốc gia là sự kết hợp giữa hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu của tất cả các doanh nghiệp và các hoạt động hỗ trợ của các cơ quan nhà nước trong quốc gia đó. Phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm là tổng hợp tất cả các hoạt động của các doanh nghiệp cùng với nhà nước và các tổ chức liên quan nhằm khai thác có hiệu quả thị trường xuất khẩu hiện tại và tìm kiếm, xâm nhập thị trước ngoài nước nhằm tăng được giá trị kim ngạch xuất khẩu.

Trong hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của một quốc gia nhà nước và các tổ chức liên quan đóng vai trò quan trọng thông qua việc đề ra các chiến lược xuất khẩu và định hướng thị trường cho từng doanh nghiệp trong nước nhằm đưa được sản phẩm phần mềm của nước mình thâm nhập thị trường quốc tế, mở rộng được phạm vi địa lý của thị trường, nỗ lực tăng cường hợp tác kinh tế quốc tế thông qua ký kết các hiệp định thương mại song phương, đa phương, đồng thời tham gia vào các tổ chức kinh tế quốc tế nhằm mở rộng thị trường cho hàng xuất khẩu. Các Bộ, ngành, các tổ chức xúc tiến thương mại, các đại diện thương mại và ngoại giao ở nước ngoài cùng phối hợp để giới thiệu sản phẩm phần mềm của quốc gia với bạn hàng quốc tế, hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc nghiên cứu, tìm hiểu, dự báo thị trường xuất khẩu, cung cấp những thông tin cập nhật về thị trường cho doanh nghiệp. Các doanh nghiệp trực tiếp thực hiện hoạt động mở rộng, phát triển thị trường xuất khẩu các sản phẩm liên quan đến phần mềm mà doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, từ đó góp phần tạo nên thị trường xuất khẩu rộng lớn cho quốc gia đối với từng sản phẩm phần mềm cụ thể.

b) Nội dung của phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm

+ Nghiên cứu thị trường xuất khẩu

Nghiên cứu thị trường nhằm mục đích chủ yếu là xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp. Trên cơ sở nghiên cứu thị trường, doanh nghiệp nâng cao khả năng thích ứng với thị trường của các sản phẩm do mình sản xuất ra và tiến hành tổ chức sản xuất, tiêu thụ những sản phẩm hàng hoá mà thị trường đòi hỏi, giúp doanh nghiệp tìm hiểu được khách hàng và tình hình cạnh tranh trên thị trường (cả về đối thủ, giá cả và sản phẩm)

+ Xây dựng chiến lược phát triển thị trường

Chiến lược phát triển thị trường cần thoả mãn các yêu cầu sau: (1) Phải khai thác triệt để lợi thế so sánh và vận dụng thế mạnh của doanh nghiệp; (2) Phải xác định các mục tiêu phát triển thị trường và những điều kiện cơ bản để thực hiện mục tiêu đó. Mục tiêu phải phù hợp với các điều kiện cụ thể và phải chỉ ra những mục tiêu cơ bản nhất, then chốt nhất để tập trung nguồn lực vào các mục tiêu đó; (3) Phải dự đoán được môi trường kinh doanh trong tương lai, trong đó quan trọng nhất là phải dự báo được biến động của thị

trường sản phẩm, quy hoạch phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp trong thời gian tới, cũnh như xu hướng phát triển của các doanh nghiệp cạnh tranh; (4) Cần xây dựng các chiến lược phát triển thị trường dự phòng vì chiến lược là để thực thi trong tương lai mà tương lai thì chưa thể khẳng định được chắc chắn.

+ Tổ chức thực hiện chiến lược phát triển thị trường

Sau khi tiến hành xây dựng chiến lược phát triển thị trường, doanh nghiệp cần lên kế hoạch cụ thể, chi tiết cho việc phát triển thị trường. Kế hoạch càng cụ thể, càng chi tiết bao nhiêu thì việc tổ chức thực hiện chiến lược càng đơn giản, thuận lợi bấy nhiêu.

c) Các nhân tố ảnh hưởng đến thị trường xuất khẩu phần mềm của doanh nghiệp

+ Nhóm nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

Bao gồm: (1) Nhóm nhân tố vĩ mô với các nhân tố: chính sách và chiến lược, định hướng phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm, tình hình kinh tế, chính trị xã hội của một quốc gia,....; (2) Nhu cầu của thị trường thế giới: Nhu cầu của các nước nhập khẩu đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của ngành công nghiệp phần mềm của một quốc gia. Tốc độ tăng trưởng hai con số của ngành phần mềm thế giới trong hai thập kỷ vừa qua đã tạo ra một khoảng cách lớn giữa nhu cầu và khả năng cung về lao động trong lĩnh vực phần mềm; tạo ra một sức kéo rất lớn đối với các doanh nghiệp phần mềm tham gia vào thị trường, đồng thời, nó cũng làm cho khách hàng dễ dàng bỏ qua việc giao hàng chậm, lỗi, các vấn đề về sản phẩm,...; (3) Đối thủ cạnh tranh: là nhân tố không thể bỏ qua đối với các doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm khi xem xét và tiến hành nghiên cứu thị trường, nhằm đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ, chính sách giá, chính sách phân phối, các thị trường mà đối thủ đang chiếm lĩnh,... và từ đó tìm ra các giải pháp để cạnh tranh với các đối thủ này trên thị trường nhằm tìm kiếm khách hàng, khai thác và mở rộng thị trường.

+ Nhóm nhân tố bên trong doanh nghiệp

Bao gồm các nhân tố:

(1) Chiến lược kinh doanh và hoạt động của doanh nghiệp với các nhân tố: (i) mục tiêu chiến lược- là những kết quả cuối cùng mà một doanh nghiệp mong muốn đạt được trong dài hạn. Tùy theo mức độ phát triển của doanh nghiệp, mục tiêu chiến lược các doanh nghiệp có thể là tăng trưởng về quy mô và doanh số (đối với doanh nghiệp mới hoặc đang phát triển) và lợi nhuận; (ii) phạm vi cạnh tranh của doanh nghiệp: đó là phạm vi hoặc lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp mà trong lĩnh vực xuất khẩu phần mềm là trả lời cho các câu hỏi: doanh nghiệp sẽ tập trung vào thị trường xuất khẩu sản phẩm đóng gói hay dịch vụ phần mềm? lĩnh vực ứng dụng nào doanh nghiệp sẽ tập trung vào? cung cấp sản phẩm/dịch vụ cho thị trường khu vực nào?; (iii) lợi thế cạnh tranh: thể hiện khả năng doanh nghiệp có thể làm khác biệt hoặc làm tốt hơn các đối thủ cạnh tranh. Lợi thế cạnh tranh có hai thành phần bổ sung lẫn nhau: vị thế/định vị giá trị giải thích tại sao khách hàng mục tiêu nên mua sản phẩm/ dịch vụ của doanh nghiệp chứ không phải mua của công ty khác, và phần mô tả cách thức kết hợp các hoạt động nội bộ để doanh nghiệp có thể đạt được vị thế của mình.

(2) Nguồn lực và năng lực của doanh nghiệp phần mềm, bao gồm: (i) nguồn nhân

lực gồm đội ngũ quản trị viên vừa có kỹ năng quản trị, kiến thức về ngành và kinh nghiệm quốc tế và đội ngũ kỹ sư, lập trình viên có kỹ năng chuyên môn; (ii) năng lực phát triển phần mềm là năng lực cốt lõi của các doanh nghiệp phần mềm; (iii) ngoài ra, năng lực tổ chức và năng lực marketing, liên kết quốc tế là nhân tố quan trọng trong việc tìm kiếm khách hàng và mở rộng thị trường đối với các doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm; (iv) nguồn lực tài chính của doanh nghiệp cũng là một phần không thể thiếu đối với mỗi doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm.

3. Những vấn đề đặt ra cho phát triển thị trường phần mềm Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại

3.1. Tóm lược hiện trạng thị trường phần mềm Việt Nam [2,5,11]

3.1.1. Những thành tựu đã đạt được

Ngành công nghiệp phần mềm và dịch vụ Việt Nam thời gian gần đây đã gặt hái được nhiều thành công, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Đồng thời, ngành CNTT đang được coi là hạ tầng của hạ tầng, là phương thức phát triển mới nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, đóng vai trò quan trọng trong công cuộc xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Theo số liệu thống kê, thời điểm năm 2003, ngành phần mềm và dịch vụ CNTT Việt Nam còn rất non trẻ, có tổng doanh thu chỉ xấp xỉ 62 triệu USD với đội ngũ chỉ khoảng 5.000 kỹ sư. Những năm qua, ngành đã liên tục phát triển với tốc độ rất nhanh. Số liệu của Bộ Thông tin và Truyền thông cho thấy, trong năm 2018, công nghiệp phần mềm tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao (13,8%) với doanh thu ước đạt 4,3 tỷ USD và doanh số xuất khẩu ước đạt 3,5 tỷ USD. Tổng doanh thu lĩnh vực công nghiệp CNTT năm 2019 ước đạt 112,350 tỷ USD, tăng trưởng 10% so với năm 2018. Trong đó, xuất khẩu công nghiệp CNTT đạt 91,5 tỷ USD, chiếm 81,5 % tổng doanh thu, doanh thu công nghiệp phần mềm năm 2019 đạt 5 tỷ USD, tăng 500 triệu USD so với năm 2018. Tổng số tiền nộp ngân sách nhà nước từ công nghiệp CNTT năm 2019 là 54.000 tỷ đồng, tăng 2000 tỷ so với năm 2018.

Như vậy, trong khoảng 16 năm trở lại đây, doanh thu toàn ngành phần mềm và dịch vụ CNTT đã tăng hơn 69 lần và đội ngũ lao động tăng 24 lần.

Vài năm gần đây, các doanh nghiệp phần mềm nước ta tăng cả lượng và chất. Tổng số doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay là khoảng trên 10.000 (năm 2000 chỉ có 170 doanh nghiệp) với lực lượng nhân lực toàn ngành trên 120.000 người, và đang sử dụng 35.000 nhân lực làm phần mềm chuyên nghiệp, với trên 25.000 lập trình viên. Nhiều khu công nghiệp phần mềm tập trung cũng đã được thành lập và đang phát huy tốt vai trò. Theo đánh giá của Hiệp hội Công nghiệp Điện toán Châu Á - Châu Đại Dương (ASOCIO), Việt Nam là một trong 25 quốc gia hấp dẫn về lĩnh vực gia công phần mềm trên thế giới. Ở các thị trường như Mỹ, Hungary, và đặc biệt là Nhật Bản, uy tín của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam ngày càng được nâng cao, chỉ đứng sau các doanh nghiệp Trung Quốc, Ấn Độ và Hàn Quốc. Hiện nay khoảng 80%-90% doanh thu của nhiều doanh nghiệp phần mềm Việt Nam chủ yếu nhờ vào xuất khẩu. Ngoài các thị trường truyền thống là Nhật Bản, Bắc Mỹ còn có những thị trường mới nổi như châu Âu, Myanmar...

Vị thế của Việt Nam trên thế giới trong lĩnh vực phần mềm và dịch vụ CNTT đã

tăng lên đáng kể, trở thành sự lựa chọn đầu tiên của các nước lớn như Nhật hay Mỹ, bên cạnh quốc gia truyền thống là Trung Quốc. Theo báo cáo của Tholons - tổ chức quốc tế hàng đầu chuyên về tư vấn đánh giá xếp hạng về gia công phần mềm, TP.HCM và Hà Nội đều nằm trong Top 20 của 100 thành phố hấp dẫn hàng đầu về gia công xuất khẩu phần mềm (ITO). Báo cáo "Đánh giá các quốc gia về dịch vụ gia công CNTT tại khu vực châu Á-Thái Bình Dương" của Gartner xếp Việt Nam hạng 1 trong 6 địa điểm hàng đầu về chuyển giao công nghệ toàn cầu tại khu vực châu Á-Thái Bình Dương (5 quốc gia còn lại là Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia, Philippines và Sri Lanca).

Việt Nam cũng đã tiến 5 bậc để xếp vị trí thứ 6 về gia công phần mềm toàn cầu (2017, Global Services Location Index- GSLI của hãng tư vấn AT Kearney). Theo báo cáo của Cushman & Wakefield (C&W) trong các năm 2016, 2017, Việt Nam đứng vị trí số 1 trong các điểm đến hấp dẫn về dịch vụ gia công quy trình doanh nghiệp (BPO) trên toàn thế giới.

3.1.2. Những tồn tại khó khăn

Mặc dù đã có những thành tựu như nêu trên, nhưng sự phát triển của thị trường phần mềm nước ta mới chỉ đạt kết quả bước đầu, so với các nước trong khu vực, doanh thu của ngành mới bằng 1/5 của Thái Lan, 1/38 của Trung Quốc. Các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ tập trung làm những phần mềm nhỏ mang tính chuyên ngành như kế toán, tiền lương, nhân sự, bán hàng,... với định hướng vào thị trường nội địa là chính. Trong hoạt động xuất khẩu, các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam vẫn chủ yếu là làm gia công, outsource với giá trị gia tăng thấp, cơ hội phát triển năng lực công nghệ không cao.

Theo đánh giá của Bộ Thông tin và Truyền thông thì một trong những tồn tại, hạn chế của ngành phần mềm và dịch vụ CNTT Việt Nam hiện nay là vẫn chưa hình thành được nhiều doanh nghiệp phần mềm lớn, thiếu các sản phẩm phần mềm áp dụng công nghệ cao có tính đột phá sáng tạo. Cùng với đó, doanh nghiệp Việt Nam chưa tham gia sâu vào quá trình thiết kế, phát triển phần mềm mà chỉ tham gia vào công đoạn có giá trị gia tăng thấp như gia công lập trình phần mềm. Trong khi đó, các doanh nghiệp nước ngoài đang có ưu thế trong thị trường các sản phẩm phần mềm cao cấp đòi hỏi độ chuyên nghiệp cao, chẳng hạn như trong lĩnh vực banking, logistic, các giải pháp liên quan đến kết nối tự động hóa trong sản xuất,... Khảo sát của Hội Tin học TP. Hồ Chí Minh (HCA) cho thấy có 69% số doanh nghiệp phần mềm chủ yếu định hướng thị trường trong nước, và 28% số doanh nghiệp phần mềm định hướng thị trường ngoài nước. Điều này phản ánh một thực tế phần nhiều doanh nghiệp phần mềm Việt Nam còn có quy mô nhỏ và chưa dám (hoặc chưa đủ sức) vươn ra thị trường nước ngoài. Sức ép đối với doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay là những phân khúc lớn chưa vươn tới được, trong khi thị phần chính ngày càng bị cạnh tranh quyết liệt bởi các tập đoàn, công ty nước ngoài,... Bởi khó khăn do thiếu nhân lực, thiếu vốn, thông tin không đầy đủ và kỹ năng quản lý kém. Hiện tại thị trường nhân lực CNTT tại Việt Nam rất cần các nhân lực chủ lực chất lượng cao, nhưng lượng cung luôn ít hơn cầu. Hiện tại, các trung tâm đào tạo tại Việt Nam vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu của doanh nghiệp về nhân sự. Chỉ có 30% trong số 50,000 sinh viên CNTT đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp. Cùng với sự thiếu hụt nguồn nhân lực về cả số lượng và chất lượng, tuyệt đại đa số các doanh nghiệp CNTT có qui mô rất nhỏ nên không có sự tập trung về

nhân lực, tài chính, năng lực công nghệ và sức cạnh tranh thấp. Và cũng bởi qui mô nhỏ nên phần lớn các doanh nghiệp không đầu tư được nhiều cho hoạt động R&D nên hầu như không tạo ra được các sản phẩm, dịch vụ mang tính sáng tạo, đột phá có vị trí trên thị trường thế giới...

Với ngành công nghiệp nội dung số, hiện doanh thu ngành công nghiệp nội dung số chiếm một phần rất nhỏ trong doanh thu ngành CNTT (chiếm 0,76% doanh thu ngành CNTT), trong đó chủ yếu xuất phát từ thị trường xuất khẩu (chiếm doanh thu xuất khẩu chiếm 93%). Hiện doanh nghiệp nội dung số Việt Nam chưa khai thác được thị trường nội địa. Thị trường này đang bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp nền tảng xuyên biên giới lớn như Google, Facebook...

Thị trường phần mềm trong nước chỉ mới được hình thành và còn rất nhỏ bé. Quy mô thị trường phần mềm trong nước những năm gần đây đạt khoảng 60 triệu USD, trong đó các công ty phần mềm trong nước chỉ đạt doanh số khoảng 14-15 triệu USD, phần còn lại được cung cấp từ nguồn nhập khẩu và tự phát triển. Cơ cấu nhu cầu sản phẩm phần mềm tương đối đơn điệu về chủng loại, giá trị đầu tư thấp. Các sản phẩm hay dịch vụ được quan tâm nhiều nhất là các phần mềm quản lý doanh nghiệp, trong đó, phần mềm quản lý tài chính kế toán được sử dụng nhiều nhất (gần 90% các doanh nghiệp được khảo sát), tiếp theo là các phần mềm quản lý bán hàng và quản lý vật tư. Đây là các phần mềm phổ cập, giá trị thấp, có thể cung cấp hàng loạt. Trong khi đó các phần mềm giá trị cao, đòi hỏi phải gia công nhiều hơn như phần mềm bán hàng, quản lý hàng tồn kho thì đối tượng quan tâm vẫn còn ít.

Doanh số xuất khẩu phần mềm hiên chủ yếu vẫn xuất phát từ gia công phần mềm, chỉ có một số ít là phần mềm đóng gói. Kim ngạch xuất khẩu phần mềm (chủ yếu là gia công) chiếm khoảng 10% tổng giá trị doanh thu của ngành công nghiệp phần mềm. Thị trường phần mềm thế giới đang bị chi phối, khống chế bởi các công ty tin học lớn chủ yếu là của Mỹ và Tây Âu, nhờ những ưu thế tuyệt đối về trình độ kỹ thuật và công nghệ cao, vốn đầu tư cho nghiên cứu và phát triển lớn, đội ngũ nhân viên lập trình giỏi. Do vậy các doanh nghiệp phần mềm nhỏ của Việt Nam khó có thể vào các thị trường đó.

Tỷ lệ vi phạm bản quyền diễn ra tràn lan. Có rất nhiều hình thức vi phạm bản quyền phần mềm khiến tất cả mọi đối tượng từ người sử dụng, chủ cửa hàng kinh doanh,.... đến các doanh nghiệp bán máy tính đều có thể bị vi phạm.

Những đánh giá về thực trạng thị trường phần mềm Việt Nam nói chung, thị trường xuất khẩu phần mềm nói riêng hiện nay cho thấy: nhằm theo kịp sự phát triển của thế giới, nhiều chính sách hỗ trợ của Nhà nước cho sự phát triển hơn nữa của công nghiệp phần mềm và dịch vụ đã tạo ra môi trường thuận lợi cho ngành CNTT, đặc biệt là công nghiệp phần mềm và dịch vụ. Tuy nhiên, xu hướng toàn cầu hóa và phát triển chủ nghĩa bảo hộ thương mại sẽ ngày càng gia tăng áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam. Ở nước ta hiện nay số doanh nghiệp phần mềm hầu hết là doanh nghiệp nhỏ, trình độ và năng lực cạnh tranh quốc tế vẫn còn khoảng cách khá xa so với các nước có thị trường phần mềm phát triển như Ấn Độ, Trung Quốc có nhiều công ty lớn, quy mô hàng nghìn nhân viên.

3.2. Tác động của bảo hộ thương mại đến phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm Việt Nam

Thị trường phần mềm Việt Nam nói chung, thị trường xuất khẩu phần mềm nói riêng hiện nay đang chịu sự tác động của bảo hộ thương mại ở cả 2 khía cạnh tích cực và tiêu cực.

3.2.1. Tác động tích cực

* *Thứ nhất*, trong bối cảnh bảo hộ thương mại đang gia tăng, mặc dù nhiều nước hiện hạn chế hàng hóa nhập khẩu đề bảo vệ sản xuất trong nước, nhưng các thị trường CNTT trên thế giới nói chung và thị trường phần mềm thế giới nói riêng đang trên đà ngày càng phát triển, xu thế sử dụng dịch vụ gia công phần mềm tăng mạnh, cơ hội dành cho các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam vì thế cũng tăng theo.

Như đã phân tích ở mục 2, nhu cầu của thị trường thế giới là một nhân tố bên ngoài quan trọng ảnh hưởng đến thị trường xuất khẩu phần mềm; nhu cầu của các nước nhập khẩu đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của ngành công nghiệp phần mềm của một quốc gia, vượt qua các rào cản thương mại. Thị trường CNTT trên thế giới đang ở giai đoạn hồi phục và phát triển nhanh chóng. Tại các thị trường lớn như Mỹ, Bắc Âu, Nhật Bản xu thế sử dụng nhân lực từ nhà cung cấp nước ngoài để gia công phần mềm đang tăng mạnh. Các nhà cung cấp nhân lực chính như ấn Độ, Ailen cũng chỉ có khả năng cung cấp tối đa là 70% nhu cầu nhân lực. Trung Quốc được coi là thị trường cạnh tranh tiềm năng, nhưng thực tế thì nhu cầu nội địa của Trung Quốc rất lớn nên một số lượng lớn nhân lực giỏi của Trung quốc sẽ bị hút vào thị trường nội địa, mặt khác, tình trạng vi phạm bản quyền phần mềm cao ở Trung Quốc đã làm giảm lòng tin của các công ty, tập đoàn phần mềm trên thế giới đối với quốc gia tiềm năng này. Thêm vào đó, giá nhân lực CNTT tại các thị trường Ấn Độ, Ailen đang tăng cao trong khi giá nhân công CNTT ở Việt Nam còn thấp. Trong bối cảnh đó, ngày càng có nhiều thị trường nước ngoài mở cửa đón Việt Nam, nhất là Nhật Bản. Hiện tại, sau thị trường Trung Quốc và Ấn Độ, các doanh nghiệp Nhật Bản đang quan tâm tới việc chuyển các đơn đặt hàng gia công phần mềm đến thị trường Việt Nam. Như vậy, cơ hội thị trường cho hoạt động xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp Việt Nam đang rộng mở, ngay cả trong bối cảnh gia tăng của bảo hộ thương mại.

* *Thứ hai,* có thể thấy chính bảo hộ thương mại tạo cơ hội cho việc bảo vệ sản xuất hàng hóa dịch vụ trong nước nhờ hạn chế hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là đối với những ngành công nghiệp non trẻ, mới gia nhập thị trường, năng lực cạnh tranh còn kém cần có chính sách bảo vệ nhất định từ Nhà nước để tăng khả năng cạnh tranh, mà công nghiệp phần mềm là một trong số đó. Cùng với đó, doanh nghiệp Việt Nam chưa tham gia sâu vào quá trình thiết kế, phát triển phần mềm mà chỉ tham gia vào công đoạn có giá trị gia tăng thấp như gia công lập trình phần mềm. Trong khi đó, các doanh nghiệp nước ngoài đang có ưu thế trong thị trường các sản phẩm phần mềm cao cấp đòi hỏi độ chuyên nghiệp cao, chẳng hạn như trong lĩnh vực banking, logistic, các giải pháp liên quan đến kết nối tự động hóa trong sản xuất,... Điều đó cho thấy, bảo hộ thương mại phát triển tạo cơ hội tốt cho phát triển phần mềm phục vụ cho nhu cầu trong nước, hạn chế nhập khẩu phần mềm và cũng phù hợp với xu hướng phát triển của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay

(69% số doanh nghiệp phần mềm chủ yếu định hướng thị trường trong nước, và 28% số doanh nghiệp phần mềm định hướng thị trường ngoài nước).

* *Thứ ba*, trong hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của một quốc gia nhà nước và các tổ chức liên quan đóng vai trò quan trọng thông qua việc đề ra các chiến lược xuất khẩu và định hướng thị trường cho từng doanh nghiệp trong nước nhằm đưa được sản phẩm phần mềm của nước mình thâm nhập thị trường quốc tế. Tầm nhìn và chiến lược quốc gia về phát triển công nghệ phần mềm và dịch vụ Việt Nam đã được Nhà nước xác định rõ. Đảng và Nhà nước ta đã khẳng định cần đặc biệt đầu tư, hỗ trợ phát triển công nghiệp CNTT, đặc biệt là công nghệ phần mềm thành một ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp lớn cho GDP và cho sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Điều này đã được thể hiện trong rất nhiều văn bản pháp lý của Đảng và Nhà nước như Chỉ thị số 58/CT-TW của Bộ Chính trị, Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ 9, lần thứ 10, Luật Công nghệ thông tin, Chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam đến 2010 và định hướng đến 2020, cũng như trong nhiều nghị quyết, nghị định của Chính phủ.

Bên cạnh đó, ngành công nghiệp phần mềm nước ta hiện vẫn được hưởng nhiều ưu đãi như: miễn thuế thu nhập doanh nghiệp 4 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo, thời gian miễn thuế, giảm thuế được tính liên tục từ năm đầu tiên doanh nghiệp có thu nhập chịu thuế; giảm thuế thu nhập cho cá nhân trực tiếp sản xuất phần mềm, miễn thuế giá trị gia tăng cho phần mềm và dịch vụ phần mềm, miễn thuế nhập khẩu nguyên vật liệu, vật tư thiết bị phục vụ sản xuất phần mềm và dịch vụ phần mềm và thuế xuất khẩu phần mềm. Ngoài ra, Chính phủ cũng có những ưu đãi khác như miễn giảm cước và hỗ trợ kết nối cho các khu phần mềm tập trung, chính sách hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực. Đây chính là thuận lợi lớn cho các doanh nghiệp phần mềm tránh được ảnh hưởng của bảo hộ thương mại

Tóm lại, với những ưu điểm lớn như: (1) Sự ổn định về an ninh chính trị, cùng với vị trí địa lý nằm trong khu vực châu Á, một khu vực hiện đang được đánh giá là năng động nhất trong lĩnh vực CNTT; (2) Nhân công rẻ, ham học hỏi, cầu tiến; (3) Sự hỗ trợ, chú trọng, ưu đãi của Nhà nước trong việc phát triển công nghiệp phần mềm, Việt Nam vẫn sẽ là một địa điểm hất dẫn các tập đoàn đa quốc gia và các công ty nước ngoài đầu tư mở các chi nhánh và công ty sản xuất gia công phần mềm xuất khẩu, ngay khi chủ nghĩa bảo hộ thương mại đang phát triển ở nhiều quốc gia trên thế giới. Thị trường xuất khẩu phần mềm của các doanh nghiệp phần mềm nước ta đang có những cơ hội lớn từ nhiều phía cho sự phát triển, vượt ra ngoài những thách thức do bảo hộ thương mại mang lại.

3.2.2. Tác động tiêu cực

Trong bối cảnh bảo hộ thương mại, việc phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm của nước ta hiện còn gặp nhiều khó khăn và thách thức.

* *Một là*, các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện đang phải đương đầu với sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường quốc tế. Chất lượng lao động, giá cả và chi phí thấp là những vấn đề mà các nước Trung Quốc, Nga và các nước Đông Âu đang đặt ra cho chúng ta những cạnh tranh chính. Đặc biệt là với Trung Quốc, mặc dù nền công nghiệp phần mềm Trung Quốc được định hướng phục vụ thị trường nội địa, nhưng nước này đang nổi lên như là

một điểm đến quan trọng cho các nhà tìm kiếm đối tác gia công phần mềm. Hiện Trung Quốc đang có những bước tiến mạnh mẽ và nhanh chóng trong việc xây dựng công nghiệp phần mềm theo hướng gia công xuất khẩu. Trung Quốc có thể cạnh tranh với Việt Nam cả về chất lượng lao động lẫn giá cả và chi phí thấp.

Trong khi đó, chúng ta chưa thực sự thu hút được các tập đoàn đa quốc gia và các công ty lớn nước ngoài đầu tư vào việc gia công phát triển phần mềm ở Việt Nam. Mặc dù đã có nhiều chính sách ưu đãi nhằm thu hút đầu tư vào lĩnh vực sản xuất phần mềm xuất khẩu, nhưng các chính sách này chưa hoàn toàn hoàn thiện, bên cạnh đó việc triển khai các chính sách này nhiều khi còn khó khăn, cơ sở hạ tầng xây dựng còn yếu kém, giao thông không thuận tiện. Các chính sách ưu đãi về thuế, ưu đãi về giá thuê đất,... cũng thường gặp những cản trở khi thực thi. Những khó khăn trên là những trở lực làm giảm sút đáng kể sức hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam trong lĩnh vực công nghiệp phần mềm.

* *Thứ hai*, nguồn cung cấp nhân lực cho ngành phần mềm Việt Nam còn hạn chế cả về số lượng và chất lượng. Đây là thách thức lớn nhất đối với các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay. Về lượng, theo thống kê, mặc dù số lượng nhân lực tăng 30%/năm nhưng hiện chúng ta vẫn thiếu khoảng 3 triệu lao động trong lĩnh vực phần mềm. Nhiều công ty có tốc độ phát triển nhanh nên xảy ra hiện tượng là tranh giành nhân lực CNTT. Ngành đào tạo không kịp đáp ứng nhu cầu thị trường. Việc thiếu trầm trọng về lượng, đặc biệt là việc thiếu các chuyên gia về quản trị dự án, thiết kế giải pháp, marketing,... là nguyên nhân chủ yếu dẫn đến không thành công của hoạt động gia công, xuất khẩu phần mềm nước ta thời gian vừa qua.

Về chất lượng, mặc dù đã có những cải thiện đáng kể về năng lực chuyên môn nhưng khả năng ngoại ngữ, tính chuyên nghiệp và kỷ luật trong công việc của đội ngũ làm phần mềm nước ta hiện còn rất yếu. Chất lượng đào tạo còn nhiều bất cập, chương trình đào tạo lạc hậu so với yêu cầu thực tế công việc dẫn tới trên 75% cử nhân ngành CNTT sau khi ra trường không thể làm việc độc lập trong môi trường công nghiệp. Nguyên nhân là do phần lớn sinh viên yếu về kinh nghiệm thực hành, không đủ khả năng áp dụng lí thuyết vào thực hành, chưa được chuẩn bị để làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, thiếu các kiến thức về quy trình sản xuất phần mềm. Cơ cấu đào tạo nhân lực CNTT ở nước ta hiện cũng mất cân đối nghiêm trọng. Thực tế, các cơ sở đào tạo mới chỉ chú trọng vào việc đào tạo đội ngũ lập trình viên mà chưa chú trọng đào tạo đội ngũ phân tích, thiết kế hệ thống, đội ngũ quản trị dự án,... Thêm vào đó, cấu trúc nguồn nhân lực CNTT của nước ta chưa cân đối: thiếu chuyên gia trung gian làm cầu nối giữa CNTT và các ngành kinh tế khác khiến cho việc triển khai ứng dụng CNTT không hiệu quả, không tạo ra được sản phẩm có chất lượng và dịch vụ hấp dẫn, từ đó khó có thể tạo được điểm nổi trội cho sản phẩm phần mềm.

Nguồn nhân lực yếu kém và thiếu là một trong những nguyên nhân cản trở sự phát triển của thị trường phần mềm Việt Nam, lâu nay vốn biết là mặt yếu kém song vấn đề này đến nay chưa thể khắc phục ngay được.

* *Thứ ba*, nạn sử dụng không bản quyền các sản phẩm phần mềm ở Việt Nam diễn ra rất phổ biến. Việt Nam liên tục trong nhiều năm được xếp hạng trong nhóm các nước đứng đầu về vi phạm bản quyền phần mềm trên thế giới. Khi CNTT và ứng dụng CNTT trong doanh

nghiệp ngày càng phát triển, việc sử dụng trái phép các phần mềm máy tính không chỉ tạo ra sự thất thiệt cho các doanh nghiệp phần mềm, mà còn tạo ra sự cạnh tranh không bình đẳng giữa các doanh nghiệp. Vi phạm bản quyền phần mềm tuy không ảnh hưởng trực tiếp đến các doanh nghiệp gia công phần mềm theo yêu cầu của khách hàng nhưng ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của các doanh nghiệp phần mềm trong nước, làm Nhà nước thất thu thuế, giảm thu nhập của những người hoạt động trong lĩnh vực phần mềm, khiến doanh nghiệp sản xuất phần mềm không thể thu hồi vốn và tái đầu tư về tài chính lẫn nguồn lực để làm ra những sản phẩm tốt hơn. Đây là một trong các nguyên nhân khiến các nhà đầu tư CNTT trên thế giới còn chưa mặn mà với thị trường phần mềm của chúng ta.

* *Thứ tư,* năng lực của các doanh nghiệp phần mềm nước ta còn yếu: Các doanh nghiệp phần mềm nước ta nói chung đều có quy mô nhỏ, thiếu kinh nghiệm, hạn chế về khả năng quản lý, quy trình sản xuất lẫn tiếp thị bán hàng. Nhiều doanh nghiệp còn thiếu chiến lược phát triển sản phẩm, chiến lược thị trường. Các doanh nghiệp lại ít liên kết nhằm tạo khả năng cạnh tranh và hỗ trợ nhau trong hoạt động, thị trường sản phẩm. Những yếu điểm này cùng với chất lượng nguồn nhân lực thấp làm cho khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam trên thị trường thế giới rất thấp. Theo đánh giá của Bộ Thông tin và Truyền thông thì một trong những tồn tại, hạn chế của ngành phần mềm và dịch vụ CNTT Việt Nam hiện nay là vẫn chưa hình thành được nhiều doanh nghiệp phần mềm lớn, thiếu các sản phẩm phần mềm áp dụng công nghệ cao có tính đột phá sáng tạo.

Khả năng quảng cáo, tiếp thị, phát triển thị trường của các doanh nghiệp phần mềm nước ta hiện đang rất yếu về khả năng quảng bá, tiếp thị và tìm kiếm mở rộng các thị trường mới. Ngoài ra, khả năng tiếp cận nguồn vốn của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện còn hạn chế. Những điều nói trên làm cho năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam thấp trước những rào cản thương mại của các quốc gia đối tác.

* *Một thách thức lớn nữa* mà các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam hiện nay phải đương đầu là: công nghiệp phần mềm là một ngành có tốc độ phát triển rất nhanh, vòng đời công nghệ ngắn, cần chi phí đầu tư lớn cho việc đào tạo cập nhật công nghệ, marketing tìm kiếm mở rộng thị trường. Trong khi đó ngành công nghiệp phần mềm Việt Nam lại còn rất non trẻ, yếu về nguồn lực, thiếu về kinh nghiệm. Đó là những thách thức và mạo hiểm không nhỏ cho các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam muốn tham gia thị trường quốc tế trong bối cảnh bảo hộ thương mại.

Tóm lại, khả năng thu hút đầu tư nước ngoài yếu, chất lượng nguồn nhân lực phần mềm thấp, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp chưa cao, cơ sở hạ tầng viễn thông Internet còn hạn chế, chưa có khả năng tiếp thị quảng bá mở rộng thị trường quốc tế và nạn vi phạm bản quyền rất cao,... là những thách thức lớn cho sự phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm nước ta trong bối cảnh canh tranh rất gay gắt từ các nước trong khu vực và đặc biệt là từ Trung Quốc hiện nay.

3.3. Một số giải pháp phát triển thị trường xuất khẩu phần mềm cho các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam

Trước hết, đối với các doanh nghiệp phần mềm, nhất là các doanh nghiệp siêu nhỏ, rất cần được tư vấn về các giải pháp về phát triển phần mềm nói chung, phần mềm xuất

khẩu nói riêng. Để ứng phó với nguy cơ bị áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại từ các nước (mặc dù nguy cơ này là không nhều đối với lĩnh vực phần mềm là lĩnh vực có tính toàn cầu cao), các doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm cần chú ý xây dựng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm và đa phương hóa thị trường xuất khẩu để phân tán rủi ro. Các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam có độ nhạy bén và tư duy tốt, có đủ khả năng ứng biến tiếp cận với các công nghệ mới, tuy nhiên cần phải có chiến lược cụ thể, nếu doanh nghiệp không năng động sẽ rất dễ bị đào thải trong bối cảnh hiện nay. Thị trường phần mềm trong nước hiện cũng còn khá nhiều khoảng trống, vì vậy, bên cạnh việc phát triển thị trường xuất khẩu, các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam cũng cần tăng cường khai thác thị trường nội địa để tạo ra sự cân bằng thị trường, sẵn sàng đối phó với các tình huống phức tạp do chủ nghĩa bảo hộ thương mại ngày càng gia tăng, diễn biến khó lường.

Thứ hai, cần phải luôn tìm hiểu xu hướng phát triển của CNTT theo mục tiêu hướng tới ứng dụng; ứng dụng CNTT từ những nhu cầu cụ thể nhất, nhỏ nhất đến những hoạch định với lộ trình theo sát định hướng phát triển của doanh nghiệp; cũng như xu hướng phát triển của thị trường phần mềm thế giới. Đây là một sự thúc ép, nhưng cũng mở ra không gian rộng lớn hơn bao giờ hết để các doanh nghiệp phần mềm cải thiện vị thế cạnh tranh của mình. Trong bối cảnh gia tăng bảo hộ thương mại, các doanh nghiệp phần mềm xuất khẩu cần nâng cao hơn nữa nhận thức về nguy cơ bị khiếu kiện tại các thị trường xuất khẩu và cơ chế vận hành của từng loại tranh chấp, nhóm thị trường và loại mặt hàng thường bị kiện, dự báo khả năng bị kiện khi xây dựng chiến lược xuất khẩu để có kế hoạch chủ động phòng ngừa và xử lý khi không phòng ngừa được. Đa số các biện pháp kỹ thuật ở các thị trường được áp dụng một cách ổn định, thường xuyên và liên tục và không có biện pháp phòng tránh hay đối phó mà chỉ có biện pháp duy nhất là tuân thủ. Việc tuân thủ các biện pháp này đòi hỏi những thay đổi quan trọng với hàng hóa thành phẩm xuất khẩu, vì thế các doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm cần phải có kiến thức đầy đủ về các biện pháp này.

Để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh, xu hướng tất yếu là liên kết, sát nhập, xây dựng đội ngũ doanh nghiệp phần mềm mạnh, cùng với xây dựng đội ngũ CNTT có chất lượng cao, số lượng đủ; phối hợp, liên kết các doanh nghiệp có cùng mặt hàng xuất khẩu để có chương trình, kế hoạch đối phó chung đối với các biện pháp bảo hộ thương mại của nước nhập khẩu. Các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua các tiêu chí về kỹ thuật như áp dụng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng ISO, nguồn gốc xuất sứ và trong lĩnh vực phần mềm đó là vấn đề bản quyền cần thường xuyên được tôn trọng.

Thứ ba, các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam cần có chiến lược phát triển nguồn nhân lực. Theo báo cáo của TopDev, năm 2020 Việt Nam sẽ cần hơn 400,000 nhân lực ngành CNTT, và con số này sẽ tăng lên đến 500,000 vào năm 2021. Hiện tại, chính phủ cũng đã có kế hoạch đầu tư thêm cho 20 trường lớp hiện đang giảng dạy CNTT tại Việt Nam. Tuy nhiên, sự thiếu hụt nhân lực CNTT nằm ở nhiều phương diện, mà chủ yếu đến từ chương trình đào tạo thiếu định hướng khi chưa đúng trọng tâm mà doanh nghiệp tìm kiếm, hay lớp sinh viên ra trường đang thiếu những kỹ năng cần thiết cùng trình độ sử dụng tiếng Anh chưa thành thạo. Vì vậy, cùng với việc tăng cường số lượng đào tạo của các trung tâm, cơ sở đào tạo CNTT, để nâng cao chất lượng, các doanh nghiệp CNTT cần

có sự phối hợp mở thêm các khóa đào tạo ngắn hạn để các bạn trẻ có thể tiệm cận với những nhu cầu thực tế và bắt kịp các công nghệ mới. Thực tế cho thấy, nhiều công ty hiện nay đã có chương trình tập sự là cơ hội tốt nhất cho sinh viên rèn luyện. việc đi làm thêm cũng giúp cho họ rất nhiều trong việc tích lũy kinh nghiệm, quy trình và các phương thức giải quyết vấn đề trong công việc tương lai. Bên cạnh đó, ngoại ngữ cũng như những kỹ năng tương tác xã hội cũng cần được chú trọng đào tạo hơn là chỉ tập trung vào kỹ năng và kiến thức. Mặt khác, để giải quyết thách thức trong việc giữ người cũng như tuyển dụng nhân sự mới trong thời đại tuyển dụng đa thế hệ, các doanh nghiệp nên chú trọng nhiều hơn về việc tạo sự cân bằng trong công việc và cuộc sống, cũng như cải thiện môi trường doanh nghiệp năng động hơn, giúp các ứng viên có thể dễ dàng hòa nhập, và cùng đóng góp ý tưởng, phát triển sản phẩm của doanh nghiệp. Hiện tại cũng có rất nhiều doanh nghiệp lớn đang áp dụng mô hình khởi nghiệp ngay trong chính doanh nghiệp của mình nhằm giúp nhân viên có động lực cống hiến hơn trong công việc.

4. Kết luận

Mặc dù đã đạt được tốc độ tăng trưởng cao, ngành công nghiệp phần mềm và dịch vụ Việt Nam nói chung và thị trường xuất khẩu phần mềm Việt Nam nói riêng vẫn còn nhiều hạn chế cả về quy mô lẫn doanh số, chưa đạt được kết quả như mong đợi. Thị trường xuất khẩu phần mềm Việt Nam hiện đang chịu sự tác động của cả hai loại nhân tố tích cực và tiêu cực, đặc biệt là tác động từ bối cảnh hội nhập sâu rộng bên cạnh sự gia tăng bảo hộ thương mại. Với những nhân tố tác động tích cực như thị trường CNTT nói chung và thị trường phần mềm thế giới nói riêng đang ngày càng phát triển, cơ hội dành cho các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam vì thế cũng tăng theo. Nhưng để nắm bắt được những cơ hội kinh doanh này thì thị trường phần mềm xuất khẩu của ta phải được hoàn thiện hơn nữa. Cùng với sự nhỏ bé và manh mún của thị trường phần mềm trong nước như hiện nay thì khả năng thu hút những đơn hàng lớn từ nước ngoài là tương đối thấp dẫn đến thị trường xuất khẩu bị hạn chế. Bên cạnh đó, do những ảnh hưởng tiêu cực đang tác động tới thị trường phần mềm nước ta hiện nay như sự khan hiếm và yếu kém của nguồn nhân lực phần mềm, nạn sử dụng các sản phẩm phần mềm không có bản quyền đòi hỏi Nhà nước, các cơ quan hữu quan và cả chính các doanh nghiệp phần mềm phải nỗ lực hơn nữa trong việc hạn chế tiêu cực, từng bước xây dựng, phát triển và hoàn thiện thị trường phần mềm Việt Nam, coi việc mở rộng và phát triển thị trường phần mềm và đặc biệt là thị trường xuất khẩu phần mềm là một nhiệm vụ quan trọng và cấp thiết trong chiến lược phát triển kinh tế, xã hội nước ta hiện nay như Đảng và Nhà nước đã xác định.

Nắm bắt được cơ hội, phát huy lợi thế, nhanh chóng khắc phục các rào cản, thách thức là vấn đề đặt ra hàng đầu hiện nay. Nếu không chúng ta vẫn chỉ dừng lại ở mức "tiềm năng".

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. APTECH, Hội thảo "Công nghiệp 4.0 với CNTT: Cơ hội và thách thức", 30/12/2017, Hà Nội.
2. Bộ Thông tin và Truyền thông (2018, 2019), Sách trắng Công nghệ thông tin Việt Nam.

3. Dương Hữu Hạnh (2006), Kinh doanh quốc tế trong thị trường toàn cầu, NXB Lao động Xã hội.
4. Thu Hiền, Công nghệ thông tin: Những xu hướng và thách thức cho Doanh nghiệp Việt, Hội thảo "Xu hướng và an toàn công nghệ thông tin 2018", 9/12/2017, TP. Hồ Chí Minh, http://congluan.vn
5. Hội tin học TP. Hồ Chí Minh, Toàn cảnh công nghệ thông tin Việt Nam.
6. Nguyễn Bách Khoa (2000), Chiến lược kinh doanh quốc tế, Nhà xuất bản Giáo dục.
7. Võ Đại Lược (2017), "Những điều chỉnh lớn trong chính sách kinh tế của các cường quốc những năm gần đây", Tạp chí Kinh tế và Chính trị thế giới, Số 8 (256), Tháng 8/2017.
8. Đàm Gia Mạnh (2008), Phát triển thị trường phần mềm Việt Nam hiện nay - cơ hội và thách thức, Tạp chí Khoa học Thương mại, Số 27.
9. Đàm Gia Mạnh (2009), Hướng đi nào cho phát triển thị trường phần mềm Việt Nam giai đoạn tới, Tạp chí Khoa học Thương mại, Số 31.
10. Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 22/9/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt "Đề án đưa Việt Nam sớm trở thành nước mạnh về công nghệ thông tin và truyền thông".
11. TS. Lê Quang Thuận, ThS. Nguyễn Thị Phương Thúy (2018), Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị đối với Việt Nam, http://tapchitaichinh.vn
12. Các websites: https://baomoi.com, https://bizlive.vn, http://doanhnghiephoinhap.vn, https://gartner.com, https://ictnews.vietnamnet.vn, https://news.zing.vn, https://nordiccoder.com, https://techtalk.vn, http://thesaigontimes.vn, https://vietcetera.com, https://vtv.vn

CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI MỸ - TRUNG: THÁCH THỨC HAY CƠ HỘI ĐỐI VỚI VIỆT NAM?

US-CHINA TRADE WAR: CHALLENGES OR OPPORTUNITIES FOR VIETNAM?

ThS. Thái Thu Hương

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong giai đoạn kinh tế toàn cầu đang trên đà hồi phục và có nhiều dấu hiệu khởi sắc sau khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung nổ ra đã trở thành trở ngại lớn đối với dòng chảy thương mại toàn cầu, làm đứt gãy chuỗi cung ứng và tác động không nhỏ đến nền sản xuất toàn cầu. Khi đối tượng tham chiến là Mỹ và Trung Quốc, hai quốc gia chiếm 2/5 GDP toàn cầu và 25% thương mại toàn cầu, chiến tranh thương mại giữa hai quốc gia này không còn là cuộc chiến song phương mà kéo theo sự hệ lụy đến nhiều quốc gia, thậm chí lan tỏa khắp toàn cầu. Trong bối cảnh đó, việc định vị vị thế của một quốc gia cũng như đánh giá tác động của cuộc chiến này với Việt Nam và xác định rõ các thách thức và cơ hội với Việt Nam là cần thiết nhằm xác định các thay đổi chiến lược trong chính sách sản xuất và thương mại quốc gia. Nghiên cứu sau đây sẽ tập trung phân tích và tìm hiểu các kênh truyền dẫn tác động của tranh chấp thương mại quốc tế đối với một quốc gia và xem xét thực tế đối với Việt Nam để đưa ra các gợi ý chính sách phù hợp.

Từ khóa: *Chiến tranh thương mại Mỹ Trung, Chuỗi giá trị toàn cầu, Cơ hội, Thách thức, Việt Nam.*

Abstract

In the era global economic recovery with many positive signs from the global financial crisis in 2008, the US-China trade war broke out, which become a major obstacle to trade flows, disrupts the supply chain and has a significant impact on global production. When two main protagonists were the United States and China, the world's largest economies and traders that together accounting for two-fifths of global GDP and 25% of global trade, the trade war was no longer a bilateral war but entailed implications for many countries, even spread around the world. In this context, positioning a country's position as well as assessing the impact of this war on Vietnam and clearly identifying the challenges and opportunities of Vietnam are necessary to identify changes in strategy of national production and trade policies. The paper analyzes the channels of impact in international trade disputes on a country and consider the effect of trade war on Vietnam to make appropriate policy recommendations.

Keywords: *The US- China trade war, global value chains, opportunities, challenge, Vietnam*

1. Giới thiệu

Trong giai đoạn kinh tế toàn cầu đang trên đà hồi phục và có nhiều dấu hiệu khởi sắc sau khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung nổ ra đã trở thành trở ngại lớn đối với dòng chảy thương mại toàn cầu, làm đứt gãy chuỗi cung ứng và tác động không nhỏ đến nền sản xuất toàn cầu. Khi đối tượng tham chiến là Mỹ và Trung Quốc, hai quốc gia chiếm 2/5 GDP toàn cầu và 25% thương mại toàn cầu, chiến tranh thương mại giữa hai quốc gia này không còn là cuộc chiến song phương mà kéo theo sự hệ lụy đến nhiều quốc gia, thậm chí lan tỏa khắp toàn cầu.

Tranh chấp thương mại Mỹ - Trung đã tái định hình thương mại quốc tế và trật tự thế giới. Cuộc chiến thương mại giữa hai nước đã kéo chậm lại đà tăng trưởng kinh tế toàn cầu và có thể đẩy các nền kinh tế dễ chịu tổn thương vào khủng hoảng. Cuộc chiến thương mại cũng đặt ra các áp lực đáng kể lên Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và việc quản trị kinh tế toàn cầu dựa trên các nguyên tắc. Cuộc chiến thương mại và căng thẳng leo thang giữa Mỹ và Trung cũng thúc đẩy các vấn đề về địa lý chính trị trong khu vực Trung Đông. Khi Trung Quốc vẫn phụ thuộc nhiều vào dầu mỏ của Trung Đông và Mỹ đã trở nước xuất khẩu ròng về dầu mỏ, Mỹ có thể thông qua ảnh hưởng với các nước Trung Đông để gia tăng áp lực lên Trung Quốc.

Cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung cũng tạo ra các cơ hội và thách thức mới cho các quốc gia. Tranh chấp căng thẳng và kéo dài đã giảm hàng hóa Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ. Chỉ tính riêng Quý 1/2019, tỷ trọng hàng nhập khẩu từ Trung Quốc trong tổng hàng nhập khẩu vào Mỹ đã giảm 2%. Phần sụt giảm này đã được bù đắp bởi sự tăng trưởng trong hàng xuất khẩu của Mexico và Việt Nam vào thị trường Mỹ. Mặt khác, hàng hóa Trung Quốc không xuất được sang thị trường Mỹ sẽ tìm kiếm các thị trường xuất khẩu thay thế như châu Âu hoặc các nước láng giềng trong khu vực châu Á. Điều này cũng sẽ đe dọa đến khả năng cạnh tranh của các hàng hóa quốc nội tại các quốc gia này. Một vấn đề khác cũng đáng lưu ý là sự chuyển hướng thương mại của hàng hóa Trung Quốc. Để né tránh các sắc lệnh thuế bổ sung của Chính phủ Mỹ, các nhà sản xuất Trung Quốc đã lựa chọn "đường vòng" sang các nước thứ ba. Xuất khẩu hàng điện tử của Trung Quốc sang Đài Loan và Việt Nam đã tăng mạnh từ năm 2018. Đây là các mặt hàng xuất khẩu của các nước này sang Mỹ. Nhìn bề ngoài, việc tăng xuất khẩu các mặt hàng điện tử và các linh kiện liên quan từ các nước như Đài Loan và Việt Nam sang Mỹ có vẻ như một sự chuyển hướng thương mại nhưng đây có thể là các dấu hiệu chưa chính xác. Nếu căng thẳng Mỹ - Trung hạ nhiệt, Trung Quốc có thể cắt giảm xuất khẩu sang các nước thứ ba và quay lại con đường xuất khẩu trực tiếp truyền thống.

Các phân tích trên cho thấy tình hình kinh tế và thương mại quốc tế đang có những dấu hiệu tích cực về khả năng mở ra các cơ hội mới cho Việt Nam, một nền kinh tế đang thúc đẩy tăng trưởng dựa trên xuất khẩu và vốn FDI. Tuy nhiên, cũng còn tiềm ẩn khá nhiều rủi ro trong bối cảnh hiện nay. Vì vậy, việc định vị vị thế của một quốc gia cũng như đánh giá tác động của cuộc chiến này với Việt Nam và xác định rõ các thách thức và cơ hội với Việt Nam là cần thiết nhằm xác định các thay đổi chiến lược trong chính sách sản xuất và thương mại quốc gia.

Ngoài ra, do đây là vấn đề mới nên hiện nay chưa có nhiều nghiên cứu về vấn đề này. Do vậy, nghiên cứu này hy vọng sẽ đưa ra đánh giá tổng quan về vấn đề tác động của chiến tranh

thương mại Mỹ - Trung đối với Việt Nam, làm cơ sở cho các nghiên cứu chuyên sâu về vấn đề này và các gợi ý chính sách cho các cơ quan quản lý. Về cấu trúc, nghiên cứu sau đây sẽ tập trung phân tích và tìm hiểu các kênh truyền dẫn tác động của tranh chấp thương mại quốc tế đối với một quốc gia và xem xét thực tế đối với Việt Nam để đưa ra các gợi ý chính sách phù hợp.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tranh chấp thương mại

Trong thời đại sản xuất bùng nổ, hoạt động thương mại quốc tế đa dạng và phong phú, mâu thuẫn thương mại là điều không tránh khỏi. Tranh chấp diễn ra khi một nước cho rằng một nước khác vi phạm thỏa thuận đã cam kết. Thực tế hiện nay, các quốc gia trên thế giới có nhiều tranh chấp thương mại ở quy mô tương đối nhỏ. Chúng thường mang tính chất ngành. Khi những tranh chấp thương mại có sự gia tăng về quy mô và cường độ thì nó sẽ biến thành những cuộc chiến thương mại.

Chiến tranh thương mại được hiểu là sự đổ vỡ trong quan hệ hợp tác thương mại giữa các quốc gia, hoặc liên minh của các quốc gia. Các quốc gia này sẽ gia tăng những biện pháp bảo hộ thương mại như các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ ở quy mô và cường độ lớn.

Bán phá giá là hiện tượng một loại hàng hóa được xuất khẩu với giá thấp hơn giá bán tại thị trường nước xuất khẩu. Nếu giá xuất khẩu của một mặt hàng thấp hơn giá nội địa của nó thì sản phẩm đó được coi là bán phá giá tại thị trường nước nhập khẩu sản phẩm.

Trợ cấp là những hỗ trợ tài chính của Nhà nước hoặc một tổ chức công mang lại lợi ích cho doanh nghiệp/ngành sản xuất. Các khoản hỗ trợ này được hiểu là mang lại lợi ích cho đối tượng được hưởng hỗ trợ nếu nó được thực hiện theo cách mà một nhà đầu tư tư nhân, một ngân hàng thương mại...bình thường sẽ không khi nào làm như vậy.

Bán phá giá và trợ cấp được coi là các hành vi cạnh tranh không lành mạnh hay không công bằng của hàng hóa nhập khẩu. Trong khi biện pháp chống bán phá giá là để đối phó với hành vi bán sản phẩm với giá thấp nhằm chiếm lĩnh thị trường và tiến tới loại bỏ dần các đối thủ cạnh tranh thì biện pháp chống trợ cấp được áp dụng để loại bỏ tác động tiêu cực gây ra cho ngành sản xuất hàng hóa trong nước xuất phát từ các chính sách trợ cấp của chính phủ nước xuất khẩu.

Biện pháp tự vệ: thường được đề cập đến như một công cụ bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa tương tự hoặc cạnh tranh trực tiếp trong nước trong trường hợp khẩn cấp do tình trạng gia tăng bất thường của hàng hóa nhập khẩu nhằm hạn chế những tác động không thuận lợi gây thiệt hại nghiêm trọng cho sản xuất trong nước. Như vậy, biện pháp tự vệ có thể được áp dụng kể cả khi các đối tác thương mại thực hiện kinh doanh một cách chính đáng, không có tình trạng bán phá giá hoặc trợ cấp.

Nếu như yêu cầu về điều kiện để áp dụng biện pháp chống phá giá và chống trợ cấp chỉ dừng lại ở mức cơ quan điều tra phải chứng minh có tình trạng bán phá giá hay trợ cấp và việc bán phá giá hoặc trợ cấp đó gây thiệt hại "đáng kể" cho ngành sản xuất hàng hóa tương tự trong nước thì trong các cuộc điều tra để áp dụng biện pháp tự vệ, cơ quan điều tra phải chứng minh được tình trạng thiệt hại "nghiêm trọng" mà ngành sản xuất hàng hóa

"tương tự hoặc cạnh tranh trực tiếp" trong nước phải hứng chịu do việc gia tăng "bất thường" của luồng hàng hóa nhập khẩu.

Thực tế cho thấy chính sách của một quốc gia có thể tạo ra những ảnh hưởng tới việc lựa chọn chính sách của các đối tác thương mại. Điều đó có nghĩa là những quốc gia " lớn" có tầm ảnh hưởng về giá giao dịch sản phẩm, qua đó sẽ ảnh hưởng tới phúc lợi trong thương mại của các nước đối tác.

2.2. Các kênh truyền dẫn

Có nhiều kênh truyền dẫn tác động từ xung đột thương mại có thể ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến các nền kinh tế không chỉ của các quốc gia đang tranh chấp mà còn của các quốc gia thứ ba. Nghiên cứu ở đây tập trung vào ba kênh truyền dẫn tác động:

(i) Tác động trực tiếp đến các sản phẩm và quốc gia chịu thuế. Người tiêu dùng các mặt hàng này của quốc gia bị áp đặt thuế quan sẽ phải đối mặt với giá cao hơn trên mỗi đơn vị sản phẩm, điều này làm giảm nhu cầu của họ đối với các sản phẩm này.

(ii) Tác động gián tiếp thông qua các chuỗi cung ứng trong nước và quốc tế. Do ảnh hưởng của thuế quan ,các nhà sản xuất sẽ cắt giảm sản xuất và mua ít đầu vào trung gian từ các nhà cung cấp của họ, cả trong và ngoài nước. Điều đó sẽ tạo ra các hiệu ứng kích thích trong chuỗi cung ứng trong nước và quốc tế

(iii) Chuyển hướng thương mại là một kênh tác động đối với các nhà cung cấp không bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thuế quan. Các nhà cung cấp này có thể là người sản xuất trong nước hoặc ở nước thứ ba được miễn giảm thuế. Do đó, chuyển hướng thương mại có thể có lợi cho các quốc gia không tham gia trực tiếp vào cuộc xung đột thương mại. Điều này đặc biệt đúng đối với các quốc gia sản xuất hàng hóa được miễn giảm thuế và có khả năng mở rộng sản xuất đủ để đáp ứng nhu cầu tăng. Nó cũng có thể có lợi cho các quốc gia chủ động thay đổi hoạt động sản xuất trong khi xung đột thương mại kéo dài.

Theo Abiad et al (2018), thông qua ba kênh truyền dẫn sẽ tạo ra những hiệu ứng tác động từ ngắn hạn đến trung hạn cho các nhà sản xuất và tiêu dùng trong chuỗi giá trị toàn cầu tương đối dài và phức tạp. Hiệu ứng trực tiếp sẽ ảnh hưởng ngay lập tức đối với mặt hàng và quốc gia chịu thuế trong cuộc xung đột thương mại. Trong ngắn hạn, do ảnh hưởng của việc áp thuế đối với một vài sản phẩm trong mắt xích của chuỗi giá trị toàn cầu, cung và cầu các sản phẩm cuối cùng sẽ bị ảnh hưởng khi đầu vào trở nên đắt hơn và sản lượng giảm hơn. Trong trung hạn, xu thế chuyển hướng thương mại sẽ rõ nét do các nhà sản xuất cần thêm thời gian và nguồn lực để tìm kiếm nhà cung ứng thay thế. Xu thế này cũng chỉ ra nền kinh tế của quốc gia bị đánh thuế và các nước thứ ba có thể sẽ được hưởng lợi ích khi nhu cầu sản phẩm tăng lên do chuyển hướng thương mại và sản xuất

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Vài nét về chiến tranh thương mại Mỹ - Trung

Tháng 7/2018, Mỹ tuyên bố áp thuế đối với hàng hóa Trung Quốc, kéo theo là một loạt các biện pháp trả đũa của hai bên. Cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung chính thức nổ ra. Cuộc chiến này diễn ra trong bối cảnh không có dấu hiệu về sự gia tăng các biện pháp bảo hộ trên thế giới. Theo báo cáo năm 2018 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), số lượng các biện

pháp hạn chế thương mại của các nền kinh tế G20 đang giảm và ở mức thấp so với giai đoạn 2012-2015. Phần lớn các quốc gia tiếp tục các nỗ lực tự do hóa thương mại và theo đuổi các cơ hội tiếp cận thị trường thông qua các thỏa thuận thương mại khu vực (RTA). Từ năm 2017, đã có 10 RTA được thực thi như RTA giữa Liên minh châu Âu (EU) và Canada, Canada và Ukraina, Trung Quốc và Georgia.... Sau khi Mỹ rút khỏi các cuộc đàm phán TPP, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên biên giới Thái Bình Dương (CPTPP) được ký kết giữa 11 quốc gia còn lại vào tháng 3/2018. Sau đó, lãnh đạo của hơn 40 quốc gia Châu Phi thống nhất khuôn khổ xây dựng Hiệp định tự do thương mại châu Phi (CFTA).

Trong bối cảnh chủ trương tự do hóa thương mại đang được nêu cao và nhận được sự đồng thuận của nhiều quốc gia, tranh chấp thương mại giữa hai cường quốc lớn trên thế giới đã tác động mạnh mẽ đến kinh tế quốc tế.

Làn sóng tranh chấp thương mại đầu tiên diễn ra vào Quý 1/2018. Bất kỳ đối tác thương mại được Mỹ đánh giá là vấn đề an ninh quốc gia, thực hiện các hoạt động thương mại bất bình đẳng hoặc gây tổn hại nghiêm trọng đến nền công nghiệp bản địa đều bị áp mức thuế mới. Tháng 1/2018, Mỹ áp dụng 20% thuế đối với nhập khẩu máy giặt tại các nước lớn và 30% đối với pin năng lượng mặt trời. Tháng 3/2018, Mỹ áp 25% thuế đối với nhập khẩu thép và 10% thuế đối với nhôm. Các biện pháp thuế này đã tác động 58,3 tỷ USD hàng hóa của các nước Canada, Liên minh châu Âu, Mexico, Nga, Thổ Nhĩ Kỳ và các nước châu Á đang phát triển như Ấn Độ và Trung Quốc. Kết quả dẫn tới các biện pháp trả đũa của các nước này với giá trị 36,8 tỷ USD đối với hàng hóa xuất khẩu của Mỹ.

Làn sóng thứ hai xuất hiện cùng với căng thẳng leo thang và có xu hướng trở thành cuộc chiến song phương giữa Mỹ và Trung Quốc, kéo dài từ Quý 2/2018 đến đầu năm 2020 mới có dấu hiệu hạ nhiệt. Trong năm 2018, Mỹ đã 03 lần thực thi các mức thuế bổ sung lên 250 tỷ USD hàng hóa Trung Quốc, trong đó đáng chú ý nhất là tháng 9/2018 với gói thuế suất 10% lên hàng hóa trị giá 200 tỷ USD của Trung Quốc. Trung Quốc đã đáp trả bằng chính sách thuế 5%-10% lên 60 tỷ USD hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ, cũng trong cùng ngày Mỹ áp dụng các biện pháp thuế quan bổ sung. Trong năm 2019, mức thuế bổ sung do Mỹ áp dụng đối với Trung Quốc tiếp tục tăng từ 10% lên 15%. Tính đến tháng 2/2020, tổng hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc chịu các mức thuế bổ sung của Mỹ lên tới 550 tỷ USD trong khi con số này của Mỹ là 185 tỷ USD.

Phần lớn các hàng hóa Trung Quốc chịu ảnh hưởng từ các chính sách thuế bổ sung là các sản phẩm trung gian và đầu vào để sản xuất các sản phẩm khác. Đây là các sản phẩm sẽ hưởng lợi từ kế hoạch "Hàng hóa được tạo ra từ Trung Quốc năm 2025". Trung Quốc áp thuế lên phần lớn các sản phẩm nông nghiệp, hóa chất, thiết bị y tế và năng lượng. Trong khi đó, phần lớn thuế bổ sung được Mỹ áp đặt lên máy móc, thiết bị vận tải và các phụ tùng công nghiệp khác. Đây là các loại hàng hóa quan trọng trong chuỗi giá trị toàn cầu.

3.2. Phân tích tác động của thương mại Mỹ - Trung đến thương mại quốc tế và chuỗi giá trị toàn cầu

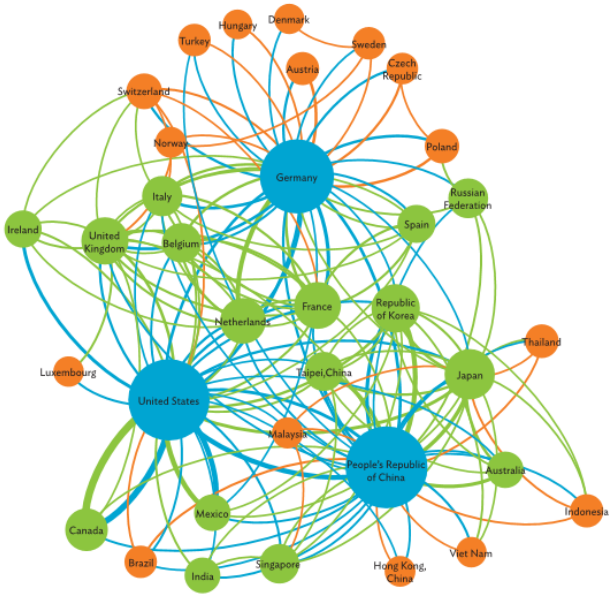
Theo thống kê của Cơ quan Đại diện Thương mại Mỹ (2017), thương mại song phương giữa Mỹ và Trung Quốc đều ở mức cao. Mỹ là thị trường lớn nhất của Trung Quốc với tổng giá trị thương mại ước tính đạt 710,4 tỷ USD, trong đó Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ

522,9 tỷ USD và nhập khẩu 187,5 tỷ USD từ Mỹ. Trung Quốc là đối tác thương mại lớn của Mỹ và Mỹ chịu thâm hụt thương mại 357,6% trong mối quan hệ này. Thâm hụt thương mại của Mỹ với Trung Quốc có dấu hiệu gia tăng trong năm 2017, tăng 8,6% so với năm 2016 trong khi đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Mỹ tăng khoảng 10,6% cũng trong thời kỳ này. Các thống kê này cho thấy mối quan hệ mật thiết trong quan hệ kinh tế giữa hai nước.

Sau khi cuộc chiến thương mại nổ ra, cả Trung Quốc và Mỹ đều chịu tổn thất dưới tác động của các biện pháp bảo hộ và trả đũa (Balistreri et al. 2018, Freund et al. 2018, Felbermayr and Steininger 2019). Không riêng Trung Quốc chịu tổn thất từ việc đánh thuế bổ sung của Mỹ, xuất khẩu của Mỹ sẽ bị giảm khả năng cạnh tranh do việc tăng chi phí sản xuất khi ngành công nghiệp trong nước sử dụng nguyên liệu đầu vào là các hàng hóa nhập khẩu được áp mức thuế suất cao hơn (Charbonneau và Landry 2018). Các loại thuế bổ sung trong mục 232 và trong làn sóng thứ nhất của mục 301vào các sản phẩm có trị giá 900 triệu USD giá trị gia tăng kèm với các hàng hóa nhập khẩu (Bellora et al. 2018). Những số liệu ban đầu cho thấy chi phí của tác động của thuế đối với hàng hóa dẫn tới sự gián đoạn trong chuỗi giá trị toàn cầu (Amiti et al. 2019).

Chuỗi giá trị toàn cầu có tác động đến việc định hình các chính sách thương mại và cũng kích hoạt các tác động của việc bảo hộ thương mại. Các liên kết của chuỗi giá trị toàn cầu làm biến đổi các ưu đãi của các quốc gia trong bảo hộ nhập khẩu. Cần giảm thuế trong thành phần nội địa của các hàng hóa cuối cùng do nước ngoài sản xuất và thành phần nhập khẩu cả các hàng hóa cuối cùng nội địa (Blanchard et al. 2018). Khi áp dụng thuế bổ sung, biện pháp này sẽ có tác động trực tiếp đến các sản phẩm và thị trường mục tiêu nhưng cũng có tác động gián tiếp đến các nước và lĩnh vực thứ ba thông qua chuỗi giá trị toàn cầu.

Mỹ và Trung Quốc là hai trong ba trung tâm chính yếu đối với chuỗi sản xuất toàn cầu với liên kết thương mại chặt chẽ trong các lĩnh vực quan trọng như điện tử hay các thiết bị công nghệ cao.



Hình 1. Chuỗi sản xuất toàn cầu

Nguồn: The impact of trade conflict on developing Asia, ADB, 12/2018

Hình trên cho thấy 35 nền kinh tế hàng đầu tham gia trong chuỗi giá trị toàn cầu. Kích cỡ của các nút thắt tương ứng với quy mô tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của các nền kinh tế. Trong đó, Mỹ, Trung Quốc và Đức là 03 nền kinh tế hàng đầu trong chuỗi giá trị với sự liên kết chặt chẽ với các nền kinh tế khác trong chuỗi. Chuỗi giá trị toàn cầu đã hình thành nên một mạng lưới liên kết chặt chẽ của các nền kinh tế, do vậy, sự đứt gãy trong bất kỳ nút thắt nào cũng sẽ ảnh hưởng đến các nền kinh tế khác, đặc biệt là các nút thắt lớn với mạng lưới chồng chéo.

Nghiên cứu của Cecilia Bellora và Lionel Fontagné (2019) đã cho thấy Mỹ và Trung Quốc sẽ chịu tác động trực tiếp của chiến tranh thương mại, sau đó là các nước thứ ba khác. Về phía Trung Quốc, điện tử là lĩnh vực chịu tác động nhất của việc bảo hộ thương mại, sau đó là máy móc (Cecilia Bellora và Lionel Fontagné, 2019). Về phía Mỹ, ngành công nghiệp ô tô sẽ chịu tác động lớn nhất với số lượng lớn xuất sang Trung Quốc, tiếp đó là máy móc, kim loại màu và hạt có dầu. Chiến tranh thương mại cũng sẽ tác động đến các nước xuất khẩu khác khi sắt và thép của châu Âu hay hàng hóa của Canada cũng sẽ chịu mức thuế bổ sung. Phân tích quan hệ đầu vào - đầu ra trong chuỗi giá trị toàn cầu và các tác động của nước thứ ba, thuế có tác động tiêu cực đến lĩnh vực nội địa. Chiến tranh thương mại đã truyền dẫn sự sụt giảm sản phẩm nhập khẩu của Mỹ cho người tiêu dùng cuối cùng ở Trung Quốc nhưng số lượng sụt giảm đối với hàng hóa trung gian lớn hơn nhiều. Xuất khẩu của các hàng hóa trung gian tới Trung Quốc sẽ giảm, một phần do biện pháp trả đũa của Trung Quốc và cũng do tác động của thuế suất bổ sung của Mỹ đối với phần giá trị gia tăng của Mỹ trong các hàng hóa mục tiêu của Trung Quốc. Kết quả cuối cùng, sản lượng xuất khẩu ra quốc tế của Mỹ giảm (ước tính 6%) trong khi Trung Quốc sẽ giảm 3, 09%, cho thấy Trung Quốc đã áp dụng chính sách chuyển hướng xuất khẩu mặc dù phải trả giá bằng việc giảm giá hàng xuất khẩu.

Trên thực tế, trong cuộc chiến giữa Mỹ và Trung Quốc, các nước ASEAN là các nước chịu nhiều tác động nhất. Mỹ và Trung Quốc là hai đối tác thương mại lớn của các nước ASEAN và ngược lại. Mỹ là đối tác thương mại lớn thứ năm của các nước ASEAN trong khi Trung Quốc là nền kinh tế lớn có quan hệ đối tác gần gũi nhất với các nước ASEAN. Về phía Mỹ, các đối tác thương mại lớn của Mỹ bao gồm Việt Nam, Thái Lan và Malaysia trong nhóm nước ASEAN. Trung Quốc chỉ có riêng Singapore là đối tác lớn trong khu vực ASEAN. Nhìn chung, quan hệ đối tác thương mại của Trung Quốc có xu hướng xuyên khu vực và ít liên kết với các nước châu Á so với Mỹ là đối tác thương mại lớn với các nước châu Á và các nước ASEAN (OCBC, 2018). Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là Trung Quốc là quốc gia quan trọng nhất có góp giá trị gia tăng nước ngoài vào các nước ASEAN. Việc mở rộng quy mô kinh tế của Trung Quốc có hiệu ứng tích cực đến khu vực Đông Á và cụ thể là các nước ASEAN. Quan hệ sản xuất và xuất khẩu song phương giữa Trung Quốc và các nước ASEAN đã mang đến lợi ích cho các nước ASEAN nhưng cũng tạo nên một chuỗi giá trị toàn cầu phức tạp nhất giữa các nước ASEAN, Mỹ, Hàn Quốc , Đức và các đối tác trong EU. Tác động của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung có ý nghĩa quan trọng đối với các nước ASEAN có mối quan hệ thương mại mật thiết hơn với hai nền kinh tế này như quốc gia với khu vực sản xuất lệ thuộc vào thị trường khu vực và toàn cầu, quốc gia có sự phát triển theo khu vực, quốc gia cung cấp nguyên liệu thô cho Trung Quốc

và Mỹ, quốc gia có khu vực dầu mỏ phụ thuộc nhiều vào Trung Quốc và Nga, quốc gia cần vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Do vậy, các quốc gia ASEAN sẽ chịu tác động khác nhau dưới ảnh hưởng của cuộc chiến này, lần lượt như sau: thương mại của Myanamar (28%), Lào (24,5%), Việt Nam (22%) và Indonesia (18,1%) phụ thuộc nhiều vào Trung Quốc. Trong khi đó, Việt Nam (11,9%), Malaysia (10,6%) và Philippines (10,2%) sẽ chịu rủi ro từ quan hệ thương mại với Mỹ. Một mặt, cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung khiến lượng cầu hàng hóa có xuất xứ Trung Quốc giảm mạnh dưới tác động của tăng thuế. Mặt khác, các hàng hóa thay thế có xuất xứ từ các quốc gia khác vào thị trường Mỹ sẽ tăng lên. Quan sát cho thấy các doanh nghiệp Trung Quốc đã chuyển các sản phẩm xuất sang Trung Quốc sang nhà máy của các nước thứ ba, thường là các nước trong khu vực châu Á như Việt Nam, Indonesia và Campuchia (Gary Gereffi, 2019). Các quốc gia này bắt đầu tăng xuất khẩu vào Mỹ.Trong khi đó, Trung Quốc vẫn duy trì các nhà máy trong nước nhưng đồng thời mở các nhà máy riêng biệt để phục vụ mục đích xuất khẩu cho thị trường Mỹ.

3.3. Quan hệ thương mại song phương giữa Mỹ và Trung Quốc với Việt Nam và tác động của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung với Việt Nam

Từ sau khi Mỹ và Việt Nam bình thường hóa quan hệ vào năm 1995, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước tăng nhanh từ 450 triệu USD lên 60 tỷ USD vào năm 2018, gấp 133 lần so với 23 năm trước. Sau khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO vào năm 2007, giá trị xuất nhập khẩu song phương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ mới đạt con số gần 11,8 tỷ USD nhưng đến năm 2018 con số này đã lên đến hơn 60 tỷ USD, gấp 5 lần thời điểm 2007. Trong đó, xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 47,52 tỷ USD, gấp 5 lần và trong khi kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Hoa Kỳ đạt tới 12,75 tỷ USD, gấp tới 8 lần. Với tốc độ tăng trưởng ở mức cao, Hoa Kỳ duy trì vị thế là đối tác xuất khẩu lớn của Việt Nam, chiếm tỷ trọng 23,2% trong tổng trị giá xuất khẩu năm 2019. Ngoài ra, Mỹ cũng là thị trường đứng thứ 5 về cung cấp hàng hóa cho Việt Nam, chiếm tỷ trọng 5,7% trong tổng trị giá hàng hóa nhập khẩu của nước ta năm 2019. Tính chung về quy mô kim ngạch xuất nhập khẩu, Hoa Kỳ đứng vị trí thứ 3 trong hơn 200 quốc gia, vùng lãnh thổ có quan hệ ngoại thương với Việt Nam (sau Trung Quốc và Hàn Quốc). Trong nhiều năm qua, Việt Nam liên tục duy trì được thặng dư thương mại với Hoa Kỳ. Trong 3 đối tác thương mại lớn nhất, Hoa Kỳ là thành viên duy nhất Việt Nam đạt được thặng dư thương mại với con số xuất siêu gần 35 tỷ USD trong năm 2018, trong khi nước ta nhập siêu lớn từ Trung Quốc và Hàn Quốc.

Về phía quan hệ song phương với Trung Quốc, Trung Quốc vẫn duy trì vị trí đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam và Việt Nam hiện cũng là đối tác lớn nhất của Trung Quốc trong khối các nước ASEAN, đồng thời là đối tác thương mại lớn thứ 8 trên toàn cầu của Trung Quốc. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Trung Quốc trong năm 2019 đạt hơn 116,8 tỷ USD, tăng khoảng 11% so với năm 2018. Còn số liệu thống kê của Trung Quốc cho thấy, tổng kim ngạch thương mại hai chiều trong 11 tháng năm 2019 đạt 145,5 tỷ USD, tăng 8% so với cùng kỳ năm 2018. Về đầu tư, Trung Quốc hiện là nhà đầu tư FDI lớn thứ 7 trong 132 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam. Theo đó, Trung Quốc đứng thứ 2 trong 107 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư mới tại Việt Nam với tổng

vốn đăng ký đạt 2,28 tỷ USD, tăng gần gấp đôi so với năm 2018.

Quan hệ đối tác với Mỹ - Trung của Việt Nam đã mang đến cơ hội và thách thức với Việt Nam trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung. So sánh tương quan quan hệ xuất - nhập khẩu của Việt Nam với hai nước sẽ thấy cho thấy vị thế của Việt Nam trong cuộc chiến này.

Bảng 1. Tỷ trọng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam với đối tác Trung Quốc và Mỹ.

	TRUNG QUỐC	MỸ
XUẤT KHẨU	16,5%	19,3%
NHẬP KHẨU	27,5%	4.4%

Nguồn: CEIC, OCBC (2018)

Thị phần của Trung Quốc (16,5% xuất khẩu và 27,5% nhập khẩu tại thị trường Việt Nam lớn gấp đôi so với Mỹ (19,3% xuất khẩu và 4,4% nhập khẩu). Trung Quốc xuất siêu sang Việt Nam trong khi Mỹ nhập siêu từ Việt Nam. Phân tích các mặt hàng xuất, nhập khẩu chủ lực của Việt Nam cho thấy dệt may sẽ hưởng lợi từ cuộc chiến thương mại do cầu tăng và dịch chuyển cơ hội thương mại từ các nước láng giềng của Trung Quốc. Ngành tiêu dùng cũng sẽ hưởng lợi khi Trung Quốc thực thi chiến lược "Trung Quốc + 1" và Việt Nam là một phần chiến lược với lợi thế về chi phí sinh hoạt thấp và nguồn lao động giá rẻ. Ngành sản xuất phụ tùng máy móc và thép sẽ chịu thua thiệt trong cuộc chiến thương mại do đây là các ngành hàng hóa trung gian và đầu vào hỗ trợ việc xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc; đồng thời chịu ảnh hưởng của các loại thuế bổ sung của Mỹ. Ngành sản xuất chế tạo sẽ chịu tác động tổng hợp khi Việt Nam là quốc gia láng giềng hưởng lợi nhưng cũng có khả năng tổn thất từ việc sụt giảm nhu cầu của Trung Quốc. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê (2019), xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đạt gần 35 tỷ USD tính đến tháng 9/2018, tăng gần 12,5% so với năm 2017. Theo số liệu của Cục Thống kê Mỹ, ba tháng đầu năm 2019, tốc độ xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam đến Mỹ tăng 40,2% so với cùng kỳ năm trước. Bloomberg đánh giá đây là tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong nhóm 12 nước xuất khẩu lớn nhất vào Mỹ năm 2018. Trong nhóm ngành xuất khẩu, xuất khẩu điện thoại và các linh kiện liên quan tăng 46% trong khi xuất khẩu dệt may, da giầy tăng hơn 12%.

Bên cạnh việc hưởng lợi từ xuất khẩu sang Mỹ do Mỹ tìm kiếm đối tác thương mại thay thế các mặt hàng của Trung Quốc chịu mức thuế suất cao, Việt Nam cũng có thể hưởng lợi từ chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu do làn sóng dịch chuyển sản xuất kinh doanh của Trung Quốc. Trong những năm gần đây, các công ty đa quốc gia đã chuyển các hoạt động mang lợi nhuận cận biên cao sang Việt Nam do chi phí sản xuất tại Trung Quốc tăng cao và rủi ro trong việc kinh doanh tại Trung Quốc. Cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung thúc đẩy quá trình này diễn ra nhanh hơn. Lợi thế thương mại từ các thỏa thuận thương mại song phương Mỹ - Việt (BTA), 12 thỏa thuận thương mại tự do (FTA)... đã tăng sức hấp dẫn của thị trường Việt Nam khi căng thẳng thương mại leo thang và các công ty quốc tế lớn như Intel, Foxconn, LG, Samsung đã nhanh chóng đặt nhà máy tại Việt Nam. Nhà cung cấp dịch vụ sản xuất điện tử Đài Loan Compal Electronics đã chuyển một số hoạt động sản xuất bộ định tuyến và máy tính cá nhân để bàn từ Trung Quốc sang Việt

Nam. Brooks Sports, một nhà sản xuất giày chạy bộ của Mỹ, có kế hoạch di dời hầu hết các hoạt động sản xuất tại Trung Quốc sang Việt Nam. Đây là các ví dụ cho thấy sự chuyển hướng thương mại đang diễn ra mạnh mẽ.

Ngoài ra, các công ty Trung Quốc cũng chuyển các đơn hàng sản xuất của các mặt hàng chịu thuế bổ sung của Mỹ sang Việt Nam. Một số nhà sản xuất của Trung Quốc cũng tìm kiếm việc tăng vốn FDI vào Việt Nam hoặc hợp tác với các doanh nghiệp Việt Nam để thực hiện các đơn hàng với các bạn hàng Mỹ. Báo cáo Triển vọng Phát triển châu Á của ADB (2019) đã cho thấy Việt Nam là một trong số ít các nước hưởng lợi nhiều nhất từ các dòng vốn FDI và chuyển hướng thương mại dưới ảnh hưởng căng thẳng thương mại Mỹ - Trung. Trong 6 tháng đầu năm 2019, cùng với sự sụt giảm 12 % trong xuất khẩu hàng hóa Trung Quốc sang Mỹ, nhập khẩu của Mỹ từ các nước châu Á tăng 10% với tăng nhiều nhất từ Việt Nam (33%).

Mặt khác, cuộc chiến này mang lại thách thức đối Việt Nam. Quan ngại lớn nhất hiện nay là Việt Nam có thể nhanh chóng trở thành đối tượng chịu áp đặt thuế cao từ Mỹ do việc xuất khẩu gián tiếp của Trung Quốc sang Mỹ. Đối mặt với việc xuất khẩu sang Mỹ suy giảm, Trung Quốc sẽ tìm cách bù đắp bằng cách tăng lượng xuất khẩu thông qua các nước khác ở châu Á và một số khu vực khác của thế giới. Các nhà sản xuất Trung Quốc mang hàng hóa Trung Quốc sang Việt Nam và gắn mắc sang Mỹ để né thuế. Báo cáo của Nikkei (2019) dựa trên dữ liệu từ Ủy ban Thương mại Quốc tế Mỹ và Trung tâm Thương mại Quốc tế cho thấy sự luân chuyển hàng hóa giữa Mỹ, Trung Quốc và phần còn lại của thế giới. Đây là phân tích dựa trên 5 mặt hàng chủ chốt có sự sụt giảm lớn nhất đã được phân tích gồm: máy móc và các bộ phận; thiết bị điện và các bộ phận; đồ nội thất; đồ chơi; và thiết bị phụ tùng ô tô. Trong khi xuất khẩu của 5 mặt hàng kể trên từ Trung Quốc sang Mỹ trong quý I/2019 giảm 16%, tương đương với giá trị 12,2 tỷ USD, thì xuất khẩu từ Trung Quốc sang các nước đang phát triển và từ các nước đang phát triển sang Mỹ nhìn chung là tăng. Xuất khẩu qua Việt Nam, Đài Loan và Mexico đặc biệt tăng cao. Trong quý I/2019, xuất khẩu của 5 mặt hàng trên từ Trung Quốc sang Việt Nam tăng 1,5 tỷ USD, tương đương mức tăng 20%, trong khi xuất khẩu của 5 mặt hàng này từ Việt Nam sang Mỹ tăng 2,7 tỷ USD, tương đương 58%. Những phát triển này diễn ra khi các công ty có cơ sở sản xuất ở Trung Quốc đang ngày càng có xu hướng ngưng hoặc giảm xuất khẩu trực tiếp sang Mỹ, thay vào đó họ gửi nguyên liệu và phụ tùng tới các nước châu Á trong đó có Việt Nam để hoàn thành sản phẩm và chuyển đến Mỹ. Cuối năm 2018, Tổng cục Hải quan Việt Nam phối hợp với Chi cục Hải quan cửa khẩu cảng Sài Gòn khu vực I kiểm tra một lô hàng nhập khẩu từ Trung Quốc phát hiện trên 600 chiếc loa kéo giả mạo xuất xứ Việt Nam. Trong quá trình làm thủ tục khi nhập khẩu lô hàng, doanh nghiệp chỉ khai báo mặt hàng loa kéo, không nhãn hiệu, xuất xứ Trung Quốc. Nhưng trên thực tế, trên bao bì toàn bộ sản phẩm lại được ghi hàng hóa xuất xứ Việt Nam và địa chỉ doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam. Sự chuyển dịch sản xuất các sản phẩm như chất bán dẫn sang các nước châu Á sẽ gia tăng (Koji Sako, 2016). Điều này sẽ tăng nguy cơ Mỹ mở rộng các biện pháp trừng phạt sang các nước thứ ba liên quan đến thay đổi cấu trúc thương mại My - Trung.

Rủi ro khác đối với Việt Nam có thể đến từ việc thị trường Việt Nam sẽ trở thành thị trường xuất khẩu thay thế trong việc xuất khẩu các hàng nông sản và tiêu dùng của Mỹ

và Trung Quốc. Hàng nông sản và tiêu dùng Mỹ, Trung chịu các thuế suất cao sẽ đổ vào thị trường Việt Nam. Do việc Trung Quốc áp 25% thuế bổ sung cho thịt lợn Mỹ, mức thuế suất cho mặt hàng này của Mỹ khi nhập khẩu vào thị trường Trung Quốc sẽ chịu thuế 75%. Với chi phí cao như vậy, thịt lợn Mỹ sẽ khó thâm nhập vào thị trường Trung Quốc và Việt Nam sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn. Giá thịt lợn tại Việt Nam thời điểm đầu năm 2019 vào khoảng 45.000 - 50.000 VNĐ/kg trong khi giá thịt lợn Mỹ là 1,5 USD. Cạnh tranh về giá sẽ giúp thịt lợn Mỹ có chỗ đứng trên thị trường Việt Nam, đặc biệt khi giá thịt lợn trong nước đang tăng ở mức cao như hiện nay. Câu chuyện này cũng có thể diễn ra với các loại hàng nông sản khác của Việt Nam. Hiện nay, Trung Quốc đang là thị trường lớn dành cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam, bao gồm trái cây, gạo, thủy hải sản. Việc tăng cung đột ngột của hàng nông sản Trung Quốc từ việc không xuất khẩu được sang Mỹ sẽ gia tăng áp lực lên thị trường của Việt Nam. Ngoài ra, các nhà sản xuất Mỹ cũng có thể chuyển hướng thương mại sang Việt Nam.

Về dài hạn, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung có thể dẫn đến suy thoái kinh tế toàn cầu. Mặc dù đầu năm 2020, đã có những dấu hiệu hạ nhiệt trong căng thẳng thương mại hai nước nhưng khả năng căng thẳng leo thang vẫn có thể xảy ra. Trong trường hợp căng thẳng thương mại kéo dài, kinh tế toàn cầu sẽ suy thoái và Việt Nam sẽ không còn được hưởng lợi nhiều từ căng thẳng thương mại Mỹ - Trung như trước và thậm chí có thể chịu tác động tiêu cực đối với nền kinh tế có mô hình tăng trưởng dựa vào xuất khẩu và đầu tư nước ngoài như Việt Nam.

4. Kết luận và kiến nghị giải pháp

Cuộc tranh chấp thương mại Mỹ - Trung hiện nay có tác động không đồng đều đối với khu vực và thế giới. GDP của Trung quốc sẽ giảm hơn 1% và GDP của Mỹ sẽ giảm 0,2% trong một khoảng thời gian trong 2 năm 3 năm. Với những quốc gia đang phát triển, những tác động từ xung đột thương mại là rất tích cực, vì khu vực này được hưởng lợi từ việc chuyển hướng thương mại trong ngành điện tử và dệt may. Việc đưa vào thuế quan đối với ô tô và phụ tùng ô tô gây thiệt hại nhiều hơn cho các nền kinh tế tiên tiến (như EU và Nhật Bản) so với châu Á đang phát triển.

Như vậy, tranh chấp thương mại Mỹ - Trung đã đặt Việt Nam vào một vị trí thuận lợi trong ngắn hạn. Vấn đề đặt ra với Việt Nam là làm thế nào để tận dụng được cơ hội này và giảm thiểu rủi ro liên quan khi là nước có quan hệ thương mại chặt chẽ với Mỹ và Trung Quốc. Chiến lược được Việt Nam đưa ra là "Dĩ bất biến ứng vạn biến", có nghĩa là giữ nguyên các nguyên tắc cốt lõi trong quản trị điều hành và hành xử linh hoạt trước các cú sốc bên ngoài. Thực tế năm 2018, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã nhanh chóng phản ứng trước sự phá giá đột ngột của đồng Nhân dân tệ, bình ổn thị trường nội tệ, đảm bảo duy trì năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Việt Nam. Đây là một trong các chính sách của Chính phủ nhằm ổn định kinh tế vĩ mô, ổn định giá trị của VNĐ và thúc đẩy các thỏa thuận thương mại để tăng cường xuất khẩu và giữ vững động lực tăng trưởng, nhờ đó, đạt được các thành tựu đáng kể trong năm 2019. Trong thời gian tới, để tối đa hóa cơ hội mang lại từ các diễn biến kinh tế quốc tế, Việt Nam được khuyến nghị triển khai đồng bộ các giải pháp sau:

Trong ngắn hạn, Chính phủ có thể thực thi các biện pháp thận trọng trong thu hút đầu tư FDI. Chính quyền địa phương cần rà soát kỹ lưỡng và đảm bảo chọn lọc và loại bỏ các dự án có yếu tố "né thuế" từ Trung Quốc nhằm hạn chế việc thay đổi xuất xứ hàng hóa và dán mác hàng hóa Việt Nam của các nhà sản xuất Trung Quốc. Các biện pháp xử phạt mạnh có thể được cân nhắc để răn đe các hành vi cố tình vi phạm. Ngoài ra, Chính phủ cũng cần sàng lọc kỹ các dự án đầu tư của Trung Quốc thông qua các quy định chặt chẽ về môi trường trước làn sóng ồ ạt của nhà đầu tư Trung Quốc. Chính phủ cũng có thể tăng khả năng cạnh tranh của các nhà sản xuất Việt Nam thông qua một loạt các biện pháp hỗ trợ như ưu đãi vốn, lãi suất cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thúc đẩy việc ban hành và thực thi các quy trình và tiêu chuẩn an toàn chất lượng thực phẩm đối với các sản phẩm nông sản Viêt Nam.

Về dài hạn, với mục tiêu giảm thiểu rủi ro từ việc hàng hóa Việt Nam có thể chịu mức thuế bổ sung của Mỹ do hàng hóa Trung Quốc xuất sang Việt Nam, Chính phủ cần thúc đẩy mạnh mẽ các biện pháp để Việt Nam nhanh chóng trở thành nền kinh tế thị trường thực sự. Cùng với việc Việt Nam đang đi đúng định hướng để trở thành nền kinh tế thị trường, Mỹ và các nước trên thế giới sẽ công nhận "tính thị trường" của nền kinh tế và giúp Việt Nam tranh việc áp đặt các điều khoản chống phòng thủ của Mỹ. Bên cạnh đó, Chính phủ cần thực thi các chính sách tài khóa để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Nhằm khơi thông nguồn vốn đầu tư phát triển cho đất nước, cần có sự điều chỉnh trong Luật Đầu tư công để tạo thuận lợi cho việc giải ngân vào các dự án chiến lược cùng với kế hoạch sử dụng vốn dư thông qua biện pháp giảm thuế cho các dự án đầu tư công.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abdul Abiad et al, 2018, The Impact of Trade Conflict on Developing Asia , ADB Economics Working Paper Series, No 566.
2. ADB, 2019, Asian Economic Integation report 2019-2020,Trade and global value chains, ADB press.
3. Alessandro Nicita, 2019, Trade and trade diversion effects of United States tariffs on China, UNCTAD, UNCTAD/SER.RP/2019/9
4. Cecilia Bellora, Lionel Fontagné (2019), Trade wars and global value chains: Shooting oneself in the foot, https://voxeu.org/article/trade-wars-and-global-value-chains.
5. Cục xuất nhập khẩu (2019), Thúc đẩy quan hệ thương mại gạo giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Trung Quốc, Bộ Công thương, https://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/thuc-%C4%91ay-quan-he-thuong-mai-gao-giua-cac-doanh-nghiep-viet-nam-va-trung-quoc-15217-22.html
6. Eddy Bekkers et al, 2017, Trade Wars and Trade Disputes: the Role of Equity and Political Support, World Trade Institute.
7. Gary Gereffi (2019), the Impact of U.S.-China Trade War on Supply Chains, Asia experts forum,http://asiaexpertsforum.org/gary-gereffi-impact-u-s-china-trade-war-supply-chains/
8. Johannes Bollen and Hugo Rojas-Romagosa, 2018, Trade Wars: Economic impacts of US tariff increases and retaliations: An International Perspective, CPB Background Document.

9. Monique Carvalho, André Azevedo * and Angélica Massuquetti, 2019, Emerging Countries and the Effects of the Trade War between US and China, *Economies* 2019, *7*, 45; doi:10.3390/economies7020045
10. Đạo luật Mở rộng thương mại năm 1962 của Mỹ về nhôm và thép (bao gồm việc miễn trừ, quota và trả đũa), mục 232.
11. Đạo luật Thương mại của Mỹ năm 1974, mục 301.
12. Nguyen Hoang Tien et al, 2019, China-US trade war and risks for Vietnam's economy, International Journal of Research in Finance and Management 2019; 2(2): 86-91
13. Việt Hoàng (2019), Hoa Kỳ là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam, Tạp chí Tài chính. http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/hoa-ky-la-doi-tac-thuong-mai-lon-thu-3-cua-viet-nam-306979.html
14. World bank group, 2019, Doing Business 2019, The World Bank.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO XUẤT KHẨU VIỆT NAM TRONG CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI MỸ TRUNG

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S EXPORTS AMID US-CHINA TRADE WAR

TS. Nguyễn Bích Thủy

TS. Lê Mai Trang

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Từ khi lên cầm quyền vào năm 2017, Tổng thống Donald Trump đã theo đuổi chính sách bảo hộ mậu dịch với mục tiêu "nước Mỹ trên hết" và "làm nước Mỹ vĩ đại trở lại". Chính sách bảo hộ mậu dịch này không chỉ dẫn đến chiến tranh thương mại với Trung Quốc, mà còn dẫn đến xung đột thương mại với những nước được xem là đồng minh của Mỹ (như EU, Nhật Bản, Hàn Quốc) hay láng giềng gần của Mỹ (như Canada, Mexico). Cuộc chiến giữa hai nền kinh tế lớn nhất thế giới Trung Quốc và Mỹ không chỉ ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế hai nước và còn ảnh hưởng đến rất nhiều các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Nghiên cứu trình bày tổng quan về chiến tranh thương mại, sau đó tập trung phân tích tác động tích cực và tiêu cực của chiến tranh thương mại Mỹ Trung đến xuất khẩu hàng hóa. Từ đó nghiên cứu chỉ ra nhưng cơ hội và thách thức của chiến tranh thương mại Mỹ Trung đến xuất khẩu hóa của Việt Nam.

Từ khóa: *Chiến tranh thương mại Mỹ-Trung, xuất khẩu, Việt Nam*

Abstract

Since coming to power in 2017, President Donald Trump has pursued trade protectionism with the goal of "America first" and "make America great again". This trade protectionist policy not only led to trade wars with China, but also led to trade conflicts with countries considered to be US allies (such as the EU, Japan, South Korea) or their neighbors near by America (like Canada, Mexico). The war between the two largest economies in the world China and the US not only heavily affects the economies of the two countries, but also affects many countries in the world, including Vietnam. The study presents an overview of the trade war, followed by an analysis of the positive and negative effects of the US-China trade war on merchandise exports. Since then, the study pointed out the opportunities and challenges of the US-China trade war to Vietnam's export of goods.

Keywords: *US-China trade war, export, Vietnam*

1. Đặt Vấn Đề

Bảo hộ thương mại là thuật ngữ kinh tế học, theo đó quốc gia áp đặt thuế nhập khẩu cao hoặc áp dụng các hàng rào kỹ thuật (yêu cầu cao về chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao

động, môi trường, xuất xứ...) đối với một hoặc một số mặt hàng (hay dịch vụ) mà mình có lợi thế để hạn chế nhập khẩu, bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa (hay dịch vụ) của mình.

Trong nền kinh tế hiện đại, các nước ngày càng có xu hướng tận dụng các công cụ chính sách thương mại nhằm ngăn chặn hàng hóa xuất khẩu từ nước khác vào nước mình nhằm kích thích nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa nội địa, góp phần vào tăng trưởng kinh tế nội địa, tránh thâm hụt thương mại với các đối tác thương mại. Ngay cả trong trường hợp, hành vi này không nhắm trực tiếp đến một nước (nước thứ ba) thì vẫn có thể tác động đến hoạt động thương mại của nước đó. Mỹ và Trung Quốc là hai thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam (kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ và Trung Quốc lần lượt xếp vị trí thứ nhất và thứ hai trong số các thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam), vì vậy chiến tranh thương mại Mỹ-Trung với sự leo thang của các rào cản bảo hộ thương mại (thuế quan và phi thuế quan) chắc chắn sẽ có tác động lớn đến xuất khẩu của Việt Nam.

2. Cơ Sở Lý Thuyết Và Phương Pháp Nghiên Cứu

2.1. Lý thuyết về chiến tranh thương mại

Trên thực tế, không có một định nghĩa chính thức nào về chiến tranh thương mại, thậm chí đây cũng không phải là thuật ngữ chính thống được sử dụng bởi các nhà kinh tế học.

Nhà sử học thương mại Doug Irwin cho rằng chiến tranh thương mại không thể được định nghĩa bằng việc các quốc gia áp dụng thuế trả đũa lên các sản phẩm của nhau mà chính là bởi giá trị hàng hoá thực sự bị ảnh hưởng bởi thuế quan. Theo nhà kinh tế học Heiner Flassbeck, chiến tranh thương mại là việc áp dụng thuế quan một cách dai dẳng dẫn tới việc các bên không thể tiếp tục đàm phán. Trong khi đó, Phil Levy- cố vấn kinh tế cấp cao của chính quyền George W. Bush- lại cho rằng chiến tranh thương mại xảy ra khi không thể kiểm soát được sự leo thang của các hàng rào thương mại (J. Scott Maberry, 2018).

Như vậy, chiến tranh thương mại hay căng thẳng thương mại là hiện tượng trong đó hai hay nhiều quốc gia tăng hoặc tạo ra các rào cản thuế quan hoặc phi thuế quan (giấy phép xuất nhập khẩu, hạn ngạch nhập khẩu, viện trợ đối với các ngành sản xuất trong nước, hạn chế xuất khẩu tự nguyện, yêu cầu khắt khe đối với hàng hoá nhập vào nội địa, lệnh cấm vận, hạn chế thương mại...) với nhau nhằm đáp trả những rào cản thương mại của nước đối lập. Những biện pháp làm hại láng giềng như thế và cùng với chúng là sự leo thang của chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch thường thất bại và dẫn đến sự giảm sút trong khối lượng thương mại quốc tế và thu nhập của các nước liên quan.

Chiến tranh thương mại là một xung đột kinh tế do ảnh hưởng của chủ nghĩa bảo hộ, đó là các hành động và chính sách của chính phủ hạn chế thương mại quốc tế. Một quốc gia nói chung sẽ thực hiện các hành động bảo hộ với mục đích che chắn các doanh nghiệp trong nước và việc làm khỏi cạnh tranh nước ngoài. Chủ nghĩa bảo hộ cũng là một phương pháp được sử dụng để cân bằng thâm hụt thương mại. Thâm hụt thương mại xảy ra khi nhập khẩu của một quốc gia vượt quá số lượng xuất khẩu của nó.

Những lợi thế và bất lợi của các cuộc chiến thương mại nói riêng và chủ nghĩa bảo hộ, nói chung, là chủ đề của cuộc tranh luận gay gắt và đang diễn ra.

Những người ủng hộ chủ nghĩa bảo hộ cho rằng các chính sách được xây dựng tốt mang lại lợi thế cạnh tranh. Bằng cách ngăn chặn hoặc không khuyến khích nhập khẩu, các chính sách bảo vệ sẽ mang lại nhiều hoạt động kinh doanh hơn cho các nhà sản xuất trong nước, điều cuối cùng tạo ra nhiều việc làm cho người dân trong nước. Những chính sách này cũng phục vụ để khắc phục thâm hụt thương mại. Hơn nữa, những người đề xuất tin rằng thuế quan và chiến tranh thương mại cũng có thể là cách hiệu quả duy nhất để đối phó với một quốc gia có hành vi không công bằng hoặc phi đạo đức trong các chính sách thương mại của mình.

Các nhà phê bình cho rằng chủ nghĩa bảo hộ thường làm tổn thương người dân, nó nhằm bảo vệ lâu dài bằng cách bóp nghẹt thị trường và làm chậm tăng trưởng kinh tế và trao đổi văn hóa. Người tiêu dùng có thể bắt đầu có ít sự lựa chọn hơn trên thị trường. Họ thậm chí có thể phải đối mặt với tình trạng thiếu nếu không có hàng hóa thay thế sẵn sàng cho hàng hóa nhập khẩu mà thuế quan đã tác động hoặc loại bỏ. Phải trả nhiều tiền hơn cho nguyên liệu thô làm tổn thương lợi nhuận của nhà sản xuất. Do đó, các cuộc chiến tranh thương mại có thể dẫn đến việc tăng giá với các mặt hàng sản xuất, đặc biệt, trở thành lạm phát đắt đỏ hơn làm bùng phát lạm phát trong nền kinh tế nói chung.

Chiến tranh thương mại

Ưu điểm	Nhược điểm
Bảo vệ các công ty trong nước khỏi sự cạnh tranh không lành mạnh	Tăng chi phí và gây ra lạm phát
Tăng nhu cầu tiêu dùng đối với hàng hóa trong nước	Nguyên nhân gây giảm thị trường thương mại, giảm sự lựa chọn
Thúc đẩy tăng trưởng việc làm trong nước	Không khuyến khích thương mại
Cải thiện thâm hụt thương mại	Kinh tế tăng trưởng chậm
Trừng phạt quốc gia có các chính sách thương mại phi đạo đức	Làm tổn thương quan hệ ngoại giao, trao đổi văn hóa

Nguồn: https://www.investopedia.com/terms/t/trade-war.asp

2.2. Công cụ chính sách được các nước sử dụng trong chiến tranh thương mại

❖ Công cụ chính sách chủ yếu được các nước sử dụng trong chiến tranh thương mại là: (i) Chính sách thuế quan và (ii) Chính sách phi thuế quan.

✓ Thuế quan là một loại thuế đánh vào mỗi đơn vị hàng xuất khẩu hay nhập khẩu của một quốc gia. Trong hầu hết các trường hợp, thuế quan đánh trên hàng nhập khẩu nhằm để bảo vệ các nhà sản xuất trong nước khỏi sự cạnh tranh từ nước ngoài bằng cách làm tăng giá bán của hàng nhập khẩu. Tuy nhiên, thuế quan cũng mang lại nguồn thu cho Chính phủ. Thuế xuất khẩu có vai trò làm tăng ngân sách của chính phủ, tăng giá bán của hàng xuất khẩu trên thị trường nước ngoài để tận dụng vị thế độc quyền hoặc nhằm giảm số lượng hàng hóa xuất khẩu vì một số mục đích chính trị hoặc bảo vệ tài nguyên. Thuế quan bao gồm thuế nhập khẩu và thuế xuất khẩu.

o Thuế xuất khẩu là thuế đánh trên hàng hóa xuất khẩu. Thuế xuất khẩu được áp dụng khá phổ biến ở các nước đang phát triển, đặc biệt đánh vào các hàng hóa truyền thống nhằm thu được giá cao hơn và tăng lợi ích cho quốc gia.

o Thuế nhập khẩu là loại thuế đánh trên hàng hóa nhập khẩu. Các nước phát triển đánh thuế nhập khẩu và áp dụng các hình thức khác để bảo vệ một vài ngành trong nước, còn muốn nâng lợi ích quốc gia, tăng phúc lợi dân cư thì sử dụng nguồn thu chủ yếu từ những khoản thuế khác.

✓ Chính sách phi thuế quan: bao hàm các biện pháp làm thay đổi các điều kiện thương mại quốc tế, gồm các chính sách và quy định hạn chế thương mại cũng như các chính sách tạo điều kiện cho thương mại.

o Hội nghị của Liên Hợp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD, 2010) định nghĩa: "Chính sách phi thuế quan là các biện pháp chính sách, không phải là thuế quan thông thường, có khả năng tạo ra tác động kinh tế trên khía cạnh thương mại hàng hóa quốc tế, làm thay đổi khối lượng giao dịch thương mại hoặc làm thay đổi giá cả hoặc cả hai yếu tố này".

o Các chính sách, biện pháp phi thuế quan bao gồm tất cả các chi phí thương mại liên quan đến chính sách phát sinh từ sản xuất đến tiêu dùng cuối cùng, ngoại trừ thuế quan. Chính sách phi thuế quan được phân loại theo các biện pháp kỹ thuật (tiêu chuẩn vệ sinhvà kiểm dịch động thực vật, rào cản kỹ thuật đối với thương mại và kiểm tra trước khi xuất hàng) và phi kỹ thuật. Các biện pháp này được phân biệt rõ hơn bằng các biện pháp cứng (như biện pháp kiểm soát giá cả và số lượng), các biện pháp đe dọa (như chống bán phá giá và các biện pháp tự vệ) và các biện pháp khác như tài chính liên quan đến thương mại, đầu tư. Trên thực tế, Chính sách phi thuế quan có khả năng "bóp méo" thương mại quốc tế, cho dù tác động về thương mại của các biện pháp có mang tính bảo hộ hay không.

o Phân loại các biện pháp phi thuế quan của UNCTAD. Đối với xuất khẩu, có các biện pháp liên quan đến xuất khẩu. Đối với nhập khẩu, các biện pháp phi thuế quan được chia ra làm hai loại: các biện pháp kỹ thuật (*technical measures*) và các biện pháp phi kỹ thuật (*non-technical measures*). Các biện pháp kỹ thuật áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu được chia ra thành: (a) các biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS), (b) rào cản kỹ thuật (TBT), và (c) kiểm hóa trước khi vận chuyển và các thủ tục khác. Các biện pháp phi kỹ thuật áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu bao gồm: (a) các biện pháp phòng vệ thương mại dự phòng, (b) các biện pháp cấp phép, cấp quota, cấm đoán, hạn chế khối lượng phi kỹ thuật khác; (c) kiểm soát giá; (d) biện pháp tài chính; (e) các biện pháp ảnh hưởng tới cạnh tranh; (f) kiểm soát đầu tư liên quan đến thương mại; (g) hạn chế phân phối; (h) hạn chế dịch vụ sau bán hàng; (i) trợ giá; (j) hạn chế mua sắm của Chính phủ; (k) tài sản trí tuệ; and (l) quy tắc xuất xứ. Các loại biện pháp được viết tắt theo các chữ cái sắp xếp theo thứ tự vần an-pha-bet như bảng 2.1.

Bảng 2.1: Tóm tắt phân loại các biện pháp phi thuế quan

Phân loại các biện pháp			Mã
NHẬP KHẨU	Các biện pháp kỹ thuật	Các biện pháp kiểm dịch động, thực vật	A
		Rào cản kỹ thuật	B
		Kiểm hóa trước khi vận chuyển và các thủ tục khác	C
	Các biện pháp phi kỹ thuật	Các biện pháp phòng vệ thương mại dự phòng	D
		Các biện pháp cấp phép, cấp quota, cấm đoán, hạn chế khối lượng phi kỹ thuật khác không vì lí do SPS hay TBT	E
		Kiểm soát giá, kể cả biện pháp áp thuế, phí bổ sung	F
		Biện pháp tài chính	G
		Các biện pháp ảnh hưởng tới cạnh tranh	H
		Kiểm soát đầu tư liên quan đến thương mại	I
		Hạn chế phân phối	J
		Hạn chế dịch vụ sau bán hàng	K
		Trợ giá (trừ trợ giá xuất khẩu)	L
		Hạn chế mua sắm của Chính phủ	M
		Tài sản trí tuệ	N
		Quy tắc xuất xứ	O
XUẤT KHẨU		Các biện pháp liên quan đến xuất khẩu	

Nguồn: UNCTAD, 2016

❖ Ngoài hai công cụ chính sách trên các nước có thể sử dụng các công cụ khác như:

✓ Công cụ tiền tệ: Các nước tìm cách giành lợi thế bằng cách hạ giá đồng nội tệ nước mình so với ngoại tệ nước khác. Khi tỉ giá hối đoái giảm, xuất khẩu vào quốc gia khác sẽ có tính cạnh tranh cao hơn trong khi nhập khẩu vào trở lên đắt đỏ. Cả hai tác động này đều có lợi cho ngành sản xuất trong nước. Tuy nhiên việc tăng giá đối với hàng hóa nhập khẩu (cũng như chi phí đi lại ra nước ngoài) làm giảm sức mua của người dân, và nếu tất cả các nước đều áp dụng chiến lược như vậy thì sẽ làm suy giảm thương mại toàn cầu và gây hại cho tất cả các nước.

✓ Cấm vận kinh tế: Là các hình phạt về thương mại và tài chính của một hoặc nhiều nước nhằm vào một chính phủ, tổ chức hoặc cá nhân, cấm vận kinh tế được áp dụng không chỉ nhằm mục đích trừng phạt kinh tế mà còn vì nhiều mục đích như chính trị, quân sự và xã hội.

✓ Công cụ kinh tế: Là chiến lược kinh tế trong đó sử dụng các biện pháp nhằm làm suy yếu nền kinh tế của đối thủ. Ví dụ trong thời chiến, chiến tranh kinh tế nhằm vào việc phong tỏa, thu giữ, kiểm soát, phá hoại các nguồn lực kinh tế quan trọng để làm cho lực lượng của đối thủ suy yếu. Chiến tranh kinh tế thường là một khía cạnh trong một cuộc chiến toàn diện, trong đó không chỉ có chiến tranh bằng vũ trang, quân sự, việc hủy hoại kinh tế của nhau có thể làm suy yếu khả năng chiến đấu của kẻ thù.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp đối chiếu, so sánh, phương pháp hệ thống hóa, tổng hợp, phương pháp phân tích tài liệu kết hợp với phân tích dữ liệu để đánh giá. Thông qua việc thu thập các dữ liệu thứ cấp, các kết quả nghiên cứu đã được công bố liên quan đến chiến tranh thương mại Mỹ - Trung để phân tích và đánh giá tác động tích cực và tiêu cực của cuộc chiến thương mại này đến xuất khẩu của Việt Nam. Từ kết quả phân tích nghiên cứu chỉ ra những cơ hội và thách thức cho xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. Các dữ liệu thứ cấp của nghiên cứu sau được thu nhập thông qua các nguồn tin cậy của Bộ Công Thương, WTO, UNCTAD, VCCI, Tổng cục Hải quan. Dữ liệu phân tích được xử lý bằng phần mềm Excel và minh họa thông qua bảng biểu, đồ thị, hình vẽ.

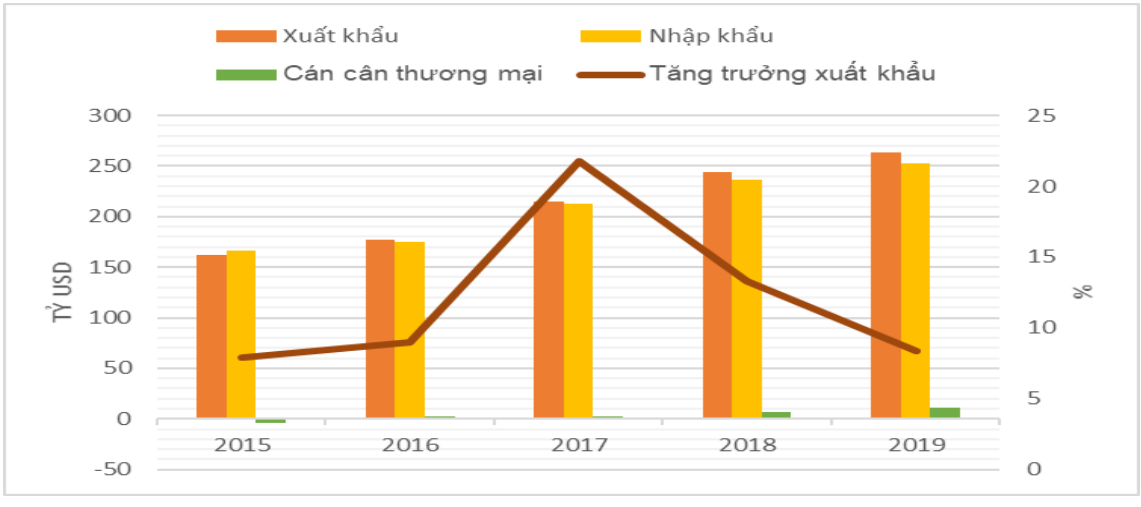
3. Kết Quả Và Thảo Luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Tác động tích cực của chiến tranh thương mại đến xuất khẩu của Việt Nam

Thứ nhất, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung làm gia tăng kim ngạch xuất khẩu giúp cán cân thương mại của Việt Nam thặng dư.

Năm 2019, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đạt 264.19 tỷ USD, tăng 8.4% so với 2018. Mặc dù mức tăng thấp nhất từ 2016 trở lại đây, nhưng được đánh giá là mức tăng khá trong bối cảnh thương mại toàn cầu đang giảm, chủ nghĩa bảo hộ lan rộng và các biện pháp phòng vệ thương mại đang gia tăng tại nhiều quốc gia. Ngoài ra, 2019 Việt Nam ghi nhận mức thặng dư thương mại kỷ lục 11.12 tỷ USD, và là năm thứ 4 liên tiếp xuất siêu; và đặc biệt ghi nhận sự phát triển mạnh của khu vực kinh tế trong nước trong lĩnh vực xuất khẩu với mức tăng 18.2%, cao hơn nhiều tốc độ tăng của khu vực FDI (4.3%).



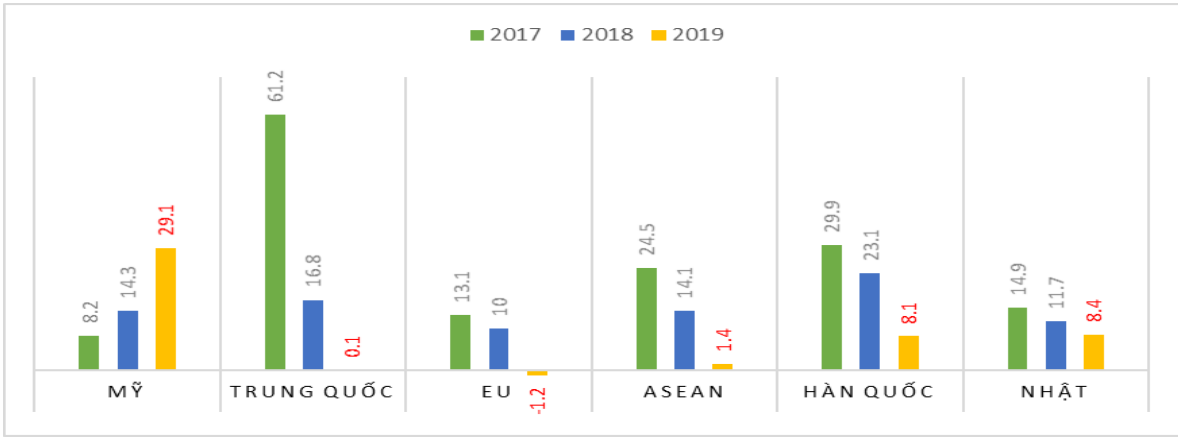
Hình 3.1: Cán cân thương mại và tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam 2015-2019

Nguồn: Tổng cục Hải Quan

Thứ hai, chiến tranh thương mại Mỹ Trung tác động tích cực đến xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ đóng góp không nhỏ trong tổng xuất khẩu của Việt Nam.

Trong bối cảnh thương mại toàn cầu nói chung đang giảm tốc; giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang hầu hết các thị trường lớn đều tăng thấp hơn nhiều so với 2017 và 2018; thậm chí giảm tại thị trường EU và chỉ tăng nhẹ tại thị trường Trung Quốc, thì Mỹ chính là nhân tố "cứu cánh" kéo đà tăng xuất khẩu chung (Hình 3.2). Năm 2019, xuất siêu sang thị trường Mỹ đạt 46,98 tỷ USD, chiếm 23,2% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Kết quả đạt được này được đánh giá nguyên nhân một phần là nhờ Việt Nam được hưởng lợi từ chiến tranh thương mại Hoa Kỳ - Trung Quốc.

Đơn vị tính: %



Hình 3.2 : Tăng trưởng xuất khẩu ở một số thị trường giai đoạn 2017-2019

Nguồn: Tổng cục Hải quan

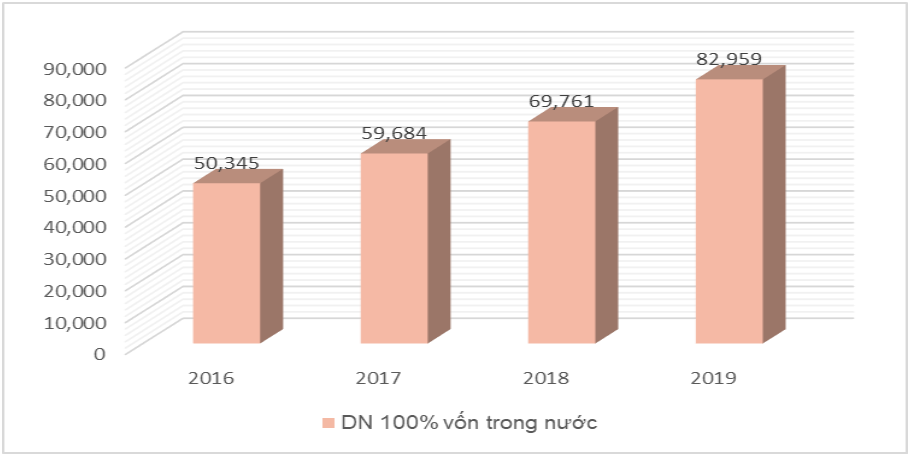
Khi xảy ra chiến tranh thương mại Trung Quốc gặp khó khăn trong để xuất khẩu vào thị trường Mỹ (thị trường xuất khẩu lớn nhất của Trung Quốc) và ngược lại Mỹ cũng gặp khó khăn trong xuất khẩu vào Trung Quốc (thị trường đông dân nhất thế giới) nên đây là điều kiện thuận lợi để hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu vào hai thị trường lớn này. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang thị trường Mỹ chủ yếu là hàng tiêu dùng, như may mặc, giày da, điện thoại, đồ nội thất và thủy hải sản. Ngược lại, Việt Nam là một phần trong chuỗi cung ứng của Trung Quốc và chỉ xuất khẩu nguyên liệu thô hoặc đầu vào trung gian phục vụ sản xuất tại Trung Quốc. Trung Quốc cũng là thị trường quan trọng của Việt Nam về xuất khẩu nông sản như rau, quả, gạo, thủy hải sản và sắn.

Thứ ba, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung giúp các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng sản xuất hàng hóa xuất khẩu

Việt Nam có thể tận dụng một số cơ hội trong xuất nhập khẩu hàng hóa vào thị trường Mỹ và Trung Quốc để thúc đẩy sản xuất hàng xuất khẩu. Khi biết tận dụng thời cơ, cùng cố gắng của các doanh nghiệp với chiến lược tốt sẽ mở rộng được được sản xuất đối với hàng hóa xuất khẩu. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể nhập các nguyên liệu với mức giá cạnh tranh từ hai thị trường Mỹ và Trung Quốc (các mặt hàng mà hai nước áp thuế cho nhau) để mở rộng sản xuất hàng xuất khẩu. Giá đậu tương và ngô của Mỹ giảm là cơ hội cho các doanh nghiệp ở các nước khác phải nhập khẩu đậu tương và ngô mua được giá rẻ. Năm 2017, Việt Nam phải nhập khẩu 1,5 tỷ USD ngô và 707 triệu USD đậu tương trong

đó, đậu tương nhập nhiều nhất là từ Mỹ (330 triệu USD). Với diễn biến mới từ giá đậu tương và giá ngô Mỹ, nhiều khả năng các doanh nghiệp Việt Nam sẽ chuyển hướng sang tăng nhập khẩu đậu tương và ngô từ Mỹ với giá rẻ hơn. Các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi ở Việt Nam như Masan Nutri-Science, Dabaco... có thể giảm chi phí và mở rộng sản xuất hàng xuất khẩu. Kể từ năm 2017 đến nay tỷ trọng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước đang có xu hướng gia tăng so với các doanh nghiệp xuất khẩu thuộc khối FDI. Nếu năm 2017 xuất khẩu của các doanh nghiệp nội địa là 27% thì năm 2019 đạt 31,4%.

Đơn vị tính: Tỷ USD



Hình 3.3: Kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp 100% vốn trong nước 2016 - 2019

Nguồn: Tổng cục Hải quan

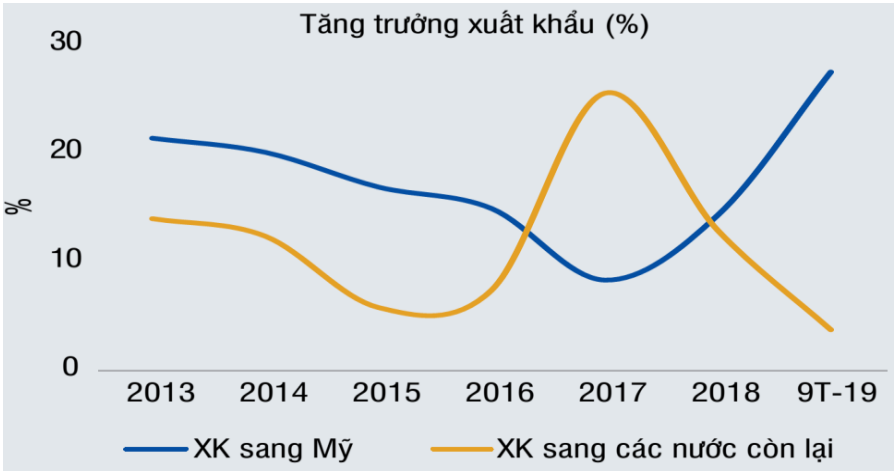
Thứ tư, chiến tranh thương mại Mỹ Trung tác động tích cực đến dòng chảy FDI cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Một số doanh nghiệp của Mỹ và Trung Quốc đang xem xét dịch chuyển cơ sản xuất hàng xuất khẩu sang các nước thuộc ASEAN trong đó có Việt Nam nhằm tránh thuế trừng phạt của cả hai phía. Các quốc gia khác cũng đang xem xét việc thoái vốn đầu tư tại Trung Quốc hoặc dịch chuyển cơ sở sản xuất ra ngoài lãnh thổ Trung Quốc. Đây là cơ hội để Việt Nam thu hút FDI cho các ngành xuất khẩu. Cụ thể như: Procon Pacific của Mỹ sản xuất toàn bộ sản phẩm tại Trung Quốc nhưng giờ đây đã phân bổ 25% tại Ấn Độ và 5-10% tại Việt Nam. Công ty GoerTek của Trung Quốc chuyên lắp ráp Airpods cũng tuyên bố dịch chuyển dây chuyền sản xuất sang Việt Nam nhằm ảnh hưởng của chiến tranh thương mại. Trong bối cảnh tình hình chính trị và thương mại thế giới diễn biến phức tạp, FDI toàn cầu giảm tốc, thì Việt Nam lại nổi lên như một điểm sáng trong thu hút đầu tư nước ngoài. Cùng với những chính sách cải cách hành chính, môi trường kinh doanh, môi trường đầu tư, và tỷ giá ổn định, giải ngân FDI được dự báo sẽ tiếp tục tăng ở mức 6-8% trong năm 2020.

3.1.2. Tác động tiêu cực của chiến tranh thương mại đến xuất khẩu của Việt Nam

Thứ nhất, xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường khác (ngoài Trung Quốc và Mỹ) có nguy cơ giảm do Việt Nam cũng phải cạnh tranh với Mỹ và Trung Quốc, cũng như việc các nước gia tăng các biện pháp phòng vệ thương mại để hạn chế hàng nhập khẩu.

(i) Mỹ và Trung Quốc cũng sẽ chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường khác và cạnh tranh với hàng hóa của Việt Nam và vì vậy gây cản trở tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. (ii) Các nước khác cũng có khả năng gia tăng các biện pháp phòng vệ thương mại để chống lại hàng hóa dư thừa của Mỹ và Trung Quốc xuất khẩu sang Việt Nam. (iii) Mỹ và Trung Quốc sử dụng các biện pháp chống lẩn tránh nhằm kiểm soát hàng hóa của mỗi bên sử dụng Việt Nam như là quốc gia trung gian để xuất khẩu vào thị trường của nhau và vì vậy gây ảnh hưởng đến toàn bộ ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam (tăng cường kiểm soát thông quan, mở rộng áp dụng các quy định về nguồn gốc xuất xứ, ban hành các lệnh trừng phạt...). Bộ Thương mại Mỹ (DOC) ngày 16.12.2019 đã thông báo chính thức quyết định áp thuế cao nhất là 456% lên một số sản phẩm thép được sản xuất tại Hàn Quốc hoặc Đài Loan (Trung Quốc), sau đó đưa sang Việt Nam để gia công đơn giản rồi xuất khẩu sang Mỹ... Trước đó, từ cuối năm 2017, thép cán nguội nhập khẩu từ Việt Nam cũng bị áp thuế AD là 199,43% và CVD là 39,05%, tôn mạ bị áp mức thuế AD là 265,79% và thuế CVD là 256,44% do có sử dụng thép cuộn cán nóng có xuất xứ Trung Quốc.



Hình 3.4 : Tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam với Mỹ và các thị trường khác

Nguồn: Tổng cục Hải Quan

Thứ hai, Việt Nam gia tăng nhập siêu trở lại từ thị trường Trung Quốc và hàng Việt Nam khó cạnh tranh với hàng Trung Quốc không chỉ trên thị trường thế giới mà ngay cả trên thị trường nội địa.

Năm 2019 nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc tăng khá cao lên đến 75.5 tỷ USD (chiếm 29.8% tổng kim ngạch nhập khẩu), tăng 15.2% trong khi xuất khẩu chỉ tăng 0,1% so với năm 2018 dẫn đến cán cân thương mại của nước ta với Trung Quốc bị thâm hụt rất lớn lên tới 34.04 tỷ USD. Cán cân thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc thâm hụt nhiều hơn trong năm 2019 là do (i) xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này gặp khó khăn; (ii) việc gia tăng đột biến xuất khẩu sang Mỹ khiến Việt Nam nhập khẩu nguyên liệu đầu vào từ Trung Quốc gia tăng nhằm phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu (iii) hàng hóa của Trung Quốc không xuất sang được thị trường Mỹ do áp thuế chuyển hướng dịch chuyển sang Việt Nam.

Bảng 3.1: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc 2019

Mặt hàng	Triệu USD	%YoY
Điện tử & máy tính	9,558	▲13.8%
Điện thoại & linh kiện	8,293	▼11.9%
Hàng rau quả	2,430	▼13.6%
Xơ, sợi dệt các loại	2,401	▲8.3%
Giày dép các loại	1,781	▲19.4%
Hàng dệt, may	1,594	▲3.5%
Máy móc/ thiết bị/ phụ tùng	1,584	▲9.0%
Cao su	1,551	▲13.2%
Máy ảnh/ máy quay phim / linh kiện	1,534	▼45.2%
Hàng thủy sản	1,231	▲22.0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Vietdata

Với chính sách phá giá đồng nhân dân tệ mà Trung Quốc đã thực hiện đã tác động không nhỏ đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam vào thị trường này. Đồng nhân dân tệ giảm giá làm cho mọi hàng hóa xuất khẩu, đặc biệt là hàng nông, thủy sản của Việt Nam trở nên kém cạnh tranh trên thị trường Trung Quốc nên xuất khẩu gặp khó khăn. Ngoài ra, xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc còn gặp nhiều trở ngại do nước này tăng cường kiểm tra, kiểm soát chất lượng hàng hóa nhập khẩu. Việc nhập khẩu tiểu ngạch cũng bị siết chặt. Kim ngạch xuất khẩu rau quả vào thị trường Trung Quốc đạt 2.430 triệu USD, chiếm tỷ trọng 5,9% nhưng không tăng mà giảm 13.6% so với năm 2018. Hàng thủy sản mặc dù tốc độ tăng trưởng cao 22% trong năm 2019 nhưng giá trị xuất khẩu mang về từ thị trường Trung Quốc chỉ đạt 1.231 triệu USD*(Bảng 3.1)*. Việc phá giá đồng nhân dân tệ khiến hàng nhập khẩu từ Trung Quốc rẻ hơn và cạnh tranh với hàng Việt Nam, đặc biệt là hàng tiêu dùng, làm gia tăng thâm hụt thương mại, đồng thời có thể làm gia tăng tình trạng buôn lậu.

Hàng hóa Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ bị hạn chế do bị Mỹ áp thuế, để giảm phụ thuộc vào Mỹ, duy trì năng suất, Trung Quốc đã có những chính sách phá giá, đẩy hàng hóa sang các nước xung quanh, trong đó có Việt Nam..., gây sức ép cạnh tranh đối với các doanh nghiệp của Việt Nam. Vào thời điểm đó, các công ty Việt Nam sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh trực tiếp từ các công ty Trung Quốc, bao gồm không chỉ thị trường xuất khẩu, mà cả thị trường nội địa. Ngoài ra, chuỗi cung ứng xuyên biên giới sẽ bị lung lay nếu Hoa Kỳ áp dụng thuế quan đối với Trung Quốc rộng rãi hơn.

Các mặt hàng Trung Quốc xuất sang Việt Nam sẽ là những mặt hàng chịu thuế cao, khó vào thị trường Mỹ, trong đó có cả các linh, phụ kiện máy móc thiết bị lẫn hàng tiêu dùng như đồ gỗ, nội thất, hóa chất, nhựa, cao su, nông thủy sản và thực phẩm chế biến. Trong ngắn hạn sẽ tốt cho nhập khẩu hàng hóa trung gian cho sản xuất trong nước và hàng hóa tiêu dùng cuối cùng, tuy nhiên, về dài hạn sẽ gây ảnh hưởng đến các ngành sản xuất nội địa do cạnh tranh của hàng nhập khẩu từ đó cũng ảnh hưởng đến các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu.

Thứ ba, hàng Việt Nam có khả năng bị làm giả xuất xứ để xuất khẩu sang Mỹ và Trung Quốc, hậu quả là hàng Việt Nam bị trừng phạt, gây thiệt hại cho xuất khẩu của Việt Nam.

Mỹ và Trung Quốc có khả năng sẽ gia tăng xuất khẩu vào các thị trường trung gian như Việt Nam để xuất khẩu vào thị trường còn lại để tránh thuế thông qua hoạt động tạm nhập-tái xuất, gửi kho ngoại quan hoặc trao đổi cư dân qua biên giới với Trung Quốc. Đáng lo ngại là do Mỹ chỉ áp dụng cơ chế "nhà nhập khẩu tự chứng nhận xuất xứ" nên sẽ có nhiều khả năng hàng hóa Trung Quốc có thể tràn sang Việt Nam để làm giả xuất xứ để xuất khẩu sang Mỹ. Nếu không kiểm soát tốt hoạt động này, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam có nguy cơ bị cả Mỹ và Trung Quốc áp dụng các biện pháp "chống lẩn tránh" như tăng cường kiểm soát hàng hóa thông quan, áp thuế, tăng cường các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, hoặc có các biện pháp trừng phạt với hành vi gian lận thương mại và do đó sẽ gây ảnh hưởng đến xuất khẩu của cả ngành công nghiệp của Việt Nam. Theo Bộ Công Thương quy mô gia tăng hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ và Trung Quốc vào Việt Nam hiện nay vào khoảng 12-15 tỷ USD, trong đó: (i) Đối với hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc tập trung vào mặt hàng như: sắt thép (9,01 tỷ USD, trong đó nhập khẩu từ Trung Quốc là 4,09 tỷ USD); phân bón (1,2 tỷ USD, trong đó nhập khẩu từ Trung Quốc khoảng 50%). (ii) Đối với hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ chủ yếu tập trung vào các mặt hàng như: đậu tương (708 triệu USD, trong đó nhập khẩu từ Mỹ là 330,8 triệu USD); thịt lợn và các sản phẩm từ thịt lợn (40,2 triệu USD, trong đó nhập khẩu từ Mỹ là 12 triệu USD); thịt bò (410 triệu USD, trong đó nhập khẩu từ Mỹ là 56,22 triệu USD); phế liệu nhôm (khoảng 150 triệu USD); bông (2,36 tỷ USD, trong đó nhập khẩu từ thị trường Mỹ khoảng 1,2 tỷ USD)...

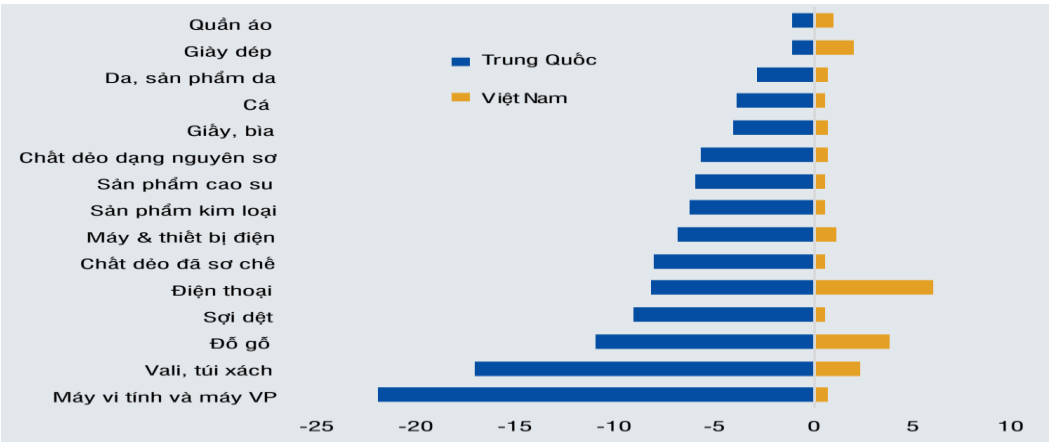
3.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

3.2.1. Cơ hội cho xuất khẩu của Việt Nam từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung

Cơ hội thay thế Trung Quốc xuất khẩu sang thị trường Mỹ

Không ai kỳ vọng Việt Nam có thể soán ngôi Trung Quốc như là nhà xuất khẩu số một thế giới, nhưng Việt Nam dường như đang thay thế Trung Quốc trong một số mặt hàng xuất khẩu sang Mỹ *(Hình 3.5).* Trong năm 2019, lượng hàng hóa mà Mỹ nhập khẩu từ Việt Nam đã tăng 34,8%, so với mức tăng 5,8% trong cả năm 2018. Trong khi đó, lượng hàng hóa mà Mỹ nhập khẩu từ Trung Quốc đã giảm 13,4% so với cùng kỳ năm ngoái.

Thay đổi tỷ trọng trong nhập khẩu của Mỹ, điểm%



Hình 3.5: Thay thế thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc 2019

Nguồn:Cục Khảo sát thống kê Mỹ, dữ liệu nhập khẩu từ tháng 1-8/2019

Có thể thấy, các hàng rào thuế quan chính là nguyên nhân lớn khiến Mỹ nhập ít hàng hóa từ Trung Quốc hơn. Máy tính, thiết bị điện thoại và các loại máy móc là những nhóm hàng xuất khẩu từ Việt Nam vào Mỹ có mức tăng trưởng nhanh nhất. Và đó cũng từng là những mặt hàng nhập khẩu hàng đầu của Mỹ từ Trung Quốc, Mông Cổ và Đài Loan trong năm 2018. Điều này cho thấy xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ về các mặt hàng kể trên có thể đã bù đắp được sự sụt giảm về dòng chảy hàng hóa giữa Trung Quốc và Mỹ.

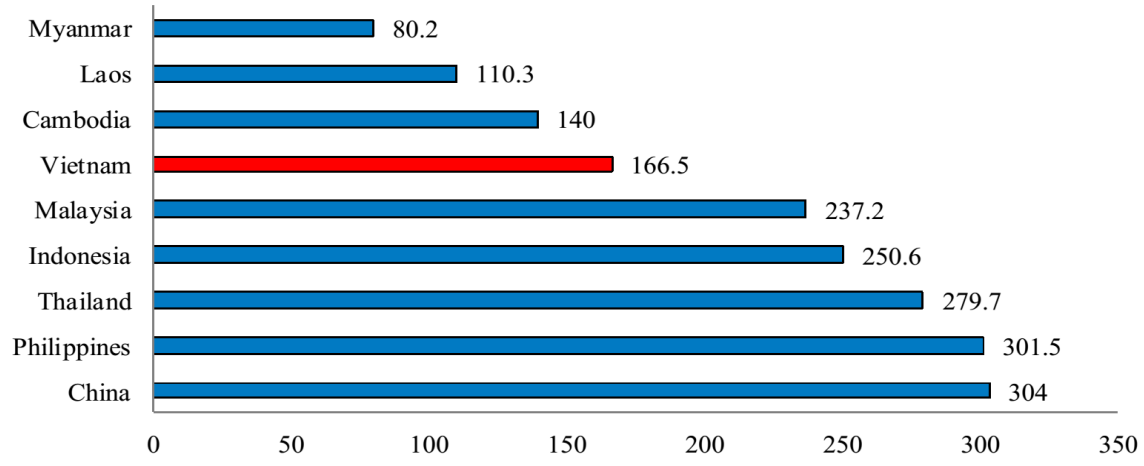
Cơ hội thu hút FDI hỗ trợ cho sản xuất hàng xuất khẩu

Xung đột thương mại Mỹ-Trung đã mang đến cơ hội về thu hút vốn FDI cho Việt Nam trước xu hướng dịch chuyển các nhà máy ra khỏi Trung Quốc nhằm tránh thuế trong năm 2019. Dự báo, trong năm 2020, phần lớn các khoản đầu tư vào sản xuất vẫn tiếp tục diễn ra ở châu Á trong đó có Việt Nam một phần nhờ vào nguồn lao động giá rẻ, sự tương đồng với Trung Quốc và thị trường nội địa đang phát triển mạnh.

Việt Nam có nhiều lợi thế rõ ràng trong việc nổi lên là một địa chỉ thay thế hấp dẫn trước xu hướng dịch chuyển các nhà máy ra khỏi Trung Quốc. Cụ thể:

- Việt Nam có vị trí chiến lược thuận lợi: nằm ở trung tâm ASEAN, có hơn 3.000 km đường biển, kết nối tốt với Trung Quốc qua hệ thống đường bộ tạo điều kiện để doanh nghiệp trong các chuỗi cung ứng lớn chuyển một số bộ phận sang sản xuất ở Việt Nam nhưng vẫn giữ được sự liên kết chặt chẽ với các đầu mối (hub) lắ ráp chủ chốt tại Trung Quốc;
- Việt Nam có nhiều chính sách ưu đãi thuế và thuê đất cho nhà đầu tư nước ngoài;
- Việt Nam có nguồn lao động rẻ dồi dào với tiền lương tối thiểu còn ở mức thấp (chỉ bằng 60% so với Trung Quốc và vẫn còn thấp hơn hầu hết các nước trong khu vực ASEAN;
- Việt Nam đã và đang hội nhập sâu rộng vào thương mại quốc tế với nhiều Hiệp định FTA song phương và đa phương.

Đơn vị tính: USD/tháng



Hình 3.6: Mức tiền lương của Việt Nam và một số quốc gia Châu Á

Nguồn: BVSC

3.2.2. Thách thức cho xuất khẩu của Việt Nam từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung

Thách thức do thặng dư thương mại với Mỹ

Trong năm vừa qua, Việt Nam trở thành một trong bảy đối tác xuất khẩu nhiều nhất sang Mỹ cùng với lượng dự trữ ngoại hối ngày càng gia tăng tới hơn 71 tỷ USD, Việt Nam nằm trong danh sách theo dõi thao túng tiền tệ của Mỹ. Ngày 14.1.2020, Bộ Tài chính Mỹ ban hành Báo cáo về "Chính sách kinh tế vĩ mô và ngoại hối của các đối tác thương mại lớn của Mỹ", đưa ra Danh sách 10 quốc gia cần giám sát thao túng tiền tệ gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đức, Italy, Ireland, Singapore, Malaysia, Thụy Sỹ và Việt Nam. Đây là lần thứ hai Việt Nam xuất hiện trong danh sách này, lần đầu tiên Việt Nam là vào tháng 5.2019. Trong Báo cáo của Bộ Tài chính Mỹ, các tiêu chí này được lượng hóa cụ thể như sau: Thặng dư thương mại hàng hóa song phương với Mỹ ít nhất 20 tỷ USD; thặng dư cán cân vãng lai tương đương ít nhất 2% GDP; can thiệp một chiều và kéo dài trên thị trường ngoại tệ, thể hiện qua việc mua ròng ngoại tệ trong ít nhất 6 tháng trên giai đoạn 12 tháng với tổng lượng ngoại tệ mua ròng tương đương ít nhất 2% GDP trong giai đoạn 12 tháng. Sở dĩ Việt Nam tiếp tục lọt vào danh sách này là do đáp ứng một tiêu chí về thặng dư thương mại song phương (***Thặng dư thương mại hàng hóa song phương với Mỹ 47 tỷ USD***), còn các yếu tố khác như thặng dư cán cân vãng lai chỉ tương đương 1,7% GDP; can thiệp mua ròng trên thị trường ngoại tệ tương đương 0,8% GDP. Do vậy, NHNN nên cẩn trọng trong việc điều hành chính sách tiền tệ, linh hoạt và khách quan. Việc hạ thấp giá trị của đồng VND để tăng cường thương mại, thúc đẩy xuất khẩu sẽ là điều không nên làm trong thời điểm này.

Thách thức trong lợi ích thu hút FDI trong việc hỗ trợ sản xuất hàng xuất khẩu chưa cao

Thực tế cho thấy, trong năm 2019, nhiều công ty nước ngoài đã chọn Việt Nam là điểm đến cho các nhà máy sản xuất qua đó, tạo thêm việc làm, tăng xuất khẩu, cải thiện cán cân thương mại. Tuy nhiên, 70% trong số đó là các công ty của Trung Quốc, Hồng Kông và Đài Loan. Điều này đang gây bất lợi cho cạnh tranh của hàng Việt với hàng Trung Quốc ngay tại Việt Nam. Đó là lý do giải thích tại sao nhiều chuỗi bán lẻ mọc lên khi có thương chiến Mỹ-Trung và nhiều trong số đó bị phát hiện là hàng Trung Quốc chứ không phải hàng Việt. Hơn nữa, thách thức của Việt Nam cũng không hề nhỏ khi phải tuyệt đối tránh hiện tượng hàng Trung Quốc "mượn mác" hàng Việt như một cách để tìm đường xuất khẩu sang Mỹ, tiêu biểu là các mặt hàng sắt thép, đồ gỗ nội thất, nhôm và dệt may. Giới chức Mỹ rất cảnh tỉnh với "mối đe dọa" này từ Trung Quốc. Giống như trường hợp thép nhập từ nước thứ ba nhưng do doanh nghiệp Trung Quốc sản xuất, Mỹ sẵn sàng áp thuế rất cao đến 25% hoặc chặn hẳn các hàng Trung Quốc "mượn mác hàng Việt" ngay tại cửa khẩu Mỹ. Trong năm 2018 và 2019, Hải quan Việt Nam đã phát hiện khá nhiều vụ việc hàng hoá, doanh nghiệp Trung Quốc và cả Việt Nam có hành động "tẩy" xuất xứ như vụ doanh nghiệp FDI 100% vốn của người Trung Quốc nhập hơn 4 tỷ USD nhôm từ Trung Quốc sang Việt Nam để chuẩn bị xuất sang Mỹ, rất may số lượng nhôm gian dối này bị hải quan hai nước Việt - Mỹ phát hiện, ngăn chặn. Vụ việc thứ 2 là doanh nghiệp Asanzo bị Hải quan Việt Nam khẳng định làm giả con dấu, hồ sơ, nhập hàng Trung Quốc giả hàng Việt để tiêu thụ tại thị trường Việt Nam. Cùng với đó là các vụ gian lận xuất xứ hàng hoá tiêu dùng như hàng may mặc của Khaisilk, Seven.AM...

Mỹ và các nhà đầu tư Tây Âu vẫn chưa đầu tư mạnh vào Việt Nam. Hiện giá trị đầu tư

của Mỹ vào Việt Nam chỉ chiếm 2,7% tổng số vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài mà Việt Nam nhận được. Một trong những nguyên nhân là do Mỹ không có FTA với Việt Nam và Asean. Tuy nhiên, đó cũng chỉ là "một trong số nhiều nhân tố ảnh hưởng tới tốc độ và sự đa dạng hóa của chuỗi cung ứng" vào Việt Nam. Việt Nam hiện đang (i) thiếu hụt nguồn lao động trình độ cao, (ii) ngành công nghiệp hỗ trợ chưa đủ mạnh, (iii) cơ sở hạ tầng quá tải khiến thời gian vận chuyển hàng hóa lâu hơn so với các nước khác, (iv) logistics yếu và chi phí cao. Do đó chưa thể đáp ứng được làn sóng chuyển dịch từ các nhà đầu tư phương Tây và Mỹ khi các công ty đa quốc gia tìm cách đặt chuỗi cung ứng của họ bên ngoài Trung Quốc.

4. Kết Luận

Những biện pháp bảo hộ - trả đũa qua lại nhau giữa hai nền kinh tế lớn Mỹ - Trung không chỉ ảnh hưởng đến nền kinh tế Trung Quốc và Mỹ mà còn tác động đến thương mại và tăng trưởng kinh tế thế giới trong đó có cả nền kinh tế nhỏ như Việt Nam. Đối với Việt Nam hai quốc gia này là hai đối tác thương mại lớn nhất với hai chiều đối lập. Nhiều năm qua, Mỹ luôn là thị xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam Ở chiều ngược lại, Trung Quốc trong nhiều năm qua luôn là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Viêt Nam ngoại trừ năm 2018 đứng thứ 2 sau Hàn Quốc. Với đặc trưng tăng trưởng kinh tế phụ thuộc chủ yếu dựa vào hoạt động xuất khẩu, Việt Nam không tránh khỏi các tác động tích cực cũng như có được những cơ hội và tác động tiêu cực cũng như các thách thức từ cuộc chiến tranh thương mại này. Do vậy chính phủ và các doanh nghiệp Việt Nam cần tận dụng các cơ hội cũng như hạn chế tới mức thấp nhất các thách thức mà cuộc chiến tranh thương mại đem lại. Chiến tranh thương mại Mỹ -Trung đã tạo ra nhiều sự dịch chuyển mới trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị toàn cầu. Gần như hầu hết các loại hàng hóa trên thế giới này đều có hàm lượng Trung Quốc nhất định, vậy khi mà Mỹ và Trung Quốc đánh nhau, thì tất cả những điều này sẽ nằm trong bài toán kinh tế của các nước về lựa chọn thế nào. Đây là hai nền kinh tế lớn nhất thế giới, lại có liên hệ không chỉ với nhau mà với toàn cầu do đó hai nền kinh tế này tương tác đối chọi và đặc biệt cạnh tranh thương mại chắc chắn nó sẽ tác động đến toàn bộ chuỗi cung ứng toàn cầu. Vì vậy, Việt Nam cần chủ động vào lúc này để có thể đứng vững trong chuỗi hàng hóa xuất khẩu. Nếu Việt Nam muốn tìm được một vị trí tốt hơn, cao hơn trong chuỗi cung ứng toàn cầu này, không cách gì hơn là phải tiếp tục đổi mới, hội nhập, tăng cường năng lực và hiệu suất của nền kinh tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bảo Việt Securities (2019), "Báo cáo cập nhật về thương mại Mỹ Trung", Báo cáo chuyên đề
2. Đinh Văn Sơn (2019), "Bảo hộ thương mại và tác động đến xuất khẩu hàng hóa Việt Nam", Báo cáo thường niên Kinh tế và Thương mại Việt Nam 2019, NXB Thống Kê.
3. J. Scott Maberry (2018), "Of Course You Know, This Means War: A Strategic Update on the Trump Trade War"
4. Wayne M. Morrison (2018), "China-US Trade Issues", Congressional Research Service Report
5. World Trade Organization và International Trade Centre UNCTAD/GATT., 2018. *World tariff profiles*. World Trade Organization.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS HUE UNIVERSITY

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

CHỦ ĐỀ

- CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI (CPTPP, EVFTA,...): CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
- CÁC CHÍNH SÁCH BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC VÀ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI CỦA VN TRONG BỐI CẢNH GIA TĂNG BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI

TOPIC

- NEW GENERATION TRADE AGREEMENTS (CPTPP, EVFTA,...): OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S ENTERPRISES
- VIETNAM'S POLICIES TO PROTECT DOMESTIC MARKETS AND TRADE SAFEGUARD MEASURES IN THE CONTEXT OF INCREASING PROTECTIONISM IN THE WORLD

COMPLYING WITH INTERNATIONAL LABOR STANDARDS AMID TRADE PROTECTIONISM: RESEARCH ON GLOBAL VALUE CHAIN OF GARMENT INDUSTRY

TUÂN THỦ CÁC TIÊU CHUẨN LAO ĐỘNG QUỐC TẾ TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU CỦA NGÀNH MAY

Assoc. Prof. Nguyen Thi Bich Loan

Assoc. Prof. Nguyen Thi Minh Nhan

Thuongmai University

Abstract

There is a trade-labor link that takes place in the global value chain of the garment industry. Whichever method (CMT / OEM / ODM / OBM) is involved, compliance with labor standards is an inevitable trend existing in most of the international trade institutions, especially in the new-generation free trade agreements. The garment industry has gained a good growth rate with leading contribution to export turnover of Vietnam in recent years but it has not had high added value. Most Vietnamese garment enterprises have just participated in the stage with lowest added value, mainly in the form of contract manufacturing (VITAS, 2019) and commonly fail to comply with many international labor standards. Therefore, to improve the position of Vietnam's garment industry when participating in the global value chain in the coming time, garment enterprises need to approach higher production modes, along with efforts to further compliance with international labor standards. In order to achieve this goal, it is necessary to conduct empirical research to lay the foundations to make synchronous recommendations to all stakeholders with appropriate roadmaps. That is the significance of this study.

Keywords: *International labor standards (ILS); Global value chain of garment industry (GVCs of garment industry); Protectionism.*

Tóm tắt

Có một mối liên kết thương mại - lao động diễn ra trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành may đó là dù tham gia theo phương thức nào (CMT/OEM/ODM/OBM) thì việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động là một tất yếu khách quan, tồn tại ở hầu hết các định chế thương mại quốc tế đặc biệt được đề cao trong các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Ngành may có tốc độ tăng trưởng khá, trong những năm gần đây luôn dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tuy nhiên lại có giá trị gia tăng không cao, phần lớn các doanh nghiệp may Việt Nam mới chỉ tham gia vào phần thấp nhất chủ yếu dưới hình thức gia công đơn thuần (VITAS, 2019) và sự tồn tại không hiếm việc tuân thủ chưa cao các tiêu chuẩn lao động ở các doanh nghiệp này. Do đó, trong thời gian tới để vị thế của ngành may Việt Nam được cải thiện khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp cần tiến tới những phương thức sản xuất cao hơn, cùng với đó cũng là những nỗ lực để cải tiến việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động quốc tế. Để thực hiện được mục tiêu

này cần nghiên cứu một cách thực chứng tạo nền tảng để đưa ra những khuyến nghị đồng bộ đối với tất cả các bên liên quan với lộ trình phù hợp. Đó chính là ý nghĩa của nghiên cứu này.

Từ khóa: *Tiêu chuẩn lao động quốc tế; Chuỗi giá trị toàn cầu ngành may; Bảo hộ thương mại (Protectionism).*

1.Literature review

In the world, the international labor standard was firstly mentioned by the International Labor Organization (ILO) with the introduction of the International Labor Standards system (ILS), including 89 ILO conventions and 199 recommendations based on the effectiveness of tripartite mechanism. Werner, S (2005) stated that the ILO has failed to ensure the implementation of its own standards despite great efforts. The method of ensuring ILS implementation based on persuasion is not effective, especially when trade is expanding.

The Fair-trade supporters assert that, in the context of globalization, international labor standards play an even more important role than ever. Gijsbert, L. (1989), proposed including ILS in trade agreements and imposing trade sanctions on countries violating international labor laws. In 1996, labor standards were included in the agenda of the WTO Ministerial Conference held in Singapore with strong consensus that ILS were necessary in the context of globalization; the conference also emphasized the need to identify the core labor standards (CLS) to apply globally and proposed the inclusion of labor standards in the WTO framework. With this proposal, there were two contradictory views: delegates from developed countries supported the proposal of bringing labor standards into the WTO framework, even suggesting imposing trade sanctions on countries violating those labor standards while those from developing countries protested and considered it a disguise of protectionism (Union Network International, 2006; Gijsbert, L. 1989). In the end, the conference rejected the proposal to integrate ILS into the WTO framework but affirmed that the ILO was an appropriate organization to address labor issues on a global scale (WTO, 1996). Supporters of that view continue to show evidence: Kimberly, A.E. & Richard, B.F (2003) from the perspective of civil society, a group of labor rights activists, claimed that besides the positive aspects, globalization also reveals its negative aspects. Jan, M.W. (2008) also pointed out the negative side of globalization in labor such as child labor, forced labor, labor discrimination, poor working conditions, etc. which are getting more common and complicated.

Despite the increasing protectionism, the new 21st-century Free Trade Agreements containing high-level labor commitments are still generated. It is interesting to note that both developed and developing countries participate in these agreements (of which CPTPP is a typical example) with high consensus in terms of commitments and roadmaps determined differently depending on the conditions of each member country. That practice allows the recognition of roles and necessity of ILS and CSL in ensuring fair and sustainable trade practice. The article inherits the view of Fair-trade supporters to analyze

the situation, to learn about trends and propose solutions to increase the compliance with labor standards when participating in the global value chain of garment industry relating to the conditions of Vietnamese enterprises in the context of trade protectionism.

2. Methodology

2.1. Research data

The study used a combination of primary data and secondary data collected with various methods to reflect in an aggregate, objective and multidimensional way on the situation of compliance with ILS by Vietnamese garment enterprises participating in the global value chain and the situation of trade institutions containing labor content.

Secondary data was collected and aggregated from organizations and agencies such as Ministry of Labor, Invalids and Social Affairs (MOLISA); International Labor Organization (ILO) and International Finance Corporation (IFC) in Better Work Vietnam Publications - 10th Compliance Report published in 2019; Vietnam General Confederation of Labor (VGCL). Primary data was collected via the questionnaires.

The survey was conducted at 48 garment enterprises of all types in Hanoi, Bac Ninh, Hai Phong, Ha Nam and Ho Chi Minh City. Participants in the survey were employees, grassroots trade union officials, employers in enterprises (according to the ratio of 3-5 questionnaires / 01 enterprise). To be suitable with the scale, time and fund, convenient sampling was applied. The total number of questionnaires collected was 196 including 148 valid ones. Although the number of questionnaires collected was modest compared to the number of garment enterprises operating in the market, through data processing, we find that the results are very consistent with the opinions of experts in labor sector. Primary data collected has been processed by descriptive statistical methods to provide assessment information.

2.2. Research methodology

The paper is a combined result of the research methodology including:

Data collection method (secondary data collection method, sociological survey method, expert method);

Data processing methods (statistical methods, general analysis methods).

3. Theoretical framework

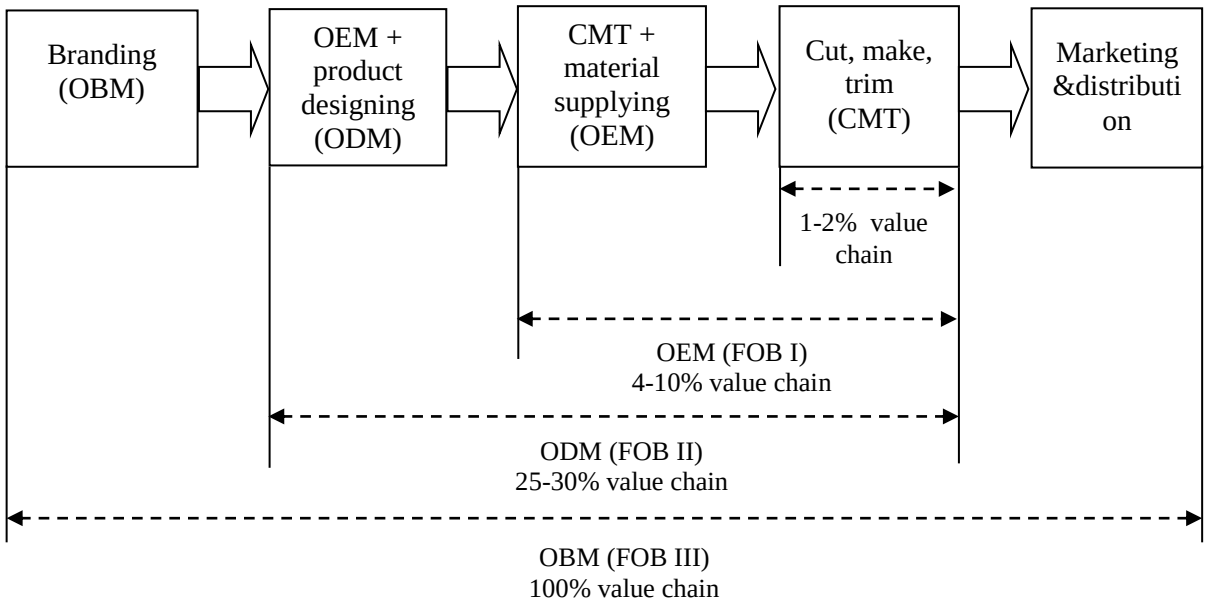
3.1. Global value chain of garment industry

When the trend of global integration becomes deeper and wider, the value chain has crossed borders and created a potential for development into a "global value chain" not only in practice but also in academia. Many definitions have been proposed, including: Global value chain is the whole process of producing goods, from raw materials to finished products, carried out wherever skills and materials needed for production are available at competitive prices as well as ensuring the quality of the finished product (Koopman et al., 2010). The global value chain is a more comprehensive approach to international division

of labor. Any business involved in the production of an export product is considered to have participated in the global value chain. Global value chain involves dividing the production process into many stages in different countries in order to reduce production costs and prices based on the trade advantages of each country relating to production factors (labor, capital, technology, natural resources, etc.).

According to Nguyen Thi Huong (2009), researchers in the world have presented the current value chain of the garment industry including 5 main links: (i) Product design; (ii) Producing raw materials; (iii) cut, make, trim (CMT); (iv) Export; (v) Marketing and distribution. Participation in the global value chain of garment industry can take place in the form of production: *Original Branding Manufacture* (OBM) are enterprises (usually multinational companies) own all the links in the value chain or they can only directly implement a number of links, for example implement links (i) and (v) called franchising; or directly implement the links (i); (iii); (v) and hire ODM businesses to take over the rest; or they can directly implement links (i); (ii); (v), and hire OEM enterprises to implement the rest; or just perform the links (i); (ii); (iv); (v) and hire CMT enterprises to implement the rest. *Original Designing Manufacture* (ODM) are businesses that directly implement some of the links in the OBM value chain such as (ii); (iii) or just implement (i); (ii). This means that they work for OBM and hire CMT to implement (iii). *Original Equipment Manufacture* (OEM) are businesses that directly implement some of the links in the OBM or ODM value chain, for example (ii); (iii). *CMT processing* (CMT - Cut, Make, Trim) include enterprises that directly implement a single link (iii) in the value chain of OBM / ODM / OEM.

The benefits of garment industry when participating in the global value chain are distributed very differently: OBM businesses capture 100% of the value chain (in the case of hiring ODM, OEM, CMT, minus the value of the corresponding links); ODM enterprises can grasp about 25-30% of the value chain (in case of leasing OEM, CMT, deduct the value of the corresponding links); OEM enterprises only hold about 4 - 10% of the value chain (in case of leasing CMT, minus the value of the corresponding links); enterprises implementing CMT only grasp 1-2% of the value chain (see Figure 1). The relationship between enterprises participating in global value chains in the form of OBM, ODM, OEM, CMT is usually done in the form of agreements or business contracts. In this value chain, the most profitable areas are (i) and (v); followed by (ii) and (iv); finally, (iii) that are represented in the form of a parabola graph whose bottom point is the "May" link to form a smiling curb.



Source: *Nguyen Thi Huong (2009)*

Figure 1: Forms of production and contribution to GVCs of garment industry

On the one hand, the global value chain demonstrates the division of international labor at a high level; on the other hand, it is also an ideal space for links belonging to the member countries to practice complying with commitments in international trade. These commitments initially focused on liberalizing the trade of goods in the first generation Free Trade Agreements (FTAs), which were later expanded into some specific services in second-generation FTAs, continuing to expand the scope of investment services and non-trade issues in the third generation FTAs; and in the fourth generation FTAs, there is freedom in many areas such as tariffs, service opening, investment, intellectual property rights, epidemiological hygiene, technical barriers, public procurement competition, labor and environment. In the context of globalization, ILS play an even more important role than ever to address and minimize many pressing labor issues that still occur and tend to be more complex (Pham Trong Nghia, 2016).

3.2. International labor standards

International labor standards are labor principles, standards and related issues that extend beyond the national scope.

ILSs are the standards that member countries of a bilateral, multilateral or international organization and countries using labor from member countries have to refer to when making decisions on labor. International labor standards are regarded as international laws on labor. In the ILS system, there are standards implemented without incurring any costs or increasing labor costs or affecting employers which are called *Core Labor Standards* (CLS). For example: the standard of freedom of association, the elimination of discrimination, etc. In the 1944 Philadelphia Declaration of the International Labor Organization (ILO), the international community recognized that "Labor is not a commodity". The World Social Summit, held in Copenhagen in March 1995; Organization

for Economic Co-operation and Development - OECD 1996; The Declaration on Fundamentals and Rights at Work, in other words the 1998 Declaration adopted by the ILO on June 18, 1998, recognize four CLS groups including: (i) The rights to freedom of association and collective bargaining; (ii) Eliminating all forms of forced and compulsory labor; (iii) Abolishing child labor; (iv) Eliminating employment discrimination.

The above CLS are specified in 08 basic conventions (Conventions 87, 98, 29, 105, 138, 182, 100, 111) of the 189 ILO conventions and 199 recommendations. ILO's views on CLS are accepted by the United Nations and other international organizations such as the World Bank (WB); Asian Development Bank (ADB); International Monetary Fund (IMF); OECD, etc.

3.3 International labor standards say no to trade protection in the global value chain of garment industry

Core international Labor Standards have increasingly created a "fever" not only in the field of labor but also encroaching on the field of international trade. They have created added value in new generation free trade agreements. CLS, which do not discriminate the level of economic development nor change the competitive advantage of any country, are considered as *a commitment to ensure fair and sustainable trade practices, but not to trade protection purposes*. CLS's mission is defined as: Creating an international legal framework for equitable and stable globalization with the setting of minimum core labor standards for all players in the global value chain; ensuring an equal playing field in the global value chain helping governments and employers avoid the "temptation" of creating comparative advantage in international trade by reducing labor standards; improving economic efficiency because the good implementation of CLS on the rights to association freedom and collective bargaining can lead to better cooperation, reducing labor conflicts, contributing to social stability, etc.

In the context of globalization, the issue of ensuring the rights of workers has been increasingly emphasized on the basis of treating workers as direct producers of products / services in international trade. Therefore, they must be the beneficiaries, sharing the fruits of the process; their rights, benefits and CLS must be guaranteed. This is the approach of trade agreements and has become a trend around the world in recent years. At the time of WTO establishment in 1997, there were only 4 agreements containing labor content, by 2016 there were 77 agreements covering 136 economies containing labor content with 62% motivating, 38% conditional from agreements of the US, Canada and EU (Nguyen Manh Cuong, 2019). Between 2013 and 2016, over 80% of in-effect FTAs around the world contained labor provisions (ILO, 2016). This is also one of the reasons why, after making a 1998 declaration on the basic principles and rights of workers, ILO continued to approve the statement on promoting workers' benefits in the process of fair globalization in 2008. Basically, the labor commitments under free trade agreements all reiterate the ILO's commitment and lay out the basic principles and rights at the workplace. In addition, a number of agreements have added obligations regarding acceptable employment conditions for minimum wages, working hours, health and safety at work. Accordingly, as part of the global value chain, garment businesses in member countries of the new

generation FTAs as well as the countries using the member countries' labor must strictly comply with the committed ILS and CSL.

In general, it is indispensable to have a trade-labor link that takes place in the global value chain of the garment industry. That link exists in most international trade institutions (New Generation FTA/ Code of Conduct of independent organizations or multinational companies, etc.). The scope of this study focuses on FTAs. Compliance with CLS in enterprises in the global value chain depends greatly on the capacity of entities in the labor relations. Research by ILO (2016) has shown that on average, a trade agreement with labor provisions helps increase trade value by 28%, while one without labor provisions only increases their commercial value by 26%.

4. Research findings

4.1. The position of Vietnamese enterprises in the global value chain of garment industry

In 2018, Vietnam's export turnover of garment products increased by 13.85% compared to 2017, reaching $36.2 billion. In 2019, Vietnam's garment industry continued to gain impressive trade surplus, with a total export turnover of $39 billion, growing by 7.55% compared to 2018, ranking third in the world only after China and Indian. The main export markets of Vietnam garment products are the US, the EU, Japan and South Korea. The US and EU continued to lead with export turnover of the year increased by 13.7% and 10.5% respectively. Meanwhile, in Japan and South Korea, Vietnam garment products are moving to the leading position with export turnovers increasing by 24.8% and 32.6% respectively in 2018. Some other markets such as ASEAN and China are experiencing remarkable growth. Except the US, almost all of the major and potential markets for Vietnam garment exports are markets where Vietnam has FTA with. Despite impressive growth in recent years, Vietnam's garment industry has, according to experts, not developed really sustainably, Vietnamese garment enterprises have just joined link (iii) in the global value chain which is a simple processing, using the most labor, but with very low value. Prime Minister Nguyen Xuan Phuc (2019) addressed at the Vietnam Reform and Development Forum 2019 on September 19 that FTA have channeled the global supply chain value flow through Vietnam but Vietnamese enterprises can only earn a little when participating in global value chain. Or Le Tien Truong - General Director of Vietnam National Textile and Garment Group (2019) - stated that one of the sectors with the potential to participate more deeply in the global chain is the garment industry. The industry's growth rate has always reached double digits, the annual export turnover has reached billions of dollars, but the growth rate in value is still low for the past years. The garment industry, like many others in Vietnam, remains the outsourcing industry.

According to the Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS) (2019), the proportion of garment exports by CMT outsourcing accounted for 65%, OEM export (FOB I) is only about 25%, and ODM export (FOB II) is only 09% and 01% is OBM (FOB III). Therefore, the added value of exported garment products is still low, only about 25% compared to export turnover, profit margin is only about 5-10%. The underlying reasons

include the poor development of the supporting industry, over-dependence on imported raw materials, the low level of technology development and low labor skills, etc.

4.2. International labor standards in new-generation free trade agreements to which Vietnam is a member

Currently, Vietnam has 13 in-effect FTAs and is in the process of negotiating 03 other FTAs with a total of 57 trading partners in the world (WTO Research Center, 2019). The main commitment is to eliminate tariffs on most goods, of which the garment industry is one of the industries enjoying many advantages. Among the signed FTAs, Vietnam has participated in two new-generation free trade agreements whose contents include labor commitments to ensure sustainable trade development:

Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP): Launched as the Trans-Pacific Partnership - TPP Agreement. After the United States officially withdrew on January 30, 2017, the remaining 11 countries have continued to promote and reached an agreement under the new name of the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), officially signed on March 8, 2018. The National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam passed a resolution approving the CPTPP on November 12, 2018 and the provisions of the Agreement took effect from January 14, 2019. The content of the CPTPP includes chapter 19 on labor regulations, including 15 articles. In particular, the CPTPP members affirmed their commitments to fulfill their obligations as a member country of the ILO, namely the basic principles and rights of labor stated in 1998 Declaration of ILO; *parties must not use labor standards for trade protection*. Member countries are committed to adopting and maintaining CLS in their legal systems as well as in practice, including: Implement the rights to freedom of association and collective bargaining (convention 87 and 98); Eliminate all forms of forced labor (conventions 29 and 105); Efficiently abolish child labor and prohibit the worst forms of child labor (conventions 138 and 182); Eliminate professional and employment discrimination (conventions 100 and 111). In addition, Members are obliged to ensure that laws and practices stipulate acceptable working conditions for minimum wages, working hours and occupational safety and hygiene. This chapter provides a link between the implementation of the above statements and trade conditions within a specific time, including applicable sanctions.

Vietnam - EU Free Trade Agreement (EVAFTA): In October 2010, Vietnam and the EU agreed to start negotiations on a free trade agreement between Vietnam and the European Union (EVFTA). In August 2018, the EU officially announced the documents of the Trade Agreement (EVFTA) and the Agreement on Investment Protection (EVIPA). On June 30, 2019, Vietnam and the EU officially signed the agreement. February 12, 2020 marked a long-running negotiation with the results of the European Parliament voting through EVFTA and EVIPA. Labor standards are set out in Chapter 13 (Trade and Sustainable Development) of the Agreement. Although there is no commitment on specific labor standards, EVFTA sets a general principle for the issuance of relevant domestic standards and regulations, specifically: Parties must not eliminate or reduce the standards and law regulations on the labor in a way that affects trade and investment between

Vietnam and the EU; must not ignore the enforcement of labor laws due to the purpose of promoting trade and investment; must not apply labor regulations in a manner that can limit investment trade between Vietnam and the EU in a disguised manner; When drafting or enforcing regulations to protect working conditions, parties must base on existing scientific grounds and information, and refer to relevant international standards, guidelines and recommendations; The principles of transparency and full consultation must be ensured when issuing new labor regulations and standards. Article 13.4 provides labor standards and multilateral agreements. EVFTA labor commitment does not provide new labor commitments or standards but only emphasizes the fulfillment of obligations that Vietnam and the EU have committed to as members of the International Labor Organization (ILO) and labor standards in the ILO 1998 Declaration on 04 fundamental workplace principles and rights such as the CPTPP. The Agreement also recommends that the two parties recognize the importance and reaffirm their commitments to promoting bilateral trade development in a way that is conducive to full, productive and sustainable employment for all people, especially in response to globalization. At the same time, it is recognized that labor standards should not be used for trade protection purposes.

Comparison of labor standards in CPTPP and EVFTA shows the similarities in content, but there are differences in the level of commitments. In EVFTA, the level of commitments is conditional, including enforcement mechanisms; In CPTPP, the level of commitments is higher and more stringent with commercial sanctions. As a member of two new generation FTAs with a commitment to high-level labor, Vietnam can be proud of its maturity but at the same time has the responsibility to internalize its labor laws approaching ILS and CSL, as well as create momentums for Vietnamese garment enterprises to participate more deeply in the global value chain, which employs nearly 2.7 million people.

4.3. Compliance with several core labor standards in the global value chain of Vietnamese garment enterprises

4.3.1. Situation of executing the right to freedom of association

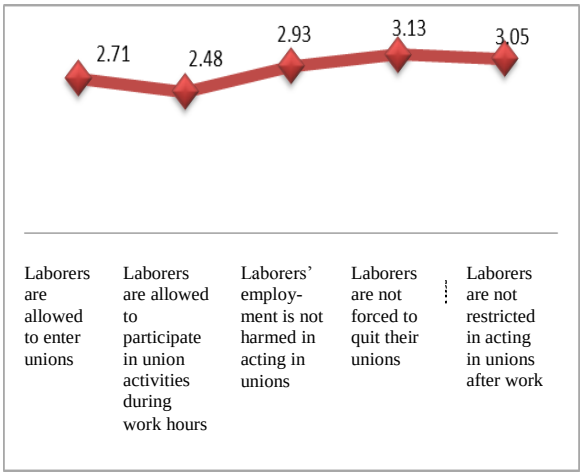
Association freedom is a general directive principle of modern labor regardless of economic development stage. It is the setting for labor not only in developed but also in developing countries. As specified in CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership) and EVFTA (European Union-Vietnam Free Trade Agreement), the members must ensure that the laborers are free to form and enter labor organizations at basic and higher levels. Specifically, within 5 years since the agreements take effect, the members must realize terms of labor union. Accordingly, in Vietnam, laborers in enterprises can choose to join a local labor union under VGCL (Vietnam General Confederation of Labor) or register with a related government authority for the official operation of their organization with transparent procedures regulated specifically in legal documents. Laborers' organizations have autonomy under ILO's regulations and Vietnam's law. Laborers' organiazations at local level may integrate to form laborers' organization at higher levels like industry or region. However, at present in Vietnam there are no other laborers' organizations. The execution of

association freedom in Vietnamese enterprises is currently attached to local labor union, which is realized in the following aspects:

In terms of the right to form and enter organizations representing laborers in garment enterprises: To ensure the rights of laborers' union, Vietnam has enacted a number of legal documents including Vietnam's Consitution 1957, 1980,1992, and 2013; Labor Law 1994 (amended and supplemented in 2002, 2006, 2012, and 2019); Union Law 1957, 1990, 2012 and others. Presumably, the system of legal documents related to the rights of laborers and unions was formed at an early stage and has been regularly amended and supplemented appropriately to serve as the legal corridor for laborers to execute their union rights in all aspects from forming and entering unions to acting in unions, thus contributing to liberalizing people and encouraging laborers to actively take part in the country's construction and development. As for now, Chapter XIII in Vietnam's Labor Law 2019 realizes laborers' organizations at local level including local labor unions or other organizations of laborers which they are free to form, enter and act in under legal regulations. This is a new, outstanding point close to commitments of association freedom in CPTPP and EVFTA. Nevertheless, specific regulations on documenting, registering, operation principles, etc. of laborers' organizations in enterprise must be issued soon so as to be active as the law takes effect on 1st January 2021.

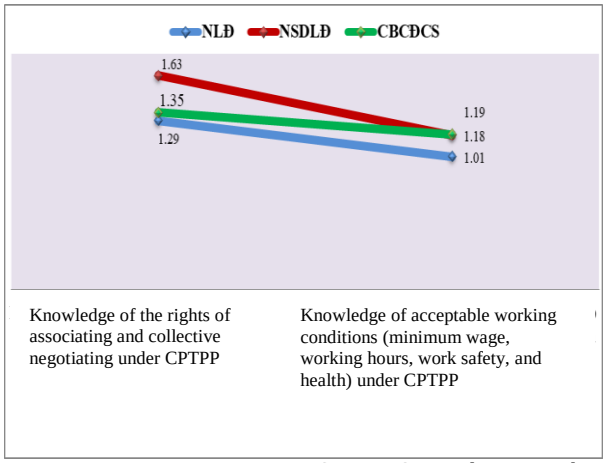
According to VGCL, 2,699 new labor unions were formed in 2017, raising the total number in the entire country to 126,516. Though the number of members and local unions has been continuously growing, the right to form laborers' unions in several enterprises does not match commitments under VPTPP and EVFTA. A number of firm leaders do not create favourable conditions for laborers to realize their rights in forming and entering local unions in the enterprises. According to Nguyen Viet Dung, President of Labor Federation of Vung Tau city, a number of eligible enterprises do not form local labor unions; several firm leaders even discriminate against laborers who are members of unions or try and interfere with their operation especially in selecting leaders or budgeting.

Experts' views agree with the findings from the researchers' survey (see Figure 3) in that the rights to freely form and enter labor unions are given medium low scores (from 2.47 to 3.13 points). One part of laborers are not allowed to engage in labor unions and to act in unions during and after work hours. Even worse, entering labor unions may harm laborers' employment, and some of them are even forced to quit the organizations. The reasons for the situation are not only unmatched association rights in Vietnam's legal regulations with commitments in the FTAs but laborers, employers, and local union staff are in lack of knowledge of the right to associations freedom as well since they are given average scores of 1.29, 1.63, and 1.35 out of 5.0 points respectively *(see Figure 4)*. Of all, laborers have poorest knowledge of the right to association freedom with the average score of merely 1.29. Poor awareness of association freedom rights of all 3 types of labor entities leads to interferences with association rights; for example laborers do not form and enter unions to protect their legal rights and interests; local unions perform uneffectively; and employers delay the formation and operation of labor unions.



Source: Survey by researchers

Figure 3: Assessment on the execution of the rights to form and enter labor unions in Vietnamese garment enterprises

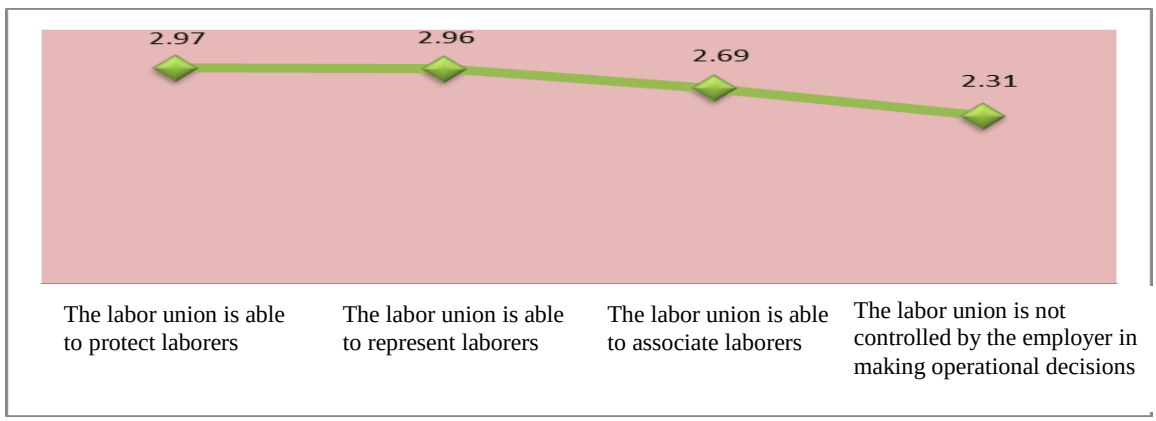


Source: Survey by researchers

Figure 4: Assessment on the laborers' knowledge of labor commitments under FTAs

In terms of the execution of autonomy in the operation of laborers' representative organizations in garment enterprises: As committed to CPTPP and EVFTA, laborer's organizations are independent in protecting their legal rights and interests. In garment enterprises, the local unions have organized several activities within their rights and duty as regulated in article 20 of Vietnam's Labor Union Regulation 2013.

However, the activities are superficial and affected by employers. Enterprise owners would wish to take control of the local union in order to ensure that the employees will abide by the enterprise's policies without resistance causing harms to the enterprise's economic and prestigious benefits. Local union has become a unit of the enterprise delivering welfare by organizing cultural events, sport events, entertainment, or trips, not providing knowledge of the culture and unions for its members (Chang - Hee Lee, 2018). The survey results have affirmed the researchers' judgements in that labor unions' levels of representing, protecting, and associating are all below average. Especially, the average score of the judgement that the labor union is not controlled by the employer in making operational decisions is low at 2.31 (see Figure 5).



Source: Survey by researchers

Figure 5: Assessment on the performance of local unions in Vietnamese garment enterprises

In terms of the personnel independence of laborer's representative organizations in Vietnamese garment enterprises: Recently union staff in most Vietnamese garment enterprises have been under control by the employers. They are often managers with better payment and perks than other employees. Personal interest is one of the key factors dominating the attitude and behavior of union staff in protecting laborers' rights and benefits. The survey by the researchers shows that the judgement that *the local union is not controlled by the employer in making personnel decisions* and *the local union's executive committee does not have managers as members* average 2.21 and 2.11 out of 5.0 points which are medium low. Besides, local union staff are mostly competent managers of departments in the enterprises, so they are busy with their professional operations and can therefore spend a little time on the union's work. According to CIRD (2016), in a lot of Vietnamese garment enterprises, employers do not create good time-related conditions for union staff, but the unions' executing committee do not negotiate over this with employers. One part of union staff do not have a good command of the union's work while they do not have enough time to study related documents. As a result, they fail to implement the tasks promptly, explain the company's policies to union members and laborers and implement the union missions, leading to the members turning their backs on the union. This means the execution of personnel independence of local unions in Vietnam is not effective, and union staff do not meet requirements of competence as committed under CPTPP and EVFTA in terms of association freedom.

In terms of financial autonomy of representative organizations in garment enterprises: The union's fund includes money transferred by the employer to the union as regulated by the government and fees paid by union members. According to CIRD (2017), several enterprises try to interfere in the union's expenses like holidays, sport events, trips, etc. The budget for local union's activities is limited and slowly financed; besides it is not spent appropriately on the union's or members' missions as it is dominated by the employer. Moreover, very few local unions spend money on educating and training union staff and members. There are hardly any facilities (working spaces, mobile phones, file cabinets, etc.) for local unions. In addition, in several enterprises, the union's fund is limited while a number of union's activities are funded by the enterprise. Ineffective financial autonomy leads to the fact that it is difficult for local unions to be independent in their operation, and the role of representing and protecting laborers' legal rights and interests is not fully promoted. The researchers' findings also agree with the above judgements in which local union's financial autonomy is assessed to be low with the average score of 2.16 out of 5.0 points.

4.3.2. The execution of collective bargaining in labor relationship in Vietnamese garment enterprises

In Vietnam, *the existing law on collective bargaining is pretty comprehensive*. In Labor Law 2012, collective bargaining is generalized including the aim, principle, representative, content, and procedure. Vietnam's government encourages collective bargaining and signing collective labor agreements (CLA) with terms in favor of the laborers in order to boost the development of garment enterprises ensuring productivity,

quality, and efficiency. Recently, under the direction by VGCL, labor unions at all levels have made great efforts in collective bargaining and signing CLAs. CLAs play an important role as Labor Law specifies the general minimum framework only. As assessed by VGCL, several CLAs get at higher level than regulations. However, there are still shortcomings in negotiating and signing CLAs: The number of local unions engaged in collective bargaining and signing CLAs is still small; the quality of CLAs, despite much improvement, does not match laborers' expectations and has not brought great benefits to the laborers. A number of CLAs are still superficial and have coping nature. That the laborers interests are not guaranteed is one of the reasons for strikes. In contrast, several enterprises have policies that are beneficial to the laborers but are not stated in CLAs to avoid liabilities. The classification of CLAs by criteria stated in VGCL's Instruction No. 1580/HD-TLĐ on assessing the quality of collective bargaining and CLAs signing is a typical example. According to statistics by VGCL, at present in the whole country, labor union representatives have signed 27,866 CLAs equivalent to 67.96% of the enterprises with labor unions; of all, A-level CLAs account for 11.05%, level B 15.63%, level C 26.40%, and level D 21.19 %. 25.02% of the CLAs were not classified as they have expired or are not beneficial to the laborers.

According to the researchers' survey results, the awareness of the laborers, the employers, and union staff of collective bargaining right is poor with the average scores of 1.29, 1.63, and 1.35 out of 5.0 point respectively. To meet the commitments under CPTPP and EVFTA, in the coming time it is necessary for Vietnamese government to take measures to effectively implement collective bargaining in enterprises. Besides, the entities of the labor relationship also need to enhance their knowledge and awareness of collective bargaining.

Table 1: The rate of non-conformers in collective dialogue and bargaining (331 factories)

No.	Questions	Number of non-conformers	Percentage of non-conformers (%)
1	Does the employer try to interfere with or take control of the union?	4	1
2	Do the laborers take part in making the union's decisions, establishing the union's principles, regulations, and activities, or engaging in management, finance, or voting?	101	31
3	Does the employer consult the union about issues regulated by the law?	80	24
4	Is the current collective bargaining accepted by over 50% of the laborers?	61	18
5	Do the laborers realize all the terms in the current CLAs?	26	8
6	Does the employer inform the laborers of the CLAs' contents?	25	8
7	Do the CLAs contain better terms for the laborers than regulated by the law?	13	4

Source: ILO and IFC (2019)

A comparison of the researchers' survey results with rates of non-conformers with the rights to association freedom and collective bargaining given by ILO and IFC (2019) reveals an ignorance of the laborers, employer, and union staff. Almost 60% of the factories do not comply with regulations on collective bargaining in that the employers do not consult the unions thoroughly; there are not enough appropriate polls to approve CLAs; CLAs are not made public to all laborers. As many as 80 out of 331 factories do not consult the laborers on the key issues regulated by the law. Regarding collective bargaining, 18% of the factories do not make sure that their CLAs are agreed by more than 50% of the laborers which is a legal regulation, and there is doubt that the polls are not made regularly. For example, several enterprises present minutes of the polls, but when they are asked to, the laborers (even personnel staff in some cases) cannot recall the facts. Regarding this aspect, one out of five factories do not make public the contents of CLAs to all laborers, leading to the fact that the laborers have little or no understanding of the commitments, rights and liabilities stated in the CLAs (see Table 1).

5. Conclusion and recommendations

5.1. Conclusion

The execution of CLS in Vietnamese garment enterprises participating in the global value chains has been improved in recent years. However, under the labor commitments in CPTPP and EVFTA, there still remain quite big gaps in some aspects: Firstly, the gaps in the executing association freedom; in ensuring the rights to establish and enter laborers' unions; in the operation autonomy, personnel independence and financial independences of local unions; Secondly, the gaps between the quality of CLAs and the real desires and expectations of laborers, collective bargaining is superficial.

The execution of ISL and CLS in Vietnamese garment enterprises is attributed to the following factors: firstly, Vietnam's labor law has been established and amended 4 times on the basis of referring to ILS and ensuring that there are specific regulations including the basic rights at workplaces; 2019 Labor Law was issued with regulations and terms about the organization of laborers but there is no specific instruction; Vietnam has joined Treaty 98 but not yet Treaty 87 of ILO. Secondly, the competence of laborers, employers, labor union staff and local labor unions remain quite poor, their awareness of ILS and CLS remains weak.

5.2. Opportunities for Vietnam garment enterprises in the global value chain and challenges in compliance with ISL

5.2.1. Opportunities for Vietnam garment enterprises in the global value chain

CPTPP has come into effect, creating many opportunities for garment exports, especially when the market shares of countries participating in this Agreement account for nearly 16% of the total export values. Among 11 member countries of CPTPP, Japan is currently the biggest import market to Vietnam's garment products with an average annual growth rate of +7% in the 2013-2017 period and is expected to increase in the coming time. The signing of CPTPP will open up an opportunity to export to this market with tariff

of 0%. Canada represents the second biggest market among CPTPP member countries although it accounts for just 2% in the total export value of Vietnam; in the 2013-2017 period, the average annual growth rate of Vietnam's exports to Canada reached 11%.

EVFTA, expected to take effect in July 2020, will create big advantages for garment industry. The EU market represents 15% of Vietnam's total export turnovers. It is estimated that the annual growth rate of Vietnam's garment export will increase by 17% a year when the Agreement officially comes into effect.

Regional Comprehension Economic Partnership (RCEP) is an agreement with the participation of 6 countries that ASEAN has signed free trade agreements with, including Australia, China, India, Japan, South Korea and New Zealand. The total contribution of these 6 countries to Vietnam's total garment import-export revenues in 2017 was 57%. If this partnership agreement is approved, it will not only boost exports but also create opportunities for enterprises to import raw materials at lower prices.

4.2.2. Roadmaps to implementing international labor standards under CPTPP and EVFTA for Vietnam's garment enterprises participating in the global value chain

Among FTAs with biggest impacts on the participation of Vietnam's garment enterprises in the global value chain, there are 2 FTAs with CLS with high commitments that require appropriate roadmaps from both macro and micro economic perspectives - they are CPTPP; EVFTA and Vietnam-Japan Economic Partnership Agreement (VJEPA). Although this agreement does not refer to CLS, as Japan is a member country of CPTPP, Vietnamese enterprises participating in the global value chain still need to respect these labor standards upon the official effect of CPTPP when exporting to Japan's market.

The roadmaps to implement CLS with CPTPP countries: missions must be taken as soon as CPTPP comes into effect with Vietnam; Within 3 years since CPTPP comes into effect with Vietnam, countries are committed to not imposing trade sanctions on Vietnam if they set up a court case against Vietnam under State Dispute Settlement Mechanism in case there is violation to obligations in the Labor Chapter; Regarding obligations about free links and recognizing collective bargaining, in case there is a court case against Vietnam, countries are committed to not imposing concession-ceasing measures within 5 years and considering whether to impose trade sanctions beyond the framework within 5 to 7 years since CPTPP officially comes into effect with Vietnam.

Roadmaps to implement CLS with EVFTA: Article 17.16 of EVFTA stipulates that the effect of enforcing the commitments is the first day of the second month after the two sides inform each other of the accomplishment of procedures or at another time agreed by both sides. The European Parliament needs to take the final procedure before this Agreement can be issued. On its side, Vietnamese Government has to complete procedures quickly to submit to the National Assembly for approval. According to Minister of Industry and Trade Tran Tuan Anh, the Agreement in general and CLS in particular are expected to take effect in May 2020.

5.3. Recommendations

Implementing new-generation commitments to CLS requires appropriate roadmaps

and synchronous solutions from the Government, enterprises and the entities in the labor relations. The core solutions include:

5.3.1. Strengthening the compliance with labor commitments in Vietnam's garment enterprises participating in the global value chain in the context of trade protectionism

For Vietnam's garment enterprises, it is necessary to understand the contents of the commitments in CPTPP and EVFTA related to labors so that they can proactively set up strategies to access the market, expand exports, attract investments from member countries on the following fundamental bases:

Improving the compliance with the rights to association freedom including the following rights: the rights to form, enter, participate in the activities of organization presenting laborers in garment enterprises to deal with the current problems of enterprises not creating the most favorable conditions for laborers to practice their rights to association freedom and union participation; the rights to make decisions on the operation modes of the laborers' organizations in garment enterprises to avoid the fact of activities being superficial and being controlled by employers; the rights to personnel independence of laborers' organization in garment enterprises because leaders are the driving force in the organization - this helps to avoid the problems of labor union leaders being the managers who work under the control of the enterprise owners and to create physical and financial conditions for labor unions and labor union leaders to take control of the process to execute their rights and obligations and to facilitate local labor unions to be financial independent in garment enterprises.

Improving the compliance with the rights to collective bargaining in the following main aspects: conducting social dialogues and collective bargaining by their true nature, ensuring the time and procedures; building up CLA with more specific contents than as stipulated by law such as working time, break time, guarantee of work, pay, bonus, work condition improvements, working mechanism for female laborers, shift meals, holiday, healthcare allowances, financial supports on unexpected difficulties, wedding or death incidents, birthday celebrations, travel allowances, vehicle supports, body insurance, etc. The CLA should be built up on the basis of a renewal and creative spirit on the principles of respects, cooperation, bargaining and self-decisions of employers, laborers and laborers' organizations.

5.3.2. Amending and internalizing labor laws with approach to ILS and CLS in the context of trade protectionism

Completing the system of institutions and laws is the prerequisite to raise the level of compliance with commitments to laborers. Some tasks to implement in Vietnam include:

Submitting to National Assembly to approve EVFTA within the right time frame: the decisions by the European Parliament on EVFTA is an important milestone to demonstrate Vietnam's achievements in international integration, including in labor aspects. So Vietnamese Government should quickly implement necessary procedures to submit to the National Assembly for approval. In addition to the accomplishment of

procedures for approval, preparations for the Agreement should be made quickly and actively by Ministry of Industry and Trade as the core entity in setting up and submitting to the Government the Draft Action Plans to prepare for the execution of EVFTA. The plan needs to specify goals and main tasks for relevant ministries and agencies with clear roadmaps for implementation.

Issuing Decrees on instructing the implementation of 2019 amended Labor Law. The 2019 amended labor law will take effect on 1st January 2021, so it is necessary to issue decrees on instructing its regulations. Decision No. 24/QĐ-TTg dated 6th January 2020 by Prime Minister issues the List and assigns agencies in charge of drafting documents on implementing laws and resolutions approved in the 8th session of the 14th National Assembly. There will be 21 decrees on instructing the implementation of 2019 amended labor law, including some core documents related to the execution of CLS: decree on dialoging and implementing democratic principles in working place (Term 4 Article 63); decree on collective bargaining and collective labor agreement (Term 1 Article 68, Term 7 Article 76, Term 2 Article 84, Term 3 Article 85); decree stipulating the representation organization of laborers (Term 4 Article 172, Term 2 Article 174, Term 2 Article 176); decree on labor dispute settlement (Term 2 Article 184, Term 6 Article 185, Term 2 Article 210); decree specifying the list of laborers-using units not entitled to strikes and settling collective labor demand in laborers-using units not entitled to strikes (Term 2 Article 209), etc. These decrees need to be issued by the end of 2020 to lay the foundation for the application of the 2019 amended labor law in the real life. These are evidences for Vietnam's efforts to recognize its commitments to EVFTA and CPTPP, contributing to improving labor relations, facilitating international integration and fair trade.

Amending 2012 Trade Union Law to meet the demand of the new situation: 2012 Trade Union Law was issued as an important legal foundation to ensure the effective operations of Vietnam's trade unions, contributing to the national socio-political stability. In the past time, Vietnam General Confederation of Labor has strengthened the evaluation of implementing 2012 Trade Union Law, proposed amendments and supplements to the law towards focusing on contents related to the mechanism to raise the capacity and efficiency of trade unions in order to enhance the competitiveness of the union with other laborers' organizations which will appear in the coming time.

Preparing necessary conditions to continue signing fundamental conventions at work to lay the firm foundations for Vietnam's garment enterprises to comply with CLS on the basis of analyzing the situation. In the coming time, Vietnam, together with 165 other countries, is about to approve Convention No.87 on applying the rights to association freedom. Along with Convention No.98, these two Conventions will set up overall principles based on modern labor relations which are established in almost all member countries of ILO. Under the plan, Convention No.87 will be approved and issued by 2023; from now to that time, Vietnam can prepare necessary conditions to successfully implement this Convention. At the same time, it is necessary to research and participate in Conventions on Abolishing Forced Labor by ILO including Convention 29 and Convention 105. These conventions will create favorable conditions for Vietnam to

implement its commitments to WTO and other bilateral trade agreements. Furthermore, participating in the conventions is the legal framework to affirm the rights to speech of laborers and employers. This signifies the Government's commitments to implementing its international obligations, which contributes to creating attractiveness for investment environment, creating opportunities and motivations for Vietnam's garment enterprises to participate more profoundly in the global value chain.

5.3.3. Enhancing the capacities of entities participating in and directly related to the compliance with international labor standards

Together with completing institution, raising the capacities of labor relation entities is the prerequisite to ensure grasping opportunities and avoiding violating labor commitments in CPTPP and EVFTA in order to raise the value in the global value chain. These can be done via the following solutions:

Changing views, informing and improving knowledge of ILS and CLS in FTAs for entities of labor relations in enterprises because only by adequate knowledge and understanding can people act properly. This knowledge is about the rights, obligations, roles, responsiblities of each entity and partners in the labor relations; the significance and values of following CLS and ILS as well as the consequences of not complying with them due to disrespect, poor awareness and loose cooperation; the inevitable changes in labor standard system in trade and invariability of CLS in the context of international integration; the opportunities and challenges to each entity when Vietnam joins CPTPP, EVFTA and other new-generation free trade agreements.

Enhancing bargaining skills for entities to best practice ILS and CLS in FTAs. Skills can become fluent and perfect when they are based on strong knowledge, appropriate awareness and good experience in solving problems. Bargaining skills help to create activeness for entities to deal with labor relations when they just get started, so it is necessary to improve bargaining skills to implement their tasks. Bargaining skills are actually a kind of science and art. To have effective bargaining skills, there needs to be a complete procedure with closely-linked periods and stages. Besides general skills, each entity should build their core skills to gain success in their positions as well as promote creativeness in establishing and practicing labor relations in the multi-dimensional and complicated value chains.

Bettering the attitudes of entities as a catalyst to strengthen the responsibilities to follow ILS and CLS in FTAs. Laborers and employers need to raise their sense of respecting labor law, implementing labor commitments; raise responsibilities and professional ethics; respect the rights and maintain friendly relationships with employers, managers; look for supports and help froom representatives of local trade unions; express their expectations, ask for dialogues and negotiations with partners; labor union staff need to consult laborers and respond to their right demand; be willing to cooperate, hold talks and negotiate with employers; be willing to participate in settling labor disputes, lead laborers to go on strike in the legal manner.

In conclusion, amid the increasing protectionism and trade tension, that Vietnam

signs and implements new-generation FTAs affirms the consistent policies of the country in economic renovation, international integration, supports to trade liberalization towards openness, transparence and legality. Among these agreements, ILS, especially CLS, are considered the key points to create attractiveness and values of the sustainable trade development prospect in the 21st century. Vietnam is an important link in the global value chain of the garment industry, therefore Vietnam's garment enterprises participating in the global value chain need to review their operations, learn experiences and seek solutions to comply with international labor standards on the basis of raising the capacities of labor relation entities and reforming the institution of the Government.

REFERENCES

Vietnamese

1. Nguyễn Thị Hường and Phạm Thị Thu Thảo (2009), Global Garment Value
2. ILO and IFC (2019), Better Work Vietnam - 10th Report on Compliance.
3. Phạm Trọng Nghĩa (2016), Impacts of Basic International Labor Standards, Journal on E-Legislation
4. Phú Hưng Securities (2018), Update Business Performance 2018: Garment
5. Centre for WTO and Integration - VCCI (2020), Research on CPTPP and EVFTA (website: http://trungtamwto.vn/).
6. VGCL (2018), Reports of Vietnam Trade Union 12th General Meeting

English

7. Gijsbert, L. 1989, Minimum Labor Standards and International Trade: Would a Social Clause Work?, International Labor Review, vol. 128, no.4.
8. ILO, 2016, Assessment of labour provisions in trade and investment arrangements.
9. Jan, M.W. 2008, Realizing Core Labour Standards: The potential and limits of voluntary codes and social clauses: A review of the literature, GTZ, Eschborn at 16.
10. Kimberly, A.E. & Richard, B.F. 2003, Can Labour Standards Improve under Globalization? Institute for International Economics, Washington at 73.
11. Koopman, Robert; Powers, William; Wang, Zhi; Wei, Sang J. 2010. Give Credit Where Credit is Due: Tracing Value Added in Global Production Chains. NBER Working Paper (No. 16426). Cambridge: National Bureau of Economic Research.
12. Trade and Labour Standards: A Strategy for Developing Countries. Available: [2009, 1/15] and Luke, L.A. 2005, Labour and the World Trade Organization: Towards a Reconstruction of the Linkage Discourse, Deakin Law Review, vol. 10, no.1.
13. Union Network International 2006, Core Labour Standards at the WTO - What have Trade Ministers Said?. Available: [2009, 2/16].
14. Werner, S. 2005, Globalization and Social Progress: The Role and Impact of International Labor Standards, 2nd ed, Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn at 7.

IMPROVING SERVICE QUALITY: THE KEY SUCCESS FACTOR FOR VIETNAMESE MODERN RETAILERS IN A DYNAMIC EMERGING MARKET

CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ: YẾU TỐ THÀNH CÔNG CHO NHÀ BÁN LẺ HIỆN ĐẠI VIỆT NAM TRONG THỊ TRƯỜNG NĂNG ĐỘNG

Assoc Prof , Nguyen Thi Bich Loan

PhD, Pham Trung Tien

Thuongmai University

Abstract

The paper provides overview of the Vietnam retail industry prospects; the global consumption trends and reviews the development of modern retailers in Vietnam. Introduced in 2005, supermarkets and convenience stores have rapid development in Vietnam as modern retail channels. However, the Vietnam retail market has been dominated by traditional stores. This paper compares the two retail channels in combination with explanation of global consumption trends and Vietnam retail sector prospects. Providing superior service quality is identified as the key success factor for Vietnamese modern retailers in competition with traditional retailers. Consequently, major recommendations are suggested to improve service quality in Vietnamese modern retailers.

Keywords: *Service quality, Retail market, Modern Retailers, Vietnam*

Tóm tắt

Bài viết phân tích các xu thế tiêu dùng mang tính toàn cầu, cũng như tiềm năng, lợi thế phát triển và xu thế phát triển của thị trường bán lẻ Việt Nam hiện nay và trong tương lai gần. Trong bối cảnh đó, bài viết giới thiệu quá trình phát triển của kênh bán lẻ hiện đại tại Việt Nam: các siêu thị/trung tâm thương mại (supermarkets/commercial center) và các cửa hàng tiện ích (covenience stores). Các điểm mạnh và điểm yếu của các cửa hàng bán lẻ hiện đại trong tương quan so sánh với các cửa hàng truyền thống được tổng hợp và phân tích. Trên cơ sở những phân tích đó, chất lượng dịch vụ được xác định là yếu tố then chốt đảm bảo sự thành công của kênh bán lẻ hiện đại tại Việt Nam. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp chủ yếu cho các cửa hàng bán lẻ hiện đại, trọng tâm là các siêu thị, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo lợi thế cạnh tranh với phương thức bán lẻ truyền thống, cũng như phát triển ổn định trong bối cảnh và xu hướng bán lẻ Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ, Thị trường bán lẻ, Nhà bán lẻ hiện đại, Việt Nam*

Introduction

Vietnam's retail market has been viewed as one of the most attractive retail markets in the world with a high annual growth rate with many advantages such as: a young

population; increasingly substantial purchasing potentials, rapid economy growth rate, and significant urbanisation. Started in 2005, Vietnamese supermarkets and convenience stores have played a growing role in the retail industry as modern retail channels. This paper reviews the development of the Vietnamese modern retail channels, compares these modern retail outlets with traditional stores. Strengths and weaknesses of modern retailers in competing with traditional stores are identified. Based on these analysis, service quality is identified as the key success factor and recommendations are suggested for Vietnamese modern retailers to improve their service quality.

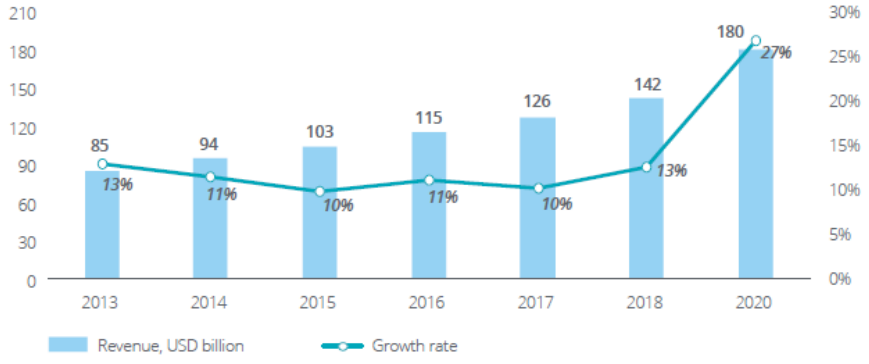
Global consumption trends and Vietnam's retail sector prospects

The global retail market has been positively projected with improvement of consumers confidence (the Global Consumer Confidence Index reached the peak levels of 106 points in the third quarter of 2018). Customers are believed to be more and more optimistic about their job prospects and personal finances (The Conference Board and Nielsen, 2018). It is observed that the global retail landscape has been evolving by three major driven forces. First, the rapid development of the Internet and e-commerce have caused radical changes in the retail industry. Customers have broader access to different retail channels (physical stores, click-and-collect stores, pop-up shops, and online shopping) and have more power over retailers. Second, there are a growing trend of shift towards convenience channels. Small and well-located stores are more favourable than large-scale commercial centers and hypermarkets. Third, customers are more and more concerned about products' quality and safety (Nielsen, 2018).

Vietnam's retail market has been viewed as one of the most attractive retail markets in the world with a high annual growth rate (see Figure 1) (Deloitte, 2019). In the Global Retail Development Index 2017 reported by A.T. Kearney, Vietnam ranked 6th as an emerging and potential market for retail expansion (A.T. Kearney, 2017). Moreover, many advantages that favor the development of retail sector in Vietnam.

Vietnam had a population of 93.7 millions in 2017, with a steady rate of increase around 1.06% annually; it is predicted to reach over 105 million in 2030 (GSO, 2017). It is apparent that the bigger the population, the more opportunity for the development of the retail market. There is significant growth in people living in cities, from 24 percent in 2008 to 32 percent in 2013, 35 percent in 2017 and projected to be 45 percent by 2020 (GSO, 2017). Also, there is an emerging middle class, accounting for 13 percent of the population in 2017 and expected to reach 26 percent by 2026. (World Bank, 2018). Vietnamese consumers have become more and more confident. In the third quarter of 2018, Vietnam peaked with its highest ever position of the Global Consumer Confidence Index with 129 points, ranked 2nd in 64 ranked economies worldwide (The Conference Board and Nielsen, 2018).

Figure 1: Retail revenue and growth in Vietnam 2013-2020



Source: Deloitte (2019, p. 4)

In addition, Vietnam has a young population with 70 percent of the population under 35 years old, approximately 70 per cent of Vietnamese population in the age range 15 to 64 (GSO, 2017). Therefore, the young population can be considered one of the most important advantages that has contributed to the development potential of Vietnam's economy and Vietnam's retail sector.

Overview of Vietnamese modern retail channels

According to Regulations of supermarkets and commercial centers, issued by the Ministry of Commerce in 2004, Vietnamese retailers are classified as: modern retailers (supermarkets, hypermarkets/commercial centers, and convenience stores) and traditional retailers (medium-sized street shops, smallstreet shops, wet markets). Vietnamese supermarkets are grouped into two categories: general merchandise supermarkets and specialty supermarketsand are defined by four major characteristics:

- Total areas: more than 500 square meters (general merchandise supermarkets) and more than 250 square meters (specialty supermarkets).
- Merchandise variety: more than 4000 items (general merchandise supermarkets) and more than 500 items (specialty supermarkets).
- Facilities: Cleanliness, safety and convenience; parking area available; toilets available, customer's locker areas.
- Merchandise activities: convenient merchandise display, modern product stocking/inventory, modern trading methods (self-service, self-checkout, electronic/card payment...).

Hypermarkets/commercial centres are regulated as large-scale general merchandise supermarkets with total area more than 10,000 square meters and may provide such extra services as: office-leasing, convention centers, entertainment complex, restaurants... (Vietnam Ministry of Commerce, 2004).

Convenience stores (also labeled as "Minimarts" in Vietnam) are defined as small stores, located near a residential area, open long hours seven day a week, and carry a limited line of high turnover goods (Kotler, 1997).

Supermarkets and convenience stores are recognised as *modern retail outlets (*or *modern trade channels)* because of their identical modern merchandise activities in comparison with traditional stores: centralised checkouts exits; applications of scanning equipment; fixed and clearly price display; and convenient and departmentalised product layout (McDonald, Darbyshire & Jevons, 2000).

The first supermarket, Minimart Hanoi, was opened in 1995, and about 70 more supermarkets were established in Hanoi soon after (Vietnam Investment Review, 1995). Since then, supermarkets have steadily developed in terms of number and size. According to statistics from the General Statistics Office, in 2017, Vietnam had 958 supermarkets, 188 commercial centres and 8,580 traditional markets (GSO, 2017). Supermarkets with broad product variety, clear price tags, self-service, modernity and comfortability have been increasingly favored by Vietnamese consumers, especially by the younger generation. Maruyama and Trung (2007a) stated that supermarkets played an important role in the change in Vietnam's retail industry. These authors also identified factors that favoured the development of supermarkets in Vietnam: increases in income; urbanisation; consumers are younger and more knowledgeable; weakness of traditional markets; and support from the Government (Maruyama & Trung, 2007a).

Vietnamese supermarkets are usually small in size with relatively limited variety and they do not have adequate distribution centers for goods. They have also developed without strategic and systematic planning (Maruyama & Trung, 2007a). Like other developing countries, supermarkets in Vietnam have limitations caused by distribution systems, traditional retailers and government activities (Reardon & Hopkins, 2006; Maruyama & Trung, 2012). Vietnamese supermarkets have to challenge the dominant traditional retailers with competition on price, convenience, product quality and safety (Reardon & Hopkins, 2006; Minten, 2008).

In Vietnam, supermarkets have focused on middle-class to upper middle-class income customers because of their higher opportunity cost of time, access to storage space and transportation options (Nguyen et al, 2007). People from these classes are value-driven rather than price or quality-driven. They enjoy shopping in supermarkets with a wide variety of products, self-service, fixed and clear pricing, cleanliness, orderliness...etc. Whereas lower-income groups prefer traditional stores with lower prices, and other attributes such as extension of credit, personal attention given to customers and social interactions (Maruyama & Trung, 2012).

Comparison between modern retailers and traditional stores

Several factors influencing shopper's behavior and battle between modern and traditional trade channels have been identified as: First, urban shoppers have less time, live in crowded cities with heavy traffic congestion. They also live further away from their workplace due to cities' rapid and substantial expansion. Second, Vietnamese consumers are more concern about saving and minimising wastage. Therefore, they tend to shop more frequently with fewer items that allows them reduce the amount of perishable thrown away. Third, there is a growing trend that health and wellness are putting at top-of-mind

priority for Vietnamese consumers in their purchasing decisions. Consequently, retail stores may perceive the increasing trend of high-quality products and trusted brands are more and more favored by their customers. Finally, Vietnamese retail sectors have witnessed growing trend of e-commerce or online shopping that could be considered as the most important game-changer in the near future (Nielsen, 2018).

It is apparent that after more than two decades of development, supermarkets have played a growing role in the Vietnamese retail industry. However, there are still many limitations that need to be overcome for Vietnamese supermarkets to fully develop their opportunities and effectively compete with traditional stores. Traditional trade channel has been dominating Vietnamese retail market, especially in rural areas. In 2018, supermarkets and convenience stores accounted for 19 percent in urban areas and only 2 percent in rural areas (see Figure 2).

Figure 2. Market share of different trade channels in Vietnam 2018

Source: Kantar Worldpanel, 2018

It is widely known that a retailer meets its financial objectives, satisfies customer's needs and competes in retail markets using retail mix strategies, the combination of six elements: merchandise management; pricing; location; customer services and selling; store layout and design; and advertising and promotion (Dunne et al., 2011; Levy et al., 2014).

In the Vietnamese retail market, Maruyama and Trung (2007b) conducted a comparison between supermarkets and traditional retailing and concluded that Vietnamese customers, even in the middle or high income classes, tended to buy fresh products at traditionally organised markets or informal bazaars (more than 90 percent of the 409 respondents). Vietnamese supermarkets tended to focus on "dry goods, packed and processed foods, and non-food goods" and had a relatively small variety of fresh foods (Maruyama & Trung, 2007b, p.239).

The authors also found that traditional markets had a competitive advantage over supermarkets in freshness, price and convenience (distance) (Maruyama and Trung, 2007b). In addition, Vietnamese supermarkets still had to address the issue of customer loyalty. Maruyama and Trung (2007b) found that among supermarket shoppers, only 37 percent indicated that they were loyal to one supermarket.

In their research focused on Vietnamese poor consumers, Figuie and Moustier

(2009) identified three main reasons for the choice of traditional food retailing shops, especially for poor customers: low prices, accessibility and credit opportunities. The authors compared advantages and disadvantages of supermarkets, official markets, informal markets, and street vendors.

Vietnamese supermarkets have had to deal with challenges in their competition with traditional retailers. Supermarkets have been left behind on some major competition elements such as: price, freshness and location. The competitive advantages of supermarkets over traditional stores such as product variety and large shopping floor, may not be effective in Vietnam. Large-scale supermarkets were opened some distance from crowded suburban areas and they could not compete with traditional retail distributors (Maruyama & Trung, 2007b, 2012). Therefore, service quality can be considered as the most important competitive advantage for Vietnamese supermarkets in competition with traditional retailers (Figuie and Moustier, 2009; Maruyama & Trung, 2012).

Recommendations for improving service quality in Vietnam modern retailers

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) introduced the definition of service quality "Service quality is a measure of how well the service level delivered matches customer expectations. Delivering quality service means conforming to customer expectations on a consistent basis" (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985, p.42).

Service quality has been recognised as one of the most important issues for business management because it contributes to customer satisfaction (Saraswat, et al., 2010; Thenmozhi and Dhanapal, 2010; Tanwar, 2013). Also, businesses that offer higher service quality can develop customer retention (Dabholkar et al., 1996; Lee and Yang, 2013), and customer loyalty (Sainy, 2010; Thenmozhi and Dhanapal, 2010). Excellent service results in "more new customers, more business with existing customers, fewer lost customers, more insulation from price competition, and fewer mistakes requiring the reperformance of services" (Berry, Parasuraman, and Zeithaml, 1994, p.32).

In order to improve service quality, it is suggested that Vietnamese supermarkets need a long-term view and a systematic improvement process. The reasons were emphasized as:

"Service quality is a puzzle in many pieces, pieces that need to be assembled carefully. Service can be improved only through a systematic, step-by-step journey that enhances employees' ability and willingness to provide service by creating an organization that supports quality service in every area" (Berry, Parasuraman and Zeithaml, 1988, p. 42).

First, Vietnamese supermarkets need to define the supermarket's service standards in as much detail as possible on the basis of customers expectations and the businesses' value proposition. The standards help clarify employee's roles and tasks, as well as providing the benchmark in evaluating service performance (Berry, Parasuraman and Zeithaml, 1988). Vietnamese supermarkets may use service quality measurement scores to develop their standards with more focus on the weak points. Also, it is suggested that Vietnamese supermarkets should inform customers of all or the essential points of their

service quality standards, that would help form customer's quality expectations (Evans et al., 2008). Based on the service standards, Vietnamese supermarkets may consider developing a rulebook with firm's core values, for example, excellence, mutual respect, and integrity which would help convince customers that the supermarkets are doing the right thing (Berry, 2001).

Second, all service quality improvement efforts should commence with the top managers. The Vietnamese supermarkets should focus not only on customer contact personnel or team leaders but also all the high-ranking managers. It is suggested that all activities such as performance measurement, training, and incentives should include managers, who set the tone for all of these activities (Berry, Parasuraman and Zeithaml, 1988).

Third, Vietnamese supermarkets should design and implement an adequate performance-measurement system. The service performance of every customer contact person should be regularly measured and compared with designed service quality standards. The results could be used as a basis for all other activities, such as training; recognitions and rewards; promotions; discipline or task switching; or even finally, jobs/contract terminations (Berry, 1986).

Fourth, Vietnamese supermarkets should enhance knowledge and skills development for employees. Consequently, this should help to improve the level of service quality, especially Reliability and Responsiveness related items. To achieve higher efficiency, it is suggested that employees should be proactively involved in the development. The process should be designed on the basis of everyday practical issues that employees have to resolve. Customer contact personnel should participate in these sessions, raise the issues, discuss and practice the solutions and develop their skills and experience.

Finally, Vietnamese supermarkets should pay more attention to service problems and customer's complaints resolution. As Berry, Parasuraman and Zeithaml (1988, p.43) concluded "Investment in quick, competent, and courteous problem resolution is one of the most effective steps a service organization can take to build a quality reputation".

REFERENCES

1. A.T. Kearney, 2017, *The 2017 Global Retail Development Index- The Age of Focus*, viewed 27 Oct 2019, <https://www.atkearney.com/documents/10192/12766530/The+Age+of+Focus%E2%80%93The+2017+Global+Retail+Development+Index.pdf/770c5a53-d656-4b14-bc6c-b0db5e48fdc1>.
2. Berry, LL 1986, 'Retail Businesses Are Service Businesses', *Journal of Retailing*, Vol. 62, No. 1, pp. 3-6.
3. Berry, LL 2001, 'Improve service by acting small', Managing Service Quality, Vol. 11, No. 2, pp. 75-79.
4. Berry, LL, Parasuraman, A & Zeithaml, VA 1988, 'The Service-Quality Puzzle', Business Horizons, Vol. 31, No. 5, pp. 35-43.

5. Berry, LL, Parasuraman, A & Zeithaml, VA 1994, 'Improving service quality in America: Lessons learned', *Academy of Management Executive*, Vol. 8, No. 2, pp. 32-52.
6. Dabholkar, PA, Thorpe, DI & Rentz, JO 1996, 'A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation', *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 26, No. 1, pp. 3-16.
7. Deloitte 2019, *Retailing in Vietnam: Navigating the digital retail lanscape*, viewed 1 Nov 2019 https://www2.deloitte.com/vn/en/pages/consumer-business/articles/vietnam-consumer-retail-2019.html
8. Dunne, PM, Lusch, RF & Carver, JR 2011, *Retailing*, 7th edn, South-Western Cengage Learning, Ohio, USA.
9. Evans, KR, Stan, S & Murray, L 2008, 'The Customer Socialization Paradox: The Mixed Effects of Communicating Customer Role Expectations', *Journal of Services Marketing*, Vol. 22, No. 3, pp. 213-223.
10. Figuie, M & Moustier, P 2009, 'Market Appeal in an Emerging Economy: Supermarkets and Poor Consumers in Vietnam', *Food Policy*, Vol. 34, No. 2, pp. 210-217.
11. GSO (General Statistics Office, Vietnam) 2017, *Statistical Handbook of Vietnam*, Statistical Publishing House, Hanoi, Vietnam.
12. Kantar Worldpanel 2018, FMCG Monitor: *An Integrated Update of Vietnam FMCG Market*, viewed 1 Nov 2019 https://www.kantarworldpanel.com/vn/news/FMCG-Monitor-November-2018
13. Kotler, P 1997, *Marketing Management*, 9th edn., Englewood Cliffs, Prentice Hall.
14. Lee, HJ & Yang, K 2013, 'Interpersonal service quality, self-service technology (SST), service quality and retail patronage', *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 20, No. 1, pp. 51-57.
15. Levy, M, Weitz, BA & Grewal, D 2014, *Retailing Management*, 9th edn, McGraw-Hill Education, New York, USA.
16. Maruyama, M & Trung, LV 2007a, 'Supermarkets in Vietnam: Opportunities and Obstacles', *Asian Economic Journal*, Vol. 21, No. 1, pp. 19-46.
17. Maruyama, M & Trung, LV 2007b, 'Traditional Bazaar or Supermarkets: A Probit Analysis of Affluent Consumer Perceptions in Hanoi', *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 17, No. 3, pp. 233-252.
18. Maruyama, M & Trung, LV 2012, 'Modern Retailers in Transition Economies: The Case of Vietnam', *Journal of Macromarketing*, Vol. 32, No. 1, pp. 31-51.
19. McDonald, H, Darbyshire, P & Jevons, C 2000, 'Shop Often, Buy Little: The Vietnamese Reaction to Supermarket Retailing', *Journal of Global Marketing*, Vol. 13, No. 4, pp. 53-71.
20. Minten, B 2008, 'The Food Retail Revolution in Poor Countries: Is It Coming or Is It

Over?', *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 56, No. 4, pp. 767-789.

21. Nguyen, TTM, Nguyen, TD & Barrett, NJ 2007, 'Hedonic Shopping Motivations, Supermarket Attributes, and Shopper Loyalty in Transitional Markets: Evidence from Vietnam', *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 19, No. 3, pp. 227-239.
22. Nielsen, 2018, *Modern Format Stores Capturing Vietnamese Shopper Trips*, viewed 1 Nov 2019, <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/vn/docs/Reports/2018/Nielsen-Shopper-Trend-EN.pdf>
23. Parasuraman, A, Zeithaml, VA & Berry, LL 1985, 'A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research', *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall), pp. 41-50.
24. Reardon, T & Hopkins, R 2006, 'The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions Among Supermarkets, Suppliers and Traditional Retailers', *The European Journal of Development Research*, Vol. 18, No. 4, pp. 522-545.
25. Sainy, R 2010, 'A Study of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Retail Outlets', *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, Vol. 7, No. 2, pp. 49-62.
26. Saraswat, A, Mammen, T, Aagja, JP & Tewari, R 2010, 'Building store brands using store image differentiation', *Journal of Indian Business Research*, Vol. 2 No. 3, pp. 166-180.
27. Tanwar, S 2013, 'Prioritizing Service Quality Attributes: A Study of Indian Apparel Retail Stores', *Journal of Marketing & Communication*, Vol. 9, No. 2, pp. 52-61.
28. The Conference Board and Nielsen, 2018, *The Conference Board Global Consumer Confidence Survey*, viewed 1Nov 2019, <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/ru/docs/global-consumer-confidence-report-q3-2018.pdf>
29. Thenmozhi, SP & Dhanapal, D 2010, 'Service Quality Gap in Unorganised Retailing', *Global Management Review*, Vol. 4, No. 4, pp. 58-67.
30. Vietnam Investment Review 1995, "Mini market forced to close doors", Issue No. 178, 13/3/1995.
31. Vietnam Ministry of Commerce 2004, *Regulations of supermarkets and commercial centers*, viewed 25 Oct 2019 <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Quyet-dinh-1371-2004-QD-BTM-Quy-che-Sieu-thi-Trung-tam-thuong-mai-52441.aspx>
32. World Bank, 2018, *Vietnam Overview*, viewed 1Nov 2019 <https://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview>

CHÍNH SÁCH CHI NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC NHẰM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH THỰC THI CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO - THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ

STATE BUDGET SPENDING POLICIES TO PROMOTE VIETNAM'S SEAFOOD EXPORTS IN THE CONTEXT OF FREE TRADE AGREEMENTS IMPLEMENTATION - CURRENT SITUATION AND RECOMMENDATIONS

PGS,TS. Lê Thị Kim Nhung

ThS. Nguyễn Lê Đức

Trường Đại họcThương mại

Tóm tắt

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, hỗ trợ tài chính từ NSNN luôn là vấn đề nhạy cảm trong quá trình thực thi các Hiệp định thương mại tự do, chính sách tài chính cần phải điều chỉnh như thế nào cho phù hợp để đảm bảo khuyến khích phát triển xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu mà không vi phạm các quy định đã cam kết. Bài viết nghiên cứu về thực trạng chính sách chi NSNN giai đoạn 2011-2020 đối với chuỗi giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong mối quan hệ với các cam kết quốc tế khi gia nhập WTO, trên cơ sở đó đề xuất một số khuyến nghị chính sách nhằm hoàn thiện chính sách chi NSNN đối với việc thúc đẩy xuất khẩu thủy sản bền vững.

Từ khóa: *Chi NSNN, xuất khẩu thủy sản, hiệp định thương mại tự do, chuỗi giá trị, SCM*

Abstract

In the context of deeper and wider international integration, financial support from the state budget is always a sensitive issue in the implementation of free trade agreements, how financial policies need to be adjusted to encourage the development of seafood export of Vietnamese enterprises, participating in the global value chain without violating the commitments. The paper reviews the current state of State budget spending policy in the period of 2011-2020 for Vietnam's seafood export value chain in relation to international commitments upon WTO accession, and propose some policy recommendations to improve the state budget spending policy for promoting sustainable seafood export.

Keywords: *Budget spending, seafood export, free trade agreement, value chain, SCM*

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, không chỉ vươn lên vị trí thứ tư trong nhóm mười mặt hàng xuất khẩu chủ lực, mà còn vượt qua nhiều rào cản khắt khe của các quốc gia nhập khẩu. Hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam ngày càng đáp ứng tốt hơn tiêu chuẩn về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, về trách nhiệm xã hội, môi trường và truy xuất nguồn gốc mà các thị trường khó tính đặt ra như thị trường Mỹ, EU,... Những thành tựu đó, bên cạnh sự

nỗ lực của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản là sự đồng hành của Chính phủ trong việc xác lập môi trường pháp lý, môi trường cạnh tranh lành mạnh thông qua các Hiệp định được ký kết và có chính sách tài chính đồng bộ nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu thủy sản phát triển một cách bền vững, đáp ứng các chuẩn mực quốc tế. Trong đó, chính sách chi NSNN đóng vai trò rất quan trọng. Chính sách chi NSNN nhằm hỗ trợ cho ngành thủy sản giai đoạn trước khi gia nhập WTO và ký kết các Hiệp định thương mại tự do đa phần là chính sách trợ cấp trực tiếp, cho nên các chính sách đó đến nay không còn phù hợp với các điều ước quốc tế và các Hiệp định thương mại quốc tế mà Việt Nam là thành viên. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, hỗ trợ tài chính từ NSNN luôn là vấn đề nhạy cảm trong quá trình thực thi các Hiệp định thương mại tự do, chính sách tài chính cần phải điều chỉnh như thế nào cho phù hợp để đảm bảo khuyến khích phát triển xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu mà không vi phạm các quy định đã cam kết.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết về chính sách tài chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản

Trong nhiều năm qua, chính sách tài chính của các quốc gia đối với hoạt động khai thác, xuất khẩu thủy sản là mảng đề tài thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu, vì vậy đã có rất nhiều nghiên cứu cả ở trong và ngoài nước về vấn đề này. Có thể chỉ ra một số nghiên cứu điển hình như sau:

Stephen Golub, Abir Varma (2014), *Fishing export and economic development of least developed countries: Bangladesh, Cambodia, Comoros, Sierra Leone and Uganda*, nghiên cứu về hoạt động khai thác thủy sản phục vụ xuất khẩu ở một số quốc gia kém phát triển trên thế giới thông qua nghiên cứu điển hình ở năm nước kém phát triển. Nghiên cứu cho thấy, tình trạng khai thác quá mức đang trở thành mối đe dọa nghiêm trọng cho ngành công nghiệp thủy sản, đồng thời các quốc gia kém phát triển phải đối mặt với các rào cản kỹ thuật của các quốc gia phát triển như chất lượng an toàn thực phẩm. Nghiên cứu đưa ra các khuyến nghị với Chính phủ các nước về đầu tư cơ sở hạ tầng, quản lý, giám sát việc khai thác, chế biến thủy sản xuất khẩu theo chuỗi giá trị.

UNCTAD (2016), *Sustainable fisheries: International trade, trade policy and regulatory issues*, nghiên cứu đề cập đến các sáng kiến, khung pháp lý, quy chế quốc gia và quốc tế, các hiệp đinh khu vực và đa phương, các quy tắc ứng xử tự nguyện, các tiêu chuẩn và thể chế bảo tồn sinh vật biển, các thỏa thuận nghề cá,... để ngăn chặn các hoạt động khai thác phá hoại. Nghiên cứu cũng đã đề xuất các giải pháp nhằm phát triển ngành thủy sản bền vững, thúc đẩy việc bảo tồn, khai thác và xuất khẩu thủy sản bền vững để đảm bảo lợi ích quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển.

OEDC (2006), *Financial support to fisheres: Implications for sustainable development*, nghiên cứu đề cập tới chính sách hỗ trợ tài chính cho ngành thủy sản ở các nước OECD.

Zhang Jian Hua cùng các cộng sự (2016), *Impact of trade policy reform on Vietnam fisheries export*, nghiên cứu đăng trên Tạp chí *Journal of economics and sustainable development*. Nghiên cứu đánh giá tác động của những cải cách chính sách thương mại đối

với hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam giai đoạn 1990-2015, trên cơ sở đó đề xuất một số khuyến nghị chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Tabitha Grace Mallory (2016), *Fisheries subsidies in China: Quantitative and qualitative asessment of policy coherence and effectiveness*, nghiên cứu chính sách trợ cấp ngành khai thác thủy sản tự nhiên ở Trung Quốc, đánh giá tác động của chính sách theo tiêu chí tính hiệu quả và tính bền vững. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, chính sách chi NSNN và chính sách Thuế đã có tác động làm tăng năng lực khai thác hải sản tự nhiên, giúp xóa đói giảm nghèo, cung cấp đáng kể thực phẩm cho thế giới nhưng nó gây tác động tiêu cực đối với hệ sinh thái biển.

South Centre (2017), *The WTO`s fisheries subsidies negotiations*, nghiên cứu đã đánh giá các vấn đề về sự lạm thác và khai thác bất hợp pháp, khai thác không báo cáo và vi phạm luật IUU, khẳng dịnh vai trò ngày càng tăng của các công cụ của Liên Hợp Quốc nhằm mục tiêu khai thác thủy sản bền vững.

Các nghiên cứu tại Việt Nam về vấn đề này điển hình như: Trần Khắc Xin (2014), *Hỗ trợ nuôi trồng thủy sản xuất khẩu ở khu vực Nam Trung Bộ*; Phạm Minh Đạt (2014), *Hoàn thiện chính sách quản lý nhà nước đối với vượt rào cản kỹ thuật thương mại cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam*; Hồ Thị Hoài Thu (2018), *Giải pháp tài chính hỗ trợ hộ ngư dân phát triển hoạt động khai thác thủy sản ở Việt Nam*. Các nghiên cứu đã cho thấy, mặc dù nhà nước đã có chính sách ưu đãi đối với ngành thủy sản, nhưng thực tế người dân vẫn khó tiếp cận nguồn vốn tín dụng ưu đãi do thiếu thông tin hoặc thủ tục vay vốn còn phức tạp,... Vì vậy, xác định liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị là hướng đi phù hợp để phát triển bền vững ngành thủy sản Việt Nam. Chính sách tài chính nhằm hỗ trợ cho ngành thủy sản giai đoạn trước khi gia nhập WTO và ký kết các Hiệp định thương mại tự do đa phần là chính sách trợ cấp trực tiếp, cho nên các chính sách đó đến nay không còn phù hợp với các điều ước quốc tế và các Hiệp định thương mại quốc tế mà Việt Nam là thành viên. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, hỗ trợ tài chính luôn là vấn đề nhạy cảm trong quá trình thực thi các Hiệp định thương mại tự do, chính sách tài chính cần phải điều chỉnh như thế nào cho phù hợp để đảm bảo khuyến khích phát triển xuất khẩu thủy sản của các doanh nghiệp Việt Nam, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu mà không vi phạm các quy định đã cam kết. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu cần được tiếp tục thực hiện.

Chính sách tài chính đối với xuất khẩu thủy sản là hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật, các quy định hướng dẫn, công cụ và giải pháp tài chính tác động tới các chủ thể nằm trong chuỗi giá trị của hoạt động xuất khẩu thủy sản nhằm thúc đẩy ngành thủy sản của Việt Nam tham gia vào "sân chơi" theo những luật lệ chung của khu vực và thế giới, vào chuỗi giá trị toàn cầu. Chính sách tài chính đối với hoạt động xuất khẩu thủy sản bao gồm: chính sách chi NSNN, chính sách tín dụng nhà nước, chính sách thuế, chính sách bảo hiểm. Trong phạm vi bài viết này chỉ đề cập đến chính sách chi NSNN.

Chính sách chi NSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản không tác động trực tiếp vào khâu cuối cùng của chuỗi giá trị - khâu xuất khẩu, mà tác động vào các khâu tạo nguồn nguyên liệu cho hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản. Nội dung chi NSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản gồm: (i) Chi đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật phục vụ hoạt động xuất khẩu thủy sản; (ii) Chi đầu tư phương tiện khai thác thủy sản

và đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu; (iii) Chi cho hoạt động xúc tiến thương mại nhằm xác lập và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Chính sách chi NSNN đóng vai trò rất quan trọng trong việc đảm bảo nguồn vốn đầu tư cho các công trình cơ sở hạ tầng công cộng, tạo thuận lợi về giao thông, lưu thông hàng hóa và đầu tư phương tiện, công nghệ để nuôi trồng, đánh bắt, chế biến thủy sản xuất khẩu đáp ứng các tiêu chuẩn hội nhập quốc tế, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Để hạn chế việc chính phủ các nước hỗ trợ hoạt động xuất khẩu, dẫn tới bóp méo thương mại, cạnh tranh không lành mạnh, WTO đã có một Hiệp định riêng về trợ cấp và các biện pháp đối kháng - Hiệp định SCM (Subsidies and Countervailing Measures). Hiệp định SCM coi các trường hợp có trợ cấp là: Chính phủ trực tiếp cấp tiền (cấp vốn, cho vay ưu đãi hoặc góp vốn cổ phần) hoặc Chính phủ bảo lãnh các khoản vay; Chính phủ miễn các khoản thu lẽ ra doanh nghiệp phải đóng như các khoản thuế, phí; Chính phủ cung ứng các loại hàng hóa, dịch vụ hay tiêu thụ hàng hóa giúp một doanh nghiệp nào đó. Hiệp định SCM chia trợ cấp thành ba loại:

- Trợ cấp "hộp hổ phách" là loại trợ cấp trực tiếp cho doanh nghiệp xuất khẩu, gây bóp méo thương mại, bị cấm áp dụng. Trên thực tế, hình thức trợ cấp " hộp hổ phách" thông dụng nhất ở các nước là chương trình thu mua nông sản của Chính phủ để can thiệp vào thị trường.

- Trợ cấp "hộp xanh lơ" là loại trợ cấp mang tính đặc thù không phổ biến, đối tượng nhận trợ cấp được giới hạn trong khuôn khổ các chương trình hạn chế sản xuất.

- Trợ cấp "hộp xanh lá cây" là loại trợ cấp được phép áp dụng mà không khiếu kiện hay bị hạn chế. Trợ cấp này không có tác động bóp méo thương mại và không phải là hình thức trợ giá. Có năm nhóm trợ cấp được xem là thuộc trợ cấp "hộp xanh lá cây" gồm: (1) Trợ cấp cho các dịch vụ chung như trợ cấp cho ngiên cứu khoa học, kiểm soát dịch bệnh, đào tạo, khuyến nông, tư vấn, kiểm tra sản phẩm vì mục đích sức khỏe con người, tiếp thị thông tin thị trường, kết cấu hạ tầng nông nghiệp; (2) Trợ cấp nhằm mục tiêu dự trữ an ninh lương thực quốc gia; (3) Trợ cấp lương thực trong nước; (4) Hỗ trợ giảm nhẹ thiên tai; (5) Hỗ trợ trực tiếp cho người sản xuất bao gồm: hỗ trợ thu nhập, hỗ trợ tài chính của nhà nước vào chương trình an toàn và bảo hiểm thu nhập cho nông dân, hỗ trợ hưu trí cho người sản xuất nông nghiệp, hỗ trợ điều chỉnh cơ cấu, hỗ trợ theo các chương trình môi trường, hỗ trợ theo các chương trình trợ giúp vùng.

Để thúc đẩy hoạt động xuất khẩu thủy sản, các Chính phủ phải xây dựng hệ thống chính sách tài chính hỗ trợ cụ thể, rõ ràng với những điều kiện chi tiết sao cho có lợi cho quốc gia mình mà không vi phạm hiệp định của WTO, cũng như không bị các nước nhập khẩu gây khó khăn. Những cam kết quốc tế là căn cứ quan trọng cho việc hoạch định chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu thủy sản phù hợp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với các phương pháp nghiên cứu cụ thể như: phương pháp tổng hợp, phân tích, quy nạp, phương pháp nghiên cứu tại bàn, phương pháp suy luận thông qua dữ liệu quá khứ và phương pháp thống kê kinh nghiệm.

4. Thực trạng chính sách chi NSNN cho xuất khẩu thủy sản

Thực hiện mục tiêu khuyến khích xuất khẩu thủy sản để ngành thủy sản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, trong nhiều năm qua nhà nước đã ban hành nhiều văn bản pháp luật nhằm định hướng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng - kỹ thuật cho ngành thủy sản bao gồm: chi NSNN cho đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cảng cá, khu neo đậu tránh trú bão phục vụ khai thác thủy sản, chi NSNN cho quy hoạch và bảo vệ nguồn lợi để khai thác thủy sản, chi NSNN cho đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển vùng nuôi trồng thủy sản. Từ 2005, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Quyết định 288/2005/QĐ-TTg về điều chỉnh quy hoạch khu neo đậu , tránh trú bão cho tàu cá đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030, theo đó, vốn NSNN đầu tư cho giai đoạn 2006-2010 là 245 tỷ đồng. Tiếp theo Quyết định 1349/2011/QĐ-TTg ngày 9/8/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt điều chỉnh quy hoạc khu neo đậu, tránh trú bão cho tàu cá đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, tổng vốn NSNN hỗ trợ có mục tiêu giai đoạn 2011-2015 là 1.911 tỷ đồng (đạt gần 30% so với nhu cầu vốn 6.393 tỷ đồng của quy hoạch). Kết quả đến 6/2015 cả nước có 39 khu neo đậu, tránh trú bão cho tàu cá, trong đó 14 khu cấp vùng với sức chứa 11.930 tàu cá, 25 khu cấp tỉnh với sức chứa 14.200 tàu cá. Đến 2020, cả nước có 124 khu neo đậu, tránh trú bão cho tàu cá gồm 20 khu cấp vùng và 104 khu cấp tỉnh với sức chứa khoảng 83.960 tàu cá.

Song song với việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cảng cá, khu neo đậu tránh trú bão phục vụ khai thác thủy sản, vấn đề quy hoạch hệ thống khu bảo tồn biển cũng được Chính phủ đặc biệt chú trọng nhằm bảo vệ, bảo tồn nguồn lợi thủy sản, bảo vệ môi trường sinh thái biển, đáp ứng mục tiêu phát triển bền vững ngành thủy sản, góp phần phát triển kinh tế biển, cải thiện sinh kế của cộng đồng ngư dân ven biển.

Bảng 1: Các dự án đầu tư bảo vệ nguồn lợi thủy sản giai đoạn 2012-2020

Tên dự án	Nguồn vốn	Tổng vốn đầu tư (Tỷ đồng)	Giai đoạn
Đầu tư xây dựng hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu về nguồn lợi thủy sản trên toàn quốc	Đầu tư phát triển	50	2012-2015
Điều tra nguồn lợi hải sản ven bờ	Sự nghiệp môi trường	40	2012-2015
Điều tra nguồn lợi thủy sản vùng nội đồng	Sự nghiệp môi trường	50	2012-2015
Tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức bảo vệ nguồn lợi thủy sản	Sự nghiệp môi trường	80	2012-2020
Tái tạo, bổ sung giống thủy sản tại một số lưu vực sông và hồ chính	Sự nghiệp kinh tế	50	2012-2020
Đầu tư xây dựng thí điểm 2 Khu bảo tồn biển Bạch Long Vĩ, Nam Yết	Đầu tư phát triển	40	2013-2020
Điều tra nguồn lợi hải sản vùng biển Việt Nam	Sự nghiệp môi trường	100	2016-2020

(Nguồn: Bộ NN và PTNT)

Số liệu ở bảng trên cho thấy, từ năm 2020 đến nay Chính phủ đã quan tâm đầu tư nguồn lực tài chính cho việc điều tra nguồn lợi thủy sản, ngăn chặn sự suy giảm nguồn lợi và bảo tồn nguồn lợi thủy sản, phục hồi, tái tạo các hệ sinh thái. Chi NSNN cho việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển vùng nuôi trồng thủy sản cũng được chú trọng với mức chi hàng năm hỗ trợ chương trình khoảng 500 - 600 tỷ đồng để triển khai các dự án cụ thể (Quyết định 332/QĐ-TTg ngày 3/32011 của Thủ tướng Chính phủ tiếp tục phê duyệt đề án phát triển nuôi trồng thủy sản đến năm 2020). Vì vậy, cơ sở hạ tầng như hệ thống đường, điện, kênh, mương, đê bao, cầu cống,... đã được xây dựng phục vụ cho nuôi trồng thủy sản đáp ứng cho nhu cầu xuất khẩu.

Bên cạnh đó, NSNN còn đầu tư cho việc ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cấp tàu thuyền và các trang thiết bị phục vụ khai thác thủy sản. Chi NSNN cho hoạt động nghiên cứu và chuyển giao ứng dụng khoa học công nghệ bao gồm: nghiên cứu cải tiến ngư cụ, nghiên cứu về trang thiết bị phục vụ khai thác, nghiên cứu ứng dụng ngư cụ chọn lọc phục vụ cho công tác bảo vệ và tái tạo nguồn lợi thủy sản... Chính phủ đã tổ chức điều tra, nghiên cứu đánh giá tổng thể điều kiện tự nhiên, môi trường, nguồn lợi kinh tế - xã hội, làm cơ sở cho việc xây dựng thông tin thống kê thủy sản để hoạch định kế hoạch sản xuất cho từng vùng theo từng giai đoạn phát triển. Đồng thời nghiên cứu ứng dụng trang thiết bị dò cá, rada trên tàu khai thác cá,... Việc ứng dụng khoa học công nghệ đã giúp tăng năng suất khai thác của tàu cá lên gấp 1,5 - 2 lần, đưa nghề khai thác hải sản của Việt Nam từ thủ công, quy mô nhỏ, hoạt động gần bờ chuyển sang phát triển theo hướng cơ giới hóa, tăng cường khai thác vùng biển xa bờ, đẩy mạnh công tác thăm dò tiềm năng ngư trường.

Bảng 2: Số tàu khai thác hải sản có công suất từ 90CV trở lên

Tiêu chí	2013	2014	2015	2016	2017
Tổng số (chiếc)	25.456	27.679	28.719	30.976	32.878
Tổng công suất (nghìn CV)	6.938,7	8.084,9	9.388,8	10.637,7	12.339

(Nguồn: Niêm giám thống kê)

Tuy nhiên, trình độ và năng lực đánh bắt xa bờ của Việt Nam còn thua xa các nước trong khu vực, số lượng tàu công suất lớn từ 750CV trở lên được đóng mới theo Nghị định 67/2014/NĐ-CP còn khiêm tốn, số lượng tàu đánh bắt xa bờ mới ở mức 33.410 tàu/110.950 tổng số tàu và công nghệ bảo quản hải sản sau đánh bắt trên tàu còn hạn chế cần dược đầu tư thêm.

Ở khâu nuôi trồng thủy sản, vấn đề đầu tư cho nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất giống thủy sản và phòng ngừa dịch bệnh là rất quan trọng để đảm bảo phát triển bền vững và đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe của thị trường nhập khẩu. Chi NSNN cho khâu này bao gồm: đầu tư cơ sở hạ tầng nghiên cứu vùng sản xuất giống tập trung; ứng dụng thực hành nuôi trồng thủy sản theo thiêu chuẩn GAP; đầu tư hệ thống quan trắc môi trường nuôi trồng thủy sản và cảnh báo dịch bệnh; đầu tư xây dựng trung tâm kiểm định, kiểm nghiệm và khảo nghiệm vật tư, giống thủy sản cho nuôi trồng. Ngoài nguồn vốn đầu tư xây dựng, nguồn kinh phí cấp cho vận hành hàng năm cũng rất hạn chế, không đáp ứng

nhu cầu của thực tiễn: Trung tâm quốc gia quan trắc, cảnh báo môi trường và phòng ngừa dịch bệnh thủy sản ở khu vực miền Bắc được cấp 400 triệu đồng/ năm, khu vực miền Trung 530 triệu đồng/ năm, khu vực Nam Bộ là 550 triệu đồng/ năm; Trung tâm quốc gia quan trắc, cảnh báo môi trường biển là 550 triệu đồng/ năm. Kinh phí của NSNN địa phương cho hoạt động này ở cấp tỉnh cũng rất khiêm tốn và phụ thuộc vào từng địa phương: Cần Thơ, Ninh Thuận khoảng 20-30 triệu đồng/ năm, Bình Định, Nghệ An, Thanh Hóa, Ninh Bình,... 50-100 triệu đồng/năm, Quản Nam, Kiên Giang, Bến Tre,... 100-250 triệu đồng/năm, Sóc Trăng, thành phố Hồ Chí Minh khoảng 300-900 triệu đồng/năm.

Bảng 3: Tổng hợp kinh phí của Dự án quan trắc giai đoạn 2015-2020

Nội dung chi	Kinh phí toàn bộ Dự án (Tr đồng)
1. Kinh phí cho hoạt động quan trắc thường xuyên của hệ thống theo đối tượng nuôi	71.685, 552
2. Mua sắm thiết bị phục vụ quan trắc	80.186,56
3. Đào tạo nhân lực quan trắc	2.800
4. Mạng lưới thông tin của Tổng cục	6.000
5. Kinh phí dự phòng đột xuất (10%)	16.067,211
6. Kinh phí quản lý, kiểm tra giám sát dự án (5%)	8.033,605
Tổng cộng	**184.772,929**

(Nguồn: Bộ NN&PTNT)

Từ năm 2015, NSTW tài trợ cho đầu tư mua sắm trang thiết bị, đào tạo nhân lực và phân tích các thông số môi trường mà các Trung tâm quốc gia cảnh báo môi trường và phòng ngừa dịch bênh thủy sản chịu trách nhiệm; NSĐF tài trợ cho hoạt động đo và phân tích các thông số môi trường mà địa phương đảm trách. Trong tổng kinh phí đầu tư cho dự án kể trên, nguồn vốn từ NSĐF là 27.653 triệu đồng.

Đối với chế biến xuất khẩu thủy sản, NSNN đầu tư cho hoạt động nghiên cứu chuyển giao khoa học công nghệ và xây dựng các trung tâm nghiên cứu khoa học công nghệ về chế biến thủy sản. Chế biến thủy sản được xác định là động lực phát triển cho khâu nuôi trồng và khai thác và dịch vụ hậu cần trong chuỗi giá trị ngành thủy sản. Để có thể đạt được các mục tiêu của quy hoạch phát triển chế biến thủy sản xuất khẩu đến 2020, tổng nhu cầu vốn đầu tư cho phát triển chế biến thủy sản giai đoạn 2011-2015 là 13.384 tỷ đồng, trong đó nguồn vốn NSNN là 1.872 tỷ đồng; giai đoạn 2016-2020 là 11.163 tỷ đồng, trong đó nguồn vốn NSNN là 1.915 tỷ đồng. Trong giai đoạn 2011-2020, các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đã chú trọng đầu tư vốn cho việc hiện đại hóa khâu chế biến thủy sản xuất khẩu, công nghệ chế biến đã có sự phát triển vượt bậc đã cho ra đời nhiều loại sản phẩm thủy sản xuất khẩu có giá trị gia tăng cao như tôm IQF, mực Surimi, Sashimi,... và các thực phẩm phối chế khác.

Để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, không thể không nói đến hoạt động xúc tiến thương mại. Từ năm 2008 đến nay, hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản được gộp chung vào hoạt động xúc tiến thương mại của ngành Nông nghiệp do Cục Chế biến,

Thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối chủ trì (QĐ 20/2008/QĐ-BNN). Chương trình xúc tiến thương mại ngành nông nghiệp giai đoạn 2009-2015 và định hướng đến năm 2020 (QĐ 1844/2009/QĐ-BNN-CB) đã xác định xúc tiến thương mại hàng thủy sản là một nội dung trong hoạt động xúc tiến thương mại hàng nông sản. Ngoài ra, hoạt động xúc tiến thương mại thủy sản còn được thực hiện trong khuôn khổ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia hàng năm do Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công thương chủ trì. Chi NSNN cho xúc tiến thương mại thủy sản giai đoạn 2011-2015 là 687.500 triệu đồng, giai đoạn 2016-2020 là 906.250 triệu đồng tăng 20% so với giai đoạn 2011-2015 đã đem lại những thành tựu đáng kể: công tác thông tin, dự báo thị trường được cải thiện, từ đó có những tham mưu, đề xuất chính sách kịp thời, giúp tháo gỡ hiệu quả các hàng rào kỹ thuật của các thị trường nhập khẩu, xử lý nghiêm những lô hàng xuất khẩu của Việt Nam bị cảnh báo tại các thị trường EU, Hàn Quốc, Nhật Bản.

**** Những thành tựu đạt được:***

Từ thực trạng chi NSNN cho ngành thủy sản ở trên có thể thấy rằng, chính sách chi NSNN của Việt Nam thuộc các chương trình hỗ trợ "hộp xanh lá cây" , không vi phạm các điều cấm trong Hiệp định SCM của WTO và đã đem lại nhiều thành tựu đáng kể, tạo tiền đề cho ngành thủy sản Việt Nam phát triển bền vững và tham gia ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, đáp ứng nhu cầu khắt khe và khó tính của các nước nhập khẩu. Có thể tổng kết là:

- Nguồn vốn đầu tư của NSNN đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng - kỹ thuật, cảng biển, bến bãi neo đậu tàu thuyền, hệ thống kênh mương thủy lợi, các trung tâm nghiên cứu,... đã thúc đẩy nhanh quá trình điện khí hóa, thủy lợi hóa, sinh học hóa, nâng cao năng suất nuôi trồng, đánh bắt, tạo nguồn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến thủy sản cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các ngành dịch vụ. Đây chính là tiền đề để tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt nam.

- Chi NSNN đã góp phần thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản phát triển toàn diện trên tất cả các khâu của chuỗi giá trị từ nuôi trồng, đánh bắt, chế biến và xuất khẩu. Với nguồn vốn đầu tư từ NSNN cho xây dựng khu neo đậu tránh trú bão tàu thuyền, một số cơ sở vật chất kỹ thuật nghề cá được đầu tư nâng cấp đã góp phần nâng cao năng suất và chất lượng đánh bắt thủy sản, góp phần làm tăng kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp thủy sản ở Việt Nam.

- Chi NSNN đã góp phần đẩy mạnh các hoạt động khoa học công nghệ, ứng dụng công nghệ mới vào sản xuất ngư nghiệp, định hướng đầu tư cho thành phần kinh tế tư nhân khai thác sản phẩm thủy sản mới đầy tiềm năng. Việc đầu tư, đổi mới trang thiết bị, ứng dụng công nghệ chế biến thủy sản đã có bước phát triển vượt bậc, trình độ chế biến thủy sản đông lạnh của Việt Nam được đánh giá là tiên tiến so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Việc nghiên cứu và áp dụng khoa học công nghệ trong chế biến thủy sản đã tạo ra nhiều mặt hàng mới, làm thay đổi cơ cấu sản phẩm thủy sản từ những mặt hàng thủy sản sơ chế , đến nay sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam rất đa dạng và phong phú, các mặt hàng chế biến sâu, giá trị gia tăng ngày càng cao, đáp ứng nhu cầu ngày đa dạng của thị trường trong và ngoài nước.

**** Một số hạn chế***

Bên cạnh những thành tựu quan trọng đem lại, chính sách chi NSNN đối với ngành thủy sản cũng bộc lộ một số điểm hạn chế như:

- Chi NSNN cho thủy sản mặc dù tăng qua các năm nhưng vẫn ở mức thấp, không tương xứng với sự đóng góp của ngành thủy sản vào nền kinh tế. Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 8,3 tỷ USD đóng góp 3,88% vào tổng kim ngạch xuất khẩu toàn nền kinh tế và đóng góp 22,82% vào tổng kim ngạch xuất khẩu nông nghiệp. Trong khi đó, tỷ trọng vốn đầu tư cho thủy sản giai đoạn 2011-2017 chỉ chiếm khoảng 5% vốn đầu tư cho toàn ngành nông nghiệp.

- Cơ cấu vốn đầu tư của NSNN còn chưa hợp lý, đầu tư dàn trải và thiếu tập trung. Trong quá trình triển khai thực hiện Nghị định 67/2014/NĐ-CP đã bộc lộ một số bất cập như: (i) Mức đầu tư cho giai đoạn 2015-2020 chưa đáp ứng yêu cầu bình quân hàng năm tăng gấp 2 lần so với giai đoạn 2011-2014. Các hạng mục đầu tư từ nguồn vốn NSNN cho cảng cá, khu neo đậu tránh trú bão chưa đồng bộ (chưa quy định đối với các hạng mục như hệ thống xử lý nước thải, nhà phân loại, nhà điều hành, sân và đường nội bộ, hệ thống đèn chiếu sáng), đặc biệt là nơi neo đậu của tàu có kích thước lớn, tàu vỏ thép. Nghị định 67/NĐ-CP có quy dịnh vốn đối ứng của địa phương nhưng nhiều địa phương không đủ ngân sách để đầu tư, do vậy đầu tư không đồng bộ, các cảng cá không có mái che và hệ thống xử lý nước thải trong sản xuất, chưa có hạng mục đầu tư đối với nạo vét luồng lạch, đặt phao tiêu, biển báo để tàu ra vào cảng thuận lợi, tránh trú bão ở các cảng cá loại I và khu neo đậu tránh trú bão cấp vùng. (ii) Đầu tư cơ sở hạ tầng cho vùng nuôi trồng thủy sản của các địa phương ven biển còn thiếu đồng bộ và chưa đáp ứng được yêu cầu của thực tiễn. Hệ thống kênh cấp, thoát chưa tách riêng, việc vận hành các cống đầu kênh còn bất cập, chưa đáp ứng cho yêu cầu cấp nước biển cho nuôi trồng thủy sản. Thủy lợi cho nuôi trồng thủy sản còn nhiều hạn chế là nguyên nhân tác động làm giảm năng lực sản xuất của các doanh nghiệp thủy sản.

- Chi NSNN cho đầu tư xúc tiến thương mại nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản tuy đã được quan tâm nhưng hiệu quả đạt được chưa cao, nhiều chương trình xúc tiến thương mại chưa sát với thực tế, bộ máy và chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại vẫn còn chưa mang tính hệ thống, chưa có chiến lược dài hạn cho hoạt động xúc tiến thương mại, các chính sách hỗ trợ trong lĩnh vực này cũng chưa được quan tâm đúng mức. Các cơ quan quản lý vẫn hoạt động theo hướng trực tiếp thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại như tổ chức các đoàn, chương trình xúc tiến thương mại,... mà chưa thực sự quan tâm đến việc xây dựng chính sách hỗ trợ phù hợp đối với doanh nghiệp trong vấn đề này như cải thiện hệ thống thông tin, đào tạo nhân lực. Các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp vì vậy cũng có xu hướng tự thực hiện xúc tiến thương mại theo nhu cầu kinh doanh và mở rộng thị trường của từng đơn vị. Tuy nhiên, chỉ có các doanh nghiệp có quy mô lớn, tiềm lực tài chính mạnh, có truyền thống sản xuất kinh doanh từ lâu và ít nhiều đã xây dựng được uy tín trên thị trường mới có thể tham gia, còn các doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa tiếp cận được với các hoạt động xúc tiến thương mại ở quy mô lớn, xây dựng thương hiệu và tiếp cận thị trường quốc tế.

5. Một số khuyến nghị chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Trong xu hướng toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế ngày càng sâu và rộng, việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu trở thành yêu cầu cấp thiết cho các sản phẩm thủy sản . Sự phụ thuộc lẫn nhau, cạnh tranh và hợp tác giữa các nước ngày càng trở nên phổ biến. Trong khi đó rào cản kỹ thuật bảo hộ thủy sản ngày càng tinh vi hơn, đặc biệt là các quy định về trách nhiệm xã hội, môi trường, quy định về khai thác bất hợp pháp IUU, điều kiện nuôi tương đồng trong Đạo luật Farm Bill của Mỹ,... sẽ là những thách thức lớn mà chúng ta phải vượt qua khi tham gia vào sân chơi lớn của thế giới. Trong bối cảnh đó, chính sách chi NSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu thủy sản cần được tiếp tục hoàn thiện theo hướng thực thi trợ cấp "hộp xanh lá cây" để tránh vi phạm Hiệp định SCM của WTO, cụ thể như sau:

Thứ nhất, về chi NSNN xây dựng cơ sở hạ tầng cho khai thác thủy sản.

- Rà soát, đanh giá tình hình thực hiện, kết quả triển khai các quyết định đầu tư xây dựng hệ thống cảng cá, bến cá, khu neo đậu tránh trú bão cho tàu cá, so sánh đối chiếu với quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản đến năm 2030, trên cơ sở đó có những điều chỉnh phù hợp trong phân bổ vốn đầu tư của NSNN, đáp ứng kịp thời với sự đổi mới cơ cấu đội tàu đánh bắt đang thay đổi nhanh theo Nghị định 67/2014/NĐ-CP.

- Cần nghiên cứu, sửa đổi bổ sung một số chính sách thu hút doanh nghiệp tham gia đầu tư vào hệ thống cảng cá, bến cá, thúc đẩy nhanh việc thực hiện cơ chế đầu tư theo hình thức PPP, PPC, PPI, xã hội hóa nguồn vốn đầu tư để giảm bớt gánh nặng của NSNN.

- Cần tập trung vốn NSNN để đầu tư xây dựng các hạng mục thiết yếu của cảng cá loại I, khu neo đậu tránh trú bão cấp vùng như: kè chắn sóng, nạo vét luồng ra vào cảng, công trình neo buộc tàu, hệ thống chiếu sáng, hệ thống phao tiêu, báo hiệu, đèn tín hiệu, hệ thống xử lý nước thải,...

Thứ hai, đối với khâu nuôi trồng, chế biến thủy sản. Cần tăng cường chi NSNN cho xây dựng và tổ chức thực hiện quy hoạch và kế hoạch nuôi trồng thủy sản xuất khẩu, hướng tới nuôi trồng thủy sản bền vững. Nhà nước cần nghiên cứu quy hoạch khu vực sản xuất giống tập trung, khu vực nuôi, quy hoạch hệ thống sản xuất thức ăn và dịch vụ phục vụ cho nuôi trồng thủy sản; quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản bền vững trên cơ sở phân vùng sinh thái nước ngọt, nước lợ, nước mặn. Sau khi quy hoạch tổng thể phát triển nuôi trồng thủy sản được phê duyệt, cần phổ biến rộng rãi, công khai và yêu cầu các cấp chính quyền tỉnh, thành phố rà soát quy hoạch của địa phương phù hợp với quy hoạch vùng. Ngân sách trung ương cần đầu tư 100% vốn cho các dự án do Bộ, ngành Trung ương quản lý đối với hạng mục hạ tầng đầu mối vùng nuôi trồng thủy sản tập trung, vùng sản xuất giống tập trung; nâng cấp cơ sở hạ tầng cho các Trung tâm giống thủy sản quốc gia, Trung tâm quan trắc cảnh báo môi trường nuôi trồng thủy sản, Trung tâm khảo nghiệm, kiểm nghiệm, kiểm định nuôi trồng thủy sản cấp quốc gia và cấp vùng.

Thứ ba, Chính phủ cần có những điều chỉnh để nâng cao hiệu quả hỗ trợ của nhà nước đối với nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ vào khai thác, nuôi trồng, chế biến thủy sản xuất khẩu của các doanh nghiệp và người dân như: (i) hỗ trợ nghiên cứu đổi mới công nghệ; (ii) hỗ trợ tiếp nhận, cải tiến, hoàn thiện và làm chủ công nghệ; (iii) hỗ trợ xây dựng và đạt các tiêu chuẩn tiên tiến cho sản phẩm, quản lý quy trình sản xuất và môi

trường; (iv) hỗ trợ phân tích, đánh giá, định giá, kết nối cung cầu; (v) hỗ trợ doanh nghiệp liên kết với các tổ chức KHCN, xác lập, quản lý và bảo vệ tài sản trí tuệ của doanh nghiệp.

Thứ tư, tăng cường chi NSNN cho đào tạo nguồn nhân lực như: (i) hỗ trợ đào tạo ngư dân để làm chủ công nghệ đánh bắt hiện đại, hỗ trợ đào tạo thuyền viên vận hành tàu vỏ thép; (ii) tổ chức các lớp học để phổ biến kiến thức về nuôi, khai thác, bảo quản và chế biến thủy sản, các kỹ thuật cơ bản về xử lý bảo quản thủy sản sau đánh bắt đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

6. Kết luận

Để xuất khẩu thủy sản phát triển một cách bền vững, cần có một sự liên kết chặt chẽ giữa các khâu từ khai thác, nuôi trồng, thu mua, chế biến, xuất khẩu. Chính sách chi NSNN nhằm thúc đẩy hoạt động của các doanh nghiệp thủy sản phải tác động theo chuỗi giá trị bao gồm chủ yếu các khâu sản xuất (khai thác, nuôi trồng), khâu chế biến và khâu xuất khẩu thủy sản sao cho hiệu quả mà không vi phạm các cam kết và thông lệ quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Mai Anh (2018), Đánh giá tình hình thực hiện tái cơ cấu ngành thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2013-2017, Tạp chí Công thương số tháng 10/2018.
2. Lê Thị Mai Anh (2019), Phát triển chuỗi giá trị hoạt động xuất khẩu thủy sản của doanh nghiệp Việt Nam, Tạp chí Tài chính số tháng 8/2019.
3. Bộ NN&PTNT (2015), Báo cáo tổng hợp quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản các tỉnh miền trung đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.
4. Bộ NN&PTNT (2017), Báo cáo tổng hợp đề án tái cơ cấu ngành thủy sản theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và tăng trưởng bền vững.
5. Bộ NN&PTNT (2017), Báo cáo tổng kết thực hiện Nghị định 67/2014/NĐ-CP của Chính phủ về chính sách phát triển thủy sản
6. Bộ Thương mại (2007), Các cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới của Việt Nam, Hà Nội 2007
7. Doãn Thị Mai Hương ((217), Phát triển bền vững thủy sản xuất khẩu của Việt Nam , Tạp chí Tài chính
8. OEDC (2006), *Financial support to fisheres: Implications for sustainable development*.
9. Tabitha Grace Mallory (2016), *Fisheries subsidies in China: Quantitative and qualitative asessment of policy coherence and effectiveness*, Marine Policy.
10. Stephen Golub, Abir Varma (2014), *Fishing export and economic development of least developed countries: Bangladesh, Cambodia, Comoros, Sierra Leone and Uganda*.
11. UNCTAD (2016), *Sustainable fisheries: International trade, trade policy and regulatory issues*.
12. Zhang Jian Hua, Do Thi Thao (2016), *Impact of trade policy reform on Vietnam fisheries export*, Journal of economics and sustainable development.

HÀNG RÀO KỸ THUẬT ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM

TECHNICAL BARRIERS TO TRADE AND POLICY IMPLICATIONS FOR VIETNAM

PGS,TS. Nguyễn Xuân Thiên

Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Tóm tắt

Thương mại thế giới có hai xu hướng phát triển: xu hướng tự do hóa và bảo hộ thương mại. Thực hiện tự do hóa thương mại, bảo hộ bằng thuế quan ngày càng giảm; hiện nay, các biện pháp phi thuế quan đóng một vai trò quan trọng và ngày càng tăng trong chính sách thương mại toàn cầu. Đã có khá nhiều công trình khoa học nghiên cứu về chính sách thương mại quốc tế nói chung; song nghiên cứu về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại theo chuẩn mực của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và đưa ra hàm ý chính sách cho Việt Nam vẫn còn khá mới mẻ. Bài báo này tập trung trình bày và phân tích 3 vấn đề chính: (i). Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT); (ii). Nội dung TBT theo chuẩn mực của WTO; (iii). Hàm ý chính sách đối với Việt Nam từ nghiên cứu TBT.

Từ khóa: *Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại, Hàm ý chính sách, Việt Nam.*

Abstract

World trade has two development trends: trade liberalization and protection. In the first tendency, tariffs will be decreased. Currently, non-tariff measures play an increasingly important role in global trade policy. There have been many scientific studies on international trade policy in general; however, there are limited number researches on technical barriers to trade in accordance with World Trade Organization (WTO) to make policy implications for Vietnam. This paper focuses on presenting and analyzing three main issues: (i). Overview of research situation related to technical barriers to trade (TBT); (ii) TBT content in accordance with WTO standards; (iii) Policy implications for Vietnam from TBT research.

Keywords: *Technical Barriers to Trade, Policy Implications, Vietnam*

Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng, Việt Nam hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế thế giới và đã ký kết nhiều Hiệp định thương mại song phương và đa phương thế hệ mới, trong đó thuế quan sẽ giảm mạnh. Tại sao xu hướng bảo hộ truyền thống bằng thuế quan lại giảm nhưng lại gia tăng các biện pháp bảo hộ phi thuế quan, đặc biệt là các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại? Việt Nam cần phải làm gì để tăng kim ngạch xuất khẩu trong bối cảnh các nước tăng cường bảo hộ bằng TBT? Với việc nghiên cứu chủ đề Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại theo chuẩn mực của WTO sẽ làm rõ các câu hỏi nêu ra ở trên và góp phần vào thúc đẩy xuất khẩu bền vững của Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

1.1. Lý do thực hiện chủ đề nghiên cứu và tầm quan trọng chủ đề nghiên cứu

Thương mại quốc tế có hai xu hướng phát triển chính: tự do hóa thương mại và bảo hộ thương mại. Đi liền hai xu hướng là chính sách điều tiết để thương mại phát triển tự do thích ứng với kinh tế thị trường; và nhóm chính sách hạn chế thương mại nhằm hạn chế thương mại tự do phù hợp với xu hướng bảo hộ và bảo vệ lợi ích của các quốc gia đó. Theo dòng lịch sử phát triển của thương mại quốc tế cho thấy: biện pháp bảo hộ truyền thống là thuế quan; nhưng vai trò của nó đã bị suy giảm; trong khi đó xu hướng bảo hộ phi thuế quan lại gia tăng đặc biệt sử dụng các biện pháp bảo hộ kỹ thuật và các biện pháp bảo hộ phi kỹ thuật. Theo báo cáo nghiên cứu gần đây của Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng thế giới (WB), WTO và của nhiều nước cũng như thực tế cho thấy: bảo hộ bằng thuế quan đối với thương mại ở mức thấp nhất trong lịch sử. Ngày nay, các biện pháp phi thuế quan (NTMs: Non-tariff measures) trong đó có TBT được sử dụng ngày càng tăng trong chính sách thương mại toàn cầu. Bảo hộ bằng TBT ngày càng tinh vi và phức tạp. Làm như thế nào để vượt qua rào cản kỹ thuật của các nước để đảm bảo xuất khẩu bền vững? Việt Nam phải sử dụng hàng rào kỹ thuật như thế nào để bảo hộ đối với sản xuất trong nước dựa trên Hiệp định về TBT của WTO?

Do vậy, việc nghiên cứu chủ đề trên là cần thiết, không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn để Việt Nam xuất khẩu bền vững và thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển.

1.2. Xác định vấn đề nghiên cứu

Nghiên cứu về đầu tư sản xuất sản phẩm xuất khẩu, đầu tư nghiên cứu thị trường và xúc tiến thương mại đã có nhiều công trình nghiên cứu đa dạng, phong phú ở các cấp độ khác nhau. Nghiên cứu về tác động của TBT đối với xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản, rau quả và xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam cũng đã có khá nhiều công trình nghiên cứu. Đối tượng nghiên cứu của các công trình này là trong phạm vi hẹp (tầm vi mô-doanh nghiệp). Nghiên cứu tác động của TBT đối với hoạt động thương mại ở tầm vĩ mô cũng đã có một số công trình nghiên cứu (phần tổng quan sẽ đề cập rõ hơn); nhưng chủ yếu đề cập tác động đến hoạt động nhập khẩu, chưa phân tích đề cập đến hoạt động xuất khẩu bền vững của Việt Nam.

Dưới góc độ nghiên cứu chính sách thương mại, kế thừa các kết quả nghiên cứu của các học giả trong nước và quốc tế, bài báo này tiếp tục nghiên cứu TBT theo chuẩn mực của WTO và đưa ra các hàm ý chính sách góp phần thúc đẩy xuất khẩu bền vững của Việt Nam.

2. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến chủ đề báo cáo, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến chủ đề nghiên cứu

2.1.1. Các nghiên cứu vĩ mô liên quan đến Hiệp định về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại của WTO

Phản ánh mối quan hệ giữa hệ thống thương mại thế giới và các biện pháp phi thuế quan, các tác giả Josh Ederington và Michele Ruta đã có bài nghiên cứu với tựa đề: "*Non-*

Tariff Measures and the World Trading System", được World Bank Group công bố vào tháng 5 năm 2016[7].

Các hiệp định thương mại quốc tế, cụ thể là hiệp định WTO, đã trở thành tâm điểm của nhiều thảo luận về chính sách thương mại và đầu tư. Liên quan đến hàng rào kỹ thuật đối với thương mại, trong cuốn sách: *Sổ tay về Phát triển, Thương mại và WTO* do Ngân hàng Thế giới và Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Hà Nội xuất bản năm 2004 đã giành chương thứ 41: "*Tiêu chuẩn, quy định và thương mại. Các quy tắc của WTO và mối quan tâm của các nước đang phát triển*"[10]. Nội dung chương sách này cũng đã đề cập một số vấn đề liên quan đến hàng rào kỹ thuật đối với thương mại.

Tác giả Xiaohua Bao và Wei-Chih Chen, cũng đã có bài nghiên cứu: "*The Impacts of Technical Barriers to Trade on Different Components of International Trade*"[16], đăng trên tạp chí *Review of Development Economics*. Bài báo đã phân tích tác động của hàng rào kỹ thuật đối với thương mại đối với các thành phần khác nhau của thương mại quốc tế bao gồm xu hướng thương mại, khối lượng và thời gian giao dịch của 103 Quốc gia trong giai đoạn từ 1995- 2008.

Nhằm tổng kết đánh giá toàn diện hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam trong năm 2018, Bộ Công Thương đã có Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018. Bản báo cáo này tập hợp rất nhiều tư liệu và tình hình, phân tích đề cập nhiều vấn đề kinh tế thế giới và thực trạng xuất nhập khẩu Việt Nam, cũng như đưa ra những giải pháp chính sách phát triển và nâng cao hiệu quả xuất nhập khẩu của Việt Nam trong thời gian tới[1].

2.1.2. Các nghiên cứu vĩ mô liên quan đến hàng rào kỹ thuật với xuất khẩu bền vững của Việt Nam

Nhấn mạnh mặt tiêu cực của hàng rào kỹ thuật trong thương mại, ông Lê Quốc Bảo Nguyên Giám đốc Văn phòng TBT Việt Nam đã có bài viết đăng trên tạp chí Công Thương với tiêu đề: "*Bàn về hàng rào kỹ thuật trong thương mại và một số công việc để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của hàng rào kỹ thuật*"[8].

Nội dung bài nghiên cứu đề cập: Hàng rào kỹ thuật trong thương mại là các biện pháp áp dụng đối với hàng hóa khi lưu thông trong nước và qua biên giới (nhập khẩu hoặc xuất khẩu), như: quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn; yêu cầu về an toàn, chất lượng; yêu cầu về ghi nhãn, thông tin tiêu dùng; các thủ tục đăng ký nhập khẩu; các thủ tục kiểm tra, chứng nhận phù hợp với quy chuẩn, tiêu chuẩn;... Bài viết đề cập đến một số công việc được cho là cấp bách để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của hàng rào kỹ thuật trong thương mại thời gian tới.

Một điểm rất đáng lưu ý trong bài viết này là tác giả đã đề cập đến vấn đề phát triển thương mại bền vững hơn trong dài hạn. "Một trong các khía cạnh tiêu cực là có thể hạn chế hoạt động nhập khẩu trong ngắn hạn và một trong các khía cạnh tích cực là làm cho thương mại bền vững hơn trong dài hạn"[8]. Ý kiến này của tác giả là rất có ý nghĩa để tiếp tục nghiên cứu tác động của TBT đối với xuất khẩu bền vững của Việt Nam.

Ở phạm vi hẹp hơn, có đề cập đến xuất khẩu bền vững nhưng gắn với xuất khẩu nông sản trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tác giả Lê Thị Việt Nga và

Phạm Minh Đạt cũng đã có bài viết: "*Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0*"[9].

Liên quan đến xuất khẩu bền vững của Việt Nam, dưới góc độ lý thuyết thương mại, tác giả Nguyễn Xuân Thiên cũng đã có bài viết: "*Vận dụng lý thuyết thương mại vào phát triển xuất khẩu bền vững của Việt Nam*"[11]. Điểm nổi bật của bài báo này là đưa ra khái niệm mới: xuất khẩu bền vững và các tiêu chí phản ánh xuất khẩu bền vững; Đồng thời bài báo cũng đưa ra một số gợi ý góp phần vào việc thúc đẩy xuất khẩu bền vững của Việt Nam dưới góc độ lý thuyết thương mại.

2.1.3.Khoảng trống rút ra từ tổng quan và vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu

Như vậy ở nhiều mức độ khác nhau, đã có khá nhiều công trình nghiên cứu liên quan về TBT: Xu hướng sử dụng NTM trong thương mại quốc tế; Ảnh hưởng của TBT đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam ra thị trường nước ngoài; Tác động của hàng rào kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu. Các công trình nghiên cứu này có giá trị khoa học để tác giả nghiên cứu tiếp về TBT theo chuẩn mực của WTO. Có thể thấy các công trình nghiên cứu của các nhà khoa học, các tổ chức quốc tế đã giới thiệu, nghiên cứu những vấn đề chung nhất, hoặc ở một khía cạnh nào đó; Do vậy cho đến nay chưa có một công trình nào nghiên cứu một cách có hệ thống và khá đầy đủ về các hàng rào kỹ thuật theo chuẩn mực của WTO và đưa ra những gợi ý cho Việt Nam nhằm thúc đẩy xuất khẩu bền vững.

2.2. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

2.2.1. Cơ sở lý thuyết

Các biện pháp của chính sách bảo hộ thương mại có hai nhóm công cụ quan trọng. Bảo hộ bằng thuế quan là biện pháp bảo hộ cổ điển đã bị WTO yêu cầu phải cắt giảm và nhiều quốc gia cam kết cắt giảm; trong khi đó xu hướng sử dụng NTMs có xu hướng tăng lên; đặc biệt là NTMs được sử dụng ngày càng rộng rãi, phù hợp với sự phát triển của xã hội hiện đại-xã hội văn minh. Sự đa dạng của NTMs và khả năng chuyển hóa của NTMs thành rào cản phi thuế quan (NTB: Non-Tariff Barrier) khiến các nước trên thế giới lo ngại và thực tế là nhiều tranh chấp thương mại quốc tế đã xảy ra. Hội nghị Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD) đã xây dựng danh mục các biện pháp mà các nước áp dụng có ảnh hưởng đến dòng lưu chuyển thương mại quốc tế trong đó bao gồm cả các biện pháp thuế quan và phi thuế quan. Danh mục này nhanh chóng được nhiều tổ chức (trong đó có WTO) và các quốc gia áp dụng như là cơ sở để phân loại các NTB. Dựa vào hệ thống thông tin phân tích thương mại (TRAINS-Trade Analysis Information System) được UNCTAD phát triển để trình bày một sự tương ứng đơn giản giữa lý thuyết phân loại và được các các quốc gia áp dụng như là cơ sở để phân loại các NTB. Phân loại tại bảng 1 là cơ sở lý thuyết nghiên cứu chủ đề này.

Bảng 1. Phân loại NTMs dựa vào TRAINS

Nhập khẩu	Các biện pháp kĩ thuật	A. Các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS) B. Các rào cản kỹ thuật đối với thương mại(TBT) C. Kiểm tra trước khi giao hàng và các thủ tục khác (PSI)
	Các biện pháp phi kĩ thuật	D. Các biện pháp bảo vệ thương mại E. Cấp phép không tự động, hạn ngạch và kiểm soát định lượng khác (QC) F. Các biện pháp kiểm soát giá (PC) G. Các biện pháp tài chính H. Các biện pháp ảnh hưởng đến cạnh tranh I. Các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại J. Hạn chế phân phối K. Hạn chế về dịch vụ sau bán hàng L. Trợ cấp M. Hạn chế mua sắm chính phủ N. Sở hữu trí tuệ O. Quy tắc xuất xứ
	Biện pháp xuất khẩu	P. Các biện pháp liên quan đến xuất khẩu (Bao gồm trợ cấp xuất khẩu)

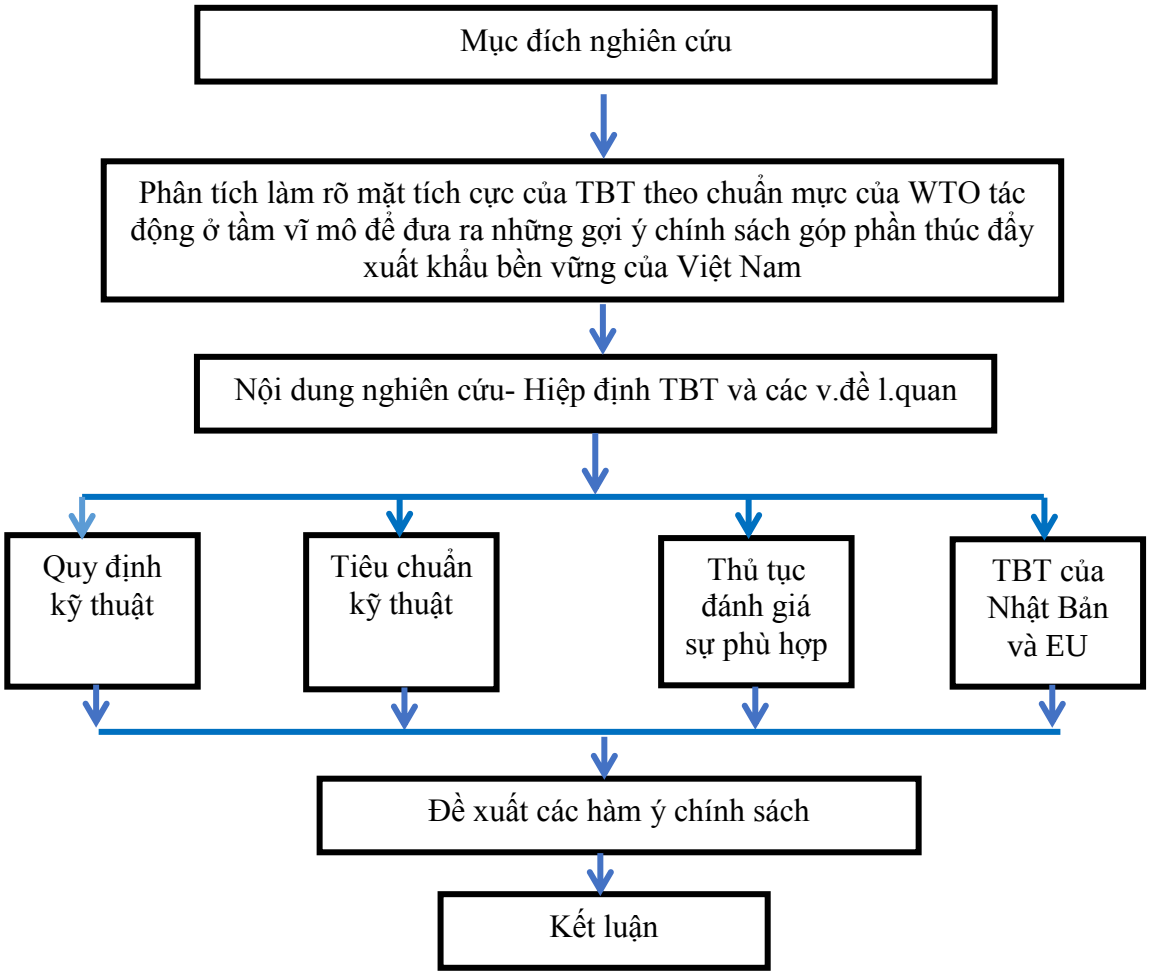
Nguồn: UNCTAD (2013)[12]

Qua bảng 1 cho thấy: NTMs bao gồm các biện pháp kỹ thuật và các biện pháp phi kỹ thuật. Các biện pháp kỹ thuật và các biện pháp phi kỹ thuật tác động nhiều và rõ nét hơn đến hoạt động nhập khẩu.

2.2.2. Khung phân tích

Vấn đề đầu tiên phải xác định được mục đích nghiên cứu là phân tích làm rõ mặt tích cực của TBT theo chuẩn mực của WTO tác động ở tầm vĩ mô để đưa ra những gợi ý chính sách góp phần thúc đẩy xuất khẩu bền vững của Việt Nam. Trong phạm vi báo cáo này xuất khẩu bền vững được tiếp cận từ chính sách thương mại, cụ thể là phân tích TBT trong mối quan hệ với thực tiễn xuất khẩu của Việt Nam.

Sơ đồ 1: Khung phân tích



2.2.3. Các phương pháp nghiên cứu cụ thể

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu kinh tế như phân tích và tổng hợp, so sánh, thống kê và ngoại suy dựa trên sự tổng hợp và phân tích các số liệu và dữ liệu có thực (sơ cấp và thứ cấp) đã được công bố. Phương pháp nghiên cứu tài liệu tại bàn kết hợp với khảo sát thực tiễn thương mại và đầu tư của các doanh nghiệp FDI tại địa bàn Việt Nam và một vài quốc gia như Nhật Bản và Thái Lan.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Nội dung của Hiệp định TBT

Theo từ điển Chính sách Thương mại Quốc tế thì: *"Một hiệp định của WTO nhằm đảm bảo các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật kể các yêu cầu về đóng gói, nhãn mác và các thủ tục đánh giá sự phù hợp với các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật, không tạo ra những trở ngại cần thiết đối với thương mại quốc tế"*[(14)]. Hiệp định về các Hàng rào Kỹ thuật đối với Thương mại thuộc nhóm các Hiệp định đa biên về thương mại hàng hóa[(2)]. Như vậy Hiệp định này quy định đối với thương mại hàng hóa, chứ không phải là thương mại dịch vụ. Hiệp định này ra đời tại cuộc Đàm phán Thương mại Đa biên tại vòng Đàm phán Uruguay.

Trong lời mở đầu của Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại có nhấn mạnh 3 điểm quan trọng như sau: *"Thừa nhận đóng góp quan trọng về mặt này của các tiêu chuẩn quốc tế và hệ thống đánh giá tính phù hợp bằng cách tăng cường hiệu quả sản xuất và tạo thuận lợi cho việc tiến hành thương mại quốc tế; Mong muốn khuyến khích sự phát triển của các tiêu chuẩn quốc tế và hệ thống đánh giá tính phù hợp này; Tuy nhiên, mong muốn đảm bảo rằng các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật, bao gồm các yêu cầu về bao bì, ký mã hiệu, nhãn hiệu và các thủ tục đánh giá sự phù hợp với các quy định và các tiêu chuẩn kỹ thuật không tạo ra các trở ngại không cần thiết cho thương mại quốc tế*"[(2)].

Ngay câu đầu tiên trong lời mở đầu của Hiệp định TBT đã nhấn mạnh tầm quan trọng của các tiêu chuẩn quốc tế và hệ thống đánh giá tính phù hợp có tác động tích cực tới thương mại quốc tế và khuyến khích sự phát triển của các tiêu chuẩn quốc tế; nhưng đồng thời cũng lưu ý các quy định và các tiêu chuẩn kỹ thuật không tạo rào cản không cần thiết cho thương mại quốc tế.

Hiệp định TBT, ngoài phần mở đầu, nội dung được phản ánh trong 15 điều và 3 phụ lục[(2)]. Hiệp định này điều chỉnh 3 loại biện pháp kỹ thuật sau đây:

- Quy định kỹ thuật (Technical requirements): Là những yêu cầu kỹ thuật bắt buộc áp dụng (các doanh nghiệp bắt buộc phải tuân thủ). Dự án hỗ trợ thương mại đa biên (MUTRAP: Multilateral Trade Asistance Project) cũng đã nhấn mạnh: "*Quy định kỹ thuật*" là những tiêu chuẩn mà Nhà nước bắt buộc phải tuân thủ [(6)]. Điều đó có nghĩa, nếu các sản phẩm nhập khẩu không đáp ứng được các quy định kỹ thuật sẽ không được phép lưu thông trên thị trường. Ví dụ như hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000 trở thành yêu cầu bắt buộc đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa sang các nước trên thế giới. Điều 2.2. của Hiệp định TBT khẳng định: "*Các thành viên cần đảm bảo rằng các quy định về kỹ thuật không được chuẩn bị, thông qua và áp dụng với mục đích tạo ra các cản trở không cần thiết cho thương mại quốc tế*"[(2)].

- Tiêu chuẩn kỹ thuật *(Technical standards)*: Là các yêu cầu kỹ thuật được chấp thuận bởi một tổ chức đã được công nhận nhưng không có giá trị áp dụng bắt buộc (Điều 4.1 và phụ lục 3 của Hiệp định TBT). Tiêu chuẩn có ý nghĩa rất lớn trong cuộc sống hiện đại. Tiêu chuẩn giúp cho người tiêu dùng có thể lựa chọn và sử dụng những sản phẩm thích hợp, có chất lượng và các thông số kỹ thuật phù hợp với nhu cầu của mình. Về phía người sản xuất, tiêu chuẩn giúp họ sản xuất với quy mô lớn vì các sản phẩm đều tuân theo một thước đo nhất định và có thể sử dụng nguyên liệu, bán thành phẩm được cung cấp từ những nguồn hoàn toàn cách xa nhau về mặt địa lý. Ví dụ: sản xuất thiết bị vệ sinh TOTO của Nhật, có nhiều chi tiết sản phẩm và các chi tiết đó có thể sản xuất ở Thái Lan, Malaysia và Việt Nam.

"Tuy nhiên, điểm khác biệt cơ bản giữa tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật là ở chỗ sự tuân thủ các tiêu chuẩn là mang tính tự nguyện trong khi sự tuân thủ với các quy định kỹ thuật là bắt buộc"[(3)]. Tiêu chuẩn giúp ích nhiều trong cuộc sống, nhưng sự tồn tại của quá nhiều tiêu chuẩn sẽ là ngăn cản đối với xuất nhập khẩu hàng hóa. Do đó các nước cần phải hài hóa các tiêu chuẩn. Hài hòa các tiêu chuẩn là quá trình thống nhất, chọn ra một tiêu chuẩn chung tối ưu để giảm bớt những khó khăn, bất tiện như trên và góp phần tạo thuận lợi lớn cho lưu thông hàng hóa.

- *Các thủ tục đánh giá sự phù hợp của một loại hàng hóa với các quy định/tiêu chuẩn kỹ thuật:* Bao gồm như thử nghiệm, thẩm tra xác thực, kiểm định và chứng nhận về sự phù hợp của sản phẩm với các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật đặt ra (Xem thêm: Sự phù hợp với các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật, tại các điều: 5, 6,7, 8 và 9 của Hiệp định TBT)[(2)].

3.2. TBT của Nhật Bản và Liên minh Châu Âu ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam

3.2.1. TBT của Nhật Bản

Nhật Bản là một trong năm đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Theo số liệu của Bộ Công thương công bố, năm 2018[(1)] xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 18,85 tỷ USD, chiếm 7,74% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Năm 2019[(17)], xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 20,4 tỷ USD tăng 8,2% so với năm 2018. Nhật Bản được biết đến như một thị trường có yêu cầu cao về mặt chất lượng và có TBT ở mức rất cao.

Rào cản kỹ thuật đối với hàng nông sản, thủy sản làm hạn chế khả năng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản. Vệ sinh an toàn thực phẩm là một trong những vấn đề quan trọng nhất trong xuất khẩu hàng nông sản, thủy sản vào thị trường Nhật Bản nói riêng và các nước phát triển nói chung. *"Kể từ ngày 29 tháng 5 năm 2006 Nhật Bản đã thực hiện Luật Vệ sinh an toàn thực phẩm (sửa đổi) đối với tất cả các lô hàng thực phẩm nhập khẩu vào Nhật Bản, thắt chặt quy định và bổ sung một số loại dư lượng hóa chất không được phép có trong thực phẩm và tiếp tục nâng mức hạn chế dư lượng hóa chất cho phép. Tôm xuất khẩu của Việt Nam đã bị kiểm tra an toàn thực phẩm 100%. Đối với rau quả, Luật Bảo vệ thực vật của Nhật Bản liệt Việt Nam vào danh sách các nước có dịch bệnh ruồi đục quả, nên Việt Nam không được phép xuất khẩu quả tươi có hạt như thanh long, nhãn, xoài, đu đủ, dưa chuột, cà chua..."*[(1)]. Việt Nam có nhiều tiềm năng và lợi thế để sản xuất các mặt hàng thủy sản, thực phẩm và rau quả cho xuất khẩu; nhưng do những quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm mới nên đã hạn chế khả năng xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Nhật Bản.

3.2.2. TBT theo Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA)

EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sau Hoa Kỳ. Năm 2018[(18)], xuất khẩu của Việt Nam sang EU đạt 41.885,5 triệu USD, chiếm 17,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Năm 2019[(18)], xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU đạt 41.546,6 triệu USD, giảm 0,81% so với năm 2018. Với việc ký kết Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) được đánh giá là có nhiều cơ hội mới cho phát triển cả hai bên. Thị trường EU với không gian rộng lớn, có tiềm lực công nghệ và tài chính hàng đầu thế giới và có nhu cầu nhập khẩu nhiều hàng hóa từ thị trường Việt Nam vốn có lợi thế. Việt Nam và EU có thể bổ sung cho nhau trong phát triển kinh tế thông qua hoạt động xuất nhập khẩu. Bên cạnh những ưu đãi về thuế quan do Hiệp định mang lại làm gia tăng mạnh kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai bên. Ngoài cam kết về thuế quan, Việt Nam và EU còn cam kết về hàng rào kỹ thuật trong thương mại (chương 5 TBT) với mục tiêu là tạo thuận lợi và tăng cường thương mại hàng hóa song phương bằng cách ngăn

ngừa, xác định và loại bỏ những rào cản không cần thiết đối với thương mại theo phạm vi áp dụng của Hiệp định TBT và tăng cường hợp tác song phương giữa các bên. TBT bao gồm các quy định cơ bản liên quan đến tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, quy trình đánh giá sự phù hợp, hợp tác tham vấn. Ngoài ra còn bao gồm các điều khoản mới (chưa có trong các FTA khác) như đánh dấu và ghi nhãn (Điều 5.9: Đánh dấu và ghi nhãn)[20].

Qua thực tiễn thương mại vừa qua cho thấy: EU áp dụng nhiều hàng rào phi thuế quan để kiểm soát dòng thương mại vào EU. Theo một công trình nghiên cứu của TS.Vũ Thanh Hương về EVFTA cho biết: "*Giày, dép, mũ và hàng dệt may, Máy móc thiết bị sẽ chủ yếu phải tuân thủ các hàng rào TBTs nghiêm ngặt của EU (WTO, 2016). Do đó, các rào cản phi thuế quan nhiều về số lượng và cao về mức độ sẽ là cản trở lớn đối với Việt Nam trong việc tăng xuất khẩu, đặc biệt là với các nhóm ngành xuất khẩu chủ chốt trên khi EVFTA được thực hiện*"[13]. Do vậy, việc tìm hiểu TBT trong EVFTA là rất cần thiết đối với thực tiễn xuất khẩu của Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam cần có sự chuẩn bị để đáp ứng tốt các yêu cầu của TBT theo EVFTA.

3.3. Hàm ý chính sách đối với Việt Nam từ nghiên cứu TBT

3.3.1. Khai thác mặt tích cực của TBT để tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu bằng năng lực nội sinh

Nói chung các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ góp phần tăng nhu cầu sử dụng hàng hóa, đẩy mạnh xuất khẩu, nhập khẩu; không chỉ cho tiêu dùng mà còn cho sản xuất; tạo ra động lực để sản xuất hàng hóa có chất lượng, tăng thêm giá trị mới, kích thích sản xuất và tiêu dùng, mở rộng thị trường xuất khẩu. Thực tế cho thấy: Hàng hóa đáp ứng các quy định kỹ thuật và đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế bao giờ cũng có giá trị thương mại cao hơn và tiếp cận được nhiều thị trường có quy mô lớn và tiềm lực tài chính mạnh.

Bảng 2. Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2017-2019

Đơn vị tính: Tỷ USD

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng XNK	Cán cân TM
2017*	214,0	212,0	426,0	2,0
2018**	243,48	236,69	480,17	6,79
2019***	262,5	251,5	514	11

*Nguồn: * WTO, Annual Report 2018, wts2018chapter08_e;[15]*

*** Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018, Nhà xuất bản Công Thương 2019 [1])*

*** http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2019-12-30/xuat-nhap-khau-viet-nam-dat-muc-ky-luc-514-ty-usd-80955.aspx [19]*

Qua bảng 2 cho thấy: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam là lớn về quy mô, tăng nhanh về tốc độ. Năm 2017, xuất khẩu của Việt Nam được WTO xếp đứng thứ 27, nhập khẩu xếp thứ 25 trong 50 nền kinh tế thế giới. Năm 2018, kim ngạch xuất khẩu đạt 243,48 tỷ USD, xếp thứ 26, (lên 01 bậc) tăng gần 14% so với năm 2017; nhập khẩu đạt 236,69 tỷ USD, xếp thứ 23, xuất siêu 6,79 tỷ USD. Năm 2019, kim ngạch xuất khẩu Việt

Nam đạt 262,5 tỷ USD, tăng hơn 7,8% so với năm 2018; tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 514 tỷ USD, xuất siêu 11 tỷ USD. Thành tích xuất nhập khẩu của Việt Nam trong 3 năm 2017-2019 được coi là điểm sáng trong phát triển kinh tế của Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam tăng mạnh nhưng chưa bền vững. Theo nhận định của Bộ Công Thương: "*Xuất khẩu chuyển từ dựa nhiều vào dầu thô sang dựa vào nhóm hàng điện tử (nhóm hàng này chiếm tới 32% tổng kim ngạch xuất khẩu). Xuất khẩu dựa nhiều vào khối doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI), cụ thể là khối FDI vẫn chiếm trên 70% xuất khẩu. Những hạn chế, yếu kém nội tại về sản xuất nhỏ, phân tán, mặc dù đã được khắc phục nhiều, nhưng chưa đáp ứng được đòi hỏi của nền sản xuất hàng hóa quy mô lớn và tiêu chuẩn cao từ thị trường quốc tế, do đó, chưa đáp ứng được hoàn toàn nhu cầu của thị trường*"[(1)]. Đánh giá này của Bộ Công Thương là khách quan và chính xác. Theo phương pháp ngoại suy có thể thấy, các doanh nghiệp FDI: sản phẩm sản xuất ra, xuất khẩu đáp ứng được các tiêu chuẩn, quy định của các tổ chức quốc tế và quy định của các nước nhập khẩu; còn sản phẩm do các doanh nghiệp trong nước sản xuất phục vụ cho xuất khẩu, có quy mô lớn và đạt các tiêu chuẩn cao vẫn còn hạn chế. Với sự chỉ đạo kịp thời của Chính Phủ, sự nắm bắt quản lý kịp thời của các Bộ ngành, Hiệp hội ngành nghề và Thương vụ ở nước ngoài và đặc biệt là sự nỗ lực quyết tâm cao của các Doanh nghiệp, trong những năm qua, nhiều sản phẩm nông sản và thủy sản mà Việt Nam có lợi thế so sánh đã có mặt tại thị trường của các nước châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản...Thiết nghĩ sản phẩm đạt tiêu chuẩn, đặt biệt là tiêu chuẩn cao, vượt qua được TBT của các nước nhập khẩu sẽ góp phần tăng kim ngạch xuất khẩu bền vững và tăng giá trị mới cho các Doanh nghiệp Việt Nam, thương hiệu hàng Việt Nam ngày càng được khẳng định trên thị trường thế giới.

3.3.2. Nâng cao chất lượng đối với sản phẩm xuất khẩu

Trong báo cáo xuất nhập khẩu năm 2018 của Bộ Công Thương Việt Nam đã đề ra các giải pháp, trong đó có giải pháp: Nâng cao chất lượng đối với sản phẩm xuất khẩu. Tuy nhiên, cũng cần phải nhấn mạnh: Chất lượng phải trở thành triết lý không chỉ đối với đào tạo mà còn đối với doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp sản xuất sản phẩm xuất khẩu. Đẩy nhanh việc xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn nước ngoài đối với hàng hóa xuất khẩu, bao gồm tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn môi trường...Đáp ứng các tiêu chuẩn là một bước đi quan trọng dẫn đến thành công ở thị trường Nhật Bản, Châu Âu, Hoa Kỳ và nhiều nước khác trên thế giới.

3.3.3. Kết nối, tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp FDI với các doanh nghiệp trong nước

Thực tế cho thấy: một xu hướng phát triển của thương mại là phát triển thương mại trong nội bộ ngành và thương mại trong nội bộ công ty. Sản phẩm của các tập đoàn lớn thường xuất khẩu trong nội bộ công ty; Do vậy, để góp phần xuất khẩu bền vững, các doanh nghiệp trong nước cần phải nghiên cứu, tích cực trong quan hệ để kết nối, tăng cường liên kết hợp tác với các doanh nghiệp FDI. Về phía các Bộ Ngành, hiệp hội ngành nghề, cần chủ động đề xuất hình thức hợp tác trên tinh thần cùng phát triển. "*Kinh tế chia sẻ* " mang lại lợi ích theo nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi. Việt Nam đã có Hiệp hội

Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và Hiệp hội này đã hoạt động trong nhiều năm qua. Các Hiệp hội ngành nghề trong nước cần tích cực chủ động hợp tác với Hiệp hội này để nắm bắt thông tin, mở rộng đối tác; từ đó có thể cải thiện nâng cao chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm xuất khẩu; tạo ra hiệu ứng lan tỏa từ các doanh nghiệp FDI sang các doanh nghiệp trong nước. Có chính sách thu hút, hỗ trợ các doanh nghiệp FDI liên kết với các doanh nghiệp trong nước sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu và đầu tư sản xuất các mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu mà doanh nghiệp trong nước còn yếu.

3.3.4. Tăng cường phòng vệ thương mại, bảo hộ sản xuất trong nước theo những nguyên tắc và tiêu chuẩn, quy định của WTO

Thực tiễn chính sách thương mại của các quốc gia trong thời gian vừa qua đang chứng kiến hai xu thế có phần trái ngược nhau. Một mặt, nhiều quốc gia đẩy mạnh việc tự do hóa thương mại thông qua việc kí kết, thực hiện các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu sắc. "*Một động lực chính cho vòng đàm phán mới là, trong khi tỷ lệ thuế quan đã giảm xuống, các NTB đã tăng lên và bù đắp lợi ích của cắt giảm thuế quan*"(5). Mặt khác, một số nước có xu hướng tăng cường các biện pháp bảo hộ, đặc biệt thông qua công cụ phòng vệ thương mại (PVTM) để bảo vệ sản xuất trong nước. Việt Nam là một nước đang phát triển, mới ở mức thu nhập trung bình (thấp), nên càng phải chú ý nghiên cứu đưa ra các công cụ PVTM hợp lý và hiệu quả theo quy định của WTO. Quan điểm bảo hộ của Việt Nam là phải bình đẳng, có thời hạn và phải được chọn lọc trên những nguyên tắc của WTO. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập với nền kinh tế thế giới ngày càng sâu, Việt Nam chỉ có thể bảo hộ thông qua các tiêu chuẩn phù hợp với quy định của WTO là hiệu quả nhất.

4. Kết luận

Hàng hóa đáp ứng các quy định kỹ thuật và đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế, khu vực và nước nhập khẩu bao giờ cũng có giá trị thương mại cao hơn và tiếp cận được thị trường rộng lớn hơn.

Phân tích và hiểu rõ các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp theo chuẩn mực của WTO là hết sức cần thiết không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc ở cả tầm vĩ mô và vi mô. Trong xu hướng các nước gia tăng bảo hộ bằng hàng rào phi thuế quan đặc biệt tăng cường sử dụng hàng rào kỹ thuật thì việc nghiên cứu chủ đề này lại càng có ý nghĩa lớn đối với Việt Nam. "*Số lượng ngày càng tăng các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại được xem là mối đe dọa chính đối với nhiều nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển.*"(4).

Thị trường Châu Âu, Nhật Bản, Hoa Kỳ và nhiều thị trường trên thế giới đang có nhu cầu nhập khẩu nhiều loại hàng hóa mà Việt Nam có lợi thế. Trong điều kiện Việt Nam ký kết các Hiệp định thương mại song phương và đa phương với cam kết giảm thuế quan đến mức thấp nhất và TBT theo chuẩn mực của WTO như trong EVFTA thì việc nghiên cứu chủ đề trên là hết sức cần thiết đối với thực tiễn hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO (ngày 11 tháng 01 năm 2007) cho đến nay, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng nhanh cả về quy mô và tốc độ; đặc biệt từ năm 2016 đến năm

2019 Việt Nam luôn được xếp trong tốp 30 quốc gia có kim ngạch xuất nhập khẩu lớn nhất thế giới; Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam chưa bền vững vì phần lớn kim ngạch xuất khẩu là do các doanh nghiệp FDI tạo ra. Nghiên cứu quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp theo chuẩn mực của WTO cho biết hoạt động xuất khẩu của Việt Nam còn nhiều cơ hội để phát triển và đặt ra không ít thách thức. Sản phẩm có chất lượng, đáp ứng tiêu chuẩn ngày càng cao của các nước có nền kinh tế phát triển và phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, khu vực và tiêu chuẩn của nước nhập khẩu, sản phẩm xuất khẩu sẽ được tiêu thụ trên nhiều thị trường với kim ngạch lớn. Từ nghiên cứu TBT theo chuẩn mực của WTO, gắn kết với thực tiễn xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong những năm gần đây; bài nghiên cứu đưa ra 4 gợi ý về mặt chính sách; hy vọng sẽ góp phần nhỏ bé để Việt Nam xuất khẩu bền vững và bảo hộ sản xuất trong nước phát triển vững chắc và ngày càng hiện đại, văn minh.

Các ghi chú

1. Bộ Công Thương (2019), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018, Nhà xuất bản Công Thương, tr.1-242; tr.76; tr.175-176; tr.93; tr.14.
2. Bộ Thương mại (Vụ Chính sách thương mại đa biên) (2000) : Kết quả vòng đàm phán Uruguay về hệ thống thương mại đa biên , NXB Thống kê, tr.20, tr.153; tr.153-182.
3. Bộ Thương mại (2007), Tài liệu bồi dưỡng Các cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới của Việt Nam, tr.172.
4. Cục Xúc tiến Thương mại (2002), Xuất khẩu sang thị trường EU, tr.112.
5. Dennis R.Appleard & Alfred J. Field, JR. Trade theory & Policy, IRWIN (1995), p.306
6. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên: Mutrap II (2006) : Hỏi đáp về WTO, Hà Nội, tr.22.
7. Josh Ederington và Michele Ruta (2016), "Non-Tariff Measures and the World Trading System", World Bank Group, No. 7661, p.4-5.
8. Lê Quốc Bảo (2018) "Bàn về hàng rào kỹ thuật trong thương mại và một số công việc để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của hàng rào kỹ thuật", Tạp chí Công Thương. http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/ban-ve-hang-rao-ky-thuat-trong-thuong-mai-va-mot-so-cong-viec-de-han-che-anh-huong-tieu-cuc-cua-hang-rao-ky-thuat-52099.htmn đăng ngày: 25/01/2018 lúc 17:36 (GMT
9. Lê Thị Việt Nga và Phạm Minh Đạt (2018), "Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0", Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: Cách mạng công nghiệp 4.0: cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế Việt Nam, tập 2, Nhà xuất bản Hà Nội, tháng 8 năm 2018, tr.684-701
10. Ngân hàng Thế giới (2004), Sổ tay về: Phát triển, Thương mại và WTO, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia) tr.477- 478 .
11. Nguyễn Xuân Thiên (2018) : "Vận dụng lý thuyết thương mại vào phát triển xuất khẩu bền vững của Việt Nam", Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: Cách mạng công nghiệp 4.0 : cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế Việt Nam, tập 2, Nhà xuất bản Hà Nội, tháng 8 năm 2018, tr. 631-648.

12. UNCTAD (2013), A preliminary analysis on newly collected data on non-tariff measures,United Nations, New York and Geneva, p.4
13. Vũ Thanh Hương (2018), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU: Tác động đến thương mại giữa hai bên và triển vọng cho Việt Nam, Sách chuyên khảo, NXBĐHQGHN, tr.217.
14. Walter Goode : Từ điển chính sách Thương mại Quốc tế, Báo Thương mại xuất bản - 1997, NXB Thống kê, tr.14.
15. WTO, Annual Report 2018, * wts2018chapter08_e;
16. Xiaohua Bao and Wei-Chih Chen (2013), Review of Development Economics, 17(3), 447-460, DOI:10.1111/rode.12042.
17. https://baodautu.vn/thuong-mai-2-chieu-viet-nam-nhat-ban-dat-xap-xi-40-ty-usd-d115634.html
18. http://evfta.moit.gov.vn/default.aspx?page=overview&do=browse&category_id=fb203c7b-54d6-4af7-85ca-c51f227881dd.
19. http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2019-12-30/xuat-nhap-khau-viet-nam-dat-muc-ky-luc-514-ty-usd-80955.aspx
20. https://thuvienphapluat.vn/tintuc/vn/hiep-dinh-evfta/13020/ban-tieng-viet-hiep-dinh-evfta-chuong-5-hang-rao-ky-thuat-doi-voi-thuong-mai

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2019), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018, Nhà xuất bản Công Thương.
2. Bộ Thương mại (Vụ Chính sách thương mại đa biên) (2000) : Kết quả vòng đàm phán Uruguay về hệ thống thương mại đa biên, NXB Thống kê.
3. Bộ Thương mại (2007), Tài liệu bồi dưỡng Các cam kết gia nhập tổ chức Thương mại Thế giới của Việt Nam.
4. Cục Xúc tiến Thương mại (2002), Xuất khẩu sang thị trường EU.
5. Dennis R.Appleard & Alfred J. Field, JR (1995), Trade theory & Policy, IRWIN.
6. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên: Mutrap II (2006): Hỏi đáp về WTO, Hà Nội.
7. Josh Ederington và Michele Ruta (2016), "Non-Tariff Measures and the World Trading System", World Bank Group, No. 7661
8. Lê Quốc Bảo (2018) "Bàn về hàng rào kỹ thuật trong thương mại và một số công việc để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của hàng rào kỹ thuật", Tạp chí Công Thương. http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/ban-ve-hang-rao-ky-thuat-trong-thuong-mai-va-mot-so-cong-viec-de-han-che-anh-huong-tieu-cuc-cua-hang-rao-ky-thuat-52099.htm
9. Lê Thị Việt Nga và Phạm Minh Đạt (2018), "Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0", Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: Cách mạng công nghiệp 4.0: cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế Việt Nam, tập 2, Nhà xuất bản Hà Nội, tháng 8 năm 2018.
10. Ngân hàng Thế giới (2004), Sổ tay về: Phát triển, Thương mại và WTO, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia) .

11. Nguyễn Xuân Thiên (2018) : "Vận dụng lý thuyết thương mại vào phát triển xuất khẩu bền vững của Việt Nam", Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: Cách mạng công nghiệp 4.0: cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế Việt Nam, tập 2, Nhà xuất bản Hà Nội, tháng 8 năm 2018.
12. UNCTAD (2013), A preliminary analysis on newly collected data on non-tariff measures,United Nations, New York and Geneva.
13. Vũ Thanh Hương (2018), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU: Tác động đến thương mại giữa hai bên và triển vọng cho Việt Nam, NXBĐHQGHN.
14. Walter Goode (1997), Từ điển chính sách Thương mại Quốc tế, Báo Thương mại xuất bản 2007 và NXB Thống kê.
15. WTO, Annual Report 2018, * wts2018chapter08_e;
16. Xiaohua Bao and Wei-Chih Chen (2013), Review of Development Economics, 17(3).
17. https://baodautu.vn/thuong-mai-2-chieu-viet-nam-nhat-ban-dat-xap-xi-40-ty-usd-d115634.html
18. http://evfta.moit.gov.vn/default.aspx?page=overview&do=browse&category_id=fb203c7b-54d6-4af7-85ca-c51f227881dd.
19. http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2019-12-30/xuat-nhap-khau-viet-nam-dat-muc-ky-luc-514-ty-usd-80955.aspx
20. https://thuvienphapluat.vn/tintuc/vn/hiep-dinh-evfta/13020/ban-tieng-viet-hiep-dinh-evfta-chuong-5-hang-rao-ky-thuat-doi-voi-thuong-mai

PROMOTING LINKAGES AND DEVELOPING ELECTRONICS INDUSTRY IN THE CONTEXT OF NEW-GENERATION FREE TRADE AGREEMENTS

THÚC ĐẨY LIÊN KẾT ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ TRONG BỐI CẢNH CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI

Tran Viet Thao, PhD

Vu Thi Thanh Huyen, PhD

Nguyen Thi Phuong Ly, MA

Thuongmai University

Abstract

In recent years, Vietnam has been proactively integrating widely in the regions and with other countries in the world. Participating in New-generation Free Trade Agreements (FTA), especially the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), FTA with the EU,... with many partners, with large scale, high level of commitment, is an important breakthrough for our country's comprehensive international integration, bringing a great impact on economic sectors, especially the electronics industry which has been making great contributions to Vietnam's export growth and FDI attraction. Aiming take advantage of the opportunities and overcoming the challenges from the process of integration, promoting linkages in production and trading the electronics industry is considered an important and fundamental solution. This article focuses on analyzing the current situation of the linkage in developing Vietnam's electronics industry recently, then assesses the opportunities and challenges of the industry in the process of joining the new-generation free trade agreements.

Keywords: *electronics industry (EI), linkages, new-generation free trade agreements.*

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang ngày càng chủ động hội nhập ngày càng sâu rộng với các khu vực và quốc gia trên thế giới. Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, nhất là Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương toàn diện và tiến bộ (CPTPP), Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), Hiệp định FTA với EU,... với nhiều bên, quy mô rộng, mức độ cam kết cao, là những đột phá quan trọng của hội nhập quốc tế toàn diện của nước ta, đem đến nhiều tác động lớn cho các ngành kinh tế, đặc biệt là ngành công nghiệp điện tử - vốn là ngành đang có đóng góp lớn cho tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu và thu hút FDI của Việt Nam những năm vừa qua. Để tận dụng các cơ hội, cũng như đẩy lùi cách thách thức từ quá trình hội nhập, thúc đẩy liên kết trong sản xuất, thương mại ngành CNĐT được coi là giải pháp cơ bản, quan trọng. Nội dung bài viết tập trung vào phân tích thực trạng liên kết trong phát triển CNĐT Việt Nam thời gian vừa qua, từ đó, đưa ra những đánh giá về cơ hội và thách thức của ngành CNĐT trong quá trình tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

Từ khóa: *công nghiệp điện tử (CNĐT), liên kết, hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.*

1. Introduction

Linkages in production are considered one of the important factors to reduce production costs and improve added values for the industry/ products. Particularly, for the electronics industry, the linkages in production play an important role in technological innovation, reforming the organization of production activities, thereby promoting the increase in productivity and efficiency for both the manufacturing industry and for the economy. Although it is assessed that the industry has a high growth rate of export turnover, accounting for the largest proportion of the total export turnover and FDI attraction,...,low added values and limited actual participation of domestic enterprises are existing situation in Vietnam's electronics industry. These have raised the issue of serious consideration on the current situation of the linkages in the manufacturing of the electronics industry in Vietnam in the past time, thus, to give necessary solutions to promote the development of Vietnam's electronics industry in the next years.

2. Theoretical basis and research methodology

2.1. Linkage and the roles of linkage in industrial production

The concept of linkages in industrial production

In a narrow sense, a limited definition may be given thatit linkssupplies, raw materials, semi-finished goods and components or finished products; between commercial concerns. In other words, industrial linking may occur when one manufacturing firm purchases inputs to produce goods or services or sells to another manufacturing firm.

In a broad sense, industrial linkage encompasses all cooperative activities, including flows of materials and information, between separate elements and functions of the manufacturing system. Manufacturing linkage is a combination of products that flow from factories, to retailers, wholesalers, the public, as well as other manufacturers.(Dobson, 1984)

Thus, the concept of industrial linkage has different interpretations, but at least, can be seen in the following way:

- ✓ First, processlink. This is considered as to describe the movement of goods between different companies as stages in the manufacturing process.
- ✓ Second, a service link; and this refers to the supply of machinery and auxiliary parts as well as repair and maintenance requirements when supplied by separate companies.
- ✓ Third, marketing link involves relationships with other companies that assist the selling and distribution of goods;
- ✓ Fourth, financial and commercial links describe the relationships with financial and advisory services such as banks, insurance companies and stockbrokers...

Within this article, the authors will approach linkage in the narrow sense, which is the links that take place in the manufacturing process, describing the movement of goods among different companies in stages of the manufacturing process.

The role of linkage in manufacturing and industrial development

Due to the significance of linkages in the production activities of industries in the economy, there have been a number of studies related to this issue in the world and in Vietnam.

According to a research of *Khalid Nadvi and Stephanie Barrientos (Nadvi & Barrientos, 2004),* industrial clusters, or the geographic concentration of businesses and supporting units involved in the same field, may create advantages for small businesses. The cluster model emphasizes internal connectivity, whereby the benefits of the cluster are enhanced by the cooperation of local companies, local organizations and local social capital. The growing evidence of small business clusters in developing countries competing in local and global markets has spurred much of the policy enthusiasm in promoting clusters.

Similarly, according to research by *Ana Colovic and Olivier Lamotte (Colovic & Lamotte, 2014),* the clusters may facilitate the internationalization of new international joint ventures by providing resources,networking opportunities and legitimacy to help them reach global markets and by speeding up internationalization;

According *Joynal Abdin (Abdin, 2016),* cluster development is considered as an effective tool to promote economic growth. Industrial clusters are considered as one of the most effective mechanisms to generate income and increase employment, especially for small, medium and small enterprises. Developed or developing countries have their own policies for developing industrial clusters.

According to *Nguyen Dinh Tai (Tài, 2013),* the role of linkages in industrial production and the theory of industrial clusters are developed from Michael Porter's theory of national competitive advantage (1990). This theory shows that each industrial linkage cluster is like the value chain in the production of goods and services, in which, industries are linked by goods and services flows. The industrial linkage clustersare formed from the high concentration of businesses in a number of sectors and fields that are quite closely related, in which the role of supporting businesses is closely involved. The growth of an industrial linkage cluster is often associated with the increase and sustainable development of enterprises in the supporting industry. An industrial linkage cluster, once formed, will create the foundation elements to improve competitiveness through a number of components such as: giving businesses the opportunity to increase productivity; promoting creativity and innovation; remarkaly affecting the formation of new businesses in the industry or in related industries. Similarly, according to *Le Minh Ngoc and Le Huyen Trang (Ngọc & Trang, 2011),* industrial linkage clusteraffects competitiveness and creates competitive advantage in three ways: Increasing the productivity of enterprises in the linkage cluster through improving access to suppliers, skills and expertise; adjusting the direction and speed of creativity to future productivity growth; and promoting the formation of new businesses.

On the other hand, research by *Nguyen Ngoc Son (Sơn, 2015)* on industrial clusters shows that the geographic concentration of related companies and organizations which are linked in one specific sector contributes to strengthening the local economy and

urbanization, facilitating industrial restructuring as well as encouraging linkages among businesses, allowing public resources to be more concentrated. Nevertheless,this also creates opportunities for gatheringinformation and knowledge; which is the premise for improvement, innovation in production and reducing transaction costs.

Similarly, according to*Vo Tri Thanh et al(Thành)*, the development of industrial linkage clusters facilitates increasing competitiveness (through reducing production costs, sharing information and other resources), innovation (technology, management,...), development and transformation of local economic structures. Therefore, there are more than 2,500 initiatives for developing industrial linkage clustersin 75 countries of all development levels in the world so far. The linkagemay be expressed in the relationship among enterprises of all economic sectors in industries and internationally; betweenforeign-invested enterprises and domestic enterprises; between large enterprises and SMEs in industrial zones and industrial clusters; between enterprises and state management agencies, policy-making agencies; between manufacturing enterprises and training establishments, research institutions, industry associations;...

2.2. New-generation Free Trade Agreements

Concept:

Free Trade Agreement (FTA) is a commercialdeal between two or more countries. Accordingly, countries will follow the roadmap of reducing and eliminating tariff barriers as well as non-tariff barriers towards the establishment of a free trade area. Free trade agreements can be made between two individual countries or can be reached between a trade bloc and a country such as the EU-Chile Free Trade Agreement, or theASEAN-China Free Trade Agreement.

The term "**new generation**" is completely relative, used to talk about the FTAs with a comprehensive scope, beyond the framework of liberalization of trade in goods, such as EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA).); Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP); Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP); EU Treaties; North American Free Trade Agreement (NAFTA); Southern Common Market (MERCOSUR); ASEAN+1 FTAs; Australia-United StatesFree Trade Agreement (AUSFTA). Compared with the WTO agreements, the "new generation" FTAs are the "WTOplus" agreements, with contents that had previously been rejected but now is necessary to be accepted because the international trade scene has changed.

Therefore, the term "**New-generation Free Trade Agreement (FTA)**" is used to refer to FTAs with broad and comprehensive commitments, including the commitments on free trade in goods and services as the "traditional FTAs"; the deepest level of commitment (tax reduction almost to 0%, with possibility of a roadmap); strict enforcement mechanisms and moreover, it covers the areas that are considered "non-traditional" such as: Labor, environment, state-owned enterprises, government procurement, transparency, mechanisms on resolving investment disputes...

Opportunities and challenges of the New-generation Free Trade Agreement (Cương, 2019) include:

Opportunities:

Firstly, promoting export: Trade liberalization in general and the new-generation FTAs in particular have the effect of promoting export. The provisions of these FTAs force member economies to restructure, open new markets and create commodity attraction.

Secondly, for domestic production: Participation in new-generation FTAs will lower prices of input materials for domestic production so the production costs of businesses will be reduced,thus, commodity prices will be more competitive than imported goods, boosting domestic production for export.

Thirdly, for business environment: Participation in new-generation FTAs such as EVFTA, CPTPP regarding the institutional issues, legal policies behind the borderline... will create favorable conditions and opportunities for changing, improving policies and laws in a way that is more transparent, convenient and in line with international practice.

Fourthly, for attracting foreign direct investment (FDI): In the new-generation FTAs, there are commitments to treat fairly between domestic and foreign investors regarding establishment, acquiring, expansion, management, deploying, operation and trade. They will create opportunities for foreign investors to access the market faster. New-generation FTAs also have regulations on sustainable development, which help reduce backward technologies and promote the development of technologies using renewable and environmentally friendly energy sources.

Challenges:

Firstly, challenge on institutional improvement, creating a healthy competitive environment. Economies will need to actively innovate to meet the requirements committed in the free trade agreements; At the same time, domestic enterprises will need to constantly update new policies and regulations.

Secondly, the challenge on competitiveness of theeconomies. The reduction of import tax according to the committed schedule leads to domestically produced goods being subject to strong competitivenessfrom imported goods, and the domestic manufacturing industries are directly affected by the above fluctuations of international commodity market.

Thirdly, the challenge on leading and directing FDI inflows towards improving domestic industrial capacity and promoting linkage with domestic enterprises.

Fourthly, the risks of increasing macroeconomic instability in the context of volatile world and region. The greater the openness, the more negative impacts on the economies from the outside.

2.3. Research methodology and data sources

Research methodology: In order to study the current linkage status of electronics industry in the context of new-generation free trade agreements, the authors use qualitative methods including descriptive statistics, comparison, confrontation... to analyze the current situation of manufacturing and business of Vietnam's electronics industry; generalize the linkage between supporting industrial enterprises and major electronics enterprises; since

then, assess both the opportunities and challenges of the electronicsindustry in the context of new-generation free trade agreements.

Data sources used in this article include the data obtained mainly from the General Statistics Office.

3. Results and discussion

3.1. Overview of process for Vietnam to participate in new-generation of free trade agreements

Vietnam has signed a number of new-generation FTAs, including the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) and the EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA), specifically:

CPTPP: Countries are committed to eliminate import duties on 65-95% of tariff lines and completely eliminate 97-100% of tariff lines as soon as the Agreement comes into effect, the remaining items will be scheduledfor tariff elimination within 5-10 years. In the CPTPP, Vietnam is committed to abolish the tariff lines at high rates, whereby: 65.8% of tariff lines have a tax rate of 0% right after the Agreement comes into effect; 86.5% of tariff lines will have a tax rate of 0% in the 4th year when the Agreement comes into force; 97.8% of tariff lines will have a tax rate of 0% in the 11th year when the Agreement comes into effect. For export taxes, Vietnam is committedto abolish the majority of goods that are currently subject to export tax according to a5-15 yearschedule after the Agreement comes into effect. For information technology products, CPTPP countries are committed to become members and implement WTO Information Technology Agreement (ITA). Vietnam is already a member of ITA and is currently negotiating with other CPTPP countries under the WTO to expand ITA. According to ITA, countries will have to eliminate tariffs and other taxes that apply to most information technology products, including computers, telecommunications equipment, semiconductors, and scientific devices used for manufacturing and testing semiconductors... and most parts of these products.

EVFTA: The main contents of the Agreement includes: Trade in goods, trade in services, rules of origin, customs and trade facilitation; measures for food hygiene and safety, animal and plant quarantine, technical barriers in trade, investment, trade defense, competitiveness, intellectual property and sustainable development; legal issues, cooperation and capacity building.

In EVFTA, Vietnam and the EU are committed to eliminate import duties on 99% of tariff lines over a period of 7 years for the EU and 10 years for Vietnam. Accordingly, Vietnam is committed to eliminate tariffs for 48.5% of tariff lines right after the Agreement comes into force, 58.7% after 3 years, 79.6% after 5 years,91.8% after 7 years and 98.3% after 10 years. For export taxes, Vietnam is committed to eliminate most of the export taxes on the goods to the EU with the roadmap up to 15 years.

For electronic goods, under the EU's commitment to open the market of goods, 74% of tariff lines will be eliminated import tax right after the Agreement comes into effect, the remaining products will be eliminated import tax according to the schedule of 3 to 5 years.

Under Vietnam's commitments to open door for a number of EU‘simportant commodity groups, import duties will be eliminated on 61% of tariff lines on machinery and equipment as soon as the Agreement comes into effect. Import tax on remaining goods will be reduced to 0% after the maximum of 10 years.

3.2. Overview of the development situation and the status of linkages in the manufacturing and processing industry

2.2.1. Overview of the development of Vietnam’s electronics industry

Electronics industryof Vietnam has developed very fast since 2010. According to the 2018 Statistical Yearbook of the General Statistics Office(Tổng cục Thống kê, 2019), the number of enterprises manufacturing electronics, computers, and optical products is 1755, 25.4% increased compared to that in the previous year, attracting 735,978 employees, an increase of 20.2%. In particular, the number of enterprises with a labor scale below 300 is 1441, accounting for 82.11%; the number of enterprises with capital scale of less than VND 50 billion is 1178, accounting for 67.1%. This shows that the majority of electronics manufacturing enterprises are small and medium-sized enterprises, causing difficulties for the process of innovation and technological improvement.

Industrial production index (IPI): The IPI of electronics, computers and optical products has fluctuated relatively complicatedlysince 2012. After a sharp decline in 2013, the IPI increased rapidly in 2014 and 2015; in 2016, the index dropped to only 12.5% in comparison to the previous year; In 2017, the IPI increased again at 35.2%; However, by 2018 it only obtained 10.7%. This shows the unstable and unsustainable growth rate of Vietnam's electronics industry.

Import and export: in general Vietnam’s export of electronic products has a relatively strong growth. In particular, the overall export turnover of Vietnam's electronics industry accounts for a relatively large proportion of the country's total export turnover.

Table 3.1. Export share of Vietnam's electronic products

	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Total export value (million USD)	114529.2	132032.9	150217.1	162016.7	176580.8	213215.3	243697.3
Electronics, computers, phones of all kinds and components (million USD)	20595.4	31889.3	35007.1	45847.2	53450.6	71891.8	78781.5

Structure (%)	17.98	24.15	23.30	28.30	30.27	33.27	32.33

Source: General Statistics Office, 2019

In recent years, the exportshare of electronic products, computers, phones and components has increased rapidly, from 17.98% of total exports in 2012 to 32.33% in 2018. This shows positive roles of the electronics industry in general on Vietnam's export growth and its contribution to economic growth.

However, despite high export turnover, Vietnam's electronics industry depends heavily on imported inputs and raw materials. Thus, the added value that Vietnam earns from exportingelectronic goods is relatively low and has not had significant contribution to Vietnam's GDP growth in recent years.

Attraction of foreign direct investment (FDI), by the end of 2016, the total number of FDI projects in the electronics sector was 1011, accounting for 8.63% of the total number of FDI projects in manufacturing and processing industry; equivalent to the registered capital of USD 28,306.15 billion, accounting for 16.39% of the total registered capital of the manufacturing and processing industry. In addition, the average growth rate in the period of 2011-2016 of 83.04% is a high growth rate, showing the important role of Vietnam's electronics industry in attracting FDI.

Table 3.2. Foreign direct investment (FDI) in electronics industry in Vietnam

Million USD

Year	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
100% foreign capital	419,18	1.363,63	5.511,48	6.349,86	5.081,47	2.131,23
Business cooperation contract	-	-	-	-	1,00	-
Joint venture	-	4,22	6,30	49,48	14,63	28,45
Total	419,18	1.367,85	5.517,78	6.399,34	5.097,09	2.159,68

Source: Foreign Investment Agency, Ministry of Planning and Investment, 2017

Considering the form of investment, it can be seen that most of the investment in the electronics industry is concentrated in the form of 100% foreign capital, while the form of joint venture, especially the form of business cooperation contract accounts for a very low proportion. This also shows alimited linkage between FDI enterprises and domestic enterprises in electronic manufacturing cooperation, little opportunity to take advantage of FDI to promote the transfer of modern technology, absorbing advanced organization, management ability to increase the added value of the electronics industry in Vietnam.

3.2.2. Overview of the linkage status in the development of Vietnam's electronics industry

Regarding the linkage between enterprises in the electronics supply chain,

The linkage between FDI enterprises and domestic enterprises is still loosing. In each supply chain of FDI enterprises, Vietnamese enterprises only participate in the stages of low value creation. The proportion of domestic supply to assemblers is low, usually by FDI enterprises. Supporting industrial products are mainly produced or imported by FDI enterprises. The products,which are manufactured by domestic enterprises, are at low quality, high prices (outdated technology, slow to innovate due to limited resources, poor production processes, etc.), so they can only be sold within domestic enterprises.

Table 3.3. Supply capacity of the field of manufacturing components and spare parts for Vietnam's electronics industry

Downstream field	**Domestic supply capacity (%)**		
	Mechanical components	*Electrical and electronic components*	*Plastic - rubber components*
Electronic Appliances	50%	30 - 35%	40%
Electronic information and telecommunications	30%	15%	15%
High-tech industry	10%	5%	5%

Source: Center of Supporting Industrial Enterprises Development - Institute for Industrial Policy and Strategy, 2015

Basically, after more than 30 years of development, Vietnam's electronics industry is still in the state of assembly for foreign brands. Domestic electronics enterprises still only exploit old products with low profit and about 5-10%/ year increase in the added value. Meanwhile, FDI enterprises in the electronics and machinery industry are facing pressure of reducing the component and accessory cost sand enhancing the added value of domestically manufactured products.

Difficulties in promoting linkages between domestic enterprises and FDI enterprises are partly due to the number of supporting enterprises, especially those that meet quality requirements and are capable of providing for FDI enterprises and satellite chain suppliers are still very few. The production technology, management system and types of products are limited and do not meet the high requirements of customers. Lack of programs to support capacity building, promote linkages from the Government and business support agencies. The linkage and information exchange between Vietnamese supporting industry enterprises and FDI enterprises and satellite enterprises are still limited.

Regarding the linkages in industrial clusters and industrial linkage clusters,

In recent years, a number of industrial linkage clusters, electronics industrial clusters have also existed naturally. For example: Thang Long Industrial Park (Noi Bai, Hanoi) with the concentration of many enterprises from Japan.This Industrial Park links the large mechanical and electronic assembly enterprises such as Canon, Panasonic with

suppliers of components and spare parts also from Japan such as Nissei, Santomas, Yasufuku,...; In the north, the electronics industrial clusters include Hanoi, BacNinh, Thai Nguyen, Hai Phong, VinhPhuc, Hai Duong, Hung Yen and Bac Giang with a concentration of multinational corporations such as Canon, Samsung, Nokia, LG, Panasonic,... and many satellite businesses, mainly FDI enterprises; in particular, multinational corporations play a key role in forming and developing electronics industrial clusters. In the south, there has also been starting to establish hi-tech industry clusters, especially electronic circuits and information technology in Ho Chi Minh City; electronics industrial cluster in Binh Duong;... However, industrial clusters and industrial parks mostly show only the geographical concentration of enterprises, not yet motivate to promote and attract businesses in the same field to participate in the production chains, the participation of domestic supporting enterprises is still very limited.

According to *Vo Tri Thanh et al. (Thành)*, based on the evaluation of Mekong Economics (2011), the limitations of Vietnam's Electronic industrial linkage clusters are expressed in the following aspects: (1) Demand conditions: low domestic demand (to achieve economic efficiency thanks to scale), Vietnam has not really participated deeply to meet the demand of the region and the world; (2) Competitiveness and industrial strategy: lack of domestic enterprises with high competitiveness, low productivity growth, tax rates are insufficiently encouraged and unreasonable; (3) Conditions of production factors (lack of skilled labor supply, low quality of high-tech education, poor quality of infrastructure outside industrial zones, lack of effective management skills and technological innovation...); (4) Supporting industry and related industries: lack of qualified and cheap domestic supply, information shortage between suppliers and assemblers.

Regarding the linkage between enterprises and the system ofassociation, business supporting centers: according to evaluation of *CIEM et al.((Mitsubishi Research Institute & Central Institute for Economic Management, 2016)*, local authorities are operatingbusiness supporting centers and industrial encouraging centers in each province and city, however, the awareness of enterprises about the existence of these facilities may be very low. Therefore, the frequency of using these facilities is also very low. This shows the weak linkage between enterprises and agencies and organizations supporting enterprises.

3.3. Oppotunities and challenges

Thus, it can be seen that, in recent years, the electronics industry has made rapid development, greatly contributed to the total export turnover and attracted FDI inflows. However, the current status of the development process of the industry also shows a number of existinglimitations, especially the weak linkage in the manufacturing process, making it difficult for the electronics industry to raise added value and contribute more substantially into the process of economic growth. The achievements and limitations of the industry have brought both opportunities and challenges in the context of Vietnam participating in new-generation free trade agreements, in particular:

Oppotunities:

Firstly, market expansion and export promotion. In recent years, Vietnam's

electronics industry has continuously been the industry with the largest proportion and rate of export turnover, therefore, in the context of joining new-generation free trade agreements, with tax reduction to 0%on most commodities, the deeper and more comprehensive level of opening, theelectronics industry continues to be the industry that has great opportunities of expanding and penetrating markets. By promoting the linkage of manufacturing and trade with partners signing the agreement, the electronics industry has many remarkable opportunities to participate in production chains and value chains with member countries in the region and in the world. In particular, the commitment to open markets in EVFTA will help further expand export markets, especially the products that both have advantages such as agricultural and aquatic products, wooden products, textiles, footwear... of Vietnam, machinery, equipment, cars, motorcycles, and alcoholic beverages of EU.

Secondly, promotion of domestic production. When the tax rate decreases, especially for input materials for production of exports such as: Textile raw and ancillary materials, plastics, corn, rubber,..., creating conditions for lowering prices, reducing production cost of exported industrial goods. On the other hand, the reduction of tariff will make more goods imported from other countries, especially EU countries into Vietnam, due to cheap prices and rich and diversedesigns, positively impacting domestic production. In order for the domestic manufacturing industry to compete with imported goods, the issue of manufacturing linkage and cooperation will have an important meaning.

Thirdly, regarding attraction of foreign direct investment (FDI): With the provisions of the new-generation FTAs, investors will invest deeply into the Vietnamese market, therefore, the quality of foreign direct investment will be improved, creating motivation for economic development, strengthening the linkage between FDI enterprises and domestic enterprises. For example: EVFTA will motivate EU‘shigh quality investors and other partners into Vietnam. So far, EU investors have been present in most important economic sectors, focusing on industry, construction and some service industries.

Challenges:

In addition to the positive effects, Vietnam's manufacturing and processing industry has to deal with a number of challenges in the implementation of new-generation FTAs, namely:

Firstly, the competitiveness of Vietnam's electronics industry is still low. The reduction of import taxes according to the committed schedule leads to domestically produced goods being subject to strong competitiveness from imported goods, and the domestic electronics industry is directly affected by fluctuations in the international commodity market. On the other hand, most of Vietnam's exported products are assembly and processing withmainly imported input materials; The rate of enterprises investing in producing raw materials is low, while the localization rate of products is slowly improved, the link between domestic enterprises and FDI enterprises is still weak, making it more difficut to take advantage of the opportunities from the New-generation free trade agreements.

Secondly, for imports, despite the signing of FTAs with many partners, in the short term, Vietnam's imports still depend heavily on traditional markets (such as China), due to

the deep tax commitment levels as well as favorable geographical position, thus, the problem of trade deficit from China is unable to be fully solved. Besides, the tax cuts also put a lot of pressure on the operations of domestic electronics industrial enterprises.

Thirdly, there are a number of issues for FDI inflows to the electronics industry in particular and Vietnam's manufacturing and processing industry in general, such as: (i) The limited contribution of FDI to improving industrial capacity; (ii) The weak linkage between FDI enterprises and domestic enterprises; (iii) FDI enterprises mainly operate in the field of assembly and processing, are labor-intensive and less likely to create disseminating effects technologically; (iv) Although the legal framework and policies on FDI opening and international economic integration have been improved, there are still many limitations in management, leading to issues such as environmental pollution, transfer pricing, tax evasion...; (v) More connected capital flows with the world also make the risks of macroeconomic instability increase in the context of fluctuating world and regional economy, which also poses challenges in building and implementation of macroeconomic policies.

4. Conclusion

Therefore, it can be seen that in the context of integration and participation in new-generation free trade agreements, the issue of linkageshas an important meaning in promoting the development of the electronics industry in Vietnam. In the following years, the electronics industry is still considered a major driving force for Vietnam's economic growth. In order to make good use of the opportunities and limit the challenges in implementing the commitments of the new-generation FTAs, solutions are needed to promote linkages in the electronics industry. Domestic electronicsindustrial enterprises should make more efforts in improving production capacity to meet the requirements of FDI enterprises, multinational corporations, participating in global supply chains and value chains, thus, improving the added value for the whole electronicsindustry. The Government should have policies to orient FDI inflows in the direction of strengthening the links with domestic enterprises. Nevertheless, it is necessary to strengthen the coordination and linkage between enterprises and State management agencies, enterprises supportingorganizations, centers and associations in order to timely exchange, provide information and regulations related to the implementation of the Agreements, market information,...

REFERENCES

1. Abdin, J. (2016). Government’s role in industrial cluster development. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/governments-role-industrial-cluster-development-md-joynal-abdin.
2. Colovic, A., & Lamotte, O. (2014). The role of formal industry clusters in the internationalization of new ventures. *European Business Review, 26*(5), 449-470.
3. Center of Supporting Industrial Enterprises Development - Institute for Industrial Policy and Strategy. (2015). Niên giám về Công nghiệp hỗ trợ các ngành chế tạo Việt Nam. In (pp. 174-179). Hà Nội: Nhà xuất bản Lao Động.

4. Cương, H. V. (2019). *Tác động của các Hiệp định thương mại thế hệ mới đến vấn đề lao động, việc làm ở Việt Nam.*
5. Dobson, S. M. (1984). *An analysis of the role of linkages in peripheral area development: the case of devon and cornwall.* Universit y of Exeter.
6. General Statistics Office. (2019). Niên giám thống kê 2018. In. Hà Nội: NXB Thống Kê.
7. Mitsubishi Research Institute & Central Institute for Economic Management. (2016). *Báo cáo Nghiên cứu về nâng cao năng lực các Ngành Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam*. Retrieved from Hà Nội, Việt Nam.
8. Nadvi, K., & Barrientos, S. (2004). *Industrial clusters and poverty reduction*. Retrieved from https://www.unido.org/sites/default/files/2008-05/industrial Clustersandpoverty_NADVI_0.pdf.
9. Ngọc, L. M., & Trang, L. H. (2011). Một số giải pháp thúc đẩy sự phát triển các cụm liên kết ngành tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập. *Nghiên cứu kinh tế số 396*, 41-50.
10. Sơn, N. N. (2015). *Phát triển cụm ngành công nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế*. Paper presented at the Kỷ yếu hội thảo quốc gia: Phát triển kinh tế xã hội Việt Nam và ngành ngân hàng trong bối cảnh Hội nhập, Hà Nội.
11. Tài, N. Đ. (2013). Hình thành và phát triển cụm liên kết ngành ở Việt Nam: Một lựa chọn chính sách. Retrieved from http://vnep.org.vn/vi-VN/Cong-nghiep-hoa-Hien-dai-hoa/Hinh-thanh-va-phat-trien-cum-lien-ket-nganh-o-Viet-Nam-Mot-so-lua-chon-chinh-sach.html.
12. Thành, V. T. Phát triển mạng lưới cụm liên kết ngành ở Việt Nam.

THỰC THI QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI CPTPP VÀ EVFTA

ENFORCEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN THE VIETNAM BACKGROUND PARTICIPATING IN THE NEW GENERATION AGREEMENT ON FREE TRADE AGREEMENT CPTPP AND EVFTA

ThS. Phạm Xuân Việt

Học viện Cảnh sát nhân dân

Tóm tắt

Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đã và đang trở thành yêu cầu cấp bách đối với mỗi quốc gia trong đó có Việt Nam. Đặc biệt khi quốc tế đang có xu hướng bảo hộ mậu dịch ở nhiều nước và khu vực, thậm chí ngay tại những quốc gia có truyền thống ủng hộ tự do hóa thương mại. Hiện nay, nước ta đang là thành viên của 14 Hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có hai Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới là Hiệp định CPTPP và Hiệp định EVFTA, trong hai Hiệp định này vấn đề sở hữu trí tuệ luôn là nội dung được các bên đặc biệt quan tâm. Để phát huy tối đa các lợi thế về sở hữu trí tuệ, hỗ trợ phát triển kinh tế, Việt Nam cần có giải pháp thực thi phù hợp, hiệu quả. Trong phạn vi bài viết tác giả sẽ tập trung làm rõ những cơ hội, thách thức, cũng như thực trạng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, nguyên nhân và giải pháp kiến nghị bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ta.

Từ khóa: *Bảo hộ, pháp luật, quyền, sở hữu trí tuệ, thực thi, xâm phạm*

Abstract

Protection of intellectual property rights has become an urgent requirement for every country including Vietnam. Especially when international tendency to protect trade in many countries and regions, even in countries that have traditionally supported trade liberalization. Currently, our country is a member of 14 free trade agreements (FTAs), including two new generation free trade agreements, the CPTPP Agreement and the EVFTA Agreement, among these two. Intellectual property is always the content of special interest. To maximize the advantages of intellectual property and support economic development, Vietnam needs to have appropriate and effective enforcement solutions. In the scope of the article, the author will focus on clarifying the opportunities and challenges, as well as the reality of infringement of intellectual property rights, causes and solutions to propose intellectual property rights protection in our country.

Keywords: *Protection, law, rights, intellectual property, enforcement and infringement*

Hiệp định CPTPP được ký kết vào ngày 08 tháng 3 năm 2018 tại thành phố Santiagô, Chi Lê và chính thức có hiệu lực từ ngày 30 tháng 12 năm 2018 gồm 11 nước thành viên (Ốt-xtrây-lia, Bru-nây Đa-rút-xa-lam, Ca-na-đa, Chi-lê, Nhật Bản, Ma-lai-xi-a, Mê-hi-cô, Niu Di-lân, Pê-ru, Xinh-ga-po và Việt Nam) với nội dung gồm 30 chương, 09 phục lục, trong đó Chương 18 quy định về quyền sở hữu trí tuệ, đối với Việt Nam Hiệp định này sẽ có hiệu lực từ ngày 14 tháng 01 năm 2019. Ngày 30/6/2019 Hiệp định EVFTA

được ký kết cùng với Hiệp định Bảo hộ đầu tư Việt Nam-Liên minh châu Âu (IPA) tại Hà Nội sau hơn 07 năm đàm phán. Hiệp định EVFTA gồm 17 Chương, 2 Nghị định thư và một số bản ghi nhớ kèm theo, trong đó quyền sở hữu trí tuệ được quy định tại Chương 12. Ngày 12/02/2020 Nghị viện châu Âu đã bỏ phiếu phê chuẩn với tỷ lệ hơn 63% phiếu thuận và dự kiến trong tháng 7/2020 Hiệp định EVFTA sẽ có hiệu lực tại Việt Nam. Đây là hai Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới sẽ có tác động rất lớn đến cơ hội cũng như thách thức đối với nền kinh tế - xã hội nước ta, đặc biệt trong đó là yêu cầu về bảo hộ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

Bài viết đã được thực hiện dựa trên phương pháp luận duy vật biện chứng của Chủ nghĩa Mác - Lênin, những quan điểm, chủ trương, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng, Nhà Việt Nam có liên quan đến vấn đề bảo hộ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Đối với p*hương pháp nghiên cứu:* Phương pháp thống kê được thực hiện để thống kê tổng hợp các số liệu, kết quả báo cáo của các cơ quan chức năng đã áp dụng, triển khai và kết quả đạt được nhằm có cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam làm căn cứ đề xuất, kiến nghị giải pháp khắc phục. Phương pháp nghiên cứu, phân tích so sánh được tác giả trên cơ sở đối chiếu nội dung các quy định pháp luật hiện hành và những cam kết về sở hữu trí tuệ mà Việt Nam đã tham gia trong các Hiệp định thương mại tư do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA). Thông qua số liệu thực tế, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu, phân tích, tổng hợp, so sánh để khái quát thành các nội dung, đặc điểm có tính quy luật nhằm đánh giá sát thực hơn về thực trạng tình hình thực thi, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ta so với các yêu cầu mà hai Hiệp định trên đã quy định đối với các nước thành viên.

1. Cơ hội và thách thức

1.1. Cơ hội

Một là, các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ sẽ được bảo hộ một cách triệt để và hiệu quả hơn.

Với những cam kết ở mức độ cao, toàn diện, phạm vi điều chỉnh đa dạng, bao trùm nhiều lĩnh vực của quyền sở hữu trí tuệ được quy định trong các điều khoản của Hiệp định FTA thế hệ mới. Do đó, khi các Hiệp định này có hiệu lực các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ sẽ từng bước được các nước thành viên luật hóa quốc gia bảo hộ các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ một cách toàn diện, đầy đủ hơn, đáp ứng được nhu cầu của chủ thể tài sản sở hữu trí tuệ. Ví dụ như đối với nhãn hiệu, Hiệp định CPTPP yêu cầu phải bảo hộ cả nhãn hiệu âm thanh và nhãn hiệu mùi (trong khi TRIPS và pháp luật của Việt Nam hiện tại mới chỉ bảo hộ các dấu hiệu nhìn thấy được). Ngoài ra, các hiệp định này còn yêu cầu cơ chế bảo hộ cao trong những lĩnh vực có liên quan đến sức khỏe cộng đồng như cơ chế độc quyền dữ liệu thử nghiệm bí mật và bảo hộ 10 năm đối với nông hóa phẩm. Hay trong Khoản 2, Điều 12.40 của Hiệp định EVFTA có quy định về cơ chế đền bù đối với chủ sở hữu sáng chế mỗi bên phải quy định cơ chế đầy đủ và hiệu quả để đền bù cho chủ sở hữu sáng chế vì việc giảm thời hạn bảo hộ hữu hiệu của bằng sáng chế do sự chậm trễ bất hợp lý trong việc cấp phép lưu hành thị trường đầu tiên tại lãnh thổ của mình...[1]

Hai là, tạo môi trường bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ công khai, minh bạch, công bằng góp phần thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ hỗ trợ phát triển kinh tế

Cùng với những cam kết của Việt Nam trong các Hiệp định FTA nói chung, trong đó có Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới CPTPP, EVFTA sẽ góp phần tạo dựng môi trường phát triển kinh tế cạnh tranh lành mạnh, trong đó có lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Những quy định này sẽ đòi hỏi không chỉ chủ thể quyền sở hữu trí tuệ mà còn có vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước nói chung cần thiết phải có giải pháp phù hợp, trước mắt là luật hóa triệt để những cam kết đã được quy định qua đó sẽ góp phần tạo dụng môi trường bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ được công khai, minh bạch hơn. Đặc biệt đối với nước ta, ngoài ý nghĩa trên Hiệp định FTA thế hệ mới về quyền sở hữu trí tuệ sẽ là điều kiện thuận lợi để thu hút các nguồn vốn FDI chất lượng cao, trình độ công nghệ tiên tiến, hiện đại, đặc biệt trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghệ lần thứ 4 đang thay đổi từng ngày, đồng thời sẽ tạo không gian sáng tạo, chuyển giao, đổi mới công nghệ ở Việt Nam hướng tới hỗ trợ phát triển kinh tế bền vững trong với xu thế toàn cầu hóa, đa phương hóa trên nền tảng cơ sở tri thức khoa học và công nghệ. Qua đó sẽ tạo thêm nhiều cơ hội để chúng ta tiếp cận với các công nghệ tiên tiến, tạo môi trường lành mạnh, hành lang pháp lý vững chắc để cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức không ngừng phát triển ý tưởng sáng tạo, đưa ra thị trường những sản phẩm chất lượng, có tính ứng dụng cao và nâng cao thái độ tôn trọng tài sản sở hữu trí tuệ.

Ba là, nâng cao hiệu quả hoạt động phòng, chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ

Bên cạnh những cam kết bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, cả hai Hiệp định CPTPP và EVFTA đều yêu cầu siết chặt quy định thực thi quyền sở hữu trí tuệ thông qua các chế tài xử lý bằng biện pháp kiểm soát biên giới, dân sự, hành chính, hình sự. Ví dụ như, đối với kiểm soát biên giới, hai Hiệp định này đều yêu cầu cơ quan thực thi cần thiết phải chủ động kiểm soát hàng hóa nhập khẩu, xuất khẩu và quá cảnh nhằm kịp thời phát hiện, xử lý hàng giả mạo nhãn hiệu và hàng sao lậu quyền tác giả và quyền liên quan mà không cần phải có yêu cầu của chủ thể quyền sở hữu trí tuệ như quy định hiện nay. Hoặc như đối với chế tài hình sự, CPTPP yêu cầu hình sự hóa hàng loạt hành vi xâm phạm quyền theo hướng hạ thấp yếu tố cấu thành tội phạm, ví dụ, hành vi xâm phạm bí mật thương mại trên mạng máy tính, hoặc sử dụng tem nhãn và bao gói giả mạo nhãn hiệu thay vì sản phẩm giả mạo... cũng đã có thể bị xử lý hình sự. Xa hơn, hiệp định này còn quy định nghĩa vụ phải xử lý hình sự mà không cần yêu cầu của chủ thể quyền hoặc bên thứ ba như pháp luật hiện nay đang quy định [2]. Ngoài ra, CPTPP còn kiến nghị có thể xử lý hình sự cả với hành vi quay phim trong rạp gây thiệt hại cho chủ thể quyền. Với những chế tài thực thi quyền sở hữu trí tuệ cụ thể, chặt chẽ, nghiêm minh mà các bên đã cam kết như vậy sẽ là biện pháp hiệu quả nâng cao hoạt động phòng, chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở nước ta, khi Việt Nam thời gian gần đây luôn được xác định là một trong những quốc gia trên thế giới có tỷ lệ xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở mức khá cao.

1.2. Thách thức

Một là, khả năng tiếp cận sản phẩm trí tuệ được bảo hộ hạn chế hơn[3]

Phạm vi bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong hai Hiệp định CPTPP, EVFTA không chỉ đã bao quát hầu hết các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ mà còn nâng cao giới hạn, tiêu chuẩn, điều kiện bảo hộ. Ví dụ như, EVFTA quy định về nguyên tắc suy đoán về quyền của người có tên trên tác phẩm khi tên tác giả của tác phẩm văn học hoặc nghệ

thuật, và khi tên các chủ thể quyền của các đối tượng được bảo hộ khác xuất hiện trên tác phẩm hoặc đối tượng được bảo hộ theo cách thông thường thì họ được coi là tác giả hoặc chủ thể quyền, trừ trường hợp có bằng chứng ngược lại, và do đó có thể thực hiện các thủ tục tố tụng chống lại hành vi xâm phạm bản quyền. hay về điều kiện bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là bộ phận của sản phẩm phải nhìn thấy được trong quá trình sử dụng và phần nhìn thấy đáp ứng điều kiện về tính mới và tính nguyên gốc, thời hạn bảo hộ ít nhất là 15 năm hoặc một nhãn hiệu đã đăng ký có thể bị đình chỉ hiệu lực nếu trong vòng 5 năm liên tục trước khi có yêu cầu đình chỉ, nhãn hiệu đó không được chủ sở hữu hoặc bên nhận chuyển giao quyền sở hữu đưa vào sử dụng một cách thực sự tại lãnh thổ tương ứng cho hàng hóa hoặc dịch vụ liên quan đến nhãn hiệu đã được đăng ký mà không có lý do chính đáng. Trong CPTPP còn quy định thời hạn bảo hộ kết quả thử nghiệm hoặc dữ liệu bí mật đối với sản phẩm hóa nông là 10 năm hay như không được bảo hộ chỉ dẫn địa lý nếu có khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu... Trước những cam kết bảo hộ ở mức độ cao như vậy, trong ngắn hạn Việt Nam sẽ không tránh khỏi những khó khăn, tốn kém tăng lên nhất định về tiêu chuẩn, điều kiện, chi phí trong quá trình thiết lập và khai thác, sử dụng sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp[4].

Hai là, thách thức trong cạnh tranh đối với doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh và khả năng tiếp cận sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của người tiêu dùng

Với những cam kết ở mức độ cao về quyền sở hữu trí tuệ trong hai Hiệp định CPTPP, EVFTA như đã trình bày sẽ đặt ra không ít thách thức trong cạnh tranh thị trường đối với những hàng hóa chứa đựng nhiều yếu tố là tài sản trí tuệ của doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể, đối với doanh nghiệp tạo ra các sản phẩm sở hữu trí tuệ khi tham gia hoạt động thương mại để tránh xảy ra những tranh chấp, vi phạm về quyền sở hữu trí tuệ cần thiết phải xác lập quyền đối với các tài sản trí tuệ với các tiêu chí, điều kiện bắt buộc ở mức độ cao mà chúng ta đã cam kết quốc tế và luật hóa pháp luật trong nước. Còn đối với những doanh nghiệp hoạt động sản xuất, kinh doanh chủ yếu khai thác tài sản trí tuệ qua nhập khẩu sản phẩm công nghệ từ nước ngoài, để được sử dụng tài sản trí tuệ ngoài việc phải nghiên cứu rất kỹ các yếu tố là tài sản trí tuệ trên sản phẩm đã được quy định bảo hộ như thế nào vừa là để tránh vi phạm, mặt khác phải trả thêm các khoản chi phí khác để khai thác tài sản trí tuệ. Những chi phí phát sinh này khiến cho giá thành sản phẩm tăng lên và khả năng cao các doanh nghiệp Việt Nam sẽ khó cạnh tranh với những sản phẩm cùng loại có nguồn gốc từ các nước thành viên, đối tác trong các Hiệp định, đặc biệt như sản phẩm sinh học, dược phẩm, nông hóa phẩm, công nghệ... Hơn nữa, với trình độ kinh tế - xã hội của nước ta còn khá thấp so với các nước thành khác trong hai Hiệp định trên, điều đó sẽ là thách thức không nhỏ đối với người tiêu dùng khi phải bỏ thêm nhiều chi phí để được sử dụng sản phẩm đã bảo hộ sở hữu trí tuệ. Tồn tại này sẽ dễ trở thành nguyên nhân, điều kiện làm phát sinh, gia tăng hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, ảnh hưởng xấu đến môi trường cạnh tranh, đầu tư lành mạnh của Việt Nam.

Ba là, thách thức trong thực thi quyền sở hữu trí tuệ

Kết quả rà soát chi tiết hai Hiệp định thương mại FTA tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) cho thấy về cơ bản pháp luật Việt Nam khá tương thích với hầu hết các cam kết về sở hữu trí tuệ từ nguyên tắc chung tới các tiêu chuẩn bảo hộ quyền cũng như thực thi quyền.

Tuy nhiên, trên thực tế vẫn còn một số tồn tại nhất định, đặt ra không ít thách thức trong quá trình thực thi quyền sở hữu trí tuệ, cụ thể:

Vẫn còn cam kết chưa tương thích: Trong EVFTA, quy định điều kiện để bảo hộ đối với kiểu dáng công nghiệp là bộ phận của sản phẩm phải nhìn thấy được trong quá trình sử dụng và phần nhìn thấy đáp ứng điều kiện về tính mới và tính nguyên gốc; yêu cầu về không sử dụng một cách thực sự trong vòng năm năm liên tục của một nhãn hiệu đã đăng ký để xem xét việc đình chỉ hiệu lực của nhãn hiệu đó; quyền độc quyền cho phép hoặc cấm công bố đến công chúng của người biểu diễn, nhà sản xuất các bản ghi âm, tổ chức phát sóng; nguyên tắc suy đoán giả định về tác giả hoặc chủ thể quyền như đã trình bày ở trên... Trong CPTPP, vấn đề cam kết trong bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu mùi; đối với bảo hộ sáng chế, phải cho công chúng tiếp cận thông tin về hồ sơ đơn; biện pháp thực thi ở biên giới các cơ quan thực thi được chủ động kiểm soát hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ (không cần yêu cầu của chủ thể quyền); hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở quy mô thương mại sẽ bị khép vào mức xử lý hình sự, trong đó yếu tố quy mô thương mại, trong đó CPTPP đã "xiết" tiêu chuẩn xác định quy mô thương mại theo hướng những hoạt động xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác để thu lợi, không cần biết là ở mức nào, cố ý hay vô ý, cũng bị khép vào hành vi ở quy mô thương mại...[5]; biện pháp xử lý hình sự không cần yêu cầu của chủ thể quyền hoặc người thứ ba...Để quá trình thực thi quyền sở hữu trí tuệ hiệu quả phù hợp với các chuẩn mực quốc tế mà Việt Nam là thành viên đòi hỏi pháp luật nước ta cần tiếp tục hoàn thiện, bổ sung.

Ngoài ra, với việc các biên tham gia hai Hiệp định này đều cam kết thực thi quyền sở hữu trí tuệ với nhiều biện pháp và cơ chế xử lý nghiêm minh ở mức độ cao, ví dụ như: Đối với thực thi biên giới cơ quan pháp lý chủ động kiểm soát (không cần yêu cầu của chủ thể quyền), xử lý hình sự đối với hành vi cố ý nhập khẩu, xuất khẩu hàng hóa giả mạo nhãn hiệu hoặc hàng hóa sao lậu bản quyền ở quy mô thương mại; biện pháp xử lý hình sự được áp dụng không cần yêu cầu của chủ thể quyền hoặc người thứ ba, hành vi quay phim trong rạp nếu gây thiệt hại cho thủ thể quyền có thể bị xử lý hình sự; bên thua phải trả cho bên thắng phí và chi phí khi thực thi biện pháp dân sự về chi phí của tòa, phí luật sư hợp lý của bên thắng... Với các biện pháp thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở mức độ cao như vậy sẽ góp phần đảm bảo ngăn chặn các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của mỗi bên. Tuy nhiên, trước bối cảnh một phần pháp luật Việt Nam chưa hoàn toàn tương thích với các cam kết quốc tế, một phần thực trạng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn diễn biến với nhiều biểu hiện phức tạp, đặc biệt là các hành vi xâm phạm quyền đối với phần mềm bản quyền, các loại tác phẩm, chỉ dẫn địa lý... trong khi chủ thể quyền tài sản trí tuệ, doanh nghiệp và người tiêu dùng vẫn chưa thật sự quan tâm, coi trọng vấn đề bảo hộ, chấp hành nghĩa vụ pháp lý liên quan đến sở hữu trí tuệ. Do đó, nếu các chủ thể này không nghiêm túc nghiên cứu, tìm hiểu, thực hiện các biện pháp tự bảo vệ phù hợp thì sẽ khó tránh khỏi những rủi ro liên quan đến tranh chấp, kiện tụng, vi phạm pháp luật.

2. Thực trạng, nguyên nhân

2.1. Thực trạng hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ

Theo Báo cáo Tổng kết Chương trình 168 giai đoạn II (giai đoạn 2012 - 2015) về

hành động phòng, chống hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của Bộ Khoa học và Công nghệ thì từ năm 2012 đến năm 2015 cho thấy các lực lượng chức năng của các bộ, ngành đã chủ trì và phối hợp với các bộ, ngành liên quan tiến hành thanh tra, kiểm tra và tiếp nhận 25.966 vụ việc có dấu hiệu xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, sản xuất, buôn bán hàng giả, đã xử lý vi phạm hành chính 25.543 vụ việc, trong đó cảnh cáo 68 vụ việc; phạt tiền 23.197 triệu đồng Việt Nam (VND) vụ việc với tổng số tiền xử phạt vi phạm hành chính gần 97 tỷ đồng (VND); đã khởi tố 381 vụ với 553 bị can; xét xử 55 vụ (12 vụ án hình sự). Áp dụng hình thức xử phạt bổ sung và biện pháp khắc phục hậu quả: Tịch thu, buộc tiêu huỷ, loại bỏ yếu tố vi phạm đối với 980 tấn thực phẩm chức năng các loại, 80.900 tấn phân bón, 45.678 hộp mỹ phẩm, gần 27.000 sản phẩm thuốc tân dược, 523.000 bao thuốc lá, 160.559 đĩa CD-VCD không tem nhãn có nguồn gốc nhập lậu, hàng chục nghìn chai rượu ngoại các loại và hàng triệu sản phẩm điện, điện tử, túi xách, giầy dép, quần áo thời trang, lương thực, thực phẩm giả mạo nhãn hiệu và xâm phạm quyền đối với các đối tượng sở hữu công nghiệp, một số kết quả cụ thể như:

Lực lượng Thanh tra ngành Văn hoá, Thể thao và Du lịch đã tiến hành thanh tra 419 tổ chức và cá nhân trong việc chấp hành các quy định pháp luật về quyền tác giả đối với phần mềm máy tính tại các tỉnh, thành phố. Qua thanh tra đã phát hiện và xử lý vi phạm hành chính 386 tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi sao chép phần mềm máy tính, tác phẩm mỹ thuật, điện ảnh, đăng tải lên website, phát sóng chương trình, vidieo clip âm nhạc mà không được phép của chủ sở hữu, trong đó phạt cảnh cáo 02 trường hợp, phạt tiền 384 trường hợp với tổng số tiền phạt trên 9 tỷ (VND). Tịch thu, tiêu hủy 160.559 đĩa phim, ca nhạc, sân khấu các loại.

Còn lực lượng Thanh tra ngành Khoa học và Công nghệ đã tiến hành thanh tra 752 vụ việc, phát hiện và xử lý 473 vụ xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, đã xử phạt cảnh cáo 66 vụ việc, phạt tiền 264 vụ việc với số tiền xử phạt gần 6 tỷ đồng (VND). Lực lượng Quản lý thị trường đã kiểm tra và xử lý 22.441 vụ việc buôn bán hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, đã xử phạt vi phạm hành chính gần 53 tỷ đồng (VND); ngành Tòa án các cấp đã tiếp nhận 288 đã giải quyết 177 vụ việc, đã xét xử 55 vụ (trong đó có 12 vụ án hình sự), đã công nhận thỏa thuận 16 vụ, chuyển cơ quan có thẩm xử lý 15 vụ và đình chỉ 91; lực lượng Cảnh sát kinh tế toàn quốc đã phát hiện là 2.047 vụ sản xuất, buôn bán hàng giả và xâm phạm sở hữu trí tuệ, trong đó có 1.434 vụ hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, cụ thể: Quyền tác giả, quyền liên quan: 13 vụ, sáng chế: 6 vụ, kiểu dáng công nghiệp 201 vụ; nhãn hiệu 915 vụ, chỉ dẫn địa lý 64 vụ, tên thương mại 218 vụ, cạnh tranh không lành mạnh 8 vụ, quyền đối với giống cây trồng 9 vụ. Đã khởi tố 381 vụ, 553 bị can, chuyển xử lý hành chính 1.564 vụ, phạt tổng số tiền 28.5 tỷ đồng (VND). Tổng hàng hóa thu giữ khoảng 70 tấn thực phẩm chức năng các loại, 6.500 sản phẩm rượu ngoại các loại; 26.292 sản phẩm thuốc tân dược, 80.900 tấn phân bón, hàng triệu sản phẩm điện tử, túi xách, giày dép, quần áo thời trang, rượu, bia, nước giải khát; lương thực thực phẩm các loại xâm phạm nhãn mác, kiểu dáng của các thương hiệu có uy tín trong và ngoài nước[6].

Theo số liệu thống kê của Ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (gọi tắt là Ban chỉ đạo 389 quốc gia), trong giai đoạn từ năm 2014 đến hết năm 2018 đã phát hiện, bắt giữ, xử lý 1.057.000 vụ liên quan đến hành vi buôn lậu, sản

xuất, buôn bán hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, thu nộp ngân sách 91.000 tỷ đồng (VND). Còn theo báo cáo tổng kết của Tổng cục Quản lý thị trường, chỉ tính riêng trong năm 2018 lực lượng này đã phát hiện, xử lý gần 92.000 vụ liên quan đến các hành vi buôn lậu, sản xuất, buôn bán hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, thu nộp ngân sách 490 tỷ đồng (VND), số hàng tịch thu chưa bán gần 93 tỷ đồng (VND).

Như vậy, từ kết quả trên cho thấy tình hình xâm phạm xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở nước ta vẫn còn nhiều dấu hiệu phức tạp, đòi hỏi thời gian tới cần tiếp tục có thêm nhiều giải pháp phù hợp để kịp thời khắc phục, góp phần đảm bảo các cam kết về sở hữu trí tuệ được thực thi có hiệu quả.

2.2. Nguyên nhân

Thực trạng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam xuất phát từ một số nguyên nhân cơ bản như sau:

Một là, hệ thống pháp luật có liên quan vẫn còn chưa chặt chẽ, đặc biệt là các biện pháp xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ

Theo quy định hiện hành xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam được thực hiện bằng các biện pháp dân sự, hành chính, hình sự. Trong quá trình thực thi các biện pháp này vẫn còn bộc lộ không ít tồn tại, cụ thể:

- Biện pháp xử lý dân sự

Mặc dù xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ bằng biện pháp dân sự đã được pháp luật Việt Nam quy định khá chi tiết, cụ thể trong Luật Dân sự và các văn bản pháp luật có liên quan, tuy nhiên thực tiễn áp dụng biện pháp này còn một số nhiều khó khăn như: Việc xác định thiệt hại (vật chất, uy tín, danh tiếng) đối với chủ thể quyền do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra làm căn cứ xử lý, bồi thương thiệt hại đang là vấn đề rất phức tạp, luôn gây ra nhiều tranh cãi. Trong khi đó Điều 205 Theo Luật Sở hữu trí tuệ năm 2013 sửa đổi, bổ sung năm 2019 chỉ quy định một cách chung chung là mức bồi thường thiệt hại về vật chất do Tòa án ấn định nhưng không quá 500 triệu đồng (VND) và không quy định về việc tòa án có quyền tăng mức bồi thường lên gấp ba đối với hành vi xâm phạm cố ý [7]. Ngoài ra, cơ quan xét xử cũng phải thu thập nhiều loại chứng cứ, tài liệu pháp lý liên quan để chứng minh vai trò chủ thể quyền trong khi các chủ thể này chưa chú trọng nhiều đến việc xác lập bảo hộ quyền, đặc biệt là quyền tác giả, quyền liên quan... Đó là những lý do phổ biến khiến cho biện pháp dân sự thường diễn ra trong thời gian dài, tốn kém nhiều chi phí.

- Biện pháp xử lý hành chính

Qua thực tiễn áp dụng pháp luật cho thấy hầu hết các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ đều được xử lý bằng biện pháp hành chính, tuy nhiên biện pháp này cũng còn những bất cập nhất định. Hiện nay, xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp áp dụng Nghị định 99/2013/NĐ-CP ngày 29/8/2013 của Chính phủ, trong lĩnh vực quyền tác giả, quyền liên quan là Nghị định 131/2013 ngày 16/10/2013 về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực quyền tác giả, quyền liên quan trong khi đó mức phạt trong hai lĩnh vực này tối đa với cá nhân là 250.000.000 đồng (VND) và đối với tổ chức là

500.000.000 đồng (VND). Còn đối với xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giống cây trồng áp dụng Nghị định số 31/2016/NĐ-CP ngày 06/5/2016 với mức phạt tiền tối đa trong lĩnh vực giống cây trồng đối với cá nhân là 50.000.000 đồng (VND), đối với tổ chức là 100.000.000 đồng (VND). So với thiệt hại do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra cho chủ thể quyền thì mức xử phạt này còn khá thấp, nên không đủ sức răn đe, ngăn chặn hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

- Biện pháp xử lý hình sự

Với nhiều quy định được sửa đổi, bổ sung, BLHS năm 2015 đã góp phần thuận lợi hơn trong quá trình thực thi quyền sở hữu trí tuệ cho các lực lượng chức năng. Tuy nhiên, kết quả thực tiễn cho thấy vẫn còn một số tồn tại điển hình như:

+ BLHS năm 2015 chưa quy định bao quát được tất cả các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ. Theo Luật Sở hữu trí tuệ năm 2013 sửa đổi, bổ sung năm 2019 (khoản 2, 3, 4, 5 Điều 4) đối tượng của quyền tác giả, quyền liên quan gồm: Tác phẩm, cuộc biểu diễn, bản ghi âm, ghi hình, chương trình phát sóng, tín hiệu vệ tinh mang chương trình được mã hóa; quyền sở hữu công nghiệp gồm: Sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh; quyền đối với giống cây trồng gồm giống cây trồng mới. Trong khi đó, BLHS hiện hành chỉ quy định trách nhiệm hình sự đối với hai nhóm quyền (Điều 225. Tội xâm phạm quyền tác giả, quyền liên quan và Điều 226. Tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp) mà không đặt trách nhiệm hình sự đối với quyền đối với giống cây trồng. Mặc dù BLHS năm 2015 đã quy định phạm vi bảo hộ đối với hai nhóm quyền trên, nhưng cũng chưa bao quát hết phạm vi các đối tượng thuộc quyền tác giả, quyền liên quan và quyền sở hữu công nghiệp. Cụ thể, tội xâm phạm quyền tác giả, quyền liên quan mới chỉ quy định với tác phẩm, bản ghi âm, bản ghi hình (hai trên sáu đối tượng) và tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp mới chỉ quy định đối với nhãn hiệu, chỉ dẫn (hai trên bảy đối tượng). Do đó, nếu có hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ với các đối tượng còn lại thì chỉ xử lý bằng biện pháp dân sự hoặc biện pháp hành chính nên chưa đủ sức răn đe, ngăn chặn.

+ Điều kiện truy cứu trách nhiệm hình sự đối với hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ còn khó khăn, bất cập BLHS năm 2015 đã quy định thêm yếu tố *"thu lời bất chính" "giá trị hàng hóa vi phạm"* thay vì chỉ có yếu tố "*quy mô thương mại*" như BLHS trước đây (BLHS năm 1999 sửa đổi, bổ sung năm 2009) làm tình tiết bắt buộc trong cấu thành tội phạm cơ bản. Tuy nhiên, đến nay chưa có hướng dẫn cụ thể về yếu tố *"quy mô thương mại"* cũng như căn cứ, cơ sở, cách thức nhằm xác định *"thu lời bất chính"* và *"giá trị hàng hóa vi phạm"* do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra. Ngoài ra, đối với khoản 1, Điều 226 tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp để xử lý hình sự cần phải có yêu cầu của bị hại. Hơn nữa, theo BLHS năm 2015 có quy định về tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp với hai đối tượng là nhãn hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ tại Việt Nam. Tuy nhiên, Điều 12 Nghị định 99/2013/NĐ-CP ngày 29/08/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghiệp cũng quy định về đối tượng là hàng hóa giả mạo nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, theo đó, có thể xử phạt hành chính đối với các hàng hóa vi phạm trị giá trên 300 triệu đồng (VND). Trong khi đó, khoản 1 Điều 226 tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp lại quy định *"...hàng*

hóa vi phạm trị giá từ 200.000.000 đồng đến dưới 500.000.000 đồng, thì bị phạt tiền từ 50.000.000 đồng đến 500.000.000 đồng hoặc phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm.”. Điều này dẫn đến thực tế có những trường hợp hàng hóa vi phạm trị giá trên 300 triệu đồng nhưng cơ quan chức năng vừa có thể xử lý hành chính thay vì phải xử lý hình sự.

+ Hình phạt xử lý trách nhiệm hình sự tội phạm xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ còn thấp, chưa đủ sức răn đe, ngăn chặn. So với BLHS năm 1999 sửa đổi, bổ sung năm 2009 thì BLHS năm 2015 đã có điều chỉnh theo hướng tăng hình phạt của khoản 1 đối với cả hai tội danh xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ (...mức phạt cải tạo không giam giữ đối với hành vi phạm tội đến 03 năm, trước đây, mức phạt cải tạo không giam giữ chỉ đến 02 năm) còn giữ nguyên khung hình phạt Khoản 2 “*...phạt tù từ 06 tháng đến 03 năm”*. Theo tác giả, so với hậu quả do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra, mà thiệt hại trực tiếp không chỉ về tài sản mà còn ở uy tín, danh tiếng của chủ sở hữu quyền, ảnh hưởng gián tiếp đến quyền lợi người tiêu dùng cũng như môi trường phát triển kinh tế cạnh tranh lành mạnh ở Việt Nam thì khung hình phạt trên vẫn còn khá thấp chưa đủ sức răn đe, ngăn chặn tội phạm này.

Hai là, chủ thể quyền sở hữu trí tuệ chưa thật sự quan tâm đến bảo vệ quyền lợi của mình

Một trong những nguyên nhân của tình trạng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam đó là việc chủ thể quyền chưa làm tốt trách nhiệm của mình trong bảo hộ, đấu tranh với hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Mặc dù sau khi Việt Nam tham gia tích cực vào các hiệp định song phương, đa phương về sở hữu trí tuệ trong đó có hai Hiệp định CPTPP, EVFTA các chủ thể quyền đã có sự quan tâm nhất định đến vấn đề bảo hộ tài sản trí tuệ, tuy nhiên thực tiễn cho thấy hiện nay ở nước ta hoạt động xác lập quyền vẫn còn ở mức thấp, chưa mang tính chủ động. Tình trạng sau khi tài sản sở hữu trí tuệ có uy tín, danh tiếng, mang lại nhiều lợi nhuận thì xảy ra tranh chấp, vi phạm lúc đó chủ thể quyền mới tìm cách đăng ký xác lập, đấu tranh đòi quyền lợi đang là hiện tượng diễn ra khá phổ biến ở nước ta.

Ngoài ra, một bộ phận chủ thể quyền chưa nêu cao ý thức trách nhiệm phối hợp với các lực lượng thực thi trong phát hiện, xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Một phần vì lý do cho rằng đây chỉ là công việc của các lực lượng chức năng một phần xuất phát từ tâm lý “e ngại” lo sợ tốn kém thời gian, chi phí, sợ người tiêu dùng biết đến sản phẩm của mình đang bị xâm phạm sẽ không tiêu thụ được nên đứng ngoài cuộc. Vì vậy, tình trạng sản xuất, buôn bán hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn diễn biến phức tạp, khó kiểm soát.

Ba là, xuất phát từ tâm lý, thói quen mua hàng hóa của người tiêu dùng

Một phần do trình độ nhận thức của người tiêu dùng vẫn còn hạn chế, cụ thể trong phân biệt giữa hàng chính hãng - hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, phương thức, thủ đoạn hoạt động còn thấp; một bộ phận người tiêu dùng vì điều kiện kinh tế khó khăn nên chấp nhận sử dụng hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc vẫn còn tâm lý thích hàng ngoại nhưng đòi hỏi giá thành phải rẻ nên chấp nhận sử dụng hàng hóa không chính hãng; vẫn còn hiện tượng người tiêu dùng vì ngại mất thời gian, chi phí để khiếu nại khi mua và sử dụng phải hàng giả, hàng không chính hãng; cũng có một bộ phận người

tiêu dùng mua theo thói quen cảm tính, dư luận xã hội, tin đồn nên khi mua và sử dụng hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ không quan tâm nhiều đến nguồn gốc xuất xứ, chủ sở hữu quyền, không kiểm tra sản phẩm trước khi mua hàng... đó là môi trường thuận lợi để hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ cùng với hàng giả, hàng lậu tồn tại, phát triển.

- *Bốn là,* hiệu quả công tác phòng ngừa, đấu tranh chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ chưa cao

Công tác phòng, chống các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ mặc dù đã được Đảng, Nhà nước cũng như các cấp, các ngành chủ động quan tâm với nhiều biện pháp được triển khai và trên thực tế đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Tuy nhiên, trước thực trạng tình hình hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn diễn biến phức tạp, thời gian tới các lực lượng thực thi cần căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ của mình để có biện pháp giải quyết một số vấn đề còn tồn tại như sau: Công tác phòng ngừa chưa được coi trọng, nên nội dụng và biện pháp phòng ngừa ít đổi mới về hình thức, đa dạng về nội dung; cơ quan Nhà nước chưa làm tốt được công tác quản lý, thanh tra, kiểm tra, giám sát hoạt động xác lập bảo hộ cũng như trong phát hiện, xử lý hành vi xâm phạm quyền; công tác phát hiện, điều tra, xử lý hành vi xâm phạm quyền đang vẫn đang gặp nhiều khó khăn, đặc biệt trong khâu giám định, khi hiện nay chúng ta chưa có một cơ quan giám định tư pháp nào về lĩnh vực sở hữu trí tuệ; mối quan hệ phối hợp giữa các cơ quan chức năng có hiệu quả chưa cao, vẫn còn hiện tượng đùn đẩy trách nhiệm bởi đến nay chưa xác định rõ trách nhiệm cơ quan nào là đầu mối trong quản lý, phát hiện, điều tra, xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ...

3. Kết luận

Như vậy, qua nội dung bàn luận cho thấy, trách nhiệm bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam không còn là vấn đề mới, mà ngược lại đã được Đảng, Nhà nước rất quan tâm biểu hiện qua một hệ thống chính sách, cơ quan quản lý khá đầy đủ, bao quát. Tuy nhiên, trước những cam kết sở hữu trí tuệ trong các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) mà chúng ta là thành viên bên cạnh những thuận lợi thì đã và đang đặt ra không ít những thách thức liên quan đến bảo hộ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Đặc biệt, trong bối cảnh nền kinh tế, xã hội nước ta còn đang phát triển, đời sống nhân dân vẫn còn ở mức trung bình, pháp luật về sở hữu trí tuệ vẫn bộc lộ tồn tại, hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ còn diễn dang tràn lan, khó kiểm soát. Do đó, để tạo ra những giải pháp đồng bộ, hiệu quả, từng bước vượt qua những thách thức phát huy tối đa thuận lợi, đòi hỏi cần thiết phải có sự chung tay, vào cuộc của các cấp, các ngành cũng như vai trò, trách nhiệm của chủ thể quyền và người tiêu dùng.

4. Giải pháp, kiến nghị

Thời gian tới chúng ta cần chú trọng làm tốt một số giải pháp cơ bản sau:

Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan

Nhằm tạo thuận lợi cho quá trình sáng tạo tài sản trí tuệ cũng như trong xác lập bảo hộ quyền, trước mắt các nhà làm luật cần khẩn trương rà soát lại các văn bản pháp luật có liên quan đến lĩnh vực sở hữu trí tuệ đã ban hành và các cam kết quốc tế về sở hữu trí tuệ mà chúng ta đã tham gia nhằm kịp thời xác định những quy định chưa tương thích, chồng

chéo để chỉnh sửa, bổ sung với mục tiêu bao quát tất cả các đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ, có quy định hướng dẫn một cách cụ thể, rõ ràng về quyền, nghĩa vụ, tiêu chuẩn, điều kiện, trình tự, thủ tục xác lập bảo hộ tài sản trí tuệ vừa đảm bảo lộ trình, cam kết vừa phù hợp với trình độ phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Ngoài ra, để ngăn chặn, xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ thời gian tới cần thiết phải có sửa đổi, bổ sung các quy định liên quan đến các biện pháp thực thi, cụ thể như sau:

- Đối với biện pháp xử lý dân sự:

Tiếp tục khuyến khích các tranh chấp quyền sở hữu trí tuệ được giải quyết bằng biện pháp dân sự, tuy nhiên do sự phức tạp của tình hình xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trước mắt, các cơ quan liên quan ngoài việc quan tâm đầu tư hơn nữa đến công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về lĩnh vực sở hữu trí tuệ cho lực lượng ngành Tòa án tham gia xét xử vụ án sở hữu trí tuệ thì cần thiết quy định về chế tài xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ bằng biên pháp này, tác giả hoàn toàn đồng ý với quan điểm của tác giả Nguyễn Bích Thảo[8] khi ngoài việc tiếp tục duy trì chế tài buộc bồi thường thiệt hại thực tế và lợi nhuận của bên xâm phạm, cần quy định về bồi thường theo luật định trong những trường hợp khó xác định thiệt hại và mức bồi thường thiệt hại theo luật định này phải đủ lớn để đảm bảo tính răn đe. Đối với hành vi xâm phạm cố ý thì tòa án cần có quyền buộc bên xâm phạm phải trả một khoản tiền bồi thường bổ sung, bao gồm cả khoản bồi thường bồi thường mang tính chất trừng phạt, răn đe.

- Đối với biện pháp xử lý hành chính:

Thời gian tới hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ được xử lý bằng biện pháp hành chính sẽ vẫn chiếm tỷ lệ chủ yếu. Tuy nhiên, để biện pháp này phát huy tối đa hiệu quả, đủ sức răn đe, ngăn chặn vi phạm pháp luật về lĩnh vực sở hữu trí tuệ đòi hỏi các nhà làm luật cần tiếp tục sửa đổi, bổ sung các quy định có liên quan như: Tăng mức xử phạt đối với chủ thể có hành vi xâm phạm quyền, vì với mức xử phạt hiện nay như đã trình bày theo tác giả còn khá nhẹ chưa phù hợp so với thiệt hại của chủ thể quyền. Cũng cần bỏ ngay quy định tại Điểm g, Khoản 8, Điều 3 Nghị định số 185/2013/NĐ-CP, ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Khoản 3, Điều 1 Nghị định số 124/2015/NĐ-CP, ngày 19/11/2015 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 185 bởi Nghị định này đã liệt kê tám trường hợp được coi là hàng giả trong đó có trường hợp *"Hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ..."* với quy định như vậy sẽ khó tránh khỏi việc hiểu nhầm hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ cũng là hàng giả hoặc ngược lại hàng giả bao gồm hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ, gây khó khăn cho các lực lượng thực thi trong xử lý hành chính hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

- Đối với biện pháp xử lý hình sự:

Thực tiễn công tác thực thi quyền sở hữu trí tuệ cho thấy, tình hình xâm phạm quyền đối với các đối tượng như sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, cuộc biểu diễn, chương trình phát sóng... đang có nhiều dấu hiệu biễn phức tạp, trong khi đó xử lý bằng biện pháp dân sự, hành chính vẫn chưa đủ sức ngăn chặn. Đồng thời, nhằm thực hiện những cam kết về sở hữu trí tuệ trong Hiệp định CPTPP, EVFTA, chúng ta cũng cần thiết phải bổ sung

thêm các đối tượng như kiểu dáng công nghiệp, sáng chế (đối tượng thuộc quyền sở hữu công nghiệp) và cuộc biểu diễn, chương trình phát sóng (đối tượng thuộc quyền tác giả, quyền liên quan) cũng như các hành vi mà hai Hiệp định trên yêu cầu các nước thành viên quy định trách nhiệm hình sự như cố ý nhập khẩu, xuất khẩu hàng hóa mang nhãn hiệu giả mạo...vào trong quy định được BLHS bảo vệ. Ngoài ra, việc BLHS năm 2015 giữ nguyên quy định yếu tố *"quy mô thương mại"* và bổ sung thêm yếu tố *"thu lời bất chính", "giá trị hàng hóa vi phạm"* trong cấu thành tội phạm xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ theo tác giả là hoàn toàn hợp lý nhằm đảm bảo kế thừa, vận dụng phù hợp với các quy định liên quan đến các thỏa thuận về sở hữu trí tuệ mà Việt Nam là thành viên. Tuy nhiên, để thuận lợi trong quá trình thực thi quyền sở hữu trí tuệ thời gian tới các nhà làm luật cần có hướng dẫn, giải thích cụ thể về các yếu tố này theo hướng sau:

Đối với yếu tố *"quy mô thương mại"*, theo tác giả cần được hiểu là hành vi được thực hiện một cách có chủ ý nhằm mục đích thu lời, không kể giá trị của hàng hóa vi phạm và đã gây ảnh hưởng đến quyền lợi của chủ thể quyền.

Đối với hai yếu tố *"thu lời bất chính"* và *"giá trị hàng hóa vi phạm"* cần quy định căn cứ theo số lượng hàng hóa xâm phạm tại thời điểm bắt giữ, thu giữ và đã xuất bán có giá trị tương đương với giá trị hàng hóa chính hãng đang được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

Đồng thời, để nâng cao tính chủ động trong xử lý hình sự hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ theo tác giả cần thiết bỏ quy định khởi tố theo yêu cầu của bị hại đối với tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (Khoản 1, Điều 226). Đồng thời, cần sửa đổi, bổ sung Điều 12, Nghị định 99/2013/NĐ-CP ngày 29/08/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghiệp theo hướng mức xử phạt cao nhất đối với hành vi giả mạo nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý không quá 250 triệu đồng (VND) đối với hàng hóa vi phạm từ 150 triệu đồng (VND) đến dưới 200 triệu đồng (VND) để đảm bảo phù hợp, thống nhất, liên thông với quy định tại khoản 1, Điều 226 của BLHS năm 2015. Hơn nữa, xuất phát từ hậu quả, thiệt hại do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra như đã đề cập ở trên và thực tiễn khung hình phạt của tội phạm này còn khá thấp, chưa đủ sức dăn đe, ngăn chặn hành vi phạm tội. Thời gian tới, theo tác giả cần sửa đổi, bổ sung khung hình phạt theo hướng bỏ hình phạt *"cải tạo không giam giữ"* và không quy định mức phạt tiền tối đa (hiện nay là 1.000.000.0000 đồng) mà thay vào đó là mức xử phạt tiền gấp 1.5 đến 2 lần số tiền thu lời bất chính, giá trị hàng hóa xâm phạm.

Thứ hai, nâng cao vai trò, trách nhiệm của chủ thể quyền sở hữu trí tuệ và doanh nghiệp, người tiêu dùng

- Đối với chủ thể quyền sở hữu trí tuệ:

Hậu quả do hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây ra có ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của chủ thể quyền, đó không chỉ là thiệt hại về tài sản mà còn là uy tín, danh tiếng, thương hiệu trên thị trường. Vì vậy, để bảo vệ tài sản trí tuệ của mình yêu cầu đầu tiên và có tính tiên quyết đối với chủ thể quyền là cần tiến hành ngay hoạt động đăng ký xác lập bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với thành quả sáng tạo của mình với các cơ quan quản lý có thẩm quyền. Trong trường hợp có chuyển nhượng, mua bán, chuyển giao (cấp li

xăng) tài sản trí tuệ cần công bố rộng rãi, công khai những đơn vị hợp tác, phân phối sản phẩm chính hãng trên mạng Internet để cho doanh nghiệp, người tiêu dùng biết được.

Ngoài ra, lý luận và thực tiễn đã chỉ ra rằng chủ thể quyền chính là đầu mối cung cấp thông tin chủ yếu, chuẩn xác nhất về danh tính, địa điểm sản xuất, buôn bán hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ cho các cơ quan chức năng và trong nhiều trường hợp cũng có thể chính chủ thể quyền mới có thể phân biệt, nhận diện được đâu là sản phẩm xâm phạm. Do đó, thời gian tới để góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động phát hiện, xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ một cách kịp thời thì cần thiết phải có sự tham gia chủ động, tích cực trong phối hợp với các cơ quan thực thi. Khi phát hiện hành vi xâm phạm, chủ thể quyền cần trực tiếp hoặc thông qua vai trò của các luật sư để nhanh chóng cung cấp thông tin, tài liệu đến cơ quan chức năng, cũng như phối hợp chặt chẽ trong quá trình giải quyết vụ việc được nhanh chóng, hiệu quả.

- Đối với doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh

Trước những cam kết về sở hữu trí tuệ ở mức độ cao trong Hiệp định CPTPP, EVFTA mà chúng ta là thành viên sẽ có tác động rất lớn đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung, để phát huy những lợi thế và đồng thời tránh rơi vào những tranh chấp, kiện tụng, vi phạm bất lợi thì các doanh nghiệp trước mắt cần phải nhận thức một cách nghiêm túc, đầy đủ về những luật lệ quốc tế liên quan đến bảo hộ, thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong các Hiệp định này. Đồng thời, trong quá trình tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh cũng cần nghiêm chỉnh chấp hành các quy định pháp luật có liên quan đến khai thác, sử dụng tài sản trí tuệ. Bên cạnh đó, để bảo vệ quyền lợi của mình doanh nghiệp cũng cần chủ động, tích cực cung cấp các thông tin, tài liệu có liên quan đến các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ đến chủ thể quyền và các cơ quan chức năng để kịp thời phát hiện, xử lý theo quy định pháp luật.

- Đối với người tiêu dùng

Người tiêu dùng vừa là chủ thể trực tiếp sử dụng sản phẩm trí tuệ đồng thời cũng có vai trò ảnh hưởng đến sự phát triển tài sản trí tuệ. Để nâng cao trình độ nhận thức của người tiêu dùng trong bảo vệ tài sản trí tuệ cũng như quyền lợi của chính mình trước hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, lực lượng chức năng cần làm tốt công tác tuyên truyền vận động quần chúng nhân dân cần tích cực tham gia phòng, chống hành vi vi phạm pháp luật về sở hữu trí tuệ, trong đó cần tập trung làm tốt một số nội dung tuyên truyền sau đây:

+ Các quy định pháp luật có liên quan đến bảo hộ, thực thi quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và đấu tranh chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Thông qua đó, một mặt nâng cao nhận thức pháp luật đối với quần chúng nhân dân, mặt khác làm nổi bật vai trò, trách nhiệm của mọi người tiêu dùng trong hoạt động đấu tranh phòng, chống hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Cùng với việc tuyên truyền pháp luật, các cơ quan chức năng cần tuyên truyền, khuyến khích người tiêu dùng sử dụng pháp luật là công cụ để bảo vệ quyền lợi của mình khi mua, sử dụng phải hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

+ Thông tin rộng rãi tình hình hoạt động xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên thị trường như những tài sản trí tuệ bị xâm phạm phổ biến; phương thức, thủ đoạn, địa bàn

hoạt động phạm tội; khuyến cáo người tiêu dùng tự bảo vệ mình bằng cách không mua những loại hàng hoá không rõ xuất xứ, nhãn mác có dấu hiệu sửa chữa, hay có nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý trùng hoặc tương tự với những nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ, tẩy xoá, không ham rẻ; cách kiểm tra hàng chính hãng đã đăng ký bảo hộ, truy xuất nguồn gốc sản phẩm, bán hàng phải có hóa đơn, chứng từ để chứng minh nguồn gốc sản phẩm...

+ Tuyên truyền về kết quả công tác phát hiện và xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên địa bàn phụ trách, trong đó cần chú ý đến các vụ án đang được dư luận xã hội quan tâm để qua đó cảnh báo, răn đe và giáo dục các đối tượng khác đang có ý định thực hiện hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Về hình thức tuyên truyền: Các lực lượng thự thi cần chủ động phối hợp chặt chẽ với cơ quan báo chí, phát thanh, truyền hình, thông tin đại chúng khác hoặc qua tổ chức các hội chợ triển lãm phân biệt hàng thật - hàng giả - hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ để tuyên truyền những thông tin trên đến người tiêu dùng.

Thứ ba, tăng cường hiệu quả mối quan hệ phối hợp giữa các lực lượng chức năng trong phòng, chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ

Hoạt động phòng, chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ cần thiết phải có sự tham gia của nhiều lực lượng, liên quan đến nhiều ngành, nhiều cấp khác nhau. Nhận thức được tầm quan trọng đó trong những năm qua, các lực lượng thực thi quyền sở hữu trí tuệ đã chú trọng phối hợp với các cơ quan chức năng để tăng cường công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức về các quy định liên quan đến cam kết, thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với chủ thể quyền, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, người tiêu dùng cũng như trong công tác thanh tra, kiểm tra để kịp thời phát hiện, xử lý những hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và bước đầu đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Tuy nhiên, hoạt động phối hợp vẫn còn thiếu chủ động, hiệu quả phối hợp chưa cao; số vụ được phát hiện, xử lý đặc biệt là xử lý hình sự còn rất hạn chế. Vì vậy, trong bối cảnh Hiệp định CPTPP, EVFTA có hiệu lực thời gian tới các lực lượng thực thi cần tiếp tục tăng cường mối quan hệ phối hợp, trong đó cần tập trung làm tốt một số vấn đề trọng tâm sau:

+ Tăng cường trao đổi thông tin về diễn biến tình hình, phương thức, thủ đoạn, địa bàn hoạt động mới của các đối tượng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên cơ sở đó kịp thời tham mưu, đề xuất với Đảng, Nhà nước, các cơ quan có liên quan nhằm xác định được những tồn tại, bất cập trong hệ thống chính sách pháp luật, biện pháp đã triển khai để đưa ra giải pháp phù hợp, hiệu quả trên cơ sở vừa đảm bảo việc tuân thủ cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên vừa hài hòa với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội trong nước.

+ Nâng cao hiệu quả mối quan hệ giữa các lực lượng thực thi như Cảnh sát kinh tế, cơ quan thanh tra chuyên ngành thuộc Bộ Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Công thương, Bộ Tài chính, Bộ Khoa học và Công nghệ... Trước mắt cần tiếp tục rà soát, bổ sung, hoàn thiện cơ chế phối hợp, thường xuyên xây dựng kế hoạch tổ chức đoàn thanh tra, kiểm tra liên ngành dưới nhiều hình thức như chuyên đề, đột xuất, định kỳ để vừa kiểm soát hàng hóa lưu thông trên thị trường vừa kịp thời phát hiện, xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, trước mắt cần tập trung vào những địa bàn trọng điểm, phức tạp, những đối tượng thuộc quyền sở hữu trí tuệ đang bị xâm phạm phổ biến.

+ Tăng cường mối quan hệ phối hợp trong hoạt động điều tra, xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, đặc biệt là những vụ việc phức tạp. Ngoài ra, để có đầy đủ căn cứ xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ cần thiết phải tiến hành hoạt đông giám định, tuy nhiên đến nay chúng ta chưa có cơ quan giám định tư pháp về lĩnh vực này, đây cũng là một trong những bất cập thường dẫn đến quá trình giải quyết vụ việc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ kéo dài, phải gia hạn nhiều lần. Do đó, thời gian tới cần tham mưu, đề xuất với các ngành, các cấp xây dựng cơ quan chuyên trách giám định tư pháp về lĩnh vực sở hữu trí tuệ.

Với mục tiêu hội nhập quốc tế đã được Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10/04/2013 của Bộ Chính trị khẳng định *"Hội nhập quốc tế phải nhằm củng cố môi trường hòa bình, tranh thủ tối đa các điều kiện quốc tế thuận lợi để phát triển đất nước nhanh và bền vững, nâng cao đời sống nhân dân..."* thời gian qua Việt Nam đã cụ thể mục tiêu đó bằng việc tham gia, đàm phán, ký kết một số hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có các FTA thế hệ mới như hai Hiệp định CPTPP, EVFTA với nhiều thỏa thuận trên hầu hết các lĩnh vực khác nhau, đặc biệt trong đó là sở hữu trí tuệ. Để tận dụng tối đa cơ hội và vượt qua những thách thức trong phát triển kinh tế - xã hội nói chung, lĩnh vực sở hữu trí tuệ nói riêng đòi hỏi Việt Nam cần nghiêm chỉnh tuân thủ các cam kết quốc tế mà chúng ta đã tham gia đi đôi với chủ động, tích cực tham gia xây dựng giải pháp thực hiện đồng bộ trong một chiến lược hội nhập quốc tế tổng thể với lộ trình, bước đi phù hợp với điều kiện thực tế và năng lực của đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1, 3, 4. Cục Sở hữu trí tuệ (2019). Hội nghị *"Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) Một số cam kết quan trọng về sở hữu trí tuệ và những điều cần lưu ý",* http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/13949-hoi-nghi-evfta--mot-so-cam-ket-quan-trong-ve-so-huu-tri-tue-va-nhung-dieu-can-luu-y, ngày 27/8/2019.

2. Báo Công thương (2019). Sở hữu trí tuệ trong các FTA thế hệ mới: Cam kết ở mức độ cao và toàn diện, http://trungtamwto.vn/chuyen-de/12856-so-huu-tri-tue-trong-cac-fta-the-he-moi-cam-ket-o-muc-do-cao-va-toan-dien, ngày 20/3/2019.

5. Thanh An (2019). "Siết chặt" quy định về SHTT trong CPTPP: Sức ép cho doanh nghiệp đổi mới, sáng tạo, https://khoahocphattrien.vn/chinh-sach/siet-chat-quy-dinh-ve-shtt-trong-cptpp-suc-ep-cho-doanh-nghiep-doi-moi-sang-tao/2019012203320578p1c785.htm, ngày 24/01/2019

6. Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ (2016). Những kết quả đạt được của Chương trình 168 về phối hợp hành động phòng và chống xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ giai đoạn II (2012 - 2015), https://thanhtra.most.gov.vn/thanhtra/tin-tuc/4/49/nhung-ket-qua-dat-duoc-cua-chuong-trinh-168-ve-phoi-hop-hanh-dong-phong-va-chong-xam-pham-quyen-so-huu-tri-tue-giai-doan-ii-2012---2015.aspx, ngày 02/8/2016

7, 8. Nguyễn Bích Thảo, Khoa Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội (2017). *"Hoàn thiện pháp luật sở hữu trí tuệ trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế và tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới"*, http://www.lapphap.vn/Pages/tintuc/tinchitiet.aspx?tintucid=208003, ngày 01/02/2017

TUÂN THỦ TIÊU CHUẨN LAO ĐỘNG CƠ BẢN TẠI CÁC NHÀ MÁY MAY MẶC KHI VIỆT NAM THAM GIA EVFTA - THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

IMPLEMENTATION OF BASIC LABOR STANDARDS AT GARMENT ENTERPRISES WHEN VIETNAM PARTICIPATED IN EVFTA - SITUATION AND ISSUES

ThS. Bùi Thị Thu Hà

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong bối cảnh Việt Nam vừa ký kết Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đang đứng trước cơ hội rất lớn về mở cửa thị trường và hưởng các ưu đãi về thuế quan. Tuy nhiên, để có được những lợi ích đó đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải tuân thủ các cam kết về thương mại. Trong đó, có yêu cầu về đảm bảo các tiêu chuẩn lao động tối thiểu để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả trình về các tiêu chuẩn lao động cơ bản của tổ chức lao động quốc tế - ILO và các cam kết về lao động trong Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu. Bằng phương pháp nghiên cứu định tính, tác giả đã phác họa bức tranh về tình hình tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may mặc ở Việt Nam và rút ra những vấn đề cấp thiết cần giải quyết. Qua đó giúp các doanh nghiệp may, các cơ quan quản lý nhà nước về lao động và các nhà hoạch định chính sách đưa ra những giải pháp cải thiện việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại loại hình doanh nghiệp này nhằm đảm bảo quyền tối thiểu của người lao động tại nơi làm việc, góp phần ổn định và phát triển quan hệ lao động cũng như tận dụng tối đa lợi ích khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu đi vào thực thi.

Từ khóa: *EVFTA, doanh nghiệp may, tiêu chuẩn lao động cơ bản,...*

Abstract

In the context that Vietnam has just signed Vietnam - European Union Free Trade Agreement, export enterprises of Viet Nam are facing a great opportunity to open the market and enjoy preferential tariffs. However, to gain those benefits requires exporters to comply with trade commitments. In particular, there are requirements on ensuring minimum labor standards to protect the rights and legitimate interests of workers. In this article, the author presents the basic labor standards of the International Labor Organization - ILO and the labor commitments under Vietnam - European Union Free Trade Agreement. By qualitative research methods, the author has analyzed the situation of compliance with basic labor standards at garment factories in Vietnam and drawing urgent issues to be addressed. Thereby helping garment enterprises, labor management agencies and policy makers propose solutions to improve the compliance with basic labor standards in this type of enterprise to ensure minimum rights of workers at the workplace, contributing to stability and development of labor relations as well as making the most of the benefits when the Vietnam - European Union Free Trade Agreement comes into effect.

Keywords: *EVFTA, garment enterprises, basic labor standards,...*

1. Đặt vấn đề

Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới có phạm vi toàn diện, vượt ra khỏi khuôn khổ tự do thương mại hàng hóa (Nguyễn Thanh Tâm, 2016). Các FTA này ngoài việc tiếp tục cam kết sâu hơn vào việc loại bỏ rào cản thương mại còn điều chỉnh sang các lĩnh vực khác liên quan tới đầu tư, sở hữu trí tuệ và các nội dung phi thương mại. Về nội hàm nội dung lao động, các FTA yêu cầu các quốc gia tham gia phải đảm bảo các tiêu chuẩn lao động tối thiểu để bảo vệ quyền của người lao động (NLĐ) và điều chỉnh pháp luật lao động quốc gia nhằm thực thi các yêu cầu này. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động quốc tế của ILO về quyền của NLĐ đã trở thành nội dung quan trọng trong các diễn đàn quốc tế, các cuộc đối thoại song phương và đa phương về nhân quyền, phát triển xã hội, phát triển bền vững trong những thập kỷ gần đây. Việc ký kết Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng tiếp cận thị trường Châu Âu và lợi ích sẽ đến chủ yếu ở một số ngành nhất định trong đó có dệt may, da giày, chế biến thực phẩm, đồ gỗ. Sản phẩm của các ngành này chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Việc cắt giảm thuế có thể làm tăng xuất khẩu của Việt Nam sang EU lên khoảng 30%- 40% theo dự báo của các chuyên gia kinh tế. Tuy nhiên, để hưởng lợi từ EVFTA, các doanh nghiệp Việt Nam cần đảm bảo tuân thủ các cam kết trong đó có các điều khoản về đảm bảo các quyền tối thiểu của NLĐ tại nơi làm việc là: Quyền tự do hiệp hội và thương lượng tập thể (TLTT); Xóa bỏ lao động cưỡng bức; Xóa bỏ lao động trẻ em; Xóa bỏ các hình thức phân biệt đối xử trong lao động. Đây là một thách thức rất lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam đặc biệt là đối với những ngành thâm dụng lao động như dệt may, da giày.

Trong nhiều năm qua dệt may luôn là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Năm 2018 giá trị xuất khẩu đạt 30,4 tỷ USD, tăng 16,6% so với năm 2017 (VITAS, 2019). Hiện ngành dệt may Việt Nam đứng top 5 trong số 153 nước xuất khẩu may trên thế giới. Trong đó, Mỹ và EU dẫn đầu với kim ngạch xuất khẩu trong năm 2018 lần lượt tăng là 13,7% và 10,5%. Tại Nhật và Hàn Quốc, hàng dệt may Việt Nam đang tiến tới vị trí dẫn đầu tại 2 thị trường này với kim ngạch xuất khẩu 2018 lần lượt tăng là 24,8% và 32,6% (GSO&VITAS, 2019). Ngành may đồng thời là ngành sử dụng lao động chính thức nhiều nhất tại Việt Nam, chiếm hơn 20% lao động trong khu vực công nghiệp và gần 5% tổng lực lượng lao động toàn quốc, cung cấp việc làm cho gần 2,5 triệu lao động, gián tiếp hỗ trợ đời sống cho hàng triệu người liên quan đến thu nhập từ những công nhân dệt may. Trong bối cảnh Việt Nam vừa ký kết EVFTA, dệt may được lựa chọn là ngành có khả năng thu được lợi ích lớn nhất của Việt Nam khi hiệp định đi vào thực thi. Tuy nhiên, là ngành sử dụng nhiều lao động phổ thông và có độ nhạy cảm cao về quan hệ lao động (QHLĐ), số vụ tranh chấp lao động (TCLĐ) và đình công trong các doanh nghiệp dệt may vẫn đứng đầu cả nước trong những năm gần đây. Các cuộc đình công đều là tự phát và phần lớn xuất phát từ việc vi phạm việc tuân thủ các quy định pháp luật lao động của doanh nghiệp. Theo báo cáo của Better Work, hiện nay vẫn còn tỷ lệ khá lớn các doanh nghiệp may vi phạm các quyền cơ bản của NLĐ tại nơi làm việc trong đó vi phạm nhiều nhất là quyền tự do hiệp hội và TLTT; Lao động cưỡng bức và phân biệt đối xử về giới trong tuyển dụng và sử dụng lao động. Trong bối cảnh mới, đòi hỏi các doanh nghiệp may mặc

phải thực hiện đúng các cam kết về lao động trong đó có đảm bảo các quyền tối thiểu của NLĐ thì mới có thể tận dụng được cơ hội từ EVFTA.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.2.1. Các tiêu chuẩn lao động quốc tế

Các tiêu chuẩn quốc tế về QHLĐ là chuẩn mực để các chủ thể QHLĐ tham gia vào thị trường lao động toàn cầu. Tiêu chuẩn lao động quốc tế là những nguyên tắc và những chuẩn mực về lao động, QHLĐ và các vấn đề liên quan được thể hiện dưới hai dạng đó là các công ước và khuyến nghị do Hội nghị Lao động quốc tế hàng năm của Tổ chức lao động quốc tế - ILO thông qua. Các tiêu chuẩn lao động quốc tế được coi như pháp luật quốc tế về lĩnh vực lao động. Nó là các chuẩn mực buộc các nước thành viên hay các nước sử dụng lao động của các nước thành viên phải tham khảo trong các quyết định về lao động.

Theo David Macdonald và Caroline Vardenabeele (1996), công ước quốc tế về lao động là một thỏa thuận quốc tế về một vấn đề (hoặc các vấn đề) cụ thể mà nó ràng buộc các nước phê chuẩn. Công ước là văn bản pháp quy quan trọng nhất của ILO quy định những thủ tục pháp lý, những quy chuẩn lao động, tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn công nghiệp, những quyền cơ bản của con người, của công đoàn, những quy định về giám sát và kiểm tra an toàn lao động cũng như việc thi hành Công ước. Những nước thành viên ILO tự nguyện áp dụng các điều khoản của những công ước đó, sửa đổi luật lệ quốc gia theo các yêu cầu của các công ước và chấp nhận sự giám sát quốc tế trong việc thực hiện công ước.

Tại Hội nghị Lao động Quốc tế lần thứ 86 họp ở Geneva tháng 6 năm 1998, các nước thành viên của ILO, trong đó có Việt Nam, thông qua Tuyên bố về những Nguyên tắc và Quyền cơ bản trong Lao động ở Tuyên bố 1998 là: (i) Tự do liên kết và công nhận một cách thực chất quyền TLTT; (ii) Loại bỏ mọi hình thức lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc; (iii) Xóa bỏ một cách có hiệu quả lao động trẻ em; và (iv) Loại bỏ phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp. Tuyên bố cũng nêu ra 8 Công ước cơ bản thể hiện những nguyên tắc và quyền trên là: Công ước số 87 và 98 về tự do liên kết và TLTT; Công ước số 29 và 105 về xóa bỏ lao động cưỡng bức và bắt buộc; Công ước số 138 và 182 về xóa bỏ lao động trẻ em; Công ước số 100 và 111 về xóa bỏ phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp. Cụ thể là:

Về quyền tự do liên kết và TLTT: (i) Công ước số 87 về Tự do hiệp hội và Bảo vệ quyền tổ chức (1948): Theo đó, NLĐ có quyền tự do và quyền lập hoặc gia nhập các tổ chức đại diện và bảo vệ quyền lợi của mình. Người sử dụng lao động không có quyền can thiệp đối với việc NLĐ thành lập hay gia nhập các hoạt động của tổ chức đại diện NLĐ. Người lao động có quyền yêu cầu tổ chức công đoàn cấp trên cơ sở hay cấp trung ương trực tiếp bảo vệ và hỗ trợ NLĐ trong việc thành lập công đoàn cơ sở (CĐCS); (ii) Công ước số 98 về quyền tổ chức và TLTT (1949). Công ước cơ bản này quy định rằng các quốc gia có biện pháp thích hợp, khi cần thiết, phù hợp với các điều kiện của quốc gia để khuyến khích và thúc đẩy sự phát triển và sử dụng cơ chế cho tự nguyện đàm phán giữa NSDLĐ với các tổ chức của NLĐ, nhằm mục đích điều chỉnh các điều khoản và điều kiện việc làm thông qua các thoả ước lao động tập thể (TƯLĐTT).

Về lao động cưỡng bức: (i) Công ước số 29 về Lao động cưỡng bức (1930) cấm tất cả các hình thức lao động cưỡng bức hoặc ép buộc, được hiểu là "tất cả các công việc hoặc dịch vụ được yêu cầu từ bất kỳ người nào dưới sự đe dọa của bất kỳ hình phạt nào mà một người không tự nguyện cung cấp". Công ước cũng đòi hỏi rằng việc sử dụng lao động cưỡng bức sẽ bị trừng phạt như một hình phạt vi phạm và các quốc gia phê chuẩn đảm bảo rằng những hình phạt liên quan áp đặt theo luật pháp là đầy đủ và được thực thi chặt chẽ; (ii) Công ước 105 về Xóa bỏ lao động cưỡng bức (1957) bổ sung cho Công ước 29 về cấm lao động cưỡng bức, bao gồm cả lao động bắt buộc trong nhà tù, như một phương tiện ép buộc chính trị hoặc giáo dục hoặc như một hình phạt đối với việc giữ hay diễn đạt quan điểm chính trị hoặc các quan điểm về mặt ý thức hệ đối với hệ thống chính trị, kinh tế xã hội đã được thiết lập; như một phương pháp huy động và sử dụng lao động cho mục đích phát triển kinh tế; như một phương tiện kỷ luật lao động; như một sự trừng phạt vì đã tham gia đình công và như một phương tiện phân biệt chủng tộc, xã hội, quốc gia hay tôn giáo.

Về lao động trẻ em: (i) Công ước số 138 về Tuổi tối thiểu (1973) quy định độ tuổi lao động tối thiểu chung là 15 tuổi (13 tuổi đối với công việc nhẹ nhàng) và cho công việc nguy hiểm là 18 tuổi (16 tuổi trong điều kiện nghiêm ngặt nhất định). Đối với những nơi mà nền kinh tế và cơ sở giáo dục chưa phát triển đầy đủ, có thể thiết lập độ tuổi tối thiểu chung là 14 tuổi (12 tuổi cho công việc nhẹ nhàng); (ii) Công ước số 182 về Các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất (1999) định nghĩa "trẻ em" là người dưới 18 tuổi. Công ước yêu cầu các quốc gia phê chuẩn phải loại bỏ các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất, bao gồm: tất cả các hình thức nô lệ hoặc các hoạt động tương tự như nô lệ, buôn bán trẻ em, gán nợ nô lệ và lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc, bao gồm tuyển dụng bắt buộc hoặc bắt buộc trẻ em tham gia xung đột vũ trang; mại dâm trẻ em và khiêu dâm; sử dụng trẻ em để hoạt động bất hợp pháp, đặc biệt cho sản xuất và buôn bán ma túy và công việc có khả năng gây hại cho sức khoẻ, sự an toàn hay đạo đức của trẻ em.

Xóa bỏ các hình thức phân biệt đối xử trong lao động: (i) Công ước số 100 về Trả công bình đẳng (1951) yêu cầu các quốc gia phê chuẩn phải bảo đảm áp dụng nguyên tắc bình đẳng trong trả "tiền thù lao" đối với lao động nam và nữ làm việc có giá trị như nhau; (ii) Công ước số 111 về Phân biệt đối xử (việc làm và nghề nghiệp) (1958) định nghĩa phân biệt đối xử là bất kỳ sự kỳ thị nào, loại trừ hoặc ưu tiên được thực hiện trên cơ sở chủng tộc, màu da, giới tính, tôn giáo, quan điểm chính trị, nguồn gốc quốc gia hay nguồn gốc xã hội, làm vô hiệu hoá hoặc làm suy yếu sự bình đẳng về cơ hội hoặc đối xử trong việc làm hoặc nghề nghiệp. Công ước cũng đề cập cả việc phân biệt đối xử liên quan đến tiếp cận giáo dục, đào tạo nghề, tiếp cận việc làm và các ngành nghề cụ thể, cũng như các điều khoản và điều kiện làm việc.

2.1.2. Cam kết lao động về đảm bảo thực thi các nghĩa vụ trong Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU

Ngày 01 tháng 12 năm 2015, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU đã chính thức kết thúc đàm phán và đến ngày 01 tháng 2 năm 2016 văn bản Hiệp định đã được công bố. Ngày 26 tháng 6 năm 2018 EVFTA được tách thành hai Hiệp định là: Hiệp định Thương mại (EVFTA) và Hiệp định Bảo hộ đầu tư (EVIPA); Đồng thời chính thức kết thúc quá trình rà soát pháp lý đối với EVFTA. Ngày 30 tháng 06 năm 2019, EVFTA được ký kết và đến

ngày 21 tháng 1 năm 2020, Ủy ban thương mại quốc tế Liên minh Châu Âu thông qua khuyến nghị phê chuẩn EVFTA. Ngày 30 tháng 3 năm 2020, Hội đồng Châu Âu thông qua Hiệp định EVFTA. Ngay khi được Quốc hội Việt Nam thông qua thì EVFTA có hiệu lực. Theo đó, khoảng 85,6% số dòng thuế xuất khẩu vào Liên minh Châu Âu sẽ được xóa bỏ, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Tương tự, 65% dòng thuế đối với hàng xuất khẩu của EU sang Việt Nam cũng sẽ được xóa bỏ ngay khi FTA có hiệu lực. Bên cạnh những tác động về mặt thương mại - kinh tế, việc thực hiện các cam kết nêu trong EVFTA và các FTA thế hệ mới khác có những ảnh hưởng, tác động nhất định tới cơ chế và thực tiễn về lao động, thương mại và phát triển bền vững ở Việt Nam. Một trong những nội dung làm cho EVFTA trở thành FTA thế hệ mới là đưa ra các tiêu chuẩn về lao động và môi trường. EU và Việt Nam đã nhất trí một chương trình toàn diện và đầy đủ về thương mại và phát triển bền vững với một danh mục các cam kết bao gồm việc thực hiện có hiệu quả các tiêu chuẩn lao động cơ bản của Tổ chức Lao động quốc tế - ILO, phê chuẩn các Công ước của ILO, các nghĩa vụ khác và thực thi có hiệu quả luật lao động trong nước và các luật về môi trường để thu hút thương mại và đầu tư, thúc đẩy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp,... Những cam kết này yêu cầu chính phủ Việt Nam phải xem xét các chính sách và pháp luật lao động cũng như các thông lệ thực hành lao động tại doanh nghiệp để từ đó tiếp tục thực hiện các điều chỉnh thích hợp. Điều này đồng thời mở ra cả các cơ hội lẫn thách thức cho doanh nghiệp trong khi phải thay đổi để thực hiện hiệu quả các cam kết.

Trong phần lớn các hiệp định thương mại có các điều khoản về lao động, các bên cam kết không làm giảm các tiêu chuẩn lao động của họ hoặc luật lao động nhằm giành lợi thế cạnh tranh của mình. Điều khoản lao động trong FTA cũng nhằm đảm bảo rằng luật lao động trong nước được thi hành có hiệu quả và phù hợp với các tiêu chuẩn lao động quốc tế. Theo ILO (2016), từ 2013 đến nay, trên 72% các FTA liên hệ đến các tiêu chuẩn lao động của ILO. Hầu hết các FTA có các điều khoản về lao động đều có các cam kết ràng buộc về mặt pháp lý đối với các nguyên tắc và quyền cơ bản trong lao động, điều khoản về cơ chế giải quyết tranh chấp trong trường hợp vi phạm các nghĩa vụ đã cam kết.

Cam kết về lao động trong EVFTA được quy định tại Điều 3 Chương 13 về Thương mại và Phát triển bền vững. EU và Việt Nam đều nhận thức rõ tầm quan trọng của việc làm đầy đủ và có năng suất cao, việc làm bền vững cho tất cả mọi người, đặc biệt là để đối phó với tác động của toàn cầu hóa và khẳng định lại cam kết thúc đẩy phát triển thương mại song phương theo cách có lợi cho việc làm đầy đủ và có năng suất cao, việc làm bền vững cho tất cả mọi người, bao gồm cả phụ nữ và lao động trẻ em. Tại Điều 3 Khoản 1 hai bên cam kết trao đổi và hợp tác một cách thích hợp về các vấn đề lao động liên quan đến thương mại mà hai bên cùng có lợi ích. Cũng giống như phần lớn các FTA khác có các điều khoản về lao động, EVFTA không đưa ra tiêu chuẩn riêng mà khẳng định lại việc tôn trọng, thúc đẩy và thực hiện có hiệu quả bốn tiêu chuẩn lao động được thể hiện trong 8 Công ước cơ bản theo Tuyên bố năm 1998 của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), kể cả khi chưa phê chuẩn, bao gồm: (i) Quyền tự do hiệp hội và thương lượng tập thể; (ii) Xóa bỏ lao động cưỡng bức; (iii) Xóa bỏ lao động trẻ em; (iv) Xóa bỏ các hình thức phân biệt đối xử trong lao động. Đến nay, Việt Nam đã phê chuẩn 24 Công ước của ILO, trong đó có 6 trong 8 Công ước cơ bản *(Xem Bảng 1)*.

Bảng 1. Tình trạng phê chuẩn tám công ước cơ bản của Tổ chức lao động quốc tế ở Việt Nam

TT	Công ước	Nội dung Công ước quy định về	Năm thông qua	Năm Việt Nam phê chuẩn
1	Công ước 29	Lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc	1930	2007
2	Công ước 87	Quyền tự do hiệp hội	1948	Chưa phê chuẩn
3	Công ước 98	Áp dụng những nguyên tắc của quyền tổ chức và thương lượng tập thể	1949	2019
4	Công ước 100	Trả công bình đẳng giữa lao động nam và lao động nữ cho một công việc có giá trị như nhau	1951	1997
5	Công ước 105	Xóa bỏ lao động cưỡng bức	1957	Chưa phê chuẩn
6	Công ước 111	Phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp	1958	1997
7	Công ước 138	Tuổi tối thiểu được đi làm việc	1973	2003
8	Công ước 182	Nghiêm cấm và hành động khẩn cấp xóa bỏ các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất	1999	2000

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Tại Điều 3 Khoản 3 Chương 13 của EVFTA, hai bên cam kết nỗ lực tiến tới phê chuẩn những công ước cơ bản mà mỗi bên chưa phê chuẩn, cũng như thông báo cho nhau thông tin liên quan một cách thường xuyên. Các bên cam kết thực hiện có hiệu quả trong luật và thực tiễn các công ước ILO đã phê chuẩn (Điều 3 Khoản 5) và không vi phạm các tiêu chuẩn lao động cơ bản để làm lợi thế cạnh tranh và không sử dụng tiêu chuẩn lao động vì mục đích bảo hộ thương mại (Điều 3 Khoản 6). Hiện nay, Việt Nam đang trong quá trình nghiên cứu và chuẩn bị phê chuẩn đối với 02 Công ước cơ bản còn lại là: Công ước số 87 về quyền tự do hiệp hội và Công ước 105 về xóa bỏ lao động cưỡng bức. Sau khi phê chuẩn các công ước trên, Việt Nam cần sửa đổi luật pháp quốc gia để phù hợp với các quy định quốc tế và các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam cần đảm bảo tuân thủ các quy định trên thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với NLĐ và phù hợp với luật pháp quốc tế.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

1.1.1.1. 2.2.1.1Phương pháp phỏng vấn sâu

Nội dung phỏng vấn về thực hiện các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may ở Việt Nam. Tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp và phỏng vấn qua điện thoại bằng

kỹ thuật phỏng vấn bán cấu trúc đối với đại diện doanh nghiệp, công nhân và cán bộ công đoàn (CBCĐ) tại các nhà máy may trên địa bàn tại Hà Nội, Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Hà Nam, Thanh Hóa, Nghệ An, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai vào khoảng thời gian từ 15/10/2018 đến 03/12/2018 trong khuôn khổ thực hiện Báo cáo về thực tiễn QHLĐ tại Việt Nam do ILO tài trợ và vào khoảng thời gian từ 15/7/2019 đến 15/9/2019 trong khuôn khổ thực hiện đề tài luận án tiến sĩ. Tổng số đối tượng được tiếp cận để phỏng vấn là 61 người *(Xem Bảng 2)*.

Bảng 2: Thống kê số cuộc phỏng vấn sâu

Đối tượng / Tỉnh/Thành	NSDLĐ	NLĐ	CBCĐCS	Tổng
Hà Nam	02	04	04	10
Hà Nội	02	05	04	11
Hưng Yên	02	02	02	06
Hải Phòng	01	02	01	04
Hải Dương	02	02	02	06
Thanh Hóa	01	02	01	04
Nghệ An	02	02	02	06
Thành phố Hồ Chí Minh	02	02	02	06
Bình Dương	01	02	01	04
Đồng Nai	01	02	01	04
Tổng	**16**	**25**	**20**	**61**

2.2.1.2. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp dữ liệu thứ cấp được thu thập, tổng hợp từ nghiên cứu tài liệu, báo cáo của các tổ chức, cơ quan như: Tổ chức lao động quốc tế (ILO), Bộ lao động Thương binh - Xã hội (MOLISA), trung tâm hỗ trợ phát triển QHLĐ (CIRD), trung tâm phát triển hội nhập (CDI), tổ chức OXFAM, viện Khoa học Lao động và Xã hội (ILSSA), Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam (VGCL), Hiệp hội dệt may Việt Nam (VITAS), Công đoàn dệt may Việt Nam (CĐDMVN), các doanh nghiệp may khảo sát...; Các nghiên cứu trong các Bản tin Thị trường lao động; Bản tin Quan hệ lao động, Bản tin Công đoàn đổi mới vì quyền và lợi ích người lao động và nhiều ấn phẩm khác đến năm 2019.

2.2.2. Phương pháp phân tích, xử lý dữ liệu

Đối với dữ liệu thu thập được từ các cơ quan, tổ chức, các báo cáo thực trạng, văn bản pháp luật liên quan đến thực hiện các tiêu chuẩn lao động tại doanh nghiệp may, tác giả tiến hành phân tích, kiểm tra dựa theo tiêu chí về tính chính xác, tính phù hợp và tính cập nhật. Sau đó các dữ liệu được đối chiếu, so sánh để thu được thông tin đảm bảo nhất quán và phản ánh đúng tình hình thực hiện các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may. Đối với dữ liệu từ phỏng vấn, kết quả phỏng vấn NLĐ, CBCĐ, NSDLĐ tại các nhà máy may được tác giả ghi chép, sau đó lựa chọn, chắt lọc những thông tin cần thiết. Từ

những dữ liệu thu thập được, tác giả tiến hành tổng hợp để làm rõ hơn thực trạng tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may mặc tại Việt Nam hiện nay.

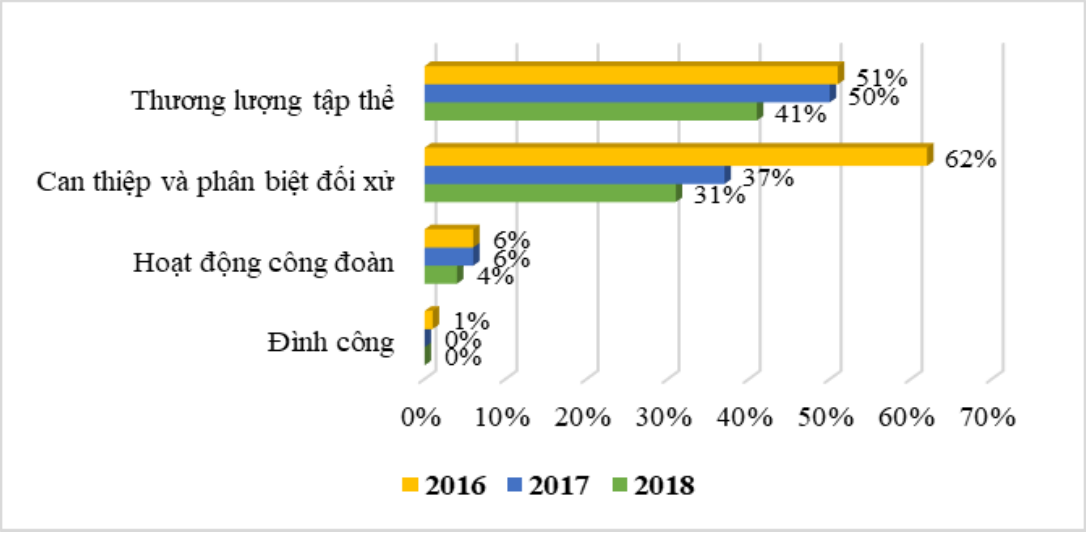
3. Thực trạng tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may mặc ở Việt Nam hiện nay và những vấn đề đặt ra

3.1. Thực trạng tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại các nhà máy may mặc ở Việt Nam

3.1.1. 3.1.1. Thực trạng tuân thủ quyền tự do hiệp hội và thương lượng tập thể tại các nhà máy may mặc

Công ước 87 và 98 của ILO khẳng định "quyền thành lập và gia nhập công đoàn và TLTT của tất cả mọi NLĐ đều được công nhận". Tuy nhiên theo báo cáo của MOLISA và CĐDMVN (2018) thì tỷ lệ doanh nghiệp may tiến hành thương lượng, ký kết TƯLĐTT theo đúng trình tự, thủ tục quy định vẫn còn thấp, còn nhiều doanh nghiệp không thực hiện theo quy trình TLTT và không diễn ra TLTT một cách thật sự. Một số đơn vị tổ chức lấy ý kiến của tập thể NLĐ cho đúng thủ tục một cách hình thức. Tổng hợp kết quả phỏng vấn CBCĐ, NLĐ tại một số doanh nghiệp may có tiến hành TLTT và qua tìm hiểu của tác giả cho thấy, hầu hết quy trình TLTT tại các doanh nghiệp may hiện nay diễn ra theo 03 bước: (i) Chuẩn bị thương lượng; (ii) Tiến hành thương lượng và (iii) Kết thúc thương lượng. Tuy nhiên sự tham gia của NLĐ vào TLTT chỉ là *"thông tin"* về các vấn đề trước khi thương lượng hay lấy ý kiến về nội dung TƯLĐTT trước khi ký kết. Có những doanh nghiệp còn không lấy ý kiến của tập thể NLĐ. Qua phỏng vấn, NLĐ cũng cho biết rằng họ chủ yếu chỉ là người cung cấp thông tin và cho ý kiến khi công đoàn hỏi về mong muốn, nguyện vọng của họ đồng ý hay không đồng ý với nội dung thỏa ước sau khi công đoàn đã thương lượng với doanh nghiệp. Điều này cho thấy NLĐ không phải là nhân vật chính trong quá trình thương lượng và không phải là người làm chủ quá trình thương lượng. Công đoàn với vai trò trung gian - cầu nối, cố gắng để tìm kiếm điểm chung giữa hai bên, thuyết phục hai bên để đi đến bản thỏa ước và kết quả của TLTT hoàn toàn phụ thuộc vào thiện chí của NSDLĐ. Vì vậy có thể khẳng định TLTT trong các doanh nghiệp may hiện nay diễn ra không thực chất, chỉ để thể hiện sự tuân thủ pháp luật là "doanh nghiệp có tiến hành TLTT và ký kết TƯLĐTT" chứ TLTT chưa thực sự là công cụ điều chỉnh mối quan hệ giữa các chủ thể tại nơi làm việc.

Theo khảo sát của Better Work tại các nhà máy may mặc ở Việt Nam qua các năm, vẫn còn một nửa số doanh nghiệp may khảo sát không tuân thủ quy định và quyền TLTT tại doanh nghiệp *(Xem Hình 1)*. Các vấn đề không tuân thủ phổ biến là NSDLĐ không thông báo với NLĐ về TLTT và TƯLĐTT không được trên 50% số NLĐ chấp nhận. Tỷ lệ đó cho thấy TLTT thường được coi là hình thức chứ không phải kết quả của những cuộc đàm phán thực sự giữa NLĐ và NSDLĐ.



Nguồn: Tổng hợp từ ILO&IFC

Hình 1. Tỷ lệ không tuân thủ quyền tự do hiệp hội và thương lượng tập thể tại các nhà máy may

Để thực hiện quyền tự do hiệp hội, các tổ chức đại diện NLĐ không bị phân biệt đối xử và cần được tiếp cận với tất cả các nơi làm việc cần thiết để thực hiện chức năng đại diện của mình. Người lao động có quyền gia nhập công đoàn nhưng CĐCS phải liên kết với Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam. Tuy nhiên, ngoài thực tế là NLĐ không có quyền thành lập công đoàn theo lựa chọn của mình, đây cũng là một lĩnh vực có vi phạm của NSDLĐ nhiều nhất ở Việt Nam. Theo đánh giá của Beter Work, mức độ không tuân thủ của NSDLĐ tại các nhà máy may về can thiệp thao túng và phân biệt đối xử với CBCĐ còn khá cao, chiếm trên 30% vào các năm 2017 và 2018 *(Xem Hình 1)*. Vẫn còn một số lượng đáng kể các doanh nghiệp may thao túng hoạt động công đoàn. Hiện tượng phổ biến là các lãnh đạo cấp cao như quản lý nhân sự hay phó giám đốc làm lãnh đạo công đoàn, thậm chí làm chủ tịch công đoàn.

Theo MOLISA (2018) vẫn còn không ít doanh nghiệp may, đặc biệt là các doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài không thiện chí trong tạo điều kiện thuận lợi tham gia đối thoại, TLTT một cách bình đẳng với NLĐ và tổ chức công đoàn. Sự không thiện chí của doanh nghiệp sẽ khiến cho đối thoại không thể tiến hành hoặc TLTT đi vào bế tắc do NSDLĐ tìm cách từ chối, trì hoãn, cản trở, gây khó khăn cho quá trình thương lượng và dẫn đến các hành vi phân biệt đối xử và can thiệp thao túng làm cho NLĐ và CBCĐ không thể và không dám thực hiện thương lượng, dẫn tới NLĐ bức xúc, vấn đề không được giải quyết. Ở một số doanh nghiệp may, NSDLĐ có hành vi can thiệp thao túng tổ chức công đoàn để công đoàn không thực hiện được vai trò của mình trong thực hiện thương lượng, biến CBCĐ thành "cánh tay" của NSDLĐ *(Xem Hộp 1)*. Thậm chí bộ phận quản lý đôi khi còn giữ quỹ công đoàn và yêu cầu CBCĐ doanh nghiệp đảm bảo có chữ ký của người điều hành để rút quỹ công đoàn.

Hộp 1. Các hành vi can thiệp thao túng công đoàn điển hình tại các doanh nghiệp may

Tại một số doanh nghiệp may ở Hà Nam, Hải Dương, Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương. Trong tổng số ủy viên ban chấp hành công đoàn tại các doanh nghiệp trong các khu công nghiệp chỉ có 15% là công nhân thuần túy. Còn 85% ủy viên ban chấp hành là người giữ vị trí quản lý, thường là tổ trưởng/chuyền trưởng. Những người này mặc dù là cũng là công nhân nhưng họ có trách nhiệm của người quản lý là đốc thúc công nhân hoàn thành định mức và mục tiêu sản xuất. Lương, thưởng của họ thường dựa trên doanh thu của chuyền mà họ quản lý.

Các chủ tịch CĐCS, hơn 95% đều giữ vị trí quản lý trong doanh nghiệp hoặc nhân viên văn phòng, trong đó 28% là quản lý cấp cao, 67% là quản lý cấp trung và số còn lại là quản lý cấp tổ/chuyền. Hơn 90% phó chủ tịch CĐCS là người giữ vị trí quản lý, chỉ 15 người là công nhân trực tiếp, chiếm khoảng 7,6%. Cán bộ quản lý tham gia công đoàn thể hiện sự can thiệp thao túng đối với tổ chức và hoạt động của tổ chức công đoàn.

Trong tổng số các doanh nghiệp phỏng vấn, chỉ 72% CĐCS có tài khoản riêng, có nghĩa là có tới hơn 27% CĐCS không có tài khoản riêng. Tài chính công đoàn nằm trong tài khoản của doanh nghiệp, chịu sự kiểm soát và chi phối sử dụng của doanh nghiệp. Điển hình có 6% CĐCS không được phép chi tiêu gì từ quỹ công đoàn nếu không xin phép lãnh đạo doanh nghiệp, cho dù đó chỉ là các khoản chi về phúc lợi cho NLĐ. Các CĐCS có tài khoản riêng, khi sử dụng ngân sách công đoàn cũng thường thảo luận với doanh nghiệp, ít nhiều cũng sẽ chịu sự can thiệp thao túng về sử dụng tài chính công đoàn, nhất là nếu công đoàn muốn sử dụng tài chính công đoàn để thuê luật sư hoặc chi cho các hoạt động của công đoàn nhằm bảo vệ và thúc đẩy cho quyền lợi của NLĐ mà doanh nghiệp không muốn.

Nguồn: Kết quả phỏng vấn của tác giả và tổng hợp từ MOLISA (2018)

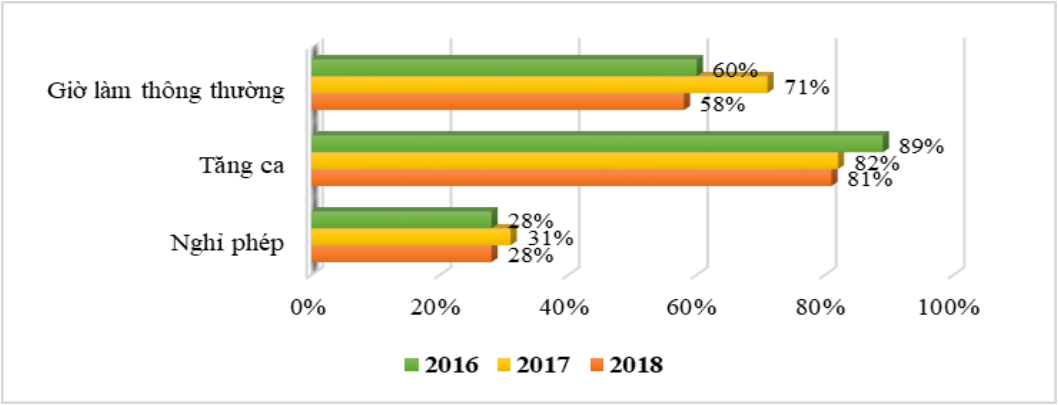
Các CBCĐ cơ sở tại doanh nghiệp may không những chịu sự chi phối của chủ doanh nghiệp về mặt tài chính mà còn về mặt nhân sự. Thực tế, CBCĐ cơ sở hiện nay thường kiêm nhiệm các chức danh quản lý, một số CBCĐ cơ sở có mức lương và lợi ích cao hơn so với những công nhân bình thường. Bản thân ban chấp hành công đoàn có người quản lý tham gia đã tạo cơ hội để NSDLĐ can thiệp, thao túng tổ chức công đoàn. Bởi vậy, CBCĐ tại một số doanh nghiệp may đôi khi còn không dám nói, không dám lên tiếng, không dám đấu tranh vì sợ ảnh hưởng tới việc làm và vị trí công việc của mình. Lợi ích cá nhân là một trong những yếu tố chính ràng buộc thái độ và hành vi của CBCĐ cơ sở trong bảo vệ quyền và lợi ích của NLĐ (MOLISA, 2018). Mặt khác, TLTT trong các doanh nghiệp may ở Việt Nam hiện nay chủ yếu được thực hiện theo mô hình thương lượng *"cầu nối"*. Cán bộ công đoàn đứng giữa, có vai trò *"giáp nối"* các mong muốn, nguyện vọng của NLĐ và dùng lời lẽ thuyết phục NSDLĐ để đạt được kết quả thương lượng. Cán bộ công đoàn giữ vị trí quản lý trong doanh nghiệp không thể nghe theo NLĐ mà làm trái lại ý muốn của NSDLĐ do đó họ chỉ đứng *"ở giữa"* mà không đứng hẳn về phía NLĐ để bảo vệ họ. Vai trò tổ chức công đoàn trong việc đối thoại, thương lượng để thỏa thuận với chủ

doanh nghiệp nhằm làm tăng quyền lợi cho NLĐ là rất khó khăn. Từ những lý do đó, CBCĐ cơ sở tại các doanh nghiệp may hiện nay chưa thể thực hiện được "*tròn vai"* của mình trong việc bảo vệ quyền lợi chính đáng của NLĐ. Tại nhiều doanh nghiệp may, CĐCS biến thành công cụ thực hiện chức năng phúc lợi cho doanh nghiệp. Trong khi các công đoàn doanh nghiệp thường bị cấp quản lý chi phối, Bộ luật Lao động đã trao cho công đoàn quyền quyết định một số vấn đề lao động quan trọng. Cụ thể, quyền TLTT và quyền đình công được trao cho các công đoàn doanh nghiệp và công đoàn cấp trên trong trường hợp chưa có tổ chức cơ sở. Khi CĐCS chịu sự lãnh đạo bởi các nhà quản lý cấp cao, công nhân sẽ bị tước bỏ các cơ chế chính thức để lên tiếng, giải quyết các khiếu nại và quyền TLTT với chủ lao động để bảo vệ và cải thiện các quyền và lợi ích của họ. Khi NLĐ không thể thực hành quyền đối thoại và thương lượng hợp pháp của họ, đương nhiên họ sẽ chọn các biện pháp không chính thức để lên tiếng về các vấn đề.

3.1.2. Thực trạng lao động cưỡng bức tại các nhà máy may mặc

Tính cạnh tranh của ngành may mặc Việt Nam phần lớn phụ thuộc vào tư liệu lao động và chi phí lao động thấp. Chính sự phụ thuộc rất nhiều vào khả năng thu hút và giữ một lực lượng lao động lớn và rẻ của ngành này đã dẫn đến những cáo buộc vi phạm quyền lao động, chẳng hạn như lương thấp, làm thêm giờ quá nhiều và điều kiện làm việc tồi tệ. Những hành vi vi phạm này nếu không được phát hiện và xử lý hiệu quả, có thể làm cho tình hình lao động cưỡng bức trở nên tồi tệ hơn, gây ra các nguy cơ làm tổn hại đến danh tiếng, thất thoát về tài chính và gánh nặng trách nhiệm pháp lý đối với các công ty may mặc. Ngoài đặc thù là ngành thâm dụng lao động, nguy cơ xảy ra lao động cưỡng bức cho các công ty may mặc ở Việt Nam còn tăng cao hơn bởi các yếu tố như: khó khăn trong thực thi luật lao động, đặc biệt ở các chuỗi cung ứng cấp thấp hơn và mạng lưới nhà thầu phụ; Thiếu hệ thống pháp lý cụ thể xử lý hình sự hành vi cưỡng bức lao động; Quản lý yếu kém các công ty dịch vụ việc làm và người môi giới tuyển dụng; và áp lực giảm chi phí sản xuất ngày càng tăng trên thế giới.

Theo ông Chang Hee Lee - Giám đốc ILO Việt Nam: "Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng như việc tham gia các FTA, việc đảm bảo tuân thủ các quyền lao động cơ bản bao gồm xóa bỏ lao động cưỡng bức nên là một ưu tiên quan trọng. Lao động cưỡng bức trước hết là sự vi phạm nhân quyền, đồng thời có thể gây tổn hại cho cả ngành công nghiệp bởi các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có thể có liên kết trực tiếp với chuỗi cung ứng của các thương hiệu lớn trên thế giới". Hiện nay, làm thêm giờ quá mức vẫn là vi phạm chủ yếu của các doanh nghiệp may. Theo khảo sát quốc gia về Lao động và Việc làm (2018) của Tổng cục Thống kê, có đến 1/3 lao động làm quá 48 giờ/tuần. Những đánh giá mới nhất của Better Work Việt Nam (2018) cho thấy, có hơn 80% doanh nghiệp may vi phạm về thời gian tăng ca, đặc biệt là vượt quá giới hạn luật pháp quốc gia là 300 giờ ngoài giờ/năm, khoảng 60% vi phạm thời gian làm việc thông thường và gần 1/3 doanh nghiệp khảo sát vi phạm thời gian nghỉ phép *(Xem Hình 2)*. Đáng chú ý là vẫn còn một tỷ lệ lớn các nhà máy may, thời gian làm việc ghi nhận không phản ánh chính xác số giờ làm việc thực tế của NLĐ (Better Work, 2018).



Nguồn: Tổng hợp từ ILO&IFC

Hình 2. Tỷ lệ không tuân thủ về thời giờ làm việc tại các nhà máy may

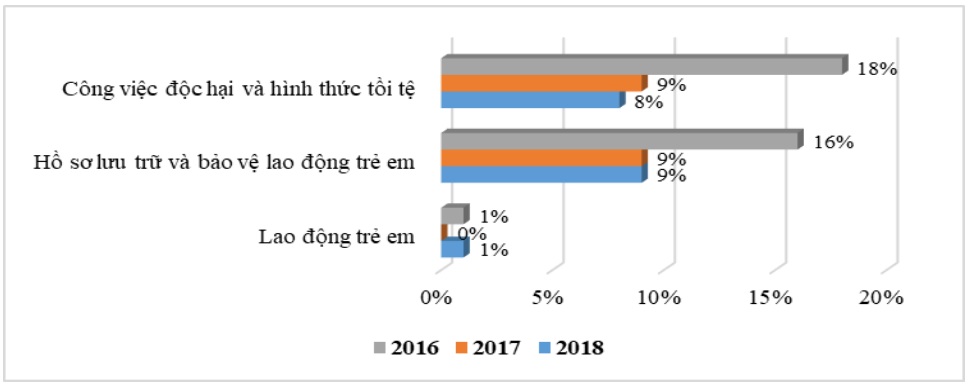
Nội dung về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi, nghỉ phép năm được quy định rõ thành các điều khoản trong TƯLĐTT doanh nghiệp và đảm bảo tuân thủ đúng quy định pháp luật. Tuy nhiên trên thực tế, cả NSDLĐ và NLĐ thống nhất với nhau về thời gian làm thêm để đảm bảo đơn hàng và tăng thu nhập trong bối cảnh may mặc là ngành có mức lương cơ bản thấp trong các ngành hiện nay. So sánh các chi phí trung bình hàng tháng với tiền lương có thể khẳng định lương cơ bản ngành may của NLĐ không đủ sống (Oxfam, CDI, 2018). Chính vì vậy, công nhân thường thích làm thêm giờ để có thêm thu nhập. Khảo sát của CDI năm 2017 cho thấy hơn 70% công nhân phải liên tục làm việc vượt quá giới hạn cho phép làm thêm giờ trong suốt cả năm. Vào mùa cao điểm, có những tháng gần 70% công nhân được khảo sát phải làm thêm giờ và số giờ làm thêm hàng tháng cao nhất được ghi nhận là 150 giờ/tháng. Phỏng vấn anh Nguyễn Văn Thắng - công nhân may ở Đồng Nai cho biết: "Công ty nhiều việc nên thường xuyên yêu cầu công nhân tăng ca. Thời gian tăng ca trung bình là 80 giờ/tháng/người. Tháng tôi tăng ca nhiều nhất lên tới 98 giờ/tháng. Cả thời gian làm việc và thời gian tăng ca đều cao hơn gấp ba lần so với quy định của Bộ Luật lao động. Vì vậy để chặt chẽ về mặt pháp lý, công ty yêu cầu tất cả công nhân tăng ca đều phải ký vào bản cam kết làm thêm giờ để tránh tình trạng công nhân kiện công ty về việc làm thêm quá giờ so với quy định". Biết công ty tăng ca không đúng luật nhưng công nhân vẫn tự nguyện và thích được tăng ca nhằm kiếm thêm thu nhập đủ chi tiêu cho cuộc sống. Tuy nhiên, vẫn còn một tỷ lệ nhỏ các doanh nghiệp may không đảm bảo sự đồng thuận của NLĐ khi làm thêm giờ. Mặc dù mức lương thấp thường là áp lực để công nhân nhận làm thêm giờ, nhưng trong một số trường hợp, công nhân được huy động làm thêm giờ "một cách tự động" mà không có sự chấp thuận bằng văn bản của công nhân, vẫn còn một số doanh nghiệp may công nhân thường xuyên phải làm thêm giờ trái ý muốn. Họ sẽ bị phạt hoặc bị đe dọa nếu từ chối làm việc ngoài giờ (CDI, 2018). Cưỡng ép làm thêm giờ quá mức cũng là một trong những nguyên nhân gây ra TCLĐ tại ngành may.

3.1.3. Thực trạng xóa bỏ lao động trẻ em tại các nhà máy may mặc

Tại Công ước 138 của ILO nêu rõ "Không được sử dụng lao động trẻ em. Độ tuổi để được nhận làm việc không được phép dưới độ tuổi kết thúc chương trình giáo dục bắt buộc và bất kỳ trường hợp nào cũng không được dưới 15 tuổi". Công ước 182 có quy định "Không có hình thức nô lệ hay tương tự nô lệ như mua bán và vận chuyển trẻ em, gán nợ,

lao động nô lệ và lao động cưỡng bức. [...] Trẻ em (dưới 18 tuổi) không làm những công việc mà tính chất hoặc các điều kiện của nó có thể xâm hại đến sức khỏe, an toàn và đạo đức của trẻ".

Theo Better Work Việt Nam chỉ còn một tỷ lệ nhỏ (1%) doanh nghiệp may sử dụng lao động trẻ em và vẫn còn đến gần 10% doanh nghiệp không có hồ sơ về NLĐ dưới 18 tuổi (đối tượng phải tuân thủ các điều kiện pháp lý nhất định về thời gian và loại công việc mà họ nên làm) *(Xem Hình 3)*. Lý do được giải thích bắt nguồn từ việc những lao động trẻ được nhận vào làm việc cùng với các đồng nghiệp lớn tuổi hơn trong cùng một loại công việc dẫn đến kết quả là lao động trẻ em cũng phải tuân theo các quy tắc thời gian làm việc tương tự, thường liên quan đến việc làm thêm giờ (Better Work, 2017). Tuy nhiên, khảo sát của MOLISA (2017) cho thấy vẫn còn một số lượng đáng kể doanh nghiệp may có công nhân lao động dưới 18 tuổi. Hầu hết các xưởng này không được đăng ký và sản xuất các sản phẩm giá rẻ cho thị trường địa phương. Đặc biệt, 1,2% lao động trẻ em làm trong ngành may ở nhóm tuổi nhỏ từ 5-11 tuổi. Giải thích cho điều này được chủ cơ sở may ở TP. Hồ Chí Minh cho biết họ làm gia công, không có giấy phép kinh doanh, không có ai kiểm tra nên sử dụng lao động trẻ em như một cách làm giảm chi phí nhân công. Phỏng vấn của tác giả với CBCĐ tại một số nhà máy may cho thấy, các doanh nghiệp vẫn sử dụng lao động trẻ em trong những thời điểm khan hiếm nhân lực cho những công việc đơn giản, không cần chuyên môn, tay nghề như nhặt chỉ, sắp xếp sản phẩm,...và những lao động này thường là con em của công nhân trong xưởng. Các em phải làm việc trong môi trường chật chội, nóng lực và không có hợp đồng lao động với doanh nghiệp. Tuy nhiên, bản thân các em và gia đình chấp nhận làm thêm để có thêm thu nhập, trang trải cho cuộc sống hàng ngày.



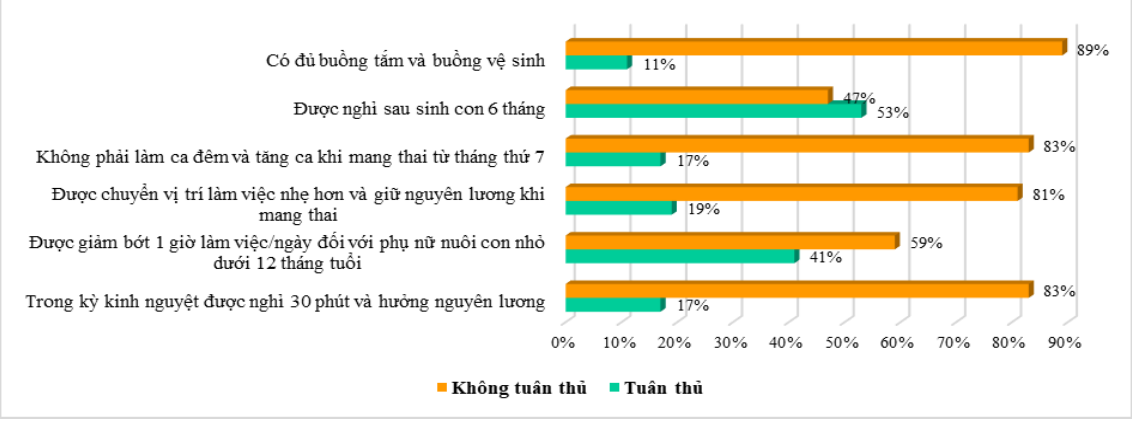
Nguồn: Tổng hợp từ ILO&IFC

Hình 3. Tỷ lệ không tuân thủ về sử dụng lao động trẻ em tại các nhà máy may

3.1.4. Thực trạng phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp tại các nhà máy may mặc

Công ước số 100 và 111 của ILO nêu rõ "trong tuyển dụng, chính sách tiền lương, các chương trình đào tạo, chính sách đề bạt NLĐ, chính sách về chấm dứt lao động, hưu trí và bất kỳ khía cạnh nào của QHLĐ phải dựa trên nguyên tắc cơ hội bình đẳng, không phân biệt chủng tộc, màu da, giới tính, tôn giáo, đảng phái chính trị, thành viên hiệp hội, quốc tịch, nguồn gốc xã hội, khiếm khuyết hoặc khuyết tật". Tại Điều 153&154 Bộ Luật lao động (2012) của Việt Nam có nêu: "Lao động nữ có quyền làm việc bình đẳng và NSDLĐ có

trách nhiệm tạo điều kiện làm việc thuận lợi cho lao động nữ". Theo tìm hiểu của tác giả, nhiều doanh nghiệp may vừa và nhỏ chưa quan tâm đến vấn đề này. Bên cạnh đó, hiểu biết của NLĐ về các chính sách dành cho lao động nữ còn khá mơ hồ. Vì vậy chưa thể lên tiếng để yêu cầu doanh nghiệp đảm bảo quyền lợi cho mình. Khảo sát của CDI (2018) cho thấy khoảng 80% nam nữ công nhân không biết rõ chính sách lao động nữ. Trong đó đáng chú ý tại Đồng Nai có tới 79% lao động nữ không biết là khi mang thai từ tháng thứ 7 không phải làm ca đêm và tăng ca; 76% không biết là khi mang thai sẽ được chuyển vị trí làm việc nhẹ hơn và giữ nguyên lương; Có tới 83% không biết mỗi tháng được nghỉ 1 ngày đi khám thai; Thậm chí vẫn còn 35% công nhân nữ không biết sẽ được nghỉ sau sinh con 6 tháng. Việc công nhân thiếu nhận thức đến quyền lợi của bản thân chính là lý do để một số doanh nghiệp "bỏ qua" nội dung này trong quá trình thương lượng và dành sự quan tâm thích đáng đối với lao động nữ trong các nhà máy may. Khảo sát cũng chỉ ra có trên 80% doanh nghiệp may ở Hải Phòng và Đồng Nai không tuân thủ quy định về: có đủ buồng tắm và buồng vệ sinh; Không phải làm ca đêm và tăng ca khi mang thai từ tháng thứ 7; Được chuyển vị trí làm việc nhẹ hơn và giữ nguyên lương khi mang thai; Trong kỳ kinh nguyệt được nghỉ 30 phút và hương nguyên lương. Và khoảng một nửa số doanh nghiệp khảo sát không tuân thủ quy định về thời gian nghỉ sinh; Được giảm bớt 1 giờ làm việc/ngày đối với phụ nữ nuôi con nhỏ dưới 12 tháng tuổi *(Xem Hình 4).* Trong khi nữ giới chiếm hơn 80% lực lượng lao động trong ngành may mặc thì chưa đến 30% trong số họ là lãnh đạo công đoàn, đây là rào cản với công nhân khi lên tiếng về các vấn đề giới tính cụ thể. Một nữ công nhân chia sẻ: "Hầu hết công nhân đều là nữ nhưng số lượng nhà vệ sinh của nam và nữ bằng nhau và chúng tôi thường phải xếp hàng rất lâu. Ngoài ra, không có nước sạch trong nhà vệ sinh cho phụ nữ trong thời kỳ kinh nguyệt. Chúng tôi đã nói với chủ tịch công đoàn nhưng không được giải quyết".



Nguồn: CDI (2018)

Hình 4. Tỷ lệ tuân thủ và không tuân thủ các chính sách dành cho lao động nữ tại các nhà máy may ở Hải Phòng và Đồng Nai

Bên cạnh đó, theo Beter Work Việt Nam (2018), vẫn còn một tỷ lệ (dưới 10%) các doanh nghiệp may có sự phân biệt đối xử về giới trong thực tế, chủ yếu dưới hình thức công khai giới tính ưu tiên trong tuyển dụng. Sự phân biệt đối xử có thể xảy ra đối với phụ nữ mang thai và phụ nữ trên 35 tuổi. Trong tuyển dụng, một số công ty may yêu cầu công

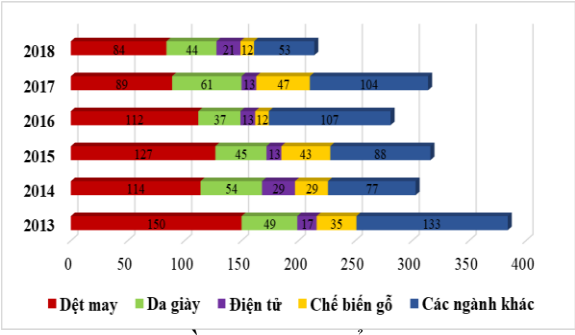
nhân nữ xét nghiệm nước tiểu hoặc phải nhảy tại chỗ để sàng lọc những người mang thai khỏi quy trình tuyển dụng. Một số nhà máy may yêu cầu các công nhân nữ không được có thai trong một khoảng thời gian nhất định. Hiện nay ở các doanh nghiệp may còn xảy ra hiện tượng những lao động nữ trên 35 tuổi là đối tượng bị sa thải. Lý do được đưa ra là bởi họ nhiều tuổi, không còn khéo léo, nhanh nhẹn, tiếp thu công nghệ mới kém và chi phí sử dụng nhân lực ở độ tuổi này cao hơn so với tuyển nhân lực trẻ. Việc phân biệt đối xử về tuổi tác, xa thải nhân lực quá dễ dàng như vậy gây khó khăn cho NLĐ. Trong một số trường hợp, NLĐ rất khó để chứng minh việc mình bị ngược đãi, cưỡng bức lao động, không được bố trí theo đúng công việc...Đó là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến việc sa thải lao động ở Việt Nam thuộc hàng cao nhất so với các nước trên thế giới.

3.2. Những vấn đề đặt ra

Dệt may trong nhiều năm qua đã trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, hiện đứng thứ 3 trong các nước xuất khẩu dệt may cao nhất thế giới. Phát triển ngành công nghiệp dệt may là một trong những mục tiêu được Đảng, Nhà nước quan tâm. Ngày 11 tháng 4 năm 2014, Bộ Công thương đã ban hành Quyết định số 3218/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Với quan điểm phát triển ngành dệt may phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp, nông thôn; Chuyển mạnh sản xuất từ gia công sang mua nguyên liệu, bán thành phẩm, đảm bảo nâng cao chất lượng, đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu và lấy xuất khẩu làm phương thức cơ sở cho sự phát triển của ngành..., Quy hoạch xây dựng mục tiêu phát triển ngành dệt may trở thành "một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn, hướng về xuất khẩu và có khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước ngày càng cao; Tạo nhiều việc làm cho xã hội" và đến năm 2020 sẽ xây dựng được một số thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam. Trong đó: cần tiếp tục tập trung đầu tư để tái cơ cấu trong nội bộ ngành, đón bắt cơ hội của cách mạng công nghiệp 4.0; Áp dụng công nghệ tiên tiến nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và đẳng cấp sản phẩm; Tập trung khai thác các thị trường truyền thống, từng bước thâm nhập các thị trường Việt Nam mới ký FTA (Việt Nam - EU, Việt Nam - Hàn Quốc, Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu, CPTPP) để khai thác lợi thế về thuế quan; Tiếp tục triển khai các chương trình đào tạo cho ngành; Tập trung phát triển nguồn nhân lực đặc biệt là nguồn nhân lực chuẩn bị để thích nghi với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư; Đầu tư nghiên cứu khoa học và áp dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại vào sản xuất.

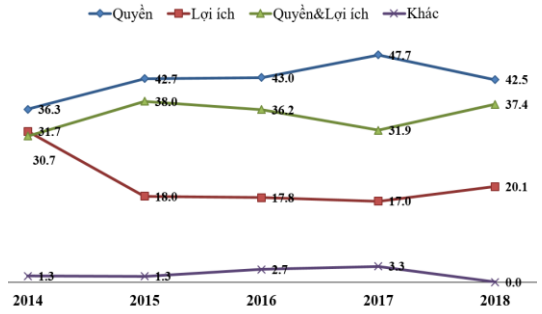
Với chiến lược đặt ra như vậy đòi hỏi các doanh nghiệp may phải nỗ lực rất lớn để hoàn thành phương hướng, mục tiêu đề ra. Tuy nhiên, tình hình QHLĐ trong ngành dệt may nói chung và các doanh nghiệp may nói riêng còn nhiều bất ổn, ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Theo VGCL, dệt may là ngành luôn đứng đầu cả nước về số vụ ngừng việc tập thể và được coi là điểm nóng về đình công *(Xem Hình 5)*. Khảo sát của ILO (2019) chỉ ra rằng có tới hơn 40% lý do NLĐ tiến hành đình công xuất phát từ việc doanh nghiệp chưa đảm bảo quyền của NLĐ, tiếp đến trên 30% là việc không đảm bảo quyền và lợi ích *(Xem Hình 6)*. Điều đó cho thấy còn khá nhiều doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp may nói riêng vi phạm quyền của NLĐ tại nơi làm việc. Các quyền đó được quy định trong pháp luật lao động quốc tế là: Quyền tự do hiệp

hội và TLTT; Xóa bỏ lao động cưỡng bức; Xóa bỏ lao động trẻ em; Xóa bỏ tình trạng phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp. Công nhân tại các nhà máy may thường sử dụng các cuộc đình công tự phát như một cơ chế thực tế để tự bảo vệ các quyền hợp pháp của họ, cũng như cải thiện điều kiện làm việc tại các nhà máy may.



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ VGCL

Hình 5. Số vụ đình công trong các ngành từ năm 2013 - 2018



Nguồn: ILO (2019)

Hình 6. Các lý do người lao động tiến hành đình công tại doanh nghiệp

Các báo cáo của Better Work Việt Nam cũng cho thấy còn một tỷ lệ khá lớn doanh nghiệp may chưa tuân thủ quyền tự do hiệp hội và TLTT. Tình trạng cưỡng bức lao động vẫn còn phổ biến tại nhiều doanh nghiệp may. Việc quan tâm đến các chính sách ưu tiên dành cho lao động nữ còn nhiều hạn chế và vẫn còn một tỷ lệ nhỏ doanh nghiệp sử dụng lao động trẻ em. Tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản tiếp tục là những thách thức lớn đối với các doanh nghiệp may hiện nay để phù hợp và đáp ứng yêu cầu của các FTA thế hệ mới. Nguyên nhân gây ra những tồn tại trên có thể kể đến là: (i) Hệ thống pháp luật lao động chưa đồng bộ, đặc biệt là từ khi hình thành các luật chuyên ngành, Bộ luật Lao động vô hình trung trở thành luật gốc. Một số quy định của pháp luật chưa phù hợp với tình hình thực tế và tiêu chuẩn lao động của ILO; (ii) Hệ thống tổ chức và cơ quan quản lý nhà nước về lao động còn nhiều bất cập, năng lực hạn chế, lực lượng mỏng, chưa đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ đặt ra. Chế tài xử lý vi phạm hành chính còn nhẹ, chưa đủ sức răn đe; (iii) Mô hình tổ chức, đội ngũ CBCĐ cơ sở, nội dung hoạt động của CBCĐ chưa phù hợp với yêu cầu phát triển và chưa đáp ứng được nhiệm vụ đặt ra trong giai đoạn mới. Năng lực đội ngũ CBCĐ cơ sở còn hạn chế, phụ thuộc doanh nghiệp về tài chính và nhân sự nên chưa đảm bảo thực hiện đúng các chức năng và nhiệm vụ của tổ chức đại diện NLĐ tại doanh nghiệp; (iv) Ý thức, thiện chí của NSDLĐ trong thực hiện các quy định pháp luật về đảm bảo quyền lợi của NLĐ chưa cao; (v) Trình độ, nhận thức của NLĐ còn thấp và sự bàng quan, thờ ơ với những vấn đề liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích của bản thân tại nơi làm việc vô hình đã tiếp tay cho những sai phạm của NSDLĐ trong việc đảm bảo thực hiện nghĩa vụ theo quy định của pháp luật.

Chính vì những lý do nêu trên nên những vấn đề đặt ra hiện nay để hỗ trợ và đảm bảo các chủ doanh nghiệp may tuân thủ các tiêu chuẩn lao động cơ bản của ILO nhằm hướng tới thực hiện các cam kết về lao động trong EVFTA sắp tới là: (i) Cần nâng cao năng lực chủ thể QHLĐ đặc biệt là tổ chức CĐCS để tổ chức này thực hiện đúng vai trò và chức trách của mình trong việc bảo vệ quyền, lợi ích của NLĐ; (ii) Nâng cao năng lực cán

bộ quản lý nhà nước về lao động và đổi mới cách thức tổ chức, quản lý trong công tác hỗ trợ việc thực hiện pháp luật lao động và thanh kiểm tra các vi phạm, đảm bảo chế tài đủ sức răn đe nhằm giảm thiểu tỷ lệ doanh nghiệp may không tuân thủ các tiêu chuẩn lao động tối thiểu tại nơi làm việc; (iii) Hoàn thiện pháp luật lao động, đảm bảo phù hợp với các tiêu chuẩn lao động quốc tế và khẩn trương ban hành các văn bản dưới luật hỗ trợ các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp may nói riêng thực hiện các quy định về lao động; (iv) Tăng cường sự giám sát của các nhãn hàng trong việc kiểm tra thực hiện các tiêu chuẩn lao động cơ bản tại doanh nghiệp. Để làm được những điều đó đòi hỏi cần có sự chung sức của tất cả các chủ thể và các bên liên quan nhằm giúp các doanh nghiệp may đáp ứng những cam kết về lao động phù hợp với các tiêu chuẩn lao động quốc tế và tận dụng tối đa cơ hội từ Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU mang lại.

4. Kết luận

Như vậy, tham gia vào "sân chơi" quốc tế ngoài những cơ hội từ việc ưu đãi thuế quan và mở cửa thị trường xuất khẩu, các doanh nghiệp may mặc của Việt Nam cần phải đảm bảo tuân thủ các điều kiện theo quy định của EVFTA đặc biệt về các cam kết lao động. Phần lớn những yêu cầu đặt ra trong EVFTA liên quan đến lao động đã được quy định trong pháp luật lao động của Việt Nam. Một số điểm khác biệt hoặc yêu cầu mới đang được Chính phủ nghiên cứu bổ sung, sửa đổi các văn bản pháp luật và thực hiện kế hoạch phê chuẩn các Công ước cơ bản của ILO (Mutrap, 2014). Việc vi phạm các tiêu chuẩn lao động quốc tế về tự do hiệp hội và TLTT, lao động cưỡng bức, lao động trẻ em, phân biệt đối xử sẽ có những hậu quả rất nghiêm trọng. Các doanh nghiệp may cần xác định mọi vi phạm cam kết có thể chịu chế tài, sự trừng phạt từ các đối tác thương mại. Đồng thời cần nhận thức rằng tăng cường tuân thủ sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, tính minh bạch, khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó, doanh nghiệp phải xem NLĐ là yếu tố cơ bản tạo động lực phát triển từ đó xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực trên nền tảng chăm lo tốt đời sống vật chất, tinh thần và những nhu cầu cơ bản của NLĐ. Thực hiện được những điều này sẽ tạo nên sự gắn kết bền chặt giữa doanh nghiệp và NLĐ, tăng cường sự đồng thuận, giảm rủi ro và chi phí do TCLĐ, biến động lao động, lãn công, đình công trong bối cảnh may mặc là điểm nóng về tình trạng bất ổn trong QHLĐ và lực lượng lao động không ổn định. Tăng cường đối thoại xã hội, TLTT tại doanh nghiệp được coi là cách thức phòng ngừa, giải quyết những mâu thuẫn, khúc mắc giữa các chủ thể và tăng cường mối quan hệ bền chặt giữa các bên góp phần xây dựng, phát triển doanh nghiệp từ đó thúc đẩy việc tuân thủ các quyền của NLĐ tại nơi làm việc theo quy định của pháp luật quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Better Work Viet Nam (2017), *Báo cáo tuân thủ lần thứ 8 - Báo Cáo Tổng Hợp Về Tuân Thủ Trong Ngành May Mặc*, Tổ chức Lao động Quốc tế; Tổ chức Tài chính Quốc tế.
2. Better Work Viet Nam (2018), *Báo cáo tuân thủ lần thứ 9 - Báo Cáo Tổng Hợp Về Tuân Thủ Trong Ngành May Mặc*, Tổ chức Lao động Quốc tế; Tổ chức Tài chính Quốc tế.

3. Better work Viet Nam (2019), *Báo cáo tuân thủ lần thứ 10 - Báo Cáo Tổng Hợp Về Tuân Thủ Trong Ngành May Mặc*, Tổ chức lao động quốc tế, Tổ chức tài chính quốc tế.
4. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2018), *Báo cáo đánh giá thực tiễn triển khai pháp luật Việt Nam về thương lượng tập thể so với quy định của Công ước 98 của Tổ chức Lao động Quốc tế.*
5. Công đoàn dệt may Việt Nam (2018), *Báo cáo của Ban chấp hành Công đoàn Dệt May Việt Nam Khóa IV, nhiệm kỳ 2013 - 2018 tại Đại hội Công đoàn Dệt May Việt Nam Khóa V, nhiệm kỳ 2018 - 2023.*
6. Công đoàn dệt may Việt Nam (2018), *Báo cáo tình hình thực hiện thí điểm thương lượng và ký kết thỏa ước lao động tập thể ngành Dệt May*.
7. Công đoàn Dệt May Việt Nam (2019), *Báo cáo kết quả thực hiện đánh giá chất lượng TƯLĐTT và xây dựng thư viện TƯLĐTT*.
8. Mutrap (2014), *Đánh giá tác động bền vững của Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EU.*
9. Phạm Thị Thu Lan (2018), *Thương lượng tập thể ở Việt Nam*, International Labour Office.
10. Nguyễn Thanh Tâm (2016), *Tổng quan về các FTA thế hệ mới*, truy cập ngày 2 tháng 3 năm 2020 tại: http://giaoducvaxahoi. vn/tin-phap-luat/t-ng-quan-v-cac-fta-th-h-m-i.html.
11. Oxfam (2018), *Tiền lương không đủ sống và hệ lụy - Nghiên cứu một số doanh nghiệp may xuất khẩu ở Việt Nam*, NXB Hồng Đức.
12. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2019), *Báo cáo nghiên cứu tác động của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) đến quan hệ lao động tại nơi làm việc ở Việt Nam.*
13. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 2528/QĐ-TTg ngày 31 tháng 12 năm 2015 về việc phê duyệt kế hoạch thực hiện và đề xuất gia nhập các công ước của Liên hợp quốc và của Tổ chức lao động quốc tế trong lĩnh vực lao động giai đoạn 2016 - 2020.
14. Trung tâm phát triển và hội nhập (2019), *Báo cáo khảo sát dự án nâng cao vị thế của người lao động di cư tại Việt Nam - tỉnh Đồng Nai*.
15. Tổ chức lao động quốc tế (2016), *Assessment of labour provisions in trade and investment arrangements.*
16. Trung tâm phát triển và hội nhập (2019), *Báo cáo khảo sát nâng cao vị thế của người lao động di cư tại Việt Nam - Thành phố Hải Phòng*.
17. David Macdonal và Caroline Vandenabeele (1996), *Glossary of Industrial relations and Related Terms*, International Labour Office, Bangkok.

TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU (EVFTA) ĐẾN XUẤT KHẨU RAU CỦ CỦA VIỆT NAM

EVALUATING THE POTENTIAL IMPACT OF VIETNAM - EUROPEAN FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) ON VIETNAM'S VEGETABLE EXPORT

ThS. Doãn Nguyên Minh

Trường Đại học Thương mại

ThS. Trần Thu Thủy

Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN

Tóm tắt

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) được ký kết vào ngày 30/06/2019 là một trong những hiệp định thương mại tự do thế hệ mới của Việt Nam với nhiều cam kết sâu rộng và toàn diện, mở ra cho Việt Nam nhiều cơ hội và thách thức trong việc phát triển thương mại với EU cũng như phát triển nền kinh tế trong bối cảnh hội nhập. Rau củ (HS 07) là một trong những mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu cao của Việt Nam, tuy vậy hiện đang phải chịu thuế quan nhập khẩu vào EU khá đáng kể trên tất cả các dòng hàng. Bài viết này dựa trên lý thuyết về cân bằng bán phần (PE) và giả định SMART để đánh giá và ước lượng các tác động tiềm năng mà EVFTA có thể có đối với kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang EU. Kết quả cho thấy, khi mức thuế quan được giảm về 0%, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau củ (HS 07) của Việt Nam sang EU sẽ tăng 13.8%, tuy vậy, mức tăng trưởng này không được phân bố đồng đều mà tập trung chủ yếu vào nhóm rau củ đã qua chế biến (HS 0710 đến HS 0714). Từ kết quả nghiên cứu, bài viết cũng đưa ra các kiến nghị cho các cơ quan quản lý nhà nước cũng như các doanh nghiệp Việt Nam, nhằm tăng cường lợi ích thương mại, thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng rau củ trong bối cảnh EVFTA

Từ khóa: *EVFTA, Xuất khẩu, Rau củ, Việt Nam, SMART, Cân bằng bán phần*

Abstract

Vietnam European free trade agreement signed on 30/06/2019 is considred to be one of Vietnam's new generation free trade agreement delivering commiment of various aspects which offers both opportunities as well as challenges for Vietnam in developing commercial relationship with the EU and also to promote trade in a highly integrated world. Vegetable (HS 07) is considered to be Vietnam's product with immense export potential, however, Vietnam's vegetable products are still facing high tariff from the EU. This paper based on partial equilibrium theory, utilized SMART simulation to analyze and evaluate the potential impact of EVFTA on Vietnam's vegetable export volume. The result suggests, under the impact of EVFTA, which will abolishes tariff on Vietnam's vegetable export, Vietnam's vegetable export volume into the EU will increase by 13.8%. However, this growth is not evenly distributed among products lines, but mostly in pre-processed vegetable products (Hs 0710 to Hs 0714). From the results yielded in this paper, authors also draw recommendations for Vietnam government authorities as well as businesses in order to enhance commercial benefits and encourage vegetable export in the context of EVFTA.

Keywords: *EVFTA, Export, Vegetable, Vietnam, SMART, Partial equilibrium*

1. Giới thiệu

EVFTA được ký vào ngày 30/06/2019 và đã được thông qua bởi nghị viện EU vào ngày 12/02/2020. Theo Hiệp định này, Việt Nam và EU cam kết sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99% số dòng thuế trong khoảng thời gian 7 năm đối với EU và 10 năm đối với Việt Nam. Điều này tạo ra những cơ hội mới trong quan hệ thương mại giữa hai bên. Việt Nam có cơ hội xuất khẩu những măt hàng có lợi thế như dệt may, giày dép, nông sản, thủy sản,... Đồng thời, EU cũng có cơ hội xuất khẩu sang Việt Nam những mặt hàng như máy móc thiết bị, sản phẩm điện tử và linh kiện, ô tô,... Liên quan đến ngành xuất khẩu ngành hàng nông sản, và cụ thể hơn là xuất khẩu rau củ tươi, đông lạnh hoặc đã qua chế biến sang thị trường EU. Hiện nay, 12 trên 14 dòng HS 4 số thuộc mã HS 07 (rau củ tươi, sơ chế) của Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu sang thị trường châu Âu, tuy kim ngạch xuất khẩu chưa nhiều, đặc biệt là so với các quốc gia đứng đầu xuất khẩu sang thị trường này như Ma - rốc, nhưng cấu trúc xuất khẩu mã hàng 07 của Việt nam sang EU khá đa dạng.

Khi EVFTA chưa có hiệu lực, thuế nhập khẩu vào thị trường châu Âu mặt hàng rau củ tươi, đông lạnh, hoặc đã qua chế biến của Việt nam ở mức trung bình và cao, từ 4% đến 15%, theo từng các dòng hàng. Hơn nữa hầu hết các dòng HS 4 số (12 trên 14) của mặt hàng này từ Việt Nam hiện đang phải chịu thuế quan nhập khẩu vào EU. Vì vậy, có thể nói hàng rào thuế quan đối với mặt hàng này vào thị trường EU là khá đáng kể, cũng như có độ bao phủ khá cao. Do đó, việc thuế quan của các dòng hàng này được giảm về 0% ngay lập tức (theo nhóm A của cam kết) dưới ảnh hưởng của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - châu Âu sẽ có một tác động đáng kể lên kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Vì vậy, nghiên cứu về tác động của EVFTA đối với hoạt động xuất khẩu rau củ của Việt Nam là cần thiết để thấy được những tác động tiềm năng của Hiệp định này, từ đó có những biện pháp để tăng cường lợi ích thương mại từ Hiệp định cũng như có thể đề xuất những phương án nhằm đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường châu Âu.

Bài viết sử dụng giả định SMART với căn bản là lý thuyết cân bằng bán phần để đánh giá tác động tiềm năng của Hiệp định EVFTA đối với xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang châu Âu

2. Tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu về tác động của các hiệp định thương mại tự do lên dòng thương mại thường sử dụng mô hình trọng lực và đánh giá dựa trên số liệu tổng hợp để đánh giá tác động "sau khi" (ex-post) các FTAs có hiệu lực từ 5-10 năm. Tuy vậy, các nghiên cứu về tác động của FTAs lên dòng thương mại không đưa ra được một kết quả thống nhất. Nhà kinh tế học đoạt giải Nobel Jan Tinbergen (1962), một trong những nhà nghiên cứu đầu tiên sử dụng mô hình trọng lực (gravity model) để đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do thấy rằng tác động của các hiệp định FTAs lên dòng thương mại không có ý nghĩa thống kê (statistically insignificant), hay việc ký kết các FTAs được cho là không có ảnh hưởng đến thương mại quốc tế. Trong khi đó, kết quả của Aitken (1973), Abrams (1980) và Brada và Mendez (1985) cho thấy rằng, các hiệp định thương mại tự do và đặc biệt là khối liên minh châu Âu (EC) có tác dụng thúc đẩy thương mại quốc tế giữa

các thành viên nội khối. Các kết quả có phần đối nghịch này được giải thích là do sự khác nhau trong việc sử dụng mô hình định lượng và cách xử lý dữ liệu khác nhau của các nhà nghiên cứu. Các nghiên cứu định lượng sử dụng mô hình trọng lực thường sử dụng các biến kiểm soát khác nhau (ngoại trừ những biến độc lập cố định như GDP, và khoảng cách địa lí), cũng như các phương pháp xử lý dữ liệu khác nhau ví dụ như mô hình bình phương nhỏ nhất (OLS), phương pháp Tobit, phương pháp PPML (Poisson Maximum likelihood). Hơn nữa, việc sử dụng biến giả để đại diện cho FTAs thường không tính việc, các quốc gia tham gia vào một FTA thường là các quốc gia đã có sẵn lượng thương mại song phương lớn. Việc không tính đến các yếu tố mà một quốc gia tham gia hoặc được lựa chọn để tham gia vào FTA cũng sẽ gây ảnh hưởng đến độ chính xác của kết quả mô hình (Baier, Bergstrand, 2007).

Bên cạnh các nghiên cứu đánh giá xem FTAs có thật sự có tác động lên dòng thương mại quốc tế hay không (và nếu có thì là bao nhiêu phần trăm), các nghiên cứu liên quan đến tác động tiềm năng (ex-ante) của các FTAs, đặc biệt là FTAs thế hệ mới rất phổ biến. Các nghiên cứu này thường sử dụng các công cụ mô phỏng (simulation) ví dụ như SMART hay CGE và dựa trên các lý thuyết như cân bằng tổng thể (General equilibrium) hay cân bằng một phần (Partial Equilibrium) để đánh giá các tác động có thể xảy ra đối với cả nền kinh tế hay một ngành hàng cụ thể khi một quốc gia tham gia vào một hiệp định FTAs. Các nghiên cứu sử dụng CGE để đánh giá tác động của FTA đối với tổng thể nền kinh tế khá phổ biến, điển hình như Li (2014) đánh giá tác động RCEP lên đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI); Itakura và Lee (2014) sử dụng CGE để đánh gía tác động của TPP và RCEP lên nông nghiệp Nhật Bản; Li, Scollay, Gilbert (2017) đánh giá tác động của CPTPP lên đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI); Lu (2018) đánh giá tác động của của CPTPP và EVFTA lên xuất khẩu may mặc Việt Nam; Khan, Zada, Mukhopadhyay (2018) đánh giá tác động của CPTPP lên nền kinh tế Pakistan; Itakura và Lee (2019) đánh giá tác động của CPTPP và RCEP của các nước thành viên nằm trong cùng một chuỗi cung ứng toàn cầu. Các đánh giá chuyên biệt về một ngành hàng nhất định sử dụng mô hình cân bằng bán phần có hạn chế hơn về số lượng cũng như độ đa dạng thị trường được sử dụng để phân tích, ví dụ như Kumar và Ahmed (2014) sử dụng SMART để đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do Nam Á (SAFTA) lên một số các dòng hàng nhạy cảm, hoặc Othineo và Shinyekwa (2011) sử dụng SMART để đánh giá tác động của liên minh thuế quan đông phi (East Africa customs union) lên Uganda. Llano, Perez và Steinberg (2019) mở rộng phạm vi nghiên cứu và đánh giá tác động thuế quan của Hoa Kỳ lên ngành hàng sắt ở các khu vực kinh tế khác nhau. Veeramani và Saini đánh giá tác động của hiệp định ASEAN và Ấn Độ lên ngành trồng trọt. Ngoài các nghiên cứu quốc tế, các nghiên cứu sử dụng công cụ giả định SMART tại Việt Nam cũng có phần hạn chế về mặt số lượng. Vu (2016) sử dụng SMART để định lượng tác động tiềm năng của EVFTA lên nhập khẩu thuốc y tế Việt Nam từ EU, Anh. Ngọc (2011) đánh giá tác động tiềm năng của hiệp định RCEP lên nhập khẩu ô tô tại Việt Nam. Tác động của RCEP lên mặt hàng ô tô tại Việt Nam được tiếp tục nghiên cứu bởi Tu, Ngoc và Hương vào năm 2017.

Từ việc tổng quan các nghiên cứu đánh giá các tác động cả trước (ex-ante) và sau (expost) của các FTAs lên dòng thương mại nói chung và các FTAs thế hệ mới như CPTPP

và EVFTA lên dòng thương mại Việt Nam nói riêng, nhóm tác giả nhận thấy các nghiên cứu đánh giá và đặc biệt là đánh giá định tính tác động của EVFTA lên một ngành hàng còn chưa đa dạng, đặc biệt chưa có tác giả nào công bố kết quả nghiên cứu về tác động của EVFTA đối với kim ngạch xuất khẩu rau củ (Mã HS 07) của Việt Nam bằng mô hình SMART, nhóm tác giả sử dụng mô hình SMART và lý thuyết cân bằng bán phần để đánh giá tác động của EVFTA lên ngành hàng rau củ của Việt Nam có tính duy nhất và không bị trùng lặp với các nghiên cứu đã có.

3. Phương pháp nghiên cứu và dữ liệu

3.1. Mô hình cân bằng bán phần (Partial equilibrium-PE)

Mô hình cân bằng bán phần là mô hình sử dụng lý thuyết cung cầu căn bản để đánh giá và phân tích một thị trường nhất định dưới tác động của các thay đổi về mặt chính sách (tăng cường, cắt giảm hàng rào thuế quan), hoặc các tác động khác ảnh hưởng đến cung và cầu của ngành hàng đó. Mô hình cân bằng bán phần thường bỏ qua các ảnh hưởng dẫn đến sự thay đổi của các ngành hàng liên quan hoặc thay thế, hoặc đưa ra giả định rằng ngành hàng đang được đánh giá phân tích là tương đối nhỏ so với cả nền kinh tế, nên các thay đổi từ ngành hàng này không gây ảnh hưởng đến các ngành hàng khác. Tính chất này của mô hình cân bằng bán phần giúp cho việc sử dụng mô hình và đánh giá trở nên đơn giản hơn, tuy vậy mô hình có điểm yếu là chỉ có thể đánh giá được một ngành hàng độc lập và bỏ qua các tương tác với những ngành hàng khác, cũng như việc sử dụng mô hình cân bằng bán phần cần tuân thủ theo một vài giả định khắt khe và thường không có thật ở thực tế. Vì vậy, các kết quả được đưa ra bởi mô hình cân bằng bán phần thường được coi như tham chiếu hoặc ước lượng về các thay đổi có thể xảy ra khi ngành hàng phải chịu sự ảnh hưởng bởi một chính sách nào đó, chứ không được coi như dự báo chính xác. Dưới đây, nhóm tác giả sẽ đưa ra khung lý thuyết căn bản của mô hình cân bằng bán phần dựa trên lý thuyết cung cầu.

Một nước nhập khẩu j, nhập khẩu một mặt hàng i của nước xuất khẩu k sẽ có phương trình đường cầu như sau:

$$M = \alpha_M PM^{\varepsilon}$$

α_M là hằng số với điều kiện $\alpha_M > 0$, và $\varepsilon < 0$ là độ co giãn nhập khẩu (co giãn cầu). Tương tự, chúng ta có thể mô tả đường cung với phương trình như sau

$$X = \alpha_X PX^{\eta}$$

Với $\alpha_M > 0$ là hằng số, và $\eta > 0$ là độ co giãn xuất khẩu (co giãn cung). Trong trường hợp nước xuất khẩu có nền kinh tế nhỏ, hoặc có kim ngạch nhập khẩu ngành hàng i nhỏ hơn so với tổng kim ngạch thương mại thế giới thì η bằng dương vô cùng. Điều kiện cân bằng của mô hình yêu cầu phương trình sau đây cần phải được thỏa mãn

$$M = X$$

Độ chênh lệch giữa giá nhập khẩu và giá xuất khẩu được tạo nên bởi thuế quan và được thể hiện bởi phương trình sau.

$$PM = PX(1 + T/100)$$

Với T là thuế nhập khẩu được tính theo phần trăm.

Sự thay đổi trong lợi ích của việc xuất nhập khẩu sẽ được thể hiện bởi phương trình.

$$\Delta WM = \frac{\alpha_M}{\varepsilon + 1} \left(PM_0^{\varepsilon+1} - PM_1^{\varepsilon+1}\right)$$

$$\Delta WX = \frac{\alpha_X}{\eta + 1} \left(PM_0^{\eta+1} - PM_1^{\eta+1}\right)$$

3.2. Giả định SMART (Single market partial equlibrium simulation tool)

Dựa trên nền tảng lý thuyết của mô hình cân bằng bán phần (PE) được nêu trên, công cụ giả định SMART được áp dụng để tính toán sự thay đổi về dòng thương mại dựa trên mức thuế sẽ được thay đổi theo hiệp định thương mại tự do và kim ngạch thương mại của ngành hàng đó trong năm được chọn. Vì vậy, SMART có thể được coi như một công cụ để thiết lập giả định (Counter-factual) để trả lời câu hỏi "nếu như?" việc cắt giảm thuế quan trong tương lai được áp dụng vào hiện tại thì dòng thương mại sẽ bị thay đổi ra sao. SMART được sử dụng dựa trên các giả định sau đây về đường cung xuất khẩu và đường cầu nhập khẩu

(1) Chỉ có một nhà nhập khẩu duy nhất trong mô hình, các nhà xuất khẩu phải cạnh tranh nhau để xuất khẩu sang thị trường của nước xuất khẩu, vì vậy đường cung xuất khẩu thường sẽ co giãn hoàn hảo, hay nói cách khác sẽ có độ co giãn là dương vô cùng, và đường cung sẽ nằm ngang

(2) Giả định Armington: người tiêu dùng có thị yếu khác nhau về các sản phẩm được nhập khẩu từ các nhà nhập khẩu khác nhau. Do có thị hiếu khác nhau về các sản phẩm, nên dòng nhập khẩu sẽ không tập trung về một nước xuất khẩu, nếu nước xuất khẩu đó được hưởng các thuế quan ưu đãi đặc biệt

(3) Nhu cầu của người tiêu dùng sẽ được chia thành hai bước, bước một, người tiêu dùng quyết định tổng cầu cho mặt hàng dựa vào chỉ số giá tiêu dùng, bước hai: người mua quyết định cầu của các chủng loại khác nhau của mặt hàng dựa trên tổng nhu cầu sử dụng

Độ chính xác của kết quả từ mô hình SMART phụ thuộc rất nhiều vào việc chọn lựa độ co giãn phù hợp để tính toán sự thay đổi về kim ngạch khi có sự thay đổi về giá cả do sự tăng lên hoặc giảm xuống của thuế quan. Hai độ co giãn cần được chọn trong mô hình SMART là co giãn cung, và co giãn thay thế. Trong bài viết này, nhóm tác giả lựa chọn độ co giãn cung (supply elasticity) là vô cực do theo số liệu của TRAINS thì năm 2014 kim ngạch nhập khẩu rau củ của liên minh châu Âu - EU ở mức 5 tỉ USD, tương đối nhỏ so với tổng kim ngạch nhập khẩu mã HS 07 của cả thế giới.

Ngành hàng rau củ (HS 07) được chia làm hai nhóm hàng nhỏ là rau củ tươi vả rau củ đã qua chế biến, với độ co giãn thay thế khác nhau. Theo ước lượng của Sarris (1984), độ co giãn thay thế nhập khẩu của liên minh châu Âu - EU cho rau củ tươi sống là 1.08, trong khi đó cho rau củ đã qua chế biến là 1.56. Vì vậy, trong bài, nhóm tác giả sẽ chạy hai giả định cho hai nhóm hàng này với hai đọ co giãn thay thế khác nhau, lần lượt là 1.08 cho rau củ tươi sống và 1.56 cho rau củ đã qua chế biến.

3.3. Dữ liệu nghiên cứu và giả định nghiên cứu

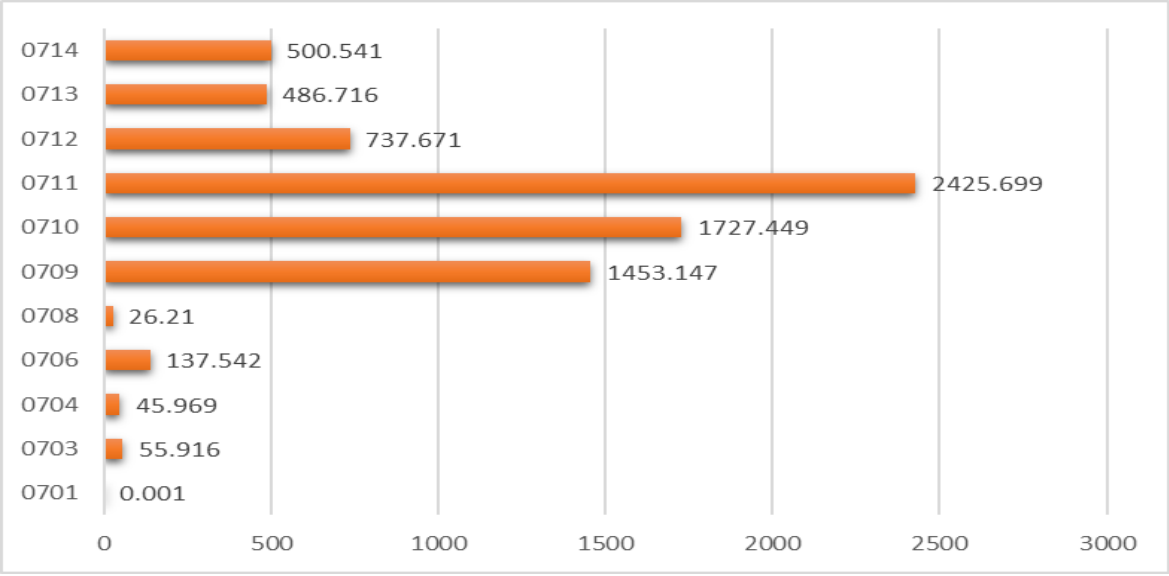
Để có thể đánh giá được tác động tiềm năng của EVFTA lên xuất khẩu mặt hàng

rau củ của Việt Nam sang thị trường EU, nhóm tác giả sử dụng số liệu nhập khẩu các mã hàng 6 số thuộc chương 7 trong hệ thống hài hòa HS (Harmonize system) của Liên minh châu Âu - EU với năm gốc là năm 2018, và từ đó thiết lập các giả định liên quan đến các chính sách thuế quan nhằm đánh giá tác động của các chính sách này. Dữ liệu về kim ngạch nhập khẩu của EU được trích xuất từ nguồn dữ liệu của UNCTAD-TRAINS thông qua SMART. Ngoài ra, các thông tin về lộ trình cam kết cắt giảm thuế quan được trích xuất từ phụ lục 2-A-2 của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Châu Âu (EVFTA). Trong bài viết, khối liên minh Châu Âu EU được hiểu là có 27 nước thành viên, không bao gồm Anh, hay còn gọi là EU27. Đồng nghĩa với việc, Anh sẽ không được hưởng các thuế quan ưu đãi từ hiệp định thương mại tự do EVFTA. Đây là do, mô hình SMART là mô hình mô phỏng, có tính chất dự báo cho tương lai, vì vậy việc bao gồm Vương quốc Anh vào trong Liên minh châu âu EU sẽ tạo nên các vấn đề sai lệch cho các kết quả, do Anh đã rời khỏi liên minh thuế quan vào năm 2020.

3.3.1. Thực trạng xuất khẩu rau củ từ Việt Nam sang EU

Hình 1 thể hiện kim ngạch xuất khẩu ngành hàng rau củ (HS 07) của Việt Nam sang thị trường EU vào năm gốc (năm 2018) theo mã HS 4 số. Các mã HS từ 0701 đến 0709 là các loại rau củ tươi hoặc đông lạnh, và các mã HS từ 0710 đến 0714 là các loại rau củ đã qua chế biến.

Đơn vị: Nghìn USD



(Nguồn: UNCTAD-TRAINS)

Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang EU theo mã HS 4 số

Có thể thấy qua số liệu được cung cấp bởi UNCTAD-TRAINS, tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng rau củ của Việt Nam sang thị trường EU là chưa cao. Trong năm 2018, tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam chỉ đạt 7.5 triệu USD, xếp thứ 40 trong số các quốc gia xuất khẩu mã hàng này sang EU, và còn tương đối hạn chế so với các quốc gia đứng đầu như Ma-rốc (1.2 tỉ USD), Trung Quốc (500 triệu USD) và Thổ Nhĩ Kì (400 triệu USD).

Trong 7.5 triệu kim ngạch xuất khẩu mã hàng 07 của Việt Nam sang thị trường Châu Âu, thì mặt hàng rau củ đã được qua chế biến (HS0710 đến 0714) chiếm 77% (sấp xỉ 6 triệu USD) trong khi đó mặt hàng rau củ tươi chỉ chiếm 23% kim ngạch nhập khẩu. Vấn đề này có thể được giải thích bởi khoảng cách tương đối đáng kể giữa Việt Nam và Châu Âu, gây trở ngại cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, khi chưa có kinh nghiệm cũng như kĩ thuật giúp bảo quản độ tươi cũng như giữ lạnh cho sản phẩm. Vì vậy, có thể thấy, các mặt hàng thuộc các mã HS 0701 (Khoai tây), 0702 (Cà chua), 0703 (Hành củ), 0704 (Bắp cải), 0705 (Xà lách), 0706 (Cà rốt), 0707 (Dưa chuột), 0708 (Các loại cây họ đậu) có kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Châu Âu không đáng kể. Đặc biệt các loại rau củ có tính chất đặc biệt, khó vận chuyển như khoai tây (0701) và cà chua (0702) không có, hoặc gần như không có kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Châu Âu. Tuy vậy, mã HS 0709 (các loại rau củ tươi hoặc đông lạnh khác) lại có kim ngạch khá cao (gần 1.5 triệu USD). Đây là do, các loại rau củ trong mã hàng này thường có thời hạn sử dụng dài hơn, cũng như không yêu cầu quá nhiều kĩ thuật bảo quản trong quá trình vận chuyên (ví dụ như: cây atisô, măng tây, cần tây, nấm). Hơn nữa, các loại rau củ thuộc mã HS 0709 cũng phù hợp với nhu cầu của thị trường Châu Âu hơn, khiến cho kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam cho mã hàng này cũng cao hơn.

Các mã hàng rau củ đã qua chế biến (bảo quản, làm khô) có kim ngạch xuất khẩu cao hơn rất nhiều so với mặt hàng tươi, đông lạnh. Đặc biệt là mã hàng 0710 (rau các loại đã được sơ chế bằng hơi nước) và 0711 (rau các loại đã bảo quản tạm thời) có kim ngạch nhập khẩu tương đối lớn so với các sản phẩm được làm khô như 0712 (rau khô, ở dạng nguyên, cắt thái lát, vụn, hoặc ở dạng bột) 0713 (các loại đậu khô đã bóc vỏ, đã làm vỡ hạt). Điều này cho thấy, nhu cầu của thị trường Châu Âu vẫn hướng tới các loại rau củ tươi hơn, nhưng vì những loại rau củ tươi gặp trở ngại trong việc xuất khẩu nên thị trường chuyển hướng sang các loại rau củ đã được sơ chế hoặc đã trải qua các quy trình bảo quản cơ bản. Đây là một đặc điểm quan trọng cần lưu ý, vì nó cho thấy cơ hội và tiềm năng của việc xuất khẩu mặt hàng rau củ tươi sang thị trường Châu Âu.

3.3.2. Giả định nghiên cứu

Để đánh giá được chính xác tác động của EVFTA lên xuất khẩu mã HS 07 của Việt Nam, nhóm tác giả đề xuất giả định nghiên cứu như sau:

Giả định: Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - châu Âu EVFTA có hiệu lực và các dòng hàng thuộc mã HS07 được cam kết trong lịch trình sẽ có mức thuế nhập khẩu vào EU giảm về 0% ngay lập tức.

Dựa vào giả định nghiên cứu được đặt ra, nhóm tác giả chọn năm gốc, các mã HS được phân tích, cũng như mức thuế quan cho công cụ SMART. Từ đó SMART sẽ sử dụng các dữ liệu và thông số được đưa ra, kết hợp với mô hình cân bằng bán phần để ước lượng ra sự ảnh hưởng của chính sách thuế quan mới lên kim ngạch xuất khẩu rau của Việt Nam sang thị trường EU theo hai bước sau đây. Bước một, SMART sử dụng mức thuế quan mới và độ co giãn cầu và cung để tính ra lượng tổng nhu cầu mới cho mã HS 07 của thị trường EU. Bước hai, SMART sử dụng độ co giãn thay thế để tìm ra nhu cầu cụ thể (nhu cầu cho các chủng loại hàng hóa khác nhau) cả thị trường EU, từ đó tìm ra được kim ngạch xuất khẩu mới của Việt Nam sang EU.

4. Kết quả của giả định

4.1. Ảnh hưởng của EVFTA lên tổng kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam

Kết quả của giả định đưa ra một cái nhìn tích cực đến tác động của hiệp định EVFTA lên xuất khẩu mặt hàng rau (HS07) sang thị trường châu Âu của Việt Nam. Các kết quả tích cực này là kết quả của việc thuế quan được cắt giảm xuống 0% cho ngành hàng này theo các cam kết thuộc phạm vi EVFTA.

Kết quả của bảng 1 cho thấy, kim ngạch xuất khẩu của mã hàng HS07 sẽ tăng 1 triệu USD, tức vào khoảng 13.8% khi ngành hàng này của Việt Nam được hưởng mức thuế 0% từ EU. Một cách tuyệt đối, mức tăng trưởng 13.8% là mức tăng trưởng tương đối đáng kể, đây là kết quả trực tiếp của mức thuế ưu đãi được đặt ra bởi hiệp định EVFTA.

Bảng 1: Kết quả về sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu rau củ dưới tác động của EVFTA

(Đơn vị: Nghìn USD)

Chỉ số	Giả định
Kim ngạch xuất khẩu trước hiệp định ('000 USD)	7596.861
Kim ngạch xuất khẩu sau hiệp định ('000 USD)	8650.793
Tổng trị giá thay đổi xuất khẩu ('000 USD)	1053.932
Phần trăm thay đổi xuất khẩu (%)	13.8%

Nguồn: Thống kê của nhóm nghiên cứu

Trước hiệp định, các mã HS 6 số thuộc mã HS 07 tuy phải chịu mức thuế trung bình (từ 6% đến 10%), tuy vậy độ phủ của thuế quan lại khá cao (76% các dòng hàng phải chịu thuế quan nhập khẩu từ EU). Vì vậy, việc giảm thuế của tất cả các dòng hàng này xuống 0% sẽ có một tác động đáng kể lên kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Tuy vậy, một cách tương đối, so với các ngành hàng khác, thì mức tăng trưởng kim ngạch 1 triệu USD không phải quá lớn. Các nghiên cứu tác động của EVFTA trước đây cho thấy, có các mặt hàng có mức tăng trưởng rất đáng kể dưới tác động của hiệp định thương mại Việt Nam - châu Âu, các mặt hàng này thường là các loại hàng hóa vốn đã có mức kim ngạch xuất khẩu khá lớn sang EU. Kết quả này có thể được giải thích do kim ngạch xuất khẩu vốn đã hạn chế của Việt Nam sang EU đối với mặt hàng rau củ, đặc biệt là mặt hàng rau củ tươi hoặc đông lạnh, vì vậy, kể cả khi mức thuế được giảm xuống mức rất thấp là 0%, thì các doanh nghiệp Việt Nam cũng chưa thể ngay lập tức nắm bắt được các cơ hội, cũng như các cản trở về mặt quy trình và công nghệ còn quá lớn khiến cho việc tăng trưởng kim ngạch nhóm hàng này trở nên khó khăn.

4.2. Ảnh hưởng của EVFTA lên kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang EU theo các mã HS 4 số và 6 số

Bảng 2 thể hiện kết quả ảnh hưởng của hiệp định thương mại Việt Nam - EU lên xuất khẩu rau củ của Việt nam sang châu Âu theo các mã HS 6 số, chỉ các dòng HS có sự

thay đổi được báo cáo trong bảng 2, các dòng hàng không có sự thay đổi trong kim ngạch xuất khẩu được lược bỏ. Có thể thấy, 8 trên 14 dòng HS 4 số (87%) và 27 trên 38 dòng HS 6 số (70%) của mã HS 07 của Việt Nam có sự thay đổi về kim ngạch xuất khẩu sang thị trường châu Âu dưới sự ảnh hưởng của EVFTA. Các mã HS 4 số không có sự thay đổi trong kim ngạch có các đặc điểm sau đây. Thứ nhất, các mã hàng như 0701, 0702, 0705, 0707, tuy hiện đang phải chịu mức thuế khá đáng kể từ 9% đến 12%, nhưng có kim ngạch xuất khẩu sang EU hiện nay ở mức tối thiểu, vì vậy, kể cả khi mức thuế quan nhập khẩu vào EU được giảm xuống 0% thì các mã hàng này cũng không có sự thay đổi trong kim ngạch ngay lập tức. Tuy vậy, không thể loại trừ trường hợp các doanh nghiệp Việt Nam trong tương lai sẽ lợi dụng các chi phí được cắt giảm do mức thuế quan hạ xuống để đầu tư vào quy trình bảo quản, vận chuyển nhằm thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng này. Thứ hai, các mã HS 0713, 0714, tuy có kim ngạch xuất khẩu sang EU cao hơn, nhưng vốn đã có mức thuế quan ở mức 0%, vì vậy, theo SMART, EVFTA sẽ không có ảnh hưởng lên các mã hàng này. Tuy vậy, không thể không tính đến trường hợp các mặt hàng này cũng có sự tăng trưởng nhất định, do hiệu ứng lan tỏa từ tăng trưởng kim ngạch từ các mã hàng khác, cũng như sự giảm xuống của chi phí xuất khẩu tổng thể hàng hóa thuộc mã 07. Đây là một trong những điểm yếu của công cụ SMART, SMART dựa trên mô hình cân bằng bán phần và tính toán một cách thuần toán học về các thay đổi, dựa trên các dữ liệu và tham số được cung cấp bởi người nghiên cứu, vì vậy, tuy rằng SMART khá hữu dụng trong việc tính toán các ảnh hưởng thuần túy của việc thuế quan giảm về 0%, nhưng lại không tính được đến các tính chất phức tạp hơn của thương mại quốc tế.

Bảng 2: Ảnh hưởng của EVFTA lên xuất khẩu rau củ Việt Nam sang EU

	Mã HS	Kim ngạch trước hiệp định ('000 USD)	Kim ngạch sau hiệp định ('000 USD)	Tăng trưởng (%)
0703				
	070310	44.26	62.1	40.33
	070390	11.62	13.393	14.94
0704				
	070490	45.96	53.3	16.02
0706				
	070610	122.86	146.1	18.91
	070690	14.67	17.44	18.8
0708				
	070820	25.92	33.97	31.06
	070890	0.28	0.33	15.22
0709				
	070920	0.002	0.003	50
	070930	103.104	121.23	17.58
	070940	2.17	2.60	19.8
	070960	371.21	390.9	5.30
	070970	2.36	2.83	19.79
	070993	23.8	30	26.04
	070999	950.48	1161.09	22.15
0710				

071010	0.247	0.342	38.46
071029	34.9	41.78	19.51
071030	0.335	0.52	57.61
071080	1686.16	2013.3	19.40
071090	5.74	7.3	28.13
0711			
071159	2403.91	2672.79	11.18
071190	21.788	24.04	10.36
0712			
071220	48.17	59.5	23.64
071231	13.53	15.83	17.38
071232	336.1	395.01	17.52
071233	6.1	7.2	17.31
071239	252.86	297.33	17.58
071290	80.79	92.95	15.05

Nguồn: Thống kê của nhóm nghiên cứu

Một đặc điểm đáng chú ý tiếp theo là phần lớn tăng trưởng kim ngạch nằm ở nhóm hàng rau củ đã qua chế biến (HS 0710 đến HS0714), tăng trưởng của nhóm hàng này chiếm 73% (730 triệu USD) tổng lượng tăng trưởng của nhóm hàng này. Điều này cho thấy, các loại rau củ đã qua chế biến với lợi thế về mặt bảo quản vận chuyển sẽ tăng tưởng mạnh hơn dưới tác động của EVFTA.

Các mã HS 6 số vốn có khối lượng xuất khẩu sang EU lớn như 070999 (Các loại rau củ tươi hoặc đông lạnh khác) hoặc 071159 (Các loại rau củ đã sơ chế khác), cũng sẽ có mức tăng trưởng lớn nhất dưới tác động của EVFTA. Tuy vậy cần phải nhận thấy rằng, mức tăng trưởng của EVFTA có sự phân bố không đồng đều, trong khi có những mã HS tăng trưởng 40% - 50% như 071030, 070310, có những mã HS chỉ có mức tăng trưởng 5% - 10%.

5. Một số kiến nghị nhằm tăng cường lợi ích thương mại từ việc giảm thuế nhập khẩu rau củ vào thị trường châu Âu

Kết quả từ giả định SMART đưa ra cho thấy, mức thuế quan ưu đãi từ các cam kết của EVFTA sẽ có tác động tích cực lên kim ngạch xuất khẩu rau củ của Việt Nam sang thị trường EU. Tuy vậy, có thể thấy, mức tăng trưởng được SMART tính toán và đưa ra là tương đối hạn chế so với tương quan các ngành hàng khác như da giày, may mặc. Hơn nữa, các doanh nghiệp Việt Nam còn khá thiếu kinh nghiệm cũng như trình độ kỹ thuật để cạnh tranh với các đối thủ quốc tế có sự am hiểu hơn về thị trường châu Âu hoặc có lợi thế hơn về mặt địa lý. Vì vậy, nhằm tận dụng tối đa được các lợi ích của EVFTA, chính phủ cũng như các doanh nghiệp xuất khẩu rau củ Việt Nam cần thực hiện một số biện pháp như sau

- Các kiến nghị về phía chính phủ

Thứ nhất, chính phủ cần nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về các cơ hội cũng như thách thức do hiệp định tạo ra. Tuy rằng, các hiệp định ký kết đem lại thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu, nhưng các doanh nghiệp quan tâm đến EVFTA còn chiếm tỉ thể thấp, chủ yếu là các doanh nghiệp lớn hoặc các doanh nghiệp FDI. Vì vậy, cần phải

nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp nhằm nắm bắt những cơ hội cung như vượt qua các thách thức để nâng cao tổng trị giá xuất khẩu.

Thứ hai, hiện nay các doanh nghiệp còn thiếu các thông tin cung như kĩ năng lấy thông tin liên quan đến các hiệp định nói chung và EVFTA nói riêng. Vì vậy, các cơ quan quản lý nhà nước cần có các biện pháp phổ biến các thông tin liên quan đến EVFTA đến các doanh nghiệp thông qua các phương pháp khác nhau như tổ chức tọa đàm hội thảo, hoặc phổ biến qua các kênh thông tin như truyền hình, qua các Website, sách báo.

Thứ ba, Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu vĩ mô, giới thiệu quảng bá sản phẩm, doanh nghiệp Việt nam ra thị trường nước ngoài, giúp các doanh nghiệp thâm nhập thị trường, xây dựng các chương trình phát triển các mặt hàng mới có lợi thế, các mặt hàng có tính mẫu mốt, có giá trị gia tăng cao, xây dựng thương hiệu quốc gia.

- Các kiến nghị về phía doanh nghiệp

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần phát triển và đổi mới công nghệ, đặc biệt là các công nghệ bảo quản và vận chuyển rau củ sang thị trường châu Âu, nhằm giảm tối thiểu chi phí liên quan đến xuất khẩu mặt hàng, đồng thời làm tăng khả năng cạnh tranh cho mặt hàng.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần phải tích cực thay đổi, đa dạng hóa sản phẩm, và quan trọng hơn là làm cho sản phẩm có sự khác biệt so với các đối thủ thương mại khác. Đồng thời xây dựng chủ động và tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến xuất khẩu phát triển thị trường, đồng thời nâng cao năng lực xuất khẩu của doanh nghiệp, tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu để đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

6. Kết luận

Bài viết sử dụng mô hình cân bằng bán phần và giả định SMART để nghiên cứu tác động tiềm năng của hiệp định thương mại tự do EVFTA lên xuất khẩu rau củ Việt Nam. Nhóm tác giả chọn năm 2018 làm năm gốc nghiên cứu và đặt ra giả định rằng mức thuế quan của các dòng hàng thuộc mã HS 07 sẽ được giảm về 0% ngay lập tức dưới các cam kết của EVFTA.

Theo các giả định đặt ra, kết quả của bài viết cho thấy, EVFTA sẽ có tác động tích cực lên xuất khẩu mặt hàng rau củ của Việt Nam. Tuy rằng, mức tăng trưởng được ước lượng bởi mô hình không quá cao một cách tương đối so với các ngành hàng khác, nhưng, phần lớn các dòng hàng thuộc mã HS 07 sẽ có tăng trưởng trong kim ngạch xuất khẩu. Các loại rau củ đã qua sơ chế (từ 0710 đến 0714) sẽ có mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu lớn hơn tương đối so với các loại rau củ tươi và đông lạnh (0701 đến 0709), đây là kết quả của cấu trúc xuất khẩu của Việt Nam, cũng như các vấn đề doanh nghiệp Việt Nam gặp phải về kỹ thuật bảo quản vận chuyển rau củ tươi. Hơn nữa, nhìn vào dòng HS 6 số, có thể thấy mức tăng trưởng không được phân bố đồng đều, khi có các dòng hàng có mức tăng trưởng lên đến 40% - 50% nhưng các dòng hàng khác tăng trưởng 5% - 10%.

Tuy vậy, nhóm tác giả cũng nhận thấy những mặt hạn chế trong nghiên cứu, đặc biệt là những hạn chế về mặt phương pháp nghiên cứu. Giả định SMART tuy rằng là một công cụ rất hữu ích trong việc đánh giá các tác động của FTAs đến kim ngạch của các

dòng hàng, nhưng SMART lại không tính đến tính hiệu quả và đưa ra được các vấn đề liên quan đến tạo dựng thương mại (mở rộng mặt hàng xuất khẩu) khi thuế quan được bãi bỏ. Vì vậy, nhóm tác giả mong muốn trong tương lai, sẽ sử dụng các công cụ định lượng khác để đưa ra được một cái nhìn toàn diện về tác động của EVFTA lên nhập khẩu của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abrams, R.K., 1980. International trade flows under flexible exchange rates. *Economic Review*, *65*(3), pp.3-10.
2. Aitken, N. D. (1973). The effect of the EEC and EFTA on European trade: A temporal cross-section analysis. *The American Economic Review*, *63*(5), 881-892.
3. Anderson, P.L., McLellan, R.D., Overton, J.P. and Wolfram, G.L., 1997. Price elasticity of demand. *McKinac Center for Public Policy. Accessed October*, *13*, p.2010.
4. Anh, T. T., & Ngoc, L. M. (2011). An assessment of the potential economic impacts of RCEP on Vietnam automobile sector1. The. *World*, *2013*.
5. Baier, S. L., & Bergstrand, J. H. (2007). Do free trade agreements actually increase members' international trade?. *Journal of international Economics*, *71*(1), 72-95.
6. Board, S (2009). Partial equilibrium: Positive analysis, UCLA Economics. Availbale at: http://www.econ.ucla.edu/sboard/teaching/econ11_09/econ11_09_lecture6.pdf
7. Brada, J. C., & Mendez, J. A. (1985). Economic integration among developed, developing and centrally planned economies: A comparative analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 549-556.
8. Hertel, T., Hummels, D., Ivanic, M., & Keeney, R. (2007). How confident can we be of CGE-based assessments of Free Trade Agreements?. *Economic Modelling*, *24*(4), 611-635.
9. Itakura, K., & Lee, H. (2019). Estimating the Effects of the CPTPP and RCEP in a General Equilibrium Framework with Global Value Chains.
10. Kapuscinski, C. A., & Warr, P. G. (1999). Estimation of Armington elasticities: an application to the Philippines. *Economic Modelling*, *16*(2), 257-278.
11. Khan, M. A., Zada, N., & Mukhopadhyay, K. (2018). Economic implications of the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) on Pakistan: a CGE approach. *Journal of Economic Structures*, *7*(1), 2.
12. Kumar, S., & Ahmed, S. (2014). Impact of sensitive lists under SAFTA: Quantitative assessment using a partial equilibrium modeling. *European Journal of Globalization and Development Research*, *10*(1).
13. Lee, H., & Itakura, K. (2014). TPP, RCEP, and Japan's agricultural policy reforms. *OSIPP DiscussionPaper, Osaka School of International Public Policy, Osaka*.
14. Li, Q. (2014, August). Analyzing Effects of RCEP on Foreign Direct Investment in a Firm Heterogeneity CGE Framework. In *CGE Workshop, Melbourne, Australia*.

15. Li, Q., Scollay, R., & Gilbert, J. (2017). Analyzing the effects of the Regional Comprehensive Economic Partnership on FDI in a CGE framework with firm heterogeneity. *Economic Modelling*, *67*, 409-420.
16. Llano, C., Pérez, J., Steinberg, F., & Hewings, G. J. (2019). Global and regional effects of the US tariffs on iron, steel and aluminium: A SMART combination of models with a focus on Spain. *Regional Science Policy & Practice*, *11*(3), 525-547.
17. Lu, S. (2018). Evaluation of the Potential Impact of CPTPP and EVFTA on Vietnam's Apparel Exports: Are We Over-optimistic about Vietnam's Export Potential?.
18. Othieno, L., & Shinyekwa, I. (2011). *Trade, revenue and welfare effects of the East African Community Customs Union Principle of Asymmetry on Uganda: an application of Wits-Smart simulation model* (No. 677-2016-46674).
19. Sarris, A., 1984. *World Trade in Fruits and Vegetables: Projections for an Enlarged European Community* (No. 202). US Department of Agriculture, Economic Research Service.
20. Tinbergen, Jan J. (1962) "Shaping the world economy; suggestions for an international economic policy."
21. Trung tâm WTO và hội nhập 2019, *Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 7/2019,* Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam-VCCI, Truy cập tại http://www.trungtamwto.vn/thong-ke/12065-tong-hop-cac-fta-cua-viet-nam-tinh-den-thang-112018
22. Tu, T. A., Ngoc, L. M., & Hương, N. Q. (2017). An Assessment of the Potential Economic Impacts of RCEP on Vietnam Automobile Sector. *SECO/WTI Academic Cooperation Project Working Paper Series*, *5*.

XUẤT KHẨU BỀN VỮNG NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH THAM GIA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI VIỆT NAM - EU

SUSTAINABLE EXPORT OF VIETNAMESE AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE BACKGROUND OF THE NEW GENERATION OF FREE TRADE AGREEMENT VIETNAM - EU

TS. Vũ Thị Thanh Huyền

TS. Nguyễn Thị Thu Hiền

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong những năm vừa qua, xuất khẩu nông sản Việt Nam tiếp tục có sự gia tăng về giá trị xuất khẩu, một số sản phẩm có vị thế lớn trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn còn một số hạn chế do phần lớn là xuất thô, giá trị gia tăng của hàng nông sản xuất khẩu còn thấp, sản xuất còn chưa quan tâm đúng mức đến việc bảo vệ môi trường sinh thái và nâng cao năng suất, thu nhập,... cho người nông dân. EU được coi là thị trường trọng điểm thứ hai của nông sản xuất khẩu Việt Nam, trong danh mục các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU có rất nhiều nông sản có lợi thế. Trong bối cảnh tham gia EVFTA, xuất khẩu nông sản Việt Nam theo hướng bền vững sẽ đứng trước nhiều cơ hội, cũng như các thách thức lớn. Bằng các phương pháp nghiên cứu như thống kê, tổng hợp, so sánh, phương pháp phân tích SWOT, nhóm tác giả sẽ làm rõ các vấn đề liên quan đến xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia EVFTA, từ đó, đề xuất các giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu nông sản một cách bền vững trong thời gian tới.

Từ khóa: *Xuất khẩu bền vững, nông sản, EVFTA*

Abstract

In recent years, Vietnam's agricultural exports continue to have an increase in export value, some products have a large position in the international market. However, Vietnam's agricultural exports still have some limitations due to the fact that most of them are raw exports, the added value of exported agricultural products is low, the production has not paid enough attention to environmental protection and improve productivity, income,... for farmers. EU is considered as the second key market of Vietnam's agricultural exports, there are many advantages of agricultural products in the list of Vietnam's exports to the EU market. In the context of joining EVFTA, Vietnam's export of agricultural products in a sustainable manner will face many opportunities, as well as great challenges. By research methods such as statistics, synthesis, comparison, SWOT analysis method, the authors will clarify issues related to sustainable export of Vietnam's agricultural products in the context of joining EVFTA, Since then, propose solutions to promote sustainable export of agricultural products in the coming time.

Keywords: *sustainable exports, agricultural products, EVFTA*

1. Đặt vấn đề

EU hiện là một trong số thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này năm 2019 đạt 41,48 tỷ USD và nhập khẩu đạt 14,91 tỷ USD. Do vậy, EVFTA được thực thi sẽ giúp Việt Nam có điều kiện thúc đẩy xuất khẩu, đa dạng hóa thị trường, thu được giá trị gia tăng cao hơn thông qua việc thiết lập các chuỗi cung ứng mới. Cụ thể, EVFTA có nội dung chủ yếu là xóa bỏ hàng rào thuế quan; với gần 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này sẽ có thuế suất bằng 0%. Trong danh mục các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có rất nhiều nông sản có lợi thế. Việt Nam có năng lực xuất khẩu mạnh mẽ vào châu Âu ở nhóm hàng thủy sản, trái cây (cả tươi lẫn chế biến). Là thị trường trọng điểm thứ 2 của xuất khẩu nông sản Việt Nam, EU có đến 27 quốc gia thành viên, trong đó chúng ta đã đưa nông sản đến 17 nước, đều là những nơi có tiêu chuẩn rất cao. Khi EVFTA được phê chuẩn, đã có 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam được EU bảo hộ, trong đó gồm nhiều sản phẩm truyền thống. Điều này nâng tầm cho nông sản Việt Nam bằng tính truyền thống, đặc thù, đặc sản.

2. Một số cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Một số cơ sở lý thuyết về Xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững

Trong thời gian gần đây, vấn đề phát triển bền vững các ngành và lĩnh vực thu hút sự quan tâm của hầu hết các quốc gia và các nhà nghiên cứu. Khái niệm "phát triển bền vững" được chính thức phổ biến rộng rãi trên thế giới từ sau báo cáo Brundtland (1987) của Ủy ban Môi trường và Phát triển thế giới (WCED), nay gọi là Ủy ban Brundtland. Theo đó, *"Phát triển bền vững được định nghĩa là sự phát triển hài hòa cả về 3 mặt Kinh tế - Xã hội - Môi trường để đáp ứng những nhu cầu về đời sống vật chất, văn hóa, tinh thần của thế hệ hiện tại, nhưng không làm tổn hại, gây trở ngại đến khả nưng cung cấp tài nguyên để phát triển kinh tế - xã hội mai sau, không làm giảm chất lượng cuộc sống của các thế hệ trong tương lai"*.

Từ lý thuyết về Phát triển bền vững, đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến vấn đề bền vững về thương mại nói chung và Xuất khẩu bền vững nói riêng. Chẳng hạn, nghiên cứu của *Bill Vorley và các cộng sự* đã chỉ ra rằng, thương mại bền vững diễn ra khi trao đổi hàng hóa và dịch vụ quốc tế mang lại lợi ích xã hội, kinh tế và môi trường tích cực, phản ánh bốn tiêu chí cốt lõi của phát triển bền vững: (1) Tạo ra giá trị kinh tế; (2) Làm giảm nghèo đói và bất bình đẳng; (3) Tái tạo cơ sở tài nguyên môi trường; và (4) Được thực hiện trong một hệ thống quản trị mở và có trách nhiệm.

Cũng theo nghiên cứu, một hệ thống thương mại bền vững: (1) bao gồm các biện pháp bảo vệ môi trường và xã hội trong các hiệp định thương mại quốc tế hoặc (2) kết hợp trực tiếp chi phí xã hội và môi trường vào hoạt động giao dịch.

Một số nghiên cứu khác có liên quan như: Nghiên cứu của *Guoqiang Long (2010)* về chiến lược thương mại bền vững của Trung Quốc tìm cách giúp xác định các đặc điểm chiến lược thương mại bền vững cho Trung Quốc giúp đóng góp cho môi trường, cải thiện kinh tế xã hội, chủ yếu ở Trung Quốc mà còn trên toàn cầu. Còn nghiên cứu của *Feifei Wu và Xinyu Yan (2018)* lại chỉ ra rằng chất lượng của thể chế trong nước có tác động đến xuất khẩu bền vững của Trung Quốc. Nghiên cứu của *Adriane A. Farias Santos L. de Queiroz*

và các cộng sự (2014) tập trung vào nghiên cứu các hành động bền vững của các công ty xuất khẩu ở các nước đang phát triển. *András Inotai (2013)* lại nghiên cứu về sự phát triển bền vững dựa trên chiến lược định hướng xuất khẩu; Nghiên cứu của Melise Jaud và các cộng sự (2013) về ảnh hưởng của phát triển tài chính đến xuất khẩu bền vững;...

Ở trong nước, nghiên cứu của Hồ Trung Thanh (2009) tập trung phân tích về xuất khẩu bền vững của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Theo tác giả, xuất khẩu bền vững là sự duy trì nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định, chất lượng tăng trưởng xuất khẩu ngày càng được nâng cao, góp phần tăng trưởng và ổn định kinh tế, ổn định xã hội và bảo vệ môi trường. Còn trong nghiên cứu của Nguyễn Hồng Cử (2010) về phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng bền vững, tác giả đưa ra 5 quan điểm: (1) đáp ứng được yêu cầu chung của phát triển bền vững (PTBV), hài hòa giữa 3 mặt của PTBV, (2) đáp ứng những yêu cầu cơ bản của phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững, (3) phù hợp với đặc điểm của vùng diễn ra hoạt động sản xuất nông sản xuất khẩu, (4) phù hợp với đường lối phát triển kinh tế của nhà nước, (5) phù hợp với bối cảnh và yêu cầu của hội nhập kinh tế quốc tế;...

Như vậy, từ một số quan điểm đưa ra ở trên, có thể hiểu rằng, *Xuất khẩu nói chung và xuất khẩu nông sản nói riêng theo quan điểm phát triển bền vững không phải là tìm cách tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bằng mọi giá mà sự tăng trưởng xuất khẩu đó phải luôn bảo đảm hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường, giữa lợi ích trước mắt và lâu dài.*

Nội dung của xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững, theo Nguyễn Hồng Cử (2010) có thể bao gồm các khía cạnh như sau:

- ✓ Bền vững về kinh tế: duy trì hoặc gia tăng lợi ích kinh tế xã hội tổng thể trong dài hạn, tập trung chủ yếu vào việc tạo ra lợi ích ròng bền vững trong sản xuất nông sản xuất khẩu và phân phối hợp lý lợi ích giữa các thành viên tham gia sản xuất nông sản xuất khẩu. Một số chỉ tiêu có thể đo lường bao gồm: tăng kim ngạch xuất khẩu, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng trong sản phẩm nông sản xuất khẩu.
- ✓ Bền vững về môi trường sinh thái: giải quyết hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu nông sản và bảo vệ môi trường, tránh làm cạn kiệt nguồn tài nguyên.
- ✓ Bền vững về mặt xã hội: duy trì và nâng cao phúc lợi kinh tế, xã hội cho người dân trong hệ thống sản xuất nông sản xuất khẩu, tạo công ăn việc làm, nâng cao đời sống nhân dân và xóa đói giảm nghèo, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội.

2.2. Giới thiệu về hiệp định thương mại tự do thế hệ mới EVFTA và các cam kết liên quan đến xuất khẩu nông sản

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 28 nước thành viên EU. EVFTA, cùng với Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), là hai FTA có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay.

Ngày 1/12/2015 EVFTA đã chính thức kết thúc đàm phán và đến ngày 1/2/2016 văn bản hiệp định đã được công bố. Ngày 26/6/2018, một bước đi mới của EVFTA được

thống nhất. Theo đó, EVFTA được tách làm hai Hiệp định, một là Hiệp định Thương mại (EVFTA), và một là Hiệp định Bảo hộ Đầu tư (EVIPA); đồng thời chính thức kết thúc quá trình rà soát pháp lý đối với Hiệp định EVFTA. Hai Hiệp định đã được ký kết vào 30/6/2019. Ngày 12/2/2020: Nghị viện châu Âu chính thức thông qua EVFTA và EVIPA. Trong tiến trình phê chuẩn 2 Hiệp định này, về thủ tục nội bộ của EU, sau khi được Nghị viện châu Âu phê chuẩn, Hiệp định EVFTA cần được Hội đồng châu Âu phê duyệt để có hiệu lực. Về phía Việt Nam, sau khi được Quốc hội Việt Nam thông qua, EVFTA sẽ ngay lập tức có hiệu lực.

Liên quan đến cam kết mở cửa thị trường hàng hóa của EU, EU cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi EVFTA có hiệu lực đối với hàng hóa của Việt Nam thuộc 85,6% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Trong vòng 7 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực, EU cam kết xóa bỏ 9,2% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Đối với 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, *(bao gồm số sản phẩm gạo, ngô ngọt, tỏi, nấm, đường và các sản phẩm chứa hàm lượng đường cao, tinh bột sắn, cá ngừ đóng hộp),* EU cam kết mở cửa cho Việt Nam theo hạn ngạch thuế quan (TRQs) với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%.

Bảng 1. Tổng hợp cam kết mở cửa của EU với một số nhóm hàng nông sản của Việt Nam

Cam kết	Cam kết thuế quan của EU dành cho Việt Nam
Gạo	Áp dụng cơ chế hạn ngạch thuế quan, lượng nhập khẩu trong hạn ngạch được hưởng mức thuế 0%. Tổng hạn ngạch là 80.000 tấn, cụ thể: - Gạo chưa xay xát: lượng hạn ngạch là 20.000 tấn - Gạo xay xát: lượng hạn ngạch là 30.000 tấn - Gạo thơm: lượng hạn ngạch là 30.000 tấn Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu đối với gạo tấm sau 5 năm, và các sản phẩm từ gạo sau 3-5 năm.
Cà phê	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Đường	Áp dụng hạn ngạch thuế quan với mức là 10.000 tấn đường trắng và 10.000 tấn sản phẩm chứa trên 80% đường
Mật ong tự nhiên	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Sản phẩm rau củ quả tươi và chế biến, nước hoa quả, hoa tươi	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực

Các hàng nông sản khác	Một số sản phẩm được áp dụng cam kết về hạn ngạch thuế quan của EU dành cho Việt Nam: - Trứng gia cầm đã qua chế biến: 500 tấn - Tỏi: 400 tấn - Ngô ngọt: 5.000 tấn - Tinh bột sắn: 30.000 tấn - Nấm: 350 tấn - Cồn etylic: 1.000 tấn - Một số sản phẩm hóa chất (manitol, sorbitol, dextrins,...): 2.000 tấn

Nguồn: Trung tâm WTO, 2020

Bên cạnh đó, EVFTA bao gồm một chương khá toàn diện về thương mại và phát triển bền vững, bao gồm một số nội dung quan trọng như:

- Cam kết thực thi hiệu quả các tiêu chuẩn cơ bản của Tổ chức Lao động Thế giới (ILO), các Công ước của ILO (không chỉ các Công ước cơ bản), các Hiệp định Đa phương về Môi trường mà mỗi Bên đã ký kết/gia nhập;

- Cam kết gia nhập/ký kết các Công ước cơ bản của ILO mà mỗi Bên chưa tham gia;

- Cam kết sẽ không vì mục tiêu thu hút thương mại và đầu tư mà giảm bớt các yêu cầu hoặc phương hại tới việc thực thi hiệu quả các luật về môi trường và lao động trong nước;

- Thúc đẩy Trách nhiệm xã hội (CSR) của doanh nghiệp, có dẫn chiếu tới các thông lệ quốc tế về vấn đề này;

- Một điều khoản về biến đổi khí hậu và các cam kết bảo tồn và quản lý bền vững đa dạng sinh học (bao gồm động thực vật hoang dã), rừng (bao gồm khai thác gỗ bất hợp pháp), và đánh bắt cá;...

2.3. Phương pháp nghiên cứu và nguồn số liệu

Phương pháp nghiên cứu: Để xem xét thực trạng xuất khẩu nông sản trong bối cảnh các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu bao gồm các phương pháp như thống kê tổng hợp, phân tích so sánh, đối chiếu; phương pháp phân tích SWOT... để phân tích khái quát thực trạng hoạt động sản xuất, xuất khẩu nông sản của Việt Nam; từ đó, đưa ra các đánh giá về cơ hội và thách thức của ngành nông sản trong bối cảnh tham gia hiệp định thương mại tự do thế hệ mới EVFTA.

Nguồn số liệu được sử dụng trong bài viết bao gồm các số liệu thứ cấp lấy chủ yếu từ nguồn Tổng cục Thống kê.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam

4.1.1. Bền vững về kinh tế

Về giá trị xuất khẩu

Từ năm 2010 đến nay, giá trị xuất khẩu nông sản của Việt Nam luôn ở mức cao, đóng góp một phần không nhỏ vào tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa và GDP của Việt Nam. Theo thống kê của Tổng cục Thống kê, tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản tăng từ 10,6 tỷ USD năm 2010 lên 18,7 tỷ USD năm 2018 (tăng trưởng bình quân 7,9%/năm). Đến năm 2018, kim ngạch xuất khẩu nông sản chiếm 7,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong bối cảnh thương mại nông sản thế giới còn nhiều diễn biến phức tạp với những biến động khó lường, quan hệ ngoại giao, kinh tế giữa các nền kinh tế lớn trở nên căng thẳng, chủ nghĩa bảo hộ xuất hiện trở lại, xuất khẩu nông sản vẫn duy trì được kết quả tích cực trong năm 2018.

Hình 1. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2019

Trong số các mặt hàng nông sản, một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh và đều qua các năm như hạt điều, nhóm hàng rau quả, cà phê, cao su,... riêng mặt hàng gạo có tăng trưởng âm trong giai đoạn 2012 - 2016 và tăng trở lại vào giai đoạn 2016 - 2018.

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu một số nông sản chính của Việt Nam

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ

	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Hàng rau, hoa, quả	460,3	1.489,0	1.839,3	2.460,9	3.507,5	3.805,6
Hạt tiêu	421,5	1.201,9	1.259,9	1.429,2	1.118,0	758,9
Cà phê	1.851,4	3.557,4	2.671,0	3.336,6	3.500,6	3.536,4
Cao su	2.386,2	1.780,8	1.531,5	1.669,7	2.249,8	2.091,1
Gạo	3.249,5	2.935,2	2.796,3	2.159,0	2.633,5	3.060,2
Hạt điều nhân	1.136,9	1.993,6	2.397,6	2.841,5	3.515,3	3.364,3

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2019

Xét về giá trị nông sản xuất khẩu, giá xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản đã tăng mạnh trong năm 2017 và có xu hướng giảm trong năm 2018. Điều này cho thấy sự thiếu bền vững trong giá trị sản phẩm nông sản xuất khẩu của Việt Nam. Ba mặt hàng có giá xuất khẩu tăng là gạo (giá xuất khẩu trung bình đạt 501,0 USD/tấn, tăng 10,7%), chè (giá xuất khẩu trung bình đạt 1.710,7 USD/tấn, tăng 5,0%) và sắn và các sản phẩm từ sắn (giá xuất khẩu trung bình đạt 394,9 USD/tấn, tăng 49,8%).

Về vị thế xuất khẩu:

Nhiều mặt hàng nông sản chính của Việt Nam có vị thế xuất khẩu lớn trên thế giới. Các thị trường xuất khẩu lớn nhất của nông sản Việt Nam là Trung Quốc, EU, Hoa Kỳ, ASEAN, Nhật Bản và Hàn Quốc.

Năm 2017, mặt hàng gạo xuất khẩu của Việt Nam đứng vị trí thứ ba trên thế giới, sau Ấn Độ và Thái Lan cả về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu. Đặc biệt, cơ cấu gạo xuất khẩu đã có bước chuyển biến tích cực khi tỷ lệ gạo thơm, gạo chất lượng đang tăng cao. Theo Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu năm 2017 của Bộ Công thương năm 2018, cơ cấu gạo thơm chiếm tỷ trọng cao nhất (29,2%), gạo trắng cao cấp chiếm tới 24,3%, gạo nếp 23,5%; gạo trắng trung bình, gạo trắng phẩm cấp thấp và gạo đồ có lượng xuất khẩu giảm. Thị trường xuất khẩu gạo chính của Việt Nam hiện nay là Trung Quốc, Philipines, Indonesia và Malaysia. Thị trường gạo của Việt Nam vẫn là các quốc gia truyền thống và tập trung vào gạo phẩm cấp trung bình phù hợp với nhu cầu của các thị trường cấp thấp, việc thâm nhập các thị trường khó tính còn nhiều hạn chế về yêu cầu chất lượng và chủng loại.

Đối với sản phẩm cà phê xuất khẩu của Việt Nam, chủ yếu là hạt cà phê xanh chưa rang, chiếm tới hơn 90 % tổng giá trị xuất khẩu, hay nói cách khác là xuất khẩu thô. Nhằm góp phần tái cơ cấu ngành cà phê Việt Nam, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã xây dựng "Đề án phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020" với mục tiêu xây dựng ngành cà phê Việt Nam phát triển theo hướng hiện đại, bền vững với các sản phẩm đa dạng, chất lượng, mang lại giá trị gia tăng cao, theo đó, ngành cà phê Việt Nam phấn đấu nâng tỷ lệ cà phê chế biến (hòa tan và rang xay) đạt 25% sản lượng. Bên cạnh đó, nhờ ưu đãi về thuế quan đối với cà phê chế biến từ các FTA mà Việt Nam đã ký kết, trong thời gian qua, ngày càng nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu quan tâm, chú trọng đầu tư vào các hoạt động chế biến sâu nhằm góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm nói riêng và kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành nói chung. Hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của cà phê Việt Nam là Đức, Hoa Kỳ.

Rau quả là mặt hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh trong những năm gần đây và cũng là mặt hàng mà Việt Nam đã có nhiều thành công trong mở rộng thị trường. Đây là ngành hàng có tăng trưởng nổi bật nhất trong nhóm các mặt hàng nông sản. Trong khi các ngành hàng khác gặp khó khăn do sụt giảm lượng và giá xuất khẩu thì ngành hàng này liên tục tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây. Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất các loại rau quả của Việt Nam, tiếp theo là Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc, Nhật Bản với mức tăng trưởng cao. Trong thời gian qua, nhiều loại trái cây Việt Nam đã thâm nhập được và mở rộng xuất khẩu vào các thị trường "có yêu cầu cao về tiêu chuẩn, chất lượng" như nhãn, vải thiều, thanh long vào thị trường Hoa Kỳ; vải thiều vào thị

trường Australia, Malaysia, EU (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan); thanh long, xoài vào thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc; cam, quýt, thanh long vào thị trường Singapore...

Bên cạnh đó, một số mặt hàng như tiêu, điều xếp vị trí thứ nhất về giá trị xuất khẩu trên toàn thế giới, cho thấy nỗ lực của nông sản xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường thế giới.

Bảng 3. Vị thế xuất khẩu của một số mặt hàng nông sản chính của Việt Nam 2017

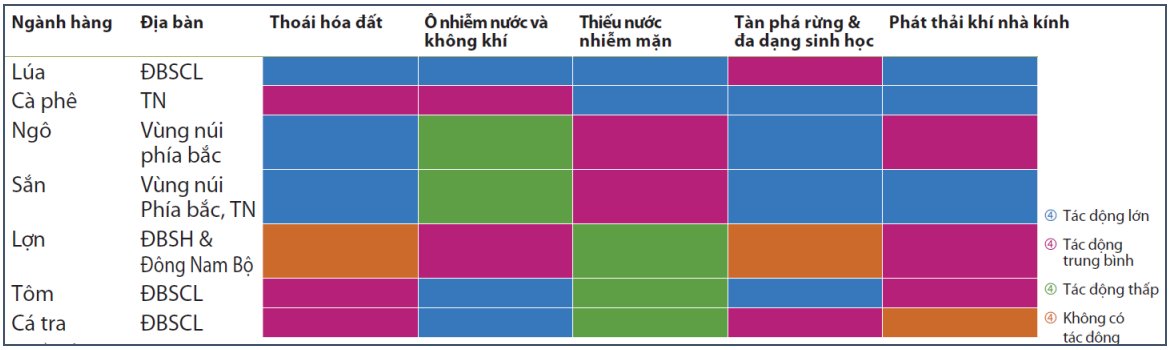
Tên hàng	**Khối lượng** *Nghìn tấn*	**vị trí trên thế giới**	**Giá trị** *Triệu USD*	**vị trí trên thế giới**
Gạo	5820.51	3	2634.59	3
Cao su	3.75	34	11.55	38
Cà phê	1466.20	2	3101.43	2
Điều	409.93	5	3482.61	1
Hồ tiêu	217.52	2	1130.96	1
Rau			615.69	22
Quả			6167.44	5

Nguồn: UNCOMTRADE, 2019

3.1.2.Bền vững về môi trường sinh thái

Theo World Bank (2016), sự phát triển theo chiều rộng và chiều sâu của nông nghiệp Việt Nam trong vài thập kỹ qua đã khiến cho môi trường bị ảnh hưởng nặng nề. Một phần n hiện tượng này liên quan đến thực tế sử dụng quá nhiều vật tư đầu vào và sử dụng lãng phí nước như đã nêu trên. Môi trường xuống cấp dưới nhiều hình thức tại các vùng nông nghiệp trọng điểm của Việt Nam. Ví dụ, mở rộng nuôi tôm tại vùng đồng bằng sông Cửu Long đã dẫn đến phá hủy rừng ngập mặn trên diện rộng và gây ra ô nhiễm nguồn nước. Theo hình thức nuôi thâm canh, nông dân thường sử dụng quá nhiều hóa chất và thuốc kháng sinh cho các đầm nuôi tôm với mật độ quá cao. Chất thải từ các đầm tôm cũng chứa một lượng lớn chất thải hữu cơ làm ô nhiễm nguồn nước ngọt lân cận và các vùng nước ven biển. Mở rộng canh tác cà phê và cao su tại Tây Nguyên cũng đóng góp nhiều vào việc phá hủy rừng, làm mất đa dạng sinh học và làm cạn kiệt nguồn nước ngầm. Chăn nuôi phát triển nhanh nhưng cũng đóng góp nhiều vào ô nhiễm nguồn nước và phát thải khí nhà kính (GHG). Thâm canh lúa làm thoái hóa đất, ô nhiễm nước, tổn hại tới đa dạng sinh học và tăng phát thải khí nhà kính. Bảng 3 tóm tắt các điểm nóng về nông nghiệp-môi trường tại Việt Nam-các loại hàng hóa, địa bàn và cảnh quan đang bị đe dọa bởi các vấn đề môi trường ở mức trung bình hoặc nghiêm trọng.

Bảng 4. Các điểm nóng về nông nghiệp - môi trường Việt Nam



Nguồn: World Bank, 2016

Cũng theo nghiên cứu của World Bank(2016), nguyên nhân khiến cho tác động của môi trường đến nông nghiệp ngày càng nghiêm trọng là do thất bại từ chính sách và quản lý của Nhà nước; thất bại thị trường và sự thiếu hụt kiến thức và thông tin. Định hướng chính sách đã khuyến khích mở rộng diện tích, tăng thâm canh, tăng cường sử dụng vật tư và các yếu tố khác nhằm nâng cao năng lực sản xuất, Nhà nước tìm cách bảo vệ nông dân nhưng lại không quan tâm bảo vệ môi trường. Về phía người sản xuất lại không phải trả đầy đủ khoản chi phí tài nguyên mà họ sử dụng. Bên cạnh đó, kiến thức về nông nghiệp xanh tại Việt Nam đang dần hình thành nhưng vẫn con hạn chế.

3.1.3. Bền vững về xã hội

Trong những năm vừa qua, ngành sản xuất nông nghiệp vẫn là ngành thu hút phần lớn số lao động làm việc trong nền kinh tế. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tính đến năm 2018, tỷ trọng lao động đang làm việc trong ngành sản xuất nông nghiệp vẫn chiếm tới 37,7%. Tuy nhiên, nông nghiệp chỉ đóng góp 14,48% vào GDP. Điều này dẫn đến tình trạng khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản lại có mức NSLĐ rất thấp, thấp nhất trong các khu vực kinh tế, tuy vậy, tốc độ tăng NSLĐ lại ổn định và cao nhất, kể cả trong giai đoạn bất ổn kinh tế vĩ mô 2009 - 2013. Đến năm 2018, NSLĐ ngành nông nghiệp theo giá hiện hành đạt 39,8 triệu đồng/lao động, chỉ bằng 38,9% NSLĐ của toàn nền kinh tế, bằng 30,4% NSLĐ của khu vực công nghiệp và xây dựng, bằng 33,7% khu vực dịch vụ. Trong các nước ASEAN, NSLĐ khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản của Ma-lai-xi-a gấp 11,9 lần mức NSLĐ của Việt Nam; In-đô-nê-xi-a gấp 2,4 lần; Thái Lan gấp 2,1 lần và Phi-li-pin gấp 1,8 lần *(Tổng cục Thống kê, 2019)*. Những yếu tố góp phần làm giảm mức tăng năng suất nông nghiệp gồm thiếu đầu tư và nghiên cứu cùng hệ thống đổi mới sáng tạo kém phát triển. *(World Bank, 2016)*

3.2. Phân tích SWOT về xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia hiệp định thương mại tự do thế hệ mới EVFTA

Như vậy, từ những phân tích khái quát về thực trạng tình hình xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam, có thể thấy rằng, trong những năm vừa qua, xuất khẩu nông sản Việt Nam đã đạt được ***một số thành tựu*** bao gồm:

(1) Kim ngạch xuất khẩu tiếp tục tăng lên, một số nông sản có vị thế xuất khẩu hàng đầu trên thị trường thế giới; Thị trường xuất khẩu nông sản tiếp tục đa dạng;

(2) Bước đầu đã có sự cải thiện trong quá trình sản xuất nông sản theo hướng sản xuất sạch, bền vững;

(3) Năng suất lao động của ngành thấp nhưng tốc độ tăng NSLĐ ổn định và cao nhất.

Các hạn chế trong quá trình sản xuất nông sản xuất khẩu theo hướng bền vững bao gồm:

(1) Giá trị xuất khẩu hàng nông sản còn thấp, giá trị gia tăng thấp, tỷ trọng sản phẩm nông sản xuất thô còn lớn, thị trường xuất khẩu còn phụ thuộc nhiều vào các thị trường truyền thống như Trung Quốc, việc gia nhập các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ,... còn gặp nhiều khó khăn.

(2) Sản xuất nông nghiệp còn chú trọng nhiều đến mở rộng quy mô để tăng cường xuất khẩu, chưa quan tâm đúng mức đến vấn đề bảo vệ môi trường;

(3) Năng suất lao động thấp, dẫn đến đời sống người nông dân chậm được cải thiện.

Từ những thành tựu và hạn chế trên cũng dẫn đến những cơ hội và thách thức của xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững của Việt Nam khi tham gia EVFTA, cụ thể là:

Về cơ hội:

Một là, cơ hội mở rộng thị trường, thâm nhập chuỗi giá trị toàn cầu. Thông qua EVFTA, nông sản có cơ hội tiến sâu hơn vào thị trường EU với khoảng 500 triệu dân; các doanh nghiệp nông nghiệp Việt Nam dễ dàng tiếp cận, tiến hành trao đổi mua bán với những thị trường khác có thỏa thuận thương mại tự do với EU, từ đó, tạo điều kiện để tăng giá trị xuất khẩu và thu nhập cho người sản xuất.

Hai là, cơ hội tiếp cận được nguồn vốn đầu tư, công nghệ hiện đại để thúc đẩy sản xuất nông sản sạch và bền vững. Ngày càng có nhiều công ty của EU chọn Việt Nam làm điểm đến để đầu tư. Chi phí lao động ở châu Âu là khá cao, khác nhiều so với chi phí lao động của Việt Nam. Chính điều này khiến cho khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp châu Âu là không cao. Ngược lại, cơ cấu chi phí của các doanh nghiệp Việt Nam lại khá hấp dẫn, các lợi thế của Việt Nam khá đa dạng, chất lượng lao động tốt hơn cũng như việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ tốt hơn so với những nước khác trong khu vực. Hợp tác giữa châu Âu và Việt Nam cũng mang lại nhiều lợi ích, giúp các công ty Việt Nam tiếp cận tri thức, công nghệ của châu Âu đồng thời đem lại cho các công ty châu Âu một cơ sở sản xuất đáng tin cậy, hiệu quả về mặt chi phí tại châu Á.

Ba là, cơ hội tự hoàn thiện quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng các quy định của EU. Việc EVFTA được ký kết sẽ tạo cơ sở pháp lý cho các hoạt động trao đổi thương mại để hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang châu Âu, đáp ứng đúng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn mà thị trường này đòi hỏi. Những cam kết trong các lĩnh vực như phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ), các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBTs), các biện pháp kiểm dịch động thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm (SPSS)... đã có những tác động nhất định tới hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian vừa qua, được cho là sẽ có những tác động tích cực hơn, đem lại những lợi ích đáng kể cho xuất khẩu theo hướng bền vững của Việt Nam trong thời gian tới.

Những thách thức đặt ra

Cơ hội rõ ràng là rất lớn, song Việt Nam cũng gặp không ít thách thức khi xuất khẩu nông sản một cách bền vững sang thị trường EU.

Một là, về sức ép cạnh tranh trên thị trường nội địa. Nhu cầu sử dụng các sản phẩm ngoại nhập đặc biệt là những sản phẩm có xuất xứ từ châu Âu đang ngày một gia tăng trong thời gian gần đây. Khi rào cản thuế quan được gỡ bỏ, hàng châu Âu sẽ dễ dàng thâm nhập nhập thị trường Việt Nam, lúc này các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp sức ép lớn từ phía các doanh nghiệp châu Âu.

Hai là, về nắm bắt thông tin của doanh nghiệp liên quan EVFTA. Thực tế hiện nay, sự hiểu biết của DN Việt Nam về EVFTA còn hạn chế. Hiện có tới 77% DN không biết, hoặc lần đầu nghe nói tới Hiệp định này, trong đó, các DN xuất khẩu nông sản không phải là ngoại lệ. Nhiều doanh nghiệp thực tế chưa tận dụng đầy đủ được các lợi ích thuế quan do không biết các FTA, thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ còn phức tạp, đặc biệt là phần lớn các doanh nghiệp chưa đáp ứng được các điều kiện về nguyên tắc xuất xứ.

Ba là, về đáp ứng đòi hỏi khắt khe liên quan quy tắc xuất xứ. Hiệp định EVFTA hướng tới xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới 99% số dòng thuế. Tuy nhiên, để được hưởng mức ưu đãi này, hàng xuất khẩu sang EU cần thoả mãn quy tắc xuất xứ. Đây có thể là một cản trở đối với hàng xuất khẩu Việt Nam bởi nguồn nguyên liệu cho các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam hiện nay chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc và ASEAN. Nếu không đảm bảo được quy tắc xuất xứ, hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU chỉ được hưởng mức thuế đãi ngộ tối huệ quốc chứ không phải là mức thuế suất 0% trong EVFTA.

Bốn là, về việc tuân thủ những quy định liên quan vệ sinh, môi trường, lao động và quy trình công nghệ. Bên cạnh quy tắc xuất xứ, các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật (SPS), quy định về môi trường, các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT)... cũng sẽ tạo ra những khó khăn, cản trở nhất định tới hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Những quy định nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm, quy tắc xuất xứ và các yêu cầu chứng nhận chất lượng tự nguyện, về trách nhiệm môi trường của rất nhiều tổ chức tại châu Âu cũng là những khó khăn lớn cho ngành nông nghiệp Việt Nam hiện nay.

4. Đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam trong bối cảnh tham gia Evfta

Để tận dụng cơ hội, ứng phó với những thách thức mà EVFTA mang lại, các giải pháp cần tập trung triển khai trong thời gian tới như sau:

Về phía doanh nghiệp nông sản:

Thứ nhất là, các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu thông tin về Hiệp định EVFTA để nắm vững cam kết của Việt Nam và các thị trường đối tác quan tâm. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần thay đổi tư duy kinh doanh trong bối cảnh mới, lấy sức ép về cạnh tranh là động lực để đổi mới và phát triển. Đồng thời, cũng cần chủ động tìm hướng hợp tác với các thị trường đối tác của Hiệp định để thu hút mạnh mẽ đầu tư trực tiếp vào Việt Nam nhằm tận dụng hiệu quả nguồn vốn và việc chuyển giao công nghệ từ các tập đoàn

lớn. Đây cũng chính là cơ hội tốt để các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn nữa vào chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu.

Thứ hai là, tập trung vào các sản phẩm xuất khẩu chính ngạch giá trị cao vào thị trường EU. Bên cạnh đó, tái cơ cấu một số ngành hàng, nổi lên là các sản phẩm trái cây Ngành nông nghiệp tần cái cơ cấu theo hướng gắn với thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đảm bảo giá trị lao động gắn liền với sản phẩm xuất khẩu.

Thứ ba là, thúc đẩy liên kết sản xuất giữa doanh nghiệp, hợp tác xã và nông dân. Bên cạnh đó, người nông dân và các doanh nghiệp cũng phải thúc đẩy phát triển thương hiệu. Không chỉ thương hiệu quốc gia mà còn là thương hiệu ngành hàng, đồng bộ trên cả 3 trục sản phẩm gồm cấp quốc gia, cấp tỉnh và OCOP.

Thứ bốn là, cần tìm cách vượt qua được hàng rào kỹ thuật của EU về nguồn gốc xuất xứ, chất lượng sản phẩm và bảo hộ sở hữu trí tuệ. Trước tiên, các tiêu chuẩn áp dụng cho sản phẩm không chỉ là VietGAP mà phải nâng lên GlobalGAP. Ngoài ra, năng lực chế biến nông sản cũng cần được tăng lên để phù hợp hơn với EU, nơi có khoảng cách địa lý lớn với Việt Nam. Khi đó, phải phát triển các sản phẩm đồ hộp, có thể bảo quản dài ngày đối với cả trái cây lẫn thủy sản. Sau khi có sản phẩm, một vấn đề nữa là phân phối sâu rộng vào thị trường EU. Để làm được điều này, cần kết nối với các kênh phân phối lớn, hiện đại ở khu vực này. Từ các nhà buôn lớn, nhà nhập khẩu lớn đó mới duy trì được kim ngạch xuất khẩu nông sản. Qua đó cũng giải quyết được vấn đề bán hàng qua trung gian, khiến người nông dân bị thương lái trục lợi, ép giá.

Từ phía Nhà nước:

Cần phát triển công nghiệp phụ trợ nhằm đảm bảo thoả mãn yêu cầu về xuất xứ; Hoàn thiện thể chế và nâng cao nhận thức cộng đồng về lao động, môi trường; Phát triển năng lực công nghệ và quản lý chất lượng tương đến xây dựng nông nghiệp hữu cơ. Để khắc phục các trở ngại về năng lực cạnh tranh và phát triển nông nghiệp bền vững trong quá trình chuyển đổi và trong dài hạn cần thực hiện những cải cách sâu rộng trong toàn nền kinh tế, nhất là trong những vấn đề liên quan đến đất đai (quyền sở hữu/nắm giữ, sử dụng), các chính sách, thể chế liên quan đến khoa học, công nghệ, các mô hình phân cấp quản lý, phối hợp hoạt động của Nhà nước.

5. Kết luận

Như vậy, có thể thấy rằng, xuất khẩu nông sản Việt Nam đang đứng trước những cơ hội lớn từ mở rộng thị trường, nâng cao giá trị, chất lượng sản phẩm xuất khẩu, thu hút đầu tư và công nghệ sản xuất hiện đại để đẩy mạnh xuất khẩu theo hướng bền vững trong bối cảnh tham gia EVFTA. Bên cạnh đó, xuất khẩu nông sản Việt Nam cũng đứng trước nhiều thách thức lớn, một mặt, xuất phát từ những hạn chế trong nội tại quá trình phát triển của ngành nông nghiệp, mặt khác, do những thách thức khách quan từ những cam kết ngày càng khắt khe về các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn môi trường,... Do vậy, để có tận dụng được các cơ hội từ EVFTA, xuất khẩu nông sản Việt Nam sẽ cần nỗ lực nhiều hơn nữa từ phía các Doanh nghiệp, người sản xuất cũng như toàn thể bộ máy Quản lý Nhà nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adriane A. Farias Santos L. de Queiroz và các cộng sự (2014), 'Sustainable practices at the exporting agribusiness industry', *21st Euroma Conference: Operations Management in an Innovation Economy,* truy cập ngày 11 tháng 4 năm 2020, <https://www.researchgate.net/publication/310326542_Sustainable_practices_at_the_exporting_agribusiness_industry>.
2. András Inotai (2013), *Sustainable Growth Based on Export-Oriented Economic Strategy The Bulgarian Case in an International Comparison*, truy cập ngày 11 tháng 4 năm 2020, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/10070.pdf>.
3. Bộ Công thương (2018), *Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2017*, NXB Công Thương, Hà Nội.
4. Bộ Công thương (2019), *Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2018*, NXB Công Thương, Hà Nội.
5. Nguyễn Hồng Cử (2010), *Phát triển nông sản xuất khẩu theo hướng bền vững ở Tây Nguyên*, Luận án tiến sỹ kinh tế, Đà Nẵng.
6. Hoàng Văn Cương (2019), *Tác động của các Hiệp định thương mại thế hệ mới đến vấn đề lao động, việc làm ở Việt Nam*, Hà Nội.
7. Melise Jaud, Madina Kukenova, Martin Strieborny (2013), 'Financial Development and Sustainable Exports: Evidence from Firm-Product Data', truy cập ngày 13 tháng 4 năm 2020, <https://lusem.lu.se/media/kwc/working-papers/2013/kwc-wp-2013-12.pdf>
8. Nguyễn Trọng Khương, Trương Thị Thu Trang (2017), 'Thực trạng và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam', *Báo điện tử Nghiên cứu Lập pháp*, truy cập ngày 01 tháng 3 năm 2020, <http://lapphap.vn/Pages/TinTuc/208028/Thuc-trang-va-giai-phap-thuc-day-xuat-khau-nong-san-cua-Viet-Nam.html>.
9. Guoqiang Long (2010), *China's Sustainable Trade Strategy: An overview*, truy cập ngày 11 tháng 4 năm 2020, <https://www.iisd.org/pdf/2010/china_sustainable_trade_strategy.pdf>.
10. Anh Thư (2020), 'Cơ hội và thách thức với nông sản Việt Nam từ EVFTA', *Tạp chí tài chính điện tử*, truy cập ngày 22 tháng 2 năm 2020', <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/co-hoi-va-thach-thuc-voi-nong-san-viet-nam-tu-evfta-318309.html>.
11. Tạp chí Cộng sản điện tử (2012), 'Phát triển xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững', *Tạp chí tài chính điện tử*, truy cập ngày 01 tháng 03 năm 2020, < http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/phat-trien-xuat-khau-nong-san-theo-huong-ben-vung-8203.html>
12. Hồ Trung Thanh (2009), *Xuất khẩu bền vững ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, luận án tiến sỹ, Hà Nội.
13. Tổng cục Thống kê (2019), *Niêm giám thống kê 2018*, NXB Thống kê.
14. Trung tâm WTO (2019), *Tóm lược Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA).*

15. K.Vân (2020), EVFTA được thông qua: 'Nông sản Việt rộng cửa vào thị trường EU', *Báo dân sinh điện tử*, truy cập ngày 05 tháng 03 năm 2020, < http://baodansinh.vn/evfta-duoc-thong-qua-nong-san-viet-rong-cua-vao-thi-truong-eu-20200217214659105.htm>
16. Bill Vorley, Dilys Roe, Steve Bass, A sectoral analysis for the proposed sustainable trade and Innovation centre, International institute for Environment and Development, Lonodon, truy cập ngày 13 tháng 4 năm 2020, < https://pubs.iied.org/pdfs/G02162.pdf>
17. World Bank (2016), *Chuyển đổi Nông nghiệp Việt Nam: Tăng giá trị, giảm đầu vào*, NXB Hồng Đức, tr. 21 - 41.
18. Feifei Wu, Xinyu Yan (2018), 'Institutional Quality and Sustainable Development of Industries' Exports: Evidence from China', *Sustainability 2018*, 10, 4173; doi:10.3390/su10114173.

Ghi chú: Bài viết là một phần của đề tài cấp Nhà nước "Phát triển bền vững xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh bảo hộ thương mại" mã số ĐTĐLXH.02/20, GS.TS. Đinh Văn Sơn làm chủ nhiệm.

VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT ĐỂ XUẤT KHẨU TRÁI CÂY VIỆT NAM SANG EU TRONG BỐI CẢNH HIỆP ĐỊNH EVFTA

OVERCOMING TECHNICAL BARRIERS TO EXPORT VIETNAMESE FRUITS TO THE EU IN THE CONTEXT OF THE EVFTA AGREEMENT

ThS. Vũ Anh Tuấn

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Việt Nam là quốc gia có lợi thế về sản xuất trái cây nhiệt đới nhưng giá trị xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU còn khiêm tốn dù EU là một trong những thị trường nhập khẩu trái cây lớn nhất thế giới. Hiệp định EVFTA mở ra cơ hội lớn cho trái cây Việt xuất khẩu vào EU, một thị trường rất khắt khe về an toàn thực phẩm. Bài viết đánh giá các rào cản ký thuật (gồm biện pháp TBT và SPS) mà EU đang áp dụng đối với trái cây xuất khẩu Việt Nam cũng như tìm hiểu về thực trạng xuất khẩu và thực trạng đáp ứng rào cản kỹ thuật của trái cây Việt Nam khi bán sang EU từ đó đưa ra các khuyến nghị.

Từ khóa: *rào cản kỹ thuật, TBT, SPS, xuất khẩu trái cây, EU, EVFTA*

Abstract

Vietnam has an advantage in producing tropical fruits while still having only limited export values to the EU market. The EVFTA Agreement opens a great opportunity for Vietnamese fruits to be exported to the EU, a very strict market for food safety. The paper reviews the technical barriers (including TBT and SPS measures) that the EU is applying to Vietnam's export fruits, as well as learn about the current Vietnamese fruits export situation. This study then makes some recommendations for the Vietnamese government and fruit businesses on how to overcome EU's TBT and SPS measures

Keywords: *Technical barriers, TBT, SPS, fruits export, EU, EVFTA*

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là quốc gia có lợi thế về sản xuất trái cây nhiệt đới nhưng giá trị xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU còn khiêm tốn dù EU là một trong những thị trường nhập khẩu trái cây lớn nhất thế giới. Hiệp định EVFTA mở ra cơ hội lớn cho trái cây Việt xuất khẩu vào EU, một thị trường rất khắt khe về an toàn thực phẩm. Bài viết đánh giá các rào cản ký thuật (gồm biện pháp TBT và SPS) mà EU đang áp dụng đối với trái cây xuất khẩu Việt Nam cũng như tìm hiểu về thực trạng xuất khẩu và thực trạng đáp ứng rào cản kỹ thuật của trái cây Việt Nam khi bán sang EU từ đó đưa ra các khuyến nghị.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về xuất khẩu trái cây Việt Nam sang các thị trường, trong đó đó có thị trường EU đã nhận được đề cập trong nhiều nghiên cứu. Về kết quả xuất khẩu trái cây của Việt Nam qua các năm đã được đề cập đến trong một số báo cáo như Báo cáo Xuất nhập

khẩu Việt Nam 2016; 2017, 2018 (Cục xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương) hay Báo cáo Ngành trồng trọt việt nam, (2017)

Các góc độ nghiên cứu về xuất khẩu trái cây khá đa dạng. Có nghiên cứu về Các yếu tố tác động đến xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường EU như của Đỗ Thị Hòa Nhã (2011) hay Hoàng Thị Vân Anh (2017). Có những nghiên cứu xem xét các chính sách thúc đẩy xuất khẩu (Nguyễn Thị Thuý Hồng, 2014) hoặc cacsgiair pháp công nghệ và thị trường để xuất khẩu trái cây (Viện khoa học kinh tế nông nghiệp miền Nam, 2013).

Theo UNCTAD (2012) thì rào cản kỹ thuật là một trong 2 nhóm tạo nên các rào cản phi thuế. Thời gian qua, trong khi thuế quan nhập khẩu ở các nước có xu hướng giảm thì các biện pháp phi thuế quan lại có xu hướng tăng lên (Phan Minh Tuấn, 2015) Dù Việt Nam đã là là thành viên của WTO nhưng các biện pháp phi thuế như TBT và SPS vẫn chưa được các doanh nghiệp quan tâm đúng mức (Ngoc. T.Ho & NganK.Vu, 2014). Khu vực EU thường bị cáo buộc duy trì các rào cản kỹ thuật ở mức cao, đặc biệt là trong lĩnh vực nông nghiệp. Bản thân EU cũng tuyên bố khu vực này "duy trì một trong những tiêu chuẩn an toàn thực phẩm cao nhất thế giới" (EC, 2017). Những rào cản kỹ thuật mà EU áp dụng có thể bảo vệ người tiêu dùng trong khu vực nhưng cũng gây khó khăn cho các sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu, trong đó có trái cây Việt Nam. Theo cơ sở dữ liệu của UNCTAD, EU hiện áp dụng 34 rào cản phí thuế lên trái cây Việt Nam, trong đó chủ yếu là các rào cản kỹ thuật TBT và SPS.

Từ việc đánh giá tổng quan, tác giả nhận thấy, trong bối cảnh xu hướng bảo hộ thông qua các rào cản kỹ thuật tăng lên và EU là một thị trường tiềm năng cho xuất khẩu trái cây Việt Nam khi thực thi Hiệp định EVFTA thì rào cản lớn nhất cho trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU là các biên pháp phi thuế quan mà cụ thể là các rào cản kỹ thuật. Do đó, cần thiết có những nghiên cứu để cập nhật các rào cản kỹ thuật của EU và cách thức vượt rào cản kỹ thuật cho trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU.

Trên cơ sở các dữ liệu thống kê, bài viết này chỉ ra cấu trúc thị trường trái cây nhập khẩu EU, chỉ ra các rào cản kỹ thuật của EU đối với trái cây nhập khẩu và thực trạng xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU, từ đó nghiên cứu đưa ra đánh giá thực trạng đáp ứng rào cản kỹ thuật của trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU và khuyến nghị vượt rào càn kỹ thuật để xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn với các số liệu thu thập từ các cơ quan trong nước (như Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, VCCI...), các tổ chức quốc tế (như Ủy ban châu Âu, UN Comtrade, UNCTAD) để có được dữ liệu về việc sản xuất, xuất khẩu trái cây của Việt Nam và các quy định nhập khẩu trái cây của EU. Bên cạnh đó, tác giả sử dụng phương pháp thống kế và phương pháp phân tích so sánh để xử lý dữ liệu và đưa ra các nhận xét, khuyến nghị dựa trên quan điểm duy vật biện chứng và tư duy logic.

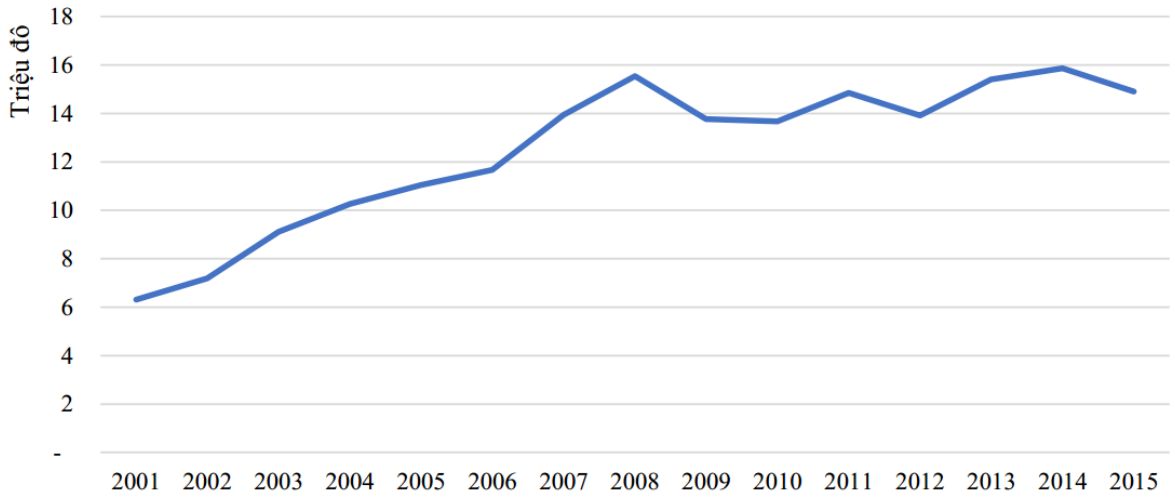
3. Kết quả và thảo luận

3.1. Thị trường trái cây nhập khẩu EU

Thị trường EU với hơn 500 triệu người, chiếm 45% trị giá thương mại hàng rau quả toàn cầu, có 5 trong số 10 nước nhập khẩu hàng rau quả hàng đầu thế giới là ở EU. Tiêu

thụ trái cây ở EU đã tăng đáng kể trong những năm gần đây do nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm tự nhiên và tốt cho sức khỏe gia tăng. Nhưng do sản xuất trong nội khối không đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng nên sản lượng nhập khẩu của EU cũng tăng lên. Năm 2015, EU là nước nhập khẩu trái cây lớn nhất thế giới, chiếm 17% tổng lượng nhập khẩu trái cây của thế giới. Giá trị nhập khẩu trái cây của EU dao động ở mức 15 tỷ đô

Bảng 1: Giá trị nhập khẩu trái cây của EU giai đoạn 2001-2015



Nguồn: UN Comtrade, 2017

EU nhập khẩu rất nhiều trái cây tươi từ các nước đang phát triển. Các sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng và nhiều tiềm năng tại EU gồm: Bơ, xoài và khoai lang. EU cũng gia tăng nhập khẩu một số loại trái cây nhiệt đới không phổ biến như quả vải, chanh leo, mít,... khi ngày càng nhiều người EU du lịch vòng quanh thế giới và thử các loại trái cây mới

Việc nhập khẩu trái cây vào thị trường EU chủ yếu thông qua Hà Lan do Hà Lan được coi là cửa ngõ để vào thị trường EU đối với các mặt hàng rau quả. Trị giá nhập khẩu rau quả tươi của Hà Lan từ các nước đang phát triển tăng 55% từ năm 2014 đến năm 2018. Hơn 20% rau quả tươi do các nước đang phát triển cung cấp vào EU thông qua Hà Lan.

3.2. Các rào cản kỹ thuật của EU đối với trái cây nhập khẩu

Các rào cản kỹ thuật của EU với trái cây nhập khẩu từ Việt Nam phần lớn tập trung phần lớn vào các biện pháp kiểm dịch thực vật và an toàn thực phẩm (biện pháp SPS) bên cạnh đó, cũng có một số quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn bắt buộc (biện pháp TBT). Trong đó, các biện pháp SPS gồm: yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm; Quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất; kiểm dịch thực vật và đánh giá sự phù hợp. Và các biện pháp TBT gồm: Quy định về dán nhãn và Tiêu chuẩn tiếp thị

Yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm

EU được yêu cầu đảm bảo rằng các doanh nghiệp thực phẩm nước ngoài tuân thủ các nguyên tắc HACCP trong sản xuất thực phẩm xuất khẩu sang EU. Do vậy, muốn thuyết phục nhà nhập khẩu EU thì doanh nghiệp xuất khẩu cần chuẩn bị cung cấp chứng nhận HACCP với trái cây qua chế biến và Global GAP với trái cây tươi. Yêu cầu áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như HACCP và Global GAP với hàng nhập khẩu của EU

là chặt chẽ hơn nhiều thị trường khác. Việc tuân theo các nguyên tắc và yêu cầu của các hệ thống này vẫn là một thách thức với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt từ các nước kém phát triển và đang phát triển như Việt Nam

Bảng 2: So sánh yêu cầu HACCP của một số nước nhập khẩu trái cây của Việt Nam

Quốc gia	EU	Mỹ	Canada	Trung Quốc	Nga
Sản phẩm thực phẩm được yêu cầu áp dụng HACCP	Tất cả sản phẩm thực phẩm	Nước hoa quả và hải sản	Thịt và thịt gia cầm	Không	Không

Nguồn: Trung tâm WTO, 2019

Quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất

EU có quy định về mức độ dư lượng tối đa (MRL) cho thuốc bảo vệ thực vật trong hoặc trên các sản phẩm thực phẩm, để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và môi trường tại Quy định EC số 396/2005. Tất cả các sản phẩm thực phẩm nhập khẩu, sẽ bị trục xuất khỏi thị trường EU nếu chúng có chứa thuốc bảo vệ thực vật bất hợp pháp hoặc lượng thuốc bảo vệ thực vật tồn dư cao hơn so với giới hạn mà Quy định đặt ra. So với các thị trường xuất khẩu khác của Việt Nam, mức MRL mặc định của EU rất thấp và số lượng những loại thuốc bảo vệ thực vật được chấp thuận bởi EU lại ít. Hệ thống quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật của EU còn phức tạp vì được cập nhật thường xuyên. Mỗi năm, Quy định 396/2005 được sửa đổi nhiều lần. Tiêu chuẩn MRL của một số loại thuốc bảo vệ thực vật được xem xét sửa đổi liên tục, khiến các nhà xuất khẩu nước ngoài khó cập nhập và tuân thủ theo.

Bảng 3: So sánh chỉ số MRL một số loại thuốc bảo vệ thực vật theo quy định của EU, Mỹ, Nhật, Trung Quốc và Codex

Đơn vị: mg/kg

STT	Tên thuốc bảo vệ thực vật	EU	Mỹ	Nhật Bản	Trung Quốc	Codex
1	Azoxystrobin	0.7	2	1	1	0.7
2	Buprofezin	0.1	0.9	0.9	-	0.1
3	Cyromazine	0.05	0.3	0.5	-	0.1
4	Difenoconazole	0.1	0.07	0.07	0.07	0.07
5	Fludioxonil	2	5	-	-	2
6	Imidacloprid	0.2	1	1	-	0.2
7	Pyraclostrobin	0.05	0.6	0.05	0.05	0.05
8	Spirotetramat	0.3	0.6	0.3	0.3	0.3
9	Tebuconazole	0.1	0.15	0.1	0.05	0.05
10	Thiabendazole	5	10	3	5	5
11	Thiamethoxam	0.2	0.4	0.2	-	0.2

Nguồn: Trung tâm WTO, 2019

Nguyên tắc của EU về kiểm soát tạp chất thực phẩm được nêu chi tiết trong Quy định của Hội đồng số 35/93/EEC và quy định hàm lượng tối đa đối với các tạp chất thực phẩm

được chỉ định trong Quy định của Ủy ban số 1881/2006. Hàm lượng giới hạn với tạp chất được cập nhật thường xuyên. Các tạp chất thường gặp nhất ở các sản phẩm trái cây (tươi, sấy khô và đông lạnh) là độc tố nấm (aflatoxins, ochratoxin A, patulin), kim loại nặng (chì, thiếc và cadmium) và các tạp chất vi sinh (salmonella, norovirus, virus viêm gan A).

Để xử lý các tạp chất vi sinh có thể dùng phương pháp chiếu xạ. Tuy nhiên, EU không cho phép sử dụng phương pháp này cho các loại trái cây và rau quả chế biến. Với các sản phẩm tươi, EU chỉ cho phép sản phẩm nhập khẩu được xử lý chiếu xạ tại một cơ sở được EU chấp nhận. Hiện nay Việt Nam chưa có cơ sở nào như vậy, và do đó buộc phải xử lý nhiệt khi xuất khẩu sang EU. Tuy nhiên, phương pháp này có thể làm trái cây thối nhanh hơn, trong khi khoảng cách giữa Việt Nam và EU rất xa, mất nhiều thời gian vận chuyển.

Kiểm dịch thực vật và đánh giá sự phù hợp

Chỉ thị 2000/29/EC của Ủy ban Châu Âu thiết lập một bộ quy định thống nhất về điều kiện kiểm dịch thực vật và được áp dụng cho tất cả các đối tác thương mại của EU. Chỉ thị cũng lập danh mục những sản phẩm bị cấm nhập khẩu vào EU, và danh mục những sản phẩm thuộc diện kiểm soát tại biên giới EU và phải có giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật để xác nhận việc tuân thủ các quy định của EU. Khi đã vào lãnh thổ EU, sản phẩm nhập khẩu được cấp hộ chiếu thực vật và có thể được lưu hành tự do đến các nước thành viên EU. Trong 9 nhóm mặt hàng trái cây xuất khẩu tiềm năng Việt Nam, không có sản phẩm nào bị cấm và chỉ có 4 sản phẩm (xoài, chanh, chanh leo và ổi- chỉ ở dạng tươi) phải có giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật. Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật được cấp bởi Tổ chức bảo vệ thực vật quốc gia của nước xuất khẩu, nhưng phải tuân theo mẫu của EU. Đạo luật mới về Sức khỏe Thực vật 201633 của EU, được ban hành để thay thế Chỉ thị 2000/29/EC và có hiệu lực từ ngày 14/12/2019, sẽ thiết lập nhiều biện pháp kiểm soát hơn với việc nhập khẩu thực vật và sản phẩm từ thực vật.

Với mục đích đảm bảo các sản phẩm nhập khẩu tuân thủ các quy định của EU về an toàn thực phẩm và sức khỏe thực vật, nếu có sự vi phạm các quy định của EU hoặc có khả năng gây rủi ro cho sức khỏe con người hoặc thực vật, EU sẽ áp dụng các biện pháp bảo vệ dựa trên "nguyên tắc phòng ngừa". Nguyên tắc này từ lâu đã được nhiều nước coi là một chính sách bảo hộ của EU, vì nguyên tắc cho phép EU và các nước thành viên bỏ qua các bằng chứng khoa học khi áp dụng các biện pháp phòng ngừa tạm thời đối với các sản phẩm nhập khẩu.

Nghiên cứu của Trung tâm WTO (2019) cho thấy Việt Nam nằm trong top 5 đối tác của EU có tỷ lệ bị từ chối sản phẩm nông nghiệp cao nhất trong cùng thời kỳ 2002 - 2010. Hai lý do chính của rau quả và trái cây Việt Nam bị từ chối là vi phạm giới hạn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và giới hạn tạp chất

Quy định về ghi nhãn.

Nhà xuất khẩu cần quan tâm Quy định số 1169/2011 của EU quy định những quy tắc chung cho ghi nhãn áp dụng với tất cả các sản phẩm thực phẩm và Quy định số 543/2011 yêu cầu chi tiết về ghi nhãn với trái cây và rau quả đã qua chế biến. Thông tin trên các thùng hàng hoặc bao bì nhỏ cần đảm bảo các nội dung và tuân theo định dạng (format) cụ thể do EU đưa ra, nhằm giúp truy xuất dữ liệu. Ví dụ, Sản phẩm trái cây đã qua chế biến thì bao bì cần có thông tin chung về tên sản phẩm và tên nhà sản xuất, nước xuất

xứ, hạn sử dụng, hàm lượng dinh dưỡng (giá trị năng lượng, hàm lượng chất béo, đường, muối, protein...), cảnh báo dị ứng (ví dụ: đậu nành, gluten, lactose, quả hạch). Các quy định về ghi nhãn của EU tương đối phức tạp và chi tiết. Các nhà sản xuất trái cây phải biết và hiểu tất cả các yêu cầu để tránh trường hợp bị thiếu thông tin bắt buộc, và phải tuân theo các quy định cụ thể về định dạng và hình thức của từng thông tin được thể hiện

Tiêu chuẩn về tiếp thị

Việc tuân thủ các tiêu chuẩn tiếp thị với trái cây tươi ở thị trường EU là bắt buộc. Quy định 543/2011 của EU điều chỉnh các tiêu chuẩn tiếp thị cho chất lượng và độ chín của trái cây và rau quả tươi. Tiêu chuẩn tiếp thị được chia ra làm 2 loại: i) Tiêu chuẩn tiếp thị cụ thể (SMS) được áp dụng với 10 loại rau quả tươi và ii) Tiêu chuẩn tiếp thị chung (GMS) được áp dụng cho các sản phẩm rau quả tươi khác. Cả sản phẩm SMS và GMS đều phải tuân thủ tiêu chuẩn chung về chất lượng và độ chín tối thiểu, tương đối phù hợp với tiêu chuẩn Codex với trái cây và rau quả tươi . Trái cây tươi nhập khẩu được cơ quan có thẩm quyền của nước thành viên kiểm tra ở biên giới EU. Nếu sản phẩm đã được kiểm tra tại nước xuất xứ, quốc gia đó có thể yêu cầu Giấy chứng nhận sản phẩm phù hợp quy chuẩn từ EU. Trong các mặt hàng trái cây tươi xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU, chỉ có Chanh là sản phẩm SMS, những sản phẩm còn lại thuộc sự điều chỉnh của GMS. Chưa có sản phẩm trái cây nào của Việt Nam nhận được sự chấp thuận kiểm tra sự phù hợp quy chuẩn của EU.

3.3. Thực trạng xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU

Trong ngành nông nghiệp Việt Nam thì ngành trái cây có tiềm năng lớn về sản xuất và xuất khẩu nhiều loại sản phẩm, tận dụng lợi thế về khí hậu nhiệt đới và điều kiện đất đai. Tổng diện tích trồng trái cây ở Việt Nam đã tăng từ 300 nghìn hecta năm 1990 lên 923,9 nghìn hecta năm 2017. Hiện có khoảng 40 loại trái cây trồng ở Việt Nam, trong đó có 27 loại có giá trị thương mại, trong đó sản lượng nhiều nhất là chuối, dưa hấu và thanh long. Việt Nam có những loại trái cây xuất khẩu sản lượng tốp đầu thế giới như vải, thanh long, nhãn, dừa, chanh leo, dưa hấu... nhưng sản xuất trái cây ở Việt Nam còn manh mún nhỏ lẻ.

Bảng 4: Tình hình sản xuất một số trái cây tại Việt Nam giai đoạn 2015 - 2017

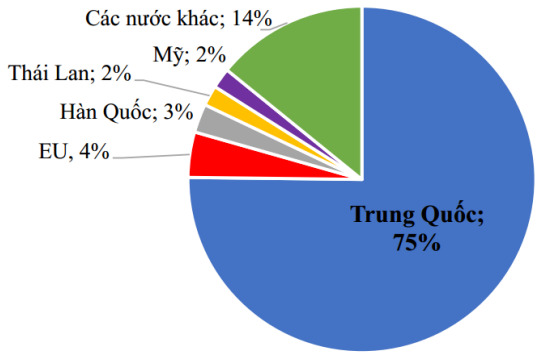
Tổng DT Sản lượng

	Cam, quýt	Dứa	Chuối	Xoài	Nhãn	Vải, chôm chôm	Bưởi, bòng
2015	66,8 566,1	39,7 578,2	133 1.943,4	83,7 702,9	73,3 513	90,6 715,1	51,7 471,4
2016	97,4 799,5	40,5 560,4	138,6 1.958,5	86,7 728	73,3 504,1	87,8 648,9	60 500,3
2017	110 948,1	41 567,1	140,2 2.066,2	92,7 788,2	75,6 492,5	86,5 563,9	66,5 533,3

Nguồn: Vibiz, 2017

Việt Nam hiện xuất khẩu trái cây đến hơn 40 thị trường, trong đó Trung quốc là đối tác lớn nhất (hơn 70%) tiếp đến là EU, Mỹ, Hàn Quốc. Trong cơ cấu thị trường xuất khẩu, có thể thấy trái cây Việt Nam đang phụ thuộc rất nhiều vào thị trường Trung Quốc. Nhu cầu tất yếu cần phát triển và gia tăng xuất khẩu sang những thị trường khác, trong đó EU là thị trường tiềm năng khi thị phần trái cây Việt Nam mới chiếm 0,26% thị trường và EU thuộc nhóm 5 nhà nhập khẩu trái cây hàng đầu thế giới.

Hình 1: Cơ cấu thị trương xuất khẩu trái cây Việt Nam



Nguồn: Trung tâm WTO, 2019

Nếu so sánh những trái cây Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu và những trái cây nhiệt đới EU nhập khẩu nhiều sẽ thấy có nhiều điểm tương đồng, từ đó cho thấy tiềm năng xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang EU. Tuy nhiên, sản phẩm của Việt Nam cũng gặp phải cạnh tranh từ nhiều đối thủ, chủ yếu đến từ các nước đang phát triển ở ở Trung Mỹ, Nam Mỹ, Nam Á và châu Phi.

Bảng 5: So sánh những loại trái cây Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất và EU nhập khẩu nhiều nhất năm 2015

STT	Mã HS	Tên hàng hóa	Nhóm 10 trái cây Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất năm 2015	Nhóm 10 trái cây EU nhập khẩu nhiều nhất năm 2015
1	080111	Dừa sấy khô	X	X
2	080119	Dừa tươi đã nạo vỏ	X	
3	080390	Chuối tươi hoặc khô	X	X
4	080430	Dứa tươi hoặc khô		X
5	080440	Bơ tươi hoặc khô		X
6	080450	Ổi, xoài, mãng cầu tươi hoặc khô	X	X
6	080550	Chanh tươi hoặc khô	X	X
7	080711	Dưa hấu tươi	X	X
8	081060	Sầu riêng tươi	X	X
9	081090	Quả me, mít, vải, chanh leo tươi...	X	X
10	081190	Loại khác, trái cây đông lạnh	X	X
11	081340	Loại khác, trái cây sấy khô	X	X

Nguồn: Trung tâm WTO, 2019

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) đã chính thức kết thúc đàm phán năm 2015, sau đó được tách làm hai Hiệp địnhlà Hiệp định Thương mại (EVFTA), và Hiệp định Bảo hộ Đầu tư (EVIPA). Hai Hiệp định đã được ký kết vào 30/6/2019. và ngày 12/2/2020 Nghị viện châu Âu chính thức thông qua EVFTA và EVIPA. Với hàng trăm dòng thuế xuất khẩu hàng hóa sang châu Âu sẽ về mức 0% sẽ mở ra cơ hội xuất khẩu lớn cho trái cây Việt Nam sang thị trường này.

Bảng 6: So sánh thuế nhập khẩu trái cây EU trước và sau khi EVFTA có hiệu lực

Mã HS	Tên hàng hóa	Thuế suất MFN trung bình EU áp dụng	Thuế suất theo chế độ GSP của EU	Thuế suất trung bình khi EVFTA có hiệu lực
080111	Dừa sấy khô	0%	0%	0%
080390	Chuối tươi hoặc khô	16%	12.5%	0%
080430	Dứa tươi hoặc khô	5.8%	2.3%	0%
080450	Ổi, xoài, mãng cầu tươi hoặc khô	0%	0%	0%
080550	Chanh tươi hoặc khô	12.8%	8.9%	0%
080711	Dưa hấu tươi	8.8%	5.3%	0%
081090	Quả me, mít, vải, chanh leo tươi...	8.8%	5.3%	0%
081190	Loại khác, trái cây đông lạnh	8.22%	6.93%	0%
081340	Loại khác, trái cây sấy khô	4.1%	1.25%	0%

Tuy nhiên, EVFTA không có nhiều cam kết mới về các các biện pháp SPS và TBT mà hầu như chỉ khẳng định lại các nghĩa vụ theo Hiệp định SPS và TBT của WTO. Trong khi những rào cản kỹ thuật là vướng mắc lớn nhất cho trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU.

3.4. Đánh giá thực trạng đáp ứng rào cản kỹ thuật của trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU

Khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, 100% các mặt hàng trái cây Việt Nam xuất khẩu sang EU sẽ có thuế 0% đưa đến cơ hội lớn cho ngành trái cây Việt Nam. Nhưng cũng tồn tại những khó khăn ngành trái cây còn gặp phải để đáp ứng các rào cản kỹ thuật đối với hàng nhập khẩu vào EU gồm:

Một là, cả người trồng, chế biến và xuất khẩu trái cây thiếu thông tin và hướng dẫn về quy định nhập khẩu của EU. Điều tay xuất phát từ cả việc doanh nghiệp thiếu nhân lực có hiểu biết về pháp lý khi nghiên cứu thị trường và chưa có thói quen thuê dịch vụ tư vấn pháp lý (VCCI,2019). Cách tiếp cận thông tin chính thống gần nhất là Cổng thông tin của văn phòng TPT và SPS thuộc Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn nhưng nhiều quy định mới được đăng lại bằng tiếng anh, thiếu đi tóm tắt, hướng dẫn bằng tiếng Việt. Những hội thảo phổ biến thông tin quy định thường tổ chức ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh nên đối tượng liên quan trực tiếp là nông dân và doanh nghiệp chế biến vừa và nhỏ ít có cơ hội tham gia (VCCI,2019)

Hai là, sự liên kết trong chuỗi cung ứng xuất khẩu trái cây còn yếu. Các công ty chế biến xuất khẩu trái cây thường không có hợp đồng thu mua dài hạn với người trồng trái cây

(phần lớn là các hộ gia đình hoặc trang trại nhỏ). Mối quan hệ lỏng lẻo này gây khó khăn khi doanh nghiệp không thể yêu cầu người trồng dùng loại thuốc bảo vệ thực vật nào và quy trình trồng thế nào để đảm bảo quy định của EU về giới hạn dư lượng các chất. Bên cạnh đó, còn có hiện tượng người nông dân chạy theo lợi ích mà mua thuốc bảo vệ thực vật không đảm bảo trên thị trường với giá rẻ.

Ba là, việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như HACCP hay Global GAP không phải là quy định nội địa bắt buộc với các nhà sản xuất trái cây Việt Nam, nhưng các chứng nhận chất lượng này lại thường được nhà nhập khẩu EU yêu cầu. Việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng đòi hỏi đầu tư lâu dài về tài chính và công nghệ, điều nay gây khó cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam do thiếu nguồn lực.

Bốn là, cơ sở hạ tầng hỗ trợ xuất khẩu trái cây còn nhiều hạn chế. Hạ tầng giao thông Việt Nam ở các vùng nông thôn, miền núi còn yếu kém nhưng đây lại là những vùng trồng trái cây lớn. Điềunày dẫn đến tăng thời gian và chi phí vận chuyển, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm vì trái cây là nhóm sản phẩm mau hỏng. Bên cạnh đó, khoa học công nghệ phục vụ thu hoạch bảo quản và chế biến trái cây xuất khẩu của Việt Nam còn hạn chế. Ngoài ra, các phòng thí nghiệm cấp vùng và cấp tỉnh của Nhà nước bị hạn chế về thiết bị, chỉ phân tích được một số loại thuốc bảo vệ thực vât và tạp chất nhất định (Ngân hàng thế giới, 2016). Nên nhiều lô hàng Việt Nam xuất khẩu cập cảng EU bi từ chối trả về do vi phạm các tiêu chuẩn về thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất. Các phòng thí nghiệm tư nhân phát triển ở Việt Nam nhưng chi phí dịch vụ thường cao, vượt mức chi trả của nhiều doanh nghiệp nhỏ (UNIDO, 2014).

Bên cạnh đó, khi EVFTA có hiệu lực, quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan có thể không dễ đáp ứng và bản thân cam kết trong hiệp định không giúp gỡ bỏ hay giảm bới các TBT, SPS.

4. Khuyến nghị vượt rào càn kỹ thuật để xuất khẩu trái cây Việt Nam sang EU

Trên cơ sở nghiên cứu các rào cản kỹ thuật của EU với trái cây nhập khẩu và thực trạng xuất khẩu trái cây của Việt Nam sang EU, bài viết đưa ra một số khuyến nghị với nhà nước và doanh nghiệp nhằm vượt qua các thách thức, đáp ứng những yêu cầu kỹ thuật để gia tăng xuất khẩu vào thị trường EU.

Đối với Doanh nghiệp

Một là, tăng cường nhận thức và hiểu biết về các quy định của EU với trái cây nhập khẩu. Doanh nghiệp có thể tham khảo từ cổng thông tin của Văn phòng TBT và SPS thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Tuy nhiên, 2 cổng thông tin này cung cấp thông tin về nhiều quốc gia chứ không chỉ riêng EU. Doanh nghiệp cũng có thể tìm kiếm trực tiếp các quy định tại cổng thông tin Cổng thông tin điện tử EC (https://ec.europa.eu). Cổng này có một Trang hỗ trợ thương mại đặc biệt dành cho các nhà xuất khẩu nước ngoài http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/). Cổng thông tin của EC cung cấp thông tin và hướng dẫn chi tiết về từng biện pháp của EU với các sản phẩm nhập khẩu. Doanh nghiệp cũng có thể cập nhật danh sách đầy đủ các yêu cầu pháp lý tại cổng thông tin trợ giúp thương mại của EU (EU Trade Helpdesk)

Hai là, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng. Việc đầu tư áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng như HACCP và Global GAP không chỉ giúp các nhà sản xuất một trái

cây Việt Nam gia tăng xuất khẩu sang EU mà còn có thể tiếp cận những thị trường khó tính khác. Cũng cần lưu ý, ngoài các chứng nhận nêu trên, các nhà nhập khẩu EU có thể yêu cầu những chứng nhận an toàn thực phẩm khác tùy theo thị trường như Tiêu chuẩn Thực phẩm quốc tế (IFS), Tiêu chuẩn toàn cầu của Liên minh bán lẻ Anh (BRC)...Do đó, nhà xuất khẩu nên tìm hiểu và xác nhận với đối tác loại chứng nhận quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm mà họ thường yêu cầu.

Ba là, nâng cao năng lực nhân viên xuất khẩu hoặc thuê dịch vụ tư vấn xuất khẩu. Để hiểu và đáp ứng các quy định EU, các nhà xuất khẩu không chỉ cần giỏi ngoại ngữ (cụ thể là tiếng Anh) mà còn cần kiến thức pháp lý nhất định. Đây là hai điểm yếu lớn của các doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Việt Nam do phần lớn là doanh nghiệp vừa và nhỏ, năng lực tự nghiên cứu các quy định pháp lý của thị trường nước ngoài của nhân viên còn hạn chế. Do đó các doanh nghiệp phải nâng cao năng lực của nhân viên hoặc sử dụng đến các dịch vụ tư vấn pháp lý của các công ty chuyên nghiệp. Việc này có thể dẫn đến tăng chi phí, nhưng doanh nghiệp sẽ được hưởng lợi ích lâu dài từ việc ít bị từ chối nhập khẩu và tăng được giá trị xuất khẩu sang EU.

Bốn là, tăng cường liên kết trong chuỗi cung ứng xuất khẩu trái cây. Các chủ thể quan trọng tham gia chuôi cung ứng cùng với nhà xuất khẩu gồm người nông dân, nhà nhập khẩu trái cây EU và người vận chuyển. Người nông dân là thành phần cần được quan tâm từ đầu để đảm bảo kiểm soát hàm lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất trên trái cây. Doanh nghiệp xuất khẩu có thể đưa đến các hướng dẫn sản xuất cho nông dân và ký kết các hợp đồng đảm bảo đầu ra cho nông sản. Với nhà nhập khẩu trái cây EU, cần liên lạc thường xuyên để cập nhật những thay đổi của quy định nhập khẩu thống nhất áp dụng những tiêu chuẩn chung giữa hai bên. Nhà xuất khẩu có thểnghiên cứu và tiếp cận các nhà nhập khẩu, các kênh phân phối và hệ thống bán lẻ ở Hà Lan để có thể xây dựng một chiến lược xuất khẩu các mặt hàng rau quả vào Hà Lan và qua đó vào EU. Với người vận chuyển, cần lựa chọn đơn vị uy tín để để đảm bảo an toàn và chất lượng cho trái cây trong quá trình di chuyển với chi phí tối ưu.

Đối với nhà nước

Một là, tăng cường phổ biến kiến thức về quy định nhập khẩu của EU. Doanh nghiệp thường gặp trục trặc với quy định nhập khẩu của EU thường xuất phát từ việc thiếu thông tin. Nên việc đa dạng hóa các kênh thông tin để đưa quy định EU đến với người sản xuất - xuất khẩu là cần thiết. Các buổi hội thảo và đào tạo về tuân thủ quy định EU cần hướng tới cả những người trồng trái cây ở vùng nông thôn chứ không chỉ là doanh nghiệp xuất khẩu. Các cổng thông tin TBT và SPS nên có thểm các bản tóm tắt tiếng Việt về quy định mới của EU, chứ không chỉ đăng tải lại toàn văn tiếng Anh. Bên cạnh đó, việc ứng dụng mạng xã hội để thông báo về quy định mới và tương tác hỏi đáp với doanh nghiệp cũng nên được phát triển.

Hai là, tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất và công nghệ chế biến xuất khẩu trái cây. Các phòng thí nghiệm cấp quốc gia đạt chuẩn quốc tế nên được xây dựng do lôi thường gặp với trái cây Việt Nam xuất khẩu là vi phạm giới hạn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tạp chất. Bên cạnh đó, hệ thống giao thông cần tiếp tục được nâng cấp giúp giảm thời gian và chi phí vận chuyển từ vùng trồng đến khu vực chế biến và ra cảng xuất khẩu. Điều này

không chỉ tốt cho lĩnh vực trái cây mà còn tốt cho cả nền kinh tế. Cuối cùng là đầu tư vào hoạt động nghiên cứu phát triển để đưa ra những giống cây chịu sâu bệnh tốt hơn, giảm sử dụng thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình sản xuất; nghiên cứu cải tiến quy trình thu hoạch giảm tỷ lệ quả hỏng và nâng cấp công nghệ bảo quản giữ trái cây tươi lâu để đi thị trường xa như EU.

Ba là, tận dụng Hiệp định EVFTA để thúc đẩy xuất khẩu trái cây. Theo quy định tại Điều 10 về Công nhận tương đương của Chương SPS thuộc EVFTA, Việt Nam có thể yêu cầu EU công nhận tương đương biện pháp SPS với một số sản phẩm cụ thể. Sau khi nhận được yêu cầu này, EU sẽ bắt đầu quy trình tham vấn và xem xét tính tương đương để đưa ra quyết định. Nếu chứng nhận kiểm dịch thực vật do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp được công nhận bởi EU mà không cần thêm quy trình đánh giá sự phù hợp ở biên giới EU sẽ tiết kiệm rất nhiều thời gian và tiền bạc cho các nhà xuất khẩu Việt Nam. Đồng thời việc này còn giúp giảm nguy cơ các lô hàng Việt Nam bị từ chối vì không vượt qua các cuộc kiểm tra của EU ở biên giới (mặc dù đã vượt qua các kiểm tra ở Việt Nam). Bên cạnh đó, EU đã cam kết hỗ trợ Việt Nam trong việc giải quyết những vấn đề cụ thể được yêu cầu liên quan đến việc tuân thủ các biện pháp SPS của EU.

Bốn là, tăng cường quảng bá hình ảnh. Bởi, dù được cấp phép nhập khẩu EU nhưng nếu không có hoạt động quảng bá hình ảnh, xúc tiến thương mại các sản phẩm trái cây Việt Nam đến người tiêu dùng thì lượng tiêu thụ vẫn không được như mong muốn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Thị Hòa Nhã (2011), Các yếu tố tác động đến xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường EU ,Luận án tiến sĩ
2. European Commission, Strategic plan 2016-2020 - Agriculture (https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plan-2016-2020-agriculture_en)
3. European Commission (2017), The economic impact of the EU - Vietnam Free Trade Agreement (https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/february/tradoc_157686.pdf)
4. Hoàng Thị Vân Anh (2017), Nghiên cứu đề xuất giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Liên minh Châu Âu trong điều kiện thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (FTA VN - EU), Đề tài cấp Bộ
5. Ngân hàng thế giới (2016), Báo cáo phát triển Việt Nam 2016 Chuyển đổi Nông nghiệp Việt Nam: Tăng giá trị, giảm đầu vào, NXB Hồng Đức
6. Ngoc. T.Ho & NganK.Vu (2014), Improving with Compliance of Vietnamese Exports with Importing WTO Member SPS/TBT Measures: Learning Experiences from Malaysia and Thailand, Global Trade & Cust. J. 74
7. Nguyễn Thị Thuý Hồng (2014), Chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường EU trong điều kiện tham gia vào WTO, Luận án tiến sỹ
8. Phan Minh Tuấn (2015), Analysis on the effects of TBT on Vietnamese agricultural exports, International Journal of Finance & Economics
9. Tổng cục Thống kê (2019), Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2019

(https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=382&idmid=2&ItemID=19453)

10. Trung tâm WTO, Văn kiện Hiệp định EVFTA, EVIPA và các Tóm tắt từng chương (http://trungtamwto.vn/chuyen-de/8445-van-kien-hiep-dinh-evfta-evipa-va-cac-tom-tat-tung-chuong)
11. Vibiz (2017), Báo cáo ngành trồng trọt tại Việt Nam năm 2017. (http://vibiz.vn/upload/17604/20180503/BaO_CaO_NGaNH_TRoNG_TRoT_TaI_VIeT_NAM_NaM_2017__1_.pdf)
12. Viện khoa học kinh tế nông nghiệp miền Nam (2013), Nghiên cứu các giải pháp công nghệ và thị trường xuất khẩu cho một số cây ăn quả: Măng cụt, dứa, thanh long, nhãn, xoài, vải, Đề tài cấp Bộ
13. UNIDO (2014), Annual Report 2014 (https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/2031UNIDO%20Annual%20Report%202014.pdf)
14. WTO Center, VCCI (2019), Vietnamese Fruits overcome barriersto accessing EU market,takes advantage of opportunities brought underthe EVFTA (http://www.trungtamwto.vn/download/18385/VCCI%20-%20Research%20on%20NTMs%20of%20the%20EU%20on%20VNese%20fruit%20exports%20EN-3.2019.pdf)

ASSESSING IMPACTS OF THE VIETNAM- EU FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) ON VIETNAM'S LOGISTICS INDUSTRY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM-EU VỚI HOẠT ĐỘNG LOGISTICS VIỆT NAM: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Nguyen Minh Trang, MA

Thuongmai University

Abstract

This study aims to identify opportunities and challenges that the EVFTA has impacted on Vietnam's logistics industry. Through researching on Vietnam's logistics performance reports in recent years and studies related to the Free Trade Agreement, the author conducted comprehensive evaluations so as to propose some solutions to help Vietnam's logistics industry take advantage of opportunities, while handling challenges and risks that may be encountered when the agreement is applied.

Keywords: *logistics, EVFTA.*

Tóm tắt

Mục đích nghiên cứu tập trung nhận dạng rủi ro và thách thứ mà EFVTA tác động đến lĩnh vực Logistics của Việt Nam. Thông qua nghiên cứu các báo cáo về hoạt động Logistics Việt Nam trong những năm gần đây và các bài viết có liên quan đến Hiệp định Thương mại tự do, tác giả đã tiến hành những đánh giá để có thể đưa ra một số giải pháp giúp cho Logistics Việt Nam tận dụng được cơ hội đồng thời xử lý các thách thức và rủi ro có thể gặp phải khi Hiệo định có hiệu lực.

Từ khóa: *Logistics, EFVTA.*

Introduction

The Vietnam- EU Free Trade Agreement (EVFTA), which was recently approved and ratified on 12th February 2019, is one of the largest new generation free trade agreement that Vietnam ever negotiated. Participation in EVFTA has given Vietnam the opportunity to enhance sustainable economic development and national competitiveness. Thereby, attracting more foreign direct investments and reduction and elimination tariffs, EVFTA is participated by Vietnam and 28 European Union member states.

On December 1st, 2015, the negotiation rounds of EVFTA was officially announced to be concluded and its officially full text was published on February 1st, 2016. Mainly in 17 chapters, two protocols and several attached memorandums, the contents including trade in goods, services, investment, trade defence, competition, state enterprises, government procurement, intellectual property, sustainable development, legal and institutional issues, the EVFTA is considered a comprehensive, high quality agreement that ensures a balance benefits for both Vietnam and the EU. Once in effect, the EVFTA will

help boost Vietnam's export capacity, enhance markets, improve domestic products competitive advantage. To provide a new driving force for the growth of Vietnam international trade, logistics is believed to play a strategic role which strongly affect the efficiency of international business. (Hollweg et al, 2017). In 2017, the EU is Vietnam's second largest export market ($38.3 billion), behind America ($41.5 billion). In the ASEAN region, Vietnam is now the second most important partner of EU (after Singapore) (Khoat et al, 2019). Therefore, with EVFTA, Vietnam's export will be benefited, in particular, directly benefited being textile and footwear; seafood, indirectly benefiting from international trade such as logistics.

Besides improving the quality of products, investing on logistics is believed to build-up more success in trade between Vietnam and EU members (Van Hoi, 2019). In recent years, logistics is remarkably outstanding with potential development; according to Logistics Performance Index (LPI), Vietnam logistics ranked 39th among 160 countries in 2018, putting Vietnam ahead Malaysia, Indonesia and the Philippines (PWC,2019). Moreover, logistics companies grew on average up to 14-16% (US$40-42 billion) per year (Cameron et al,2018). Logistics takes part in many crucial parts of exporting operation for instance: packaging, inventory, transportation and warehousing. In EVFTA, the agreements do not mention logistics, however a number of agreements involving specific services of logistics are signed such as: transportation, warehousing. By making supply chains more efficient, logistics allow manufacturers, transportation carriers, logistics service providers to reduce delays, as a result growing output per unit of time while decreasing the cost of doing business (Blancas et al,2014).

This research aims to identify and assess both opportunities and challenges of the EVFTA to Vietnam's logistics industry, combined with the present situation of Vietnam logistics, give some recommendation in order to improve the efficiency of logistics for Vietnamese enterprises.

1. Research methodology

With the main purpose of clarifying practical matters of Vietnam's logistics, as well as giving some predictions about the opportunities and challenges which EVFTA brings to Vietnam logistics, the study proposes some solutions to Vietnam enterprises to boost logistics, which is believed to play an important role in increasing exports activities between Vietnam- EU

The paper was made on the basis of using secondary data collection methods through summarizing and analyzing a number of domestic and international scientific research papers published in prestigious scientific journals and Internet. The writings of foreign authors are used as typical lessons related to the effects of free trade agreement.

The writings of Vietnamese author are used as a reference source for the overview of logistics in Vietnam in general. The domestic articles provide enormous and reliable information to identify the opportunities and challenges of EVFTA, thereby suggest some reasonable solutions to promote the development of logistics and increase the nation competitiveness in general and enterprises in particularly.

2. Literature review

2.1. Overview of EVFTA

Free trade agreement (FTA) is an agreement between two or more countries on which the countries agree with certain obligations that involve trade in goods and services, encourage investment, improve the rules affecting such issues as intellectual property, e-commerce and government procurement. (Dent, 2006). FTAs can help enterprises to enter and compete more easily in the global marketplace by reducing tariffs and other provisions. While the specifics of each FTA vary, they generally provide for the decreasing of trade barriers and the establishment of a more stable and transparent trading and investment environment. As a result, this makes it easier and cheaper for enterprises to export their products and services to trading partner markets. (Baier, 2004).

Regarding to Vietnam, the benefits of EVFTA will enable Vietnam's economic development to access to a wider range of competitive market, as consequence, Vietnam's enterprises have to innovate products and services with new technologies, high quality. Moreover, EVFTA bring more foreign direct investment to reduce government's subsidies as well as significantly grow enterprises capital (VCCI,2019).

With the two agreements Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) and EVFTA- Vietnam tends to prioritize establishing more international trade partners outside ASEAN. According to the EVFTA Report 2018 by the European Chamber of Commerce (EuroCham), 72% of EuroCham members believed that the EVFTA will make Vietnam more competitive and turn it into a hub for European businesses. Vietnam's Ministry of Planning and Investment predict that the EVFTA could increase Vietnam's GDP by 15% by 2035, which make Vietnam remain sustainable development. (EuroCham,2018).

2.2. Commitments of EVFTA regarding logistics

EVFTA has no definition of logistics services, nor does use this term in any related commitment. This agreement only has commitment involving freight (e.g. road, rail, air, sea transport) and freight assistance. The commitment on opening the logistics service market, which is mainly mentioned in chapter 8 of the agreement, is about the limitations, barriers and conditions that Vietnam and EU partner will implement when doing international trade.

Firstly, about the general commitments on logistics services, Vietnam facilitates EU logistics companies to establish representative offices and branches in Vietnam.

Secondly, for maritime freight services, Vietnam limit foreign ship into inland shipping services. In EVFTA, similarity to the WTO, Vietnam still excludes inland shipping from the scope of inland sea transport service commitments, thereby keeping the domestic shipping market mainly as the North - South sea transport route for Vietnamese shipping lines and transport enterprises.

Regarding the commitment to open the market of services to support all modes of transport in EVFTA, Vietnam commits on the following four groups of support services: container handling services, warehousing services, goods transport services agency and some other services.

In conclusion, EVFTA is very important to help Vietnamese products, services and goods be competitive, develop in the European market and be able to form value chains.

3. Overview of Vietnam logistics industry

Vietnam's logistics industry has grown by 12-14% in recent years, reaching a size of about 40-42 billion USD / year. The logistics industry currently contributes 4-5% of the annual GDP (World Bank,2019). In general, there are currently 23,000 logistics enterprises, of which nearly 3000 have international logistics activities (VCCI,2019). The main logistics fields are forwarding, inland transport, seaport and airport operation, warehousing, cargo management and international transport.

According to a report of the Ministry of Industry and Trade (MIT) in 2019, with EVFTA, it is expected that exports to EU countries will increase sharply in the upcoming time, positively impacting the market prospects and development of Vietnam's logistics industry. The open opportunity of bilateral trade between the EU and Vietnam could increase transport demand not only between the EU and Vietnam but also with the EU and Southeast Asia. Especially, after EVFTA, the need to improve the quality, conditions of warehousing and transportation will also be concentrated, especially in the context of Vietnam and Europe logistics industry still has a lot of gap (MIT,2019)

Since 2014, Vietnam logistics have got promoted 10 ranks and ranked 39^{th}/160 participating countries in the LPI, ranked 4th in ASEAN (Banomyong et al ,2015). To achieve this success, since 2017, Vietnam has conducted many projects such as attracting foreign investment, reform customs procedures and cooperate with foreign partners in infrastructure projects (VCCI,2019)

However, logistics service providers in Vietnam consist of variety businesses, nor asset-based, more basic operations when compared to the international trends (World Bank,2019). There is a clear differentiation between Vietnamese enterprises and enterprises with foreign investment. Vietnamese businesses mainly provide 2PL, 3PL services; meanwhile, foreign businesses mainly do business in 3PL, 4PL, 5PL types. (Blancas et al,2014).

Vietnamese logistics enterprises are relatively small in both capital and labour. Regarding capital, up to 77% of enterprises have capital of less than 10 billion VND and only 0.6% of enterprises have capital of over 500 billion VND. (World Bank ,2019). Regarding labour force, logistics enterprises with less than 50 employees account for 94% while the number of enterprises with personnel over 500 accounts for only 0.5%. (VCCI, 2019)

Regarding market share, logistics enterprises in Vietnam have a clear differentiation in competitiveness and market share:

- About 30 logistics enterprises of multinational corporations operating in Vietnam, with very strong competitiveness, provide overall logistics services, accounting for 70-80% of the market share. Meanwhile, they rent inland logistics services, such as inland freight forwarding, warehousing, seaport customs declaration...(PWC,2019)

- The remaining companies are mostly small, with limited competitiveness, accounting for about 20-30% of the market share.

Regarding costs, in report of Vietnam Logistics Association (VLA) 2017, Vietnam logistics cost are from 14.5% to 19.2% of GDP, much higher than Singapore 8.5%; Malaysia 13%.

In 2018, Vietnam logistics cost grew up to 413,141 billion Vietnam dong, account for 20.9% of GDP (Hoa et al, 2020). On the other hand, in research of Nguyen HP (2019), the logistics cost is estimated up to 25% of GDP 2019. In comparison, logistics costs in Vietnam are 6% higher than in Thailand, 12% in Malaysia (Ishida et al,2019). The above results suggested that the logistics cost of Vietnam be above key competitors in South East region (Blancas et al,2014). The following reasons are key contributors to logistics cost in Vietnam being higher than those of some regional peers: port infrastructure (especially high-cost seaports); weak infrastructure connection; limited container handling and transhipment capacity; poor transport connections; low containerization due to lack of infrastructure and container handling. (Banomyong et al, 2015)

According to the HCMC Cargo Transport Association, the high logistics costs, of which 40%-60% are transport expenses, are attributed to the loose link between transport modes, road toll fees are even higher than fuel costs. Meanwhile, seaborne and inland waterway transport modes help carry a large volume of freight at the lowest cost among the available transport options, but its connection with other transport modes remains poor. Railway transport, which is also a low-cost option, has seen the deterioration of its required infrastructure, and investors are not keen on the sector due to concerns over capital recovery (VCCI,2019)

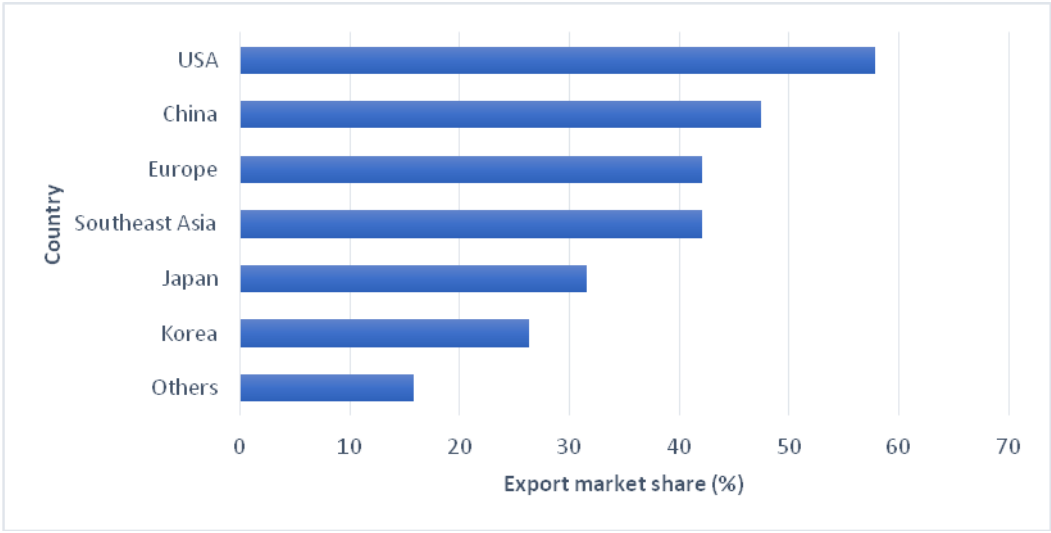
Moreover, the application of science and technology of Vietnam's logistics industry is still at a low level, mainly using electronic customs declaration software, vehicle positioning technology, email and basic internet... Meanwhile logistics is a field that has applied science and technology very fast, many countries around the world have developed E-logistics, Green-logistics, applications of artificial intelligence, automated robots .. (Cameron et al, 2019).

To assess the current status of using logistics services for agricultural products, the research team of Vietnam Logistics Research and Development Institute (VLI) and Ho Chi Minh City University of Transport conducted a survey and interview with 50 agricultural enterprises in Ho Chi Minh City, Mekong Delta, Dak Lak, Lam Dong, Binh Duong, Dong Nai,. As consequences, there are 72.7% of companies engaged in commodity import and export activities, the rest are companies operating as traders and retailers equivalent (36.4%), agricultural processing companies (31.8%) and specialize in distributing agricultural products to the market (27.3%). (VCCI, 2019)

On the export activities, according to General Statistics Office of Vietnam (GSOV), in the first 9 months of 2019, Vietnam exporting value reached 194.65 billion US dollars, particularly exporting to US market is highest, followed by China. In addition, many companies have also exported items to relatively difficult markets such as Europe and Japan (GSOV,2019) . The choice of Incoterms trade conditions (survey focusing on Incoterms 2010) also affects the scope of using logistics services. According to the survey, for export products, there are mainly 2 conditions of FOB (66.7%) and CIF (50%); besides,

due to the characteristics of fruits and vegetables, most of the use of Group C conditions (namely, CFR, or CIF). Particularly for the Chinese market, buyers can come to the garden (for example in Phan Thiet or Long An) to buy on the spot, load on trucks and pay on the spot according to EXW (Hoang Tien at al, 2019).

Chart 1 The main market Vietnam products exported



(Source: Vietnam Logistics Report 2019)

The EU is Vietnam's third largest trading partner. The main groups of exports to the EU are agriculture products, footwear, textiles, coffee, furniture and seafood (Xuan Khoat et al,2019). By 2019, exports agriculture products and seafood to EU reached nearly $ 3.55 billion, lower 10.6% compared to 2018 (MIT,2019). The reason for reducing index is about the quality of products not meet demand. (Xuan Khoat et al,2019). However, as soon as EVFTA conducts, Vietnam's export turnover to the EU will increase up to 20% by 2020; 42.7% in 2025 and 44.37% in 2030. (tapchitaichinh.vn,2020).

Among products exported to the EU, agriculture products are most affected by the efficiency of logistics activities (Nha et al, 2019). The characteristics of agriculture products and seafood are easily damaged, which require professional in logistics services. Nevertheless, logistics services supporting these products have expensive cost (kinhtedothi.vn,2020). Agricultural logistics experts implicate that the trend of the world is to use low-cost transport modes such as railways, waterways in domestic transport of agricultural products from the gathering points to export ports to reduce the cost. (Vaněček,2003). However, in Vietnam, the use of road transport is mainly in transport of agricultural products domestically, which has pushed up costs and impact on road transport infrastructure (Ishida et al, 2019).

On the other hand, there are some bright signs when VCCI conducted survey with 50 agriculture enterprises about evaluating logistics costs in total enterprise costs, 48% of companies answer logistics costs for their agricultural products are less than 5%, only about 17% of businesses answer their costs from 20% or more (VCCI, 2019). Besides, it is also necessary to reconsider this factor, because companies may not outsource logistics

services, so this cost is calculated into production costs, some take advantage of the factory as a warehouse, so it is impossible to dissect the storage costs. (VCCI,2019). Therefore, the figures here may be positive, but it also reflects the fact that many enterprises in the agricultural sector themselves do a lot of services while the level of outsourcing is not high, especially with warehouse services. One of the most significant reasons why agricultural enterprises invest and exploit their own warehouses is due to the characteristics of agricultural products, such as the requirement for storage at different temperatures for each type. (Trang,2015).

Agriculture enterprises with financial capacity will proactively invest in warehouses to meet the goods needs of enterprises. It also shows that the difficulty for enterprises that cannot afford to invest in warehouses and outsourcing is obvious, however, the problem of finding a logistics business partner to meet the requirements is very important. (Zhang,2006)

4. Identifying opportunities and challenges of EVFTA on Vietnam's Logistics industry

4.1. Opportunities

- *Firstly,* EVFTA plays a crucial role in enhancing market size, stemming from the large demand for logistics activities when the volume of import and export goods between Vietnam and the EU increases due to the significant reduction / elimination of tariff barriers.

According to the Ministry of Planning and Investment, Vietnam's export turnover to the EU will increase by about 20% in 2020, about 42.7% in 2.25 and about 44.37% in 2030 (Xuan Duong,2017).

In the opposite direction, although there is no detailed calculation, it is expected that import growth from the EU to Vietnam after EVFTA will also increase rapidly, as many EU products with strengths will be eliminated by Vietnam right after the Agreement came into effect (61% of tariff lines for machinery and equipment, 71% of pharmaceutical tax lines, 70% of chemical tax lines,...) (Xuan Khoat et al, 2019).The more bustling the import and export activities between the two sides, the greater the market for logistics services, especially international logistics services.

- *Secondly, Vietnam have more chance to* attract investment from the EU, taking advantage of the partners' experience, management skills, capital, network when working in joint ventures with EU partners. With EVFTA, export turnover to EU countries is expected to increase sharply in the coming time, positively impacting the market prospects and development of Vietnam's logistics industry. Liberalization will also invite EU investors to participate in the provision of various logistics and maritime transport services for Vietnam market includes maritime enterprises, cargo/container handling services, storage and warehousing services (Van Hoi, 2019). Therefore, Vietnamese logistics companies will have the opportunity to cooperate, learn and call for capital from multinational companies and accounting for a large market share in the world logistics market from Europe.

- *Thirdly,* Vietnam's commitments to eliminate tariffs on vehicles, machinery, equipment and technology for logistics activities from the EU are opportunity for logistics enterprises to buy products for production at reasonable prices. Moreover, EVFTA is expected to help logistics companies save production costs, improve technology capacity, enhance self-implementation capacity, and reduce outsourcing services.

- *Last but not least,* it is believed to access the market of logistics services of EU member countries when the EU opens many logistics group services for Vietnamese service providers (especially maritime transport services and international aviation services). The European Union (EU) is Vietnam's third largest export market. Especially, Vietnam-EU trade relations have developed very quickly and effectively. From 2000 to 2018, import-export turnover increased by 13.6 times, from 4.1 billion USD in 2000 to 55.8 billion USD in 2018. Notably, Vietnam's exports to the EU increased by 14.9 times (from 2.8 billion USD to 41.8 billion USD) and imports from the EU to Vietnam increased by more than 10 times (from 1.3 billion USD to 13.89 billion USD) (Xuan Khoat et al,2019)

In view of the strong commitment to open markets in EVFTA, the trade relations under this agreement may increase transportation demand not only between EU and Vietnam but also EU to Southeast Asia.

4.1. Challenges

- Firstly, competition in some aspects of logistics services may increase, due to stronger competitors from EU service providers. The EU is very strong in logistics, with multinational companies, large modern transports, accounting for a significant market share in the world logistics market.

In the World Bank's 2018 Logistics Performance Index (LPI), Germany ranked first, EU countries accounted for four of the top five positions (Germany, Netherlands, Sweden, Belgium), accounting for 14 of the top 20. Currently, many strong EU logistics enterprises have business activities in Vietnam, although Vietnam's opening level in logistics under WTO is very limited (Wang et al 2018). After EVFTA, with the commitment to open up stronger, the competition from these companies with domestic enterprises will be even greater. However, competition is expected to increase mainly in newly opened logistics services, while for those already opened under the WTO, the competition may increase, but not significantly.

- Secondly, in fact, most of Vietnamese enterprises currently do not provide complete logistics services, most of them only take the satellite role for foreign logistics companies, perform separate customs declaration operations, leasing domestic transport vehicles, warehousing, buying and selling freight... (Cameron et al, 2019). Services that bring high added value such as packaging, order management, on behalf of goods manufactures to perform obligations to the third party..., especially the "door to door" package logistics service has not been paid attention. Logistics activities do not form a continuous chain in the supply chain. (vlr.vn, 2018)

In freight forwarding activities, the use of information technology applications in

transactions and management is an important factor, assessing the reliability and capacity of logistics enterprises (World Bank, 2019). Vietnamese enterprises often manage manually, the level of information technology application is still low. The world's leading logistics service providers operating in Vietnam such as APLL, Maesk Logistics use specialized applications to manage and give customers the ability to see and control orders (visibility) at any time. The level of e-commerce applications (including EDI exchange and electronic bill of lading, electronic documents...) of Vietnamese enterprises is weak and inferior to foreign logistics companies, which are not capable of linking with other logistics service networks yet. Therefore, Vietnamese logistics enterprises can only do single services for foreign logistics businesses (Blancas et al,2014)

- Last, the risk of not taking advantage of the EU's opening commitments to the logistics services market in EU countries which is promising but requires high quality of service and indirect legal binding (on entry, the nationality of the employee...).In order to meet the needs and requirements of logistics required by European quality standards as well as seizing development opportunities, soon becoming a logistics center in Vietnam in general will need to be well-invested, improve competitiveness in many aspects: breakthroughs in technology, resources and enhance management skills, processes as well as policy support from the Government and other agencies (Van Hoi,2019).

5. Recommendations for Vietnam enterprises to develop Logistics.

The opportunities from EVFTA for the logistics industry are significant, including market opportunities and business cooperation opportunities. It is possible that Vietnamese enterprises will not be the only group to enjoy these great benefits, but only a part of these benefits is already very large. In addition, new competition challenges from EVFTA may even be opportunities in the long term, with the nature as a reasonable pressure for Vietnamese logistics businesses to improve their competitiveness to survive and develop.

For Enterprises

In order to be able to utilize business opportunities from EVFTA, Vietnamese logistics enterprises need to conduct a plan to overcome the current limitations, thereby improving their competitiveness, especially:

- Understand EVFTA's commitment to open logistics services so as to identify new risks in competing with competitors from the EU in Vietnam's logistics market (especially in areas where the commitment is more open compared to the WTO) or opportunities for cooperation with EU partners (especially in areas that are only open to joint ventures or business cooperation contracts) so that appropriate preparation can be made.

- Having methodical plan and drastic action in improving service quality, professionalism, methodical service delivery, customer care.

- Improve one step of information technology, enhance the application of information technology and information connection, especially with the global logistics network.

- Strengthen training and retraining of human resources, ensuring professional capacity.

- Improve capital size, management capacity and scope of business activities, especially through taking advantage of joint venture opportunities with EU investors.

- Find appropriate channels to increase links with businesses providing different logistics services (shipping lines, commercial agents, insurance...)

- Actively participate in the process of elaborating and finalizing the Government's policies on the administration of logistics activities and logistics-related activities (customs and trade facilitation, infrastructure development...)

For the government

Vietnam needs solutions and actions to facilitate the development of Vietnam's logistics industry for at least the following reasons:

- Firstly, logistics services are associated with many policy and management issues such as goods import and export procedures, vehicle control mechanisms, basic infrastructure (roads, ports, warehouses, yards...). These are mostly problems that the business itself cannot handle. Therefore, improving the competitiveness and operational efficiency of the logistics industry cannot be separated from the State actions related to these aspects.

- Secondly, overall, reducing logistics costs in total production costs is also an important solution to save costs, improve production and business efficiency of almost all manufacturing industries, especially export production (agriculture, forestry, fisheries, processing industry,...). This is also an important task to develop an export-oriented economy like Vietnam.

The solutions which Government needs to implement in order to promote the development of logistics services and reduce logistics costs include:

- Having a long-term plan to develop infrastructure for logistics activities in service of freight (including roads, railways, inland waterways, inland seaways, international seas, air routes)

- Planning and implementing concentrated investment/calling for investment in synchronous improvement of infrastructure systems, especially port infrastructure (seaports, river ports, airports, roads, railways); modernize port infrastructure (especially seaports), improve loading, unloading, transhipment, packaging and container handling...

- Continue to implement drastic administrative and institutional reform activities, especially in the fields related to import and export of goods (customs procedures, specialized inspection procedures, measures import and export management, rules of origin, one-stop mechanism...

REFERENCES

1. Baier, S. L., & Bergstrand, J. H. (2004*). Economic determinants of free trade agreements*. Journal of international Economics, 64(1), 29-63.
2. Blancas, Luis C., et al. *Efficient logistics: a key to Vietnam's competitiveness.* The World Bank, 2014.
3. Banomyong, R., Thai, V. V., & Yuen, K. F. (2015). *Assessing the national logistics*

system of Vietnam. The Asian Journal of Shipping and Logistics, 31(1), 21-58.

4. Cameron, A., T. Pham, and J. Atherton. (2018). *Vietnam Today—First Report of the Vietnam's Future Digital Economy Project.* Canberra: CSIRO
5. Dent, C. M. (2006). *New free trade agreements in the Asia-Pacific*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
6. EuroCham (2018) *Report of EVFTA.*
7. Genral Statistics Office of Vietnam (2019). *Bao cao kinh te Viet Nam 2019*
8. Hollweg, C., Smith, T., & Taglioni, D. (Eds.). (2017). *Vietnam at a crossroads: Engaging in the next generation of global value chains*. The World Bank.
9. Hương, V. T., & Phương, N. T. M. (2016*). Đánh giá tác động theo ngành của Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam-EU: Sử dụng các chỉ số thương mại*. VNU Journal of Science: Economics and Business, 32(3).
10. Hoa, H. T. T., Lien, B. T. B., Tam, T. T. A., Van Hinh, N., & Van Thanh, L (2020). *Critical Factors of Total Logistics Cost: A Survey of Vietnam-Based Logistics Service Providers.*
11. Hoang Tien,N, Y Nhi D T, Phuong Chi D T (2019). *Logistic service management in Vietnam enterprises and foreign corporation*. International Journal of Multidisciplinary Research and Development, 16-21.
12. Ishida M, Vo T M Le, Ikebe Ryo (2019*) Survey on logistics cost in Vietnam.*
13. Khoát, N. X., & CISMAS, L. M. (2019). *The EU-Vietnam Free trade agreement (EVFTA): Opportunities and Challenge for Vietnam*. Ecoforum Journal, 8(2).
14. Massmann, O. (2016). *EU-Vietnam Free Trade Agreement-Market Access Opportunities.*
15. Ministry of Industry and Trade (2019). *Bao cao xuat nhap khau Viet Nam 2019*
16. Nhã, Đ. T. H., & Hà, N. T. T. (2019). *Phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU*. Tạp chí Khoa học và công nghệ Đại học Thái Nguyên, 196(3), 123-129.
17. Phuong, N. H.(2019) *Current status and solutions to reduce logistics cost in Vietnam.*
18. PWC (2018). *The future of ASEAN: Vietnam persective.*
19. PWC (2019). *Doing business in Vietnam.*
20 *Trang, H. T. Đ. (2015).Chuỗi cung ứng lạnh và sự cần thiết phải phát triển chuỗi cung ứng lạnh tại Việt Nam.* Tạp chí Kinh tế Đối Ngoại, 78(Số 78), 78-85.
21. Van Hoi, H. (2019). *Participate in the New Generation of FTAs: Opportunities and Challenges for the Vietnam Logistics Industry*. VNU Journal of Science: Economics and Business, 35(1).
22. Vaněček, D., and D. Kalab (2003). *Logistics in agricultural production*. AGRIC. ECON.-CZECH 49.9. 439-443.
23. VCCI, *Vietnam Logistics Report 2019*
24. VCCI, *Vietnam Logistics Report 2018*

25. Vu, H. N. (2019). *The Strategic Development in Logistics in Vietnam*. European Journal of Engineering Research and Science, 4(6), 69-73.
26. World Bank (2019), *Vietnam development report 2019: Connecting Vietnam for Growth and Shared Prosperity*
27. Wang, M. L., & Choi, C. H. (2018). *How logistics performance promote the international trade volume? A comparative analysis of developing and developed countries*. International Journal of Logistics Economics and Globalisation, 7(1), 49-70.
28. Xuan Duong,N (2017), *The development strategy of logistics to 2020 and lesson for Vietnam*. International conference on Human resources and talent management
29. ZHANG, Wen-song, and Shu-xiang WANG (2006). *Analysis and Selection of Modern Logistics Mode of Agricultural Products* [J].Logistics Technology 3
30. https://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-free-trade-agreements-opportunities-for-your-business.html/
31. https://www.dfat.gov.au/trade/about-ftas/Pages/the-benefits-of-free-trade-agreements.aspx
32. http://www.trungtamwto.vn/download/19190/cam-nang-evfta-va-nganh-logistics-vn.pdf?fbclid=IwAR1hKd8z1IDzkZVO4ftwGgAbzR5qo9iCZdZqwuEPryd1L-LWh-tv9QcXn78
33. http://www.trungtamwto.vn/download/18717/TTWTO-%20%20Tom%252%200luoc%20EVFTA%20-%20final.pdf
34. http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/tan-dung-co-hoi-nao-cho-xuat-nhap-khau-viet-nam-tu-thuc-thi-evfta-320689.html
35. http://kinhtedothi.vn/chi-phi-logistics-cao-nong-san-kho-canh-tranh-378760.html

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM

NEW-GENERATION FREE TRADE AGREEMENT: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR VIETNAM

PGS,TS. Mai Thanh Lan
ThS. Nguyễn Thị Tú Quyên
Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Quá trình hội nhập và toàn cầu hóa thương mại trên thế giới đã chứng kiến sự ra đời của các hiệp định thương mại. Thêm vào đó, khi các vấn đề "phi thương mại" như lao động, môi trường, sở hữu trí tuệ... được quan tâm đề cập nhiều hơn trong các bàn đàm phán, các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới nhận được sự hưởng ứng của nhiều quốc gia. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn và tập trung vào nghiên cứu, phân tích sự ra đời, đặc điểm của hiệp định thương mại tự do thế hệ mới và một số nội dung chính trong hai hiệp định thương mại tự do thế hệ mới CPTPP và EVFTA mà Việt Nam tham gia. Trên cơ sở đó, các tác giả nhận diện những cơ hội và thách thức đối với Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa khi tham gia vào các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới cũng như đề xuất một số gợi ý về chính sách và giải pháp với Nhà nước và các doanh nghiệp nhằm vượt qua những rào cản này để phát triển.

Từ khóa: *Hiệp định thương mại tự do, Hiệp định CPTPP, Hiệp định EVFTA*

Abstract

The process of integration and trade globalization in the world has witnessed the birth of trade agreements. In addition, when "non-commercial" issues such as labour, environment, intellectual property... are paid more attention in the negotiation tables, the new generation of free trade agreements is introduced. The paper uses the desk-based approach and focuses on researching, analyzing the characteristics of the new generation of free trade agreement and some key contents of two free trade agreements CPTPP and EVFTA that Vietnam has participated. On that basis, the authors identify opportunities and challenges for Vietnam in the context of globalization when participating in these agreements as well as some key suggestions for State and oganizations to overcome these barriers to develop.

Keywords: *Free Trade Agreement, CPTPP, EVFTA*

Đặt vấn đề

Quá trình hội nhập và toàn cầu hóa thương mại trên thế giới diễn ra ngày càng mạnh mẽ và đã chứng kiến các hiệp định thương mại ra đời. Thêm vào đó, thương mại thế giới ngày càng phát triển cùng với sự phát triển của sản xuất, tiêu dùng và các phương thức

giao dịch cũng ngày càng hiện đại, nhiều dịch vụ thương mại mới ra đời. Do vậy việc thỏa thuận giữa các quốc gia trong giao thương cũng ngày càng mở rộng và nội dung được đề cập đến trong các hiệp định thương mại không chỉ còn bó hẹp trong các nội dung truyền thống mà còn được bổ sung các nội dung mới với những cam kết sâu rộng và toàn diện.

Bài viết sử dụng các phương pháp tiếp cận hệ thống, logics, biện chứng để hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, trong đó tập trung phân tích về sự ra đời và các đặc điểm của hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, nội dung của hai hiệp định CPTPP và EVFTA. Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn để thu thập, tổng hợp và xử lý các dữ liệu thứ cấp liên quan đến các cơ hội và thách thức đối với Việt Nam của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

1. Giới thiệu về hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

1.1. Sự ra đời và đặc điểm của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

Tổ chức thương mại thế giới WTO đưa ra các hiệp định thương mại:

(i) Hiệp định thương mại đa phương là các hiệp định thương mại đa biên được áp dụng cho tất cả các nước thành viên WTO, như: Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT) có hiệu lực từ năm 1948; Hiệp định chung về Thương mại Dịch vụ (GATS) có hiệu lực kể từ ngày 1 tháng 1 năm 1995; Hiệp định tạo thuận lợi Thương mại (TFA) có hiệu lực ngày 22 tháng 2 năm 2017*;*

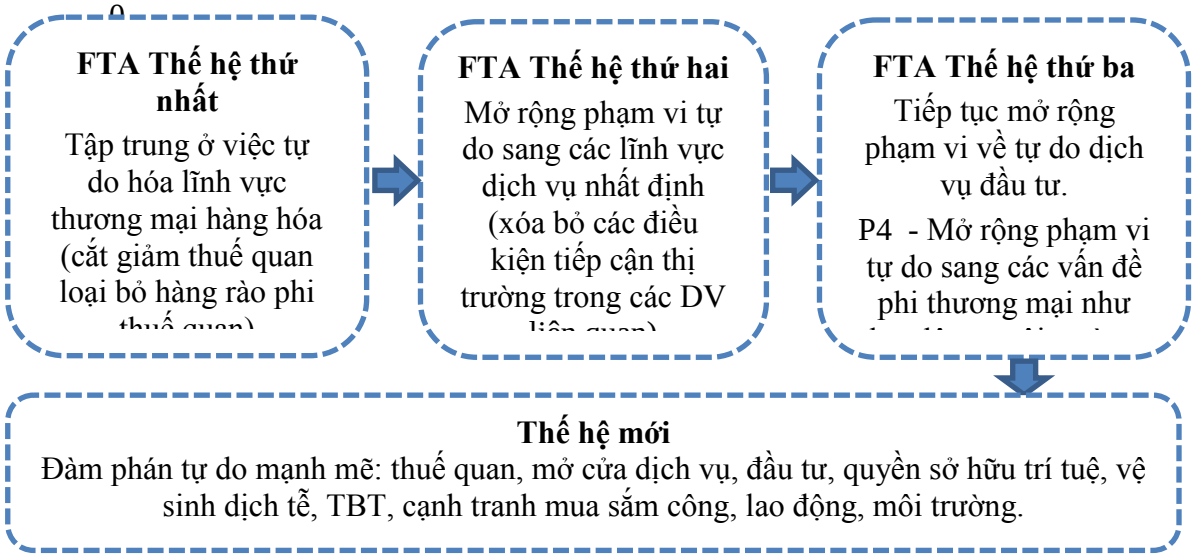
(ii) Hiệp định thương mại song phương là các hiệp định thương mại được ký kết giữa hai thực thể, trong đó mỗi quốc gia có thể là một Nhà nước, Liên minh thuế quan hoặc khối thương mại;

(iii) Hiệp định thương mại tự do (FTA) là những hiệp định được ký kết giữa hai hoặc nhiều quốc gia với mục đích chính là loại bỏ các rào cản đối với hàng nhập khẩu từ các nước thành viên. Ngoại lệ đối với nguyên tắc tối huệ quốc của GATT vì các thành viên của các hiệp định thương mại tự do có thể cấp cho nhau Đối xử ưu đãi hơn các nước thành viên WTO khác;

(iv) Thoả thuận thương mại đơn phương thể hiện một sự miễn trừ khác từ tối huệ quốc (nguyên tắc MFN), như trong khuôn khổ các hiệp định này, các lợi ích không đối ứng được dành cho các nước đang phát triển;

(v) Thoả thuận đầu tư quốc tế (IIAs), chẳng hạn như các hiệp định đầu tư song phương (BITs) hoặc thoả thuận về đầu tư có thể bao gồm trong một hiệp định kinh tế lớn hơn, như một hiệp định thương mại tự do.

Hiệp định thương mại tự do FTA là các cam kết mở cửa sâu hơn cam kết mở cửa thương mại bình thường. Tiến trình hình thành các FTA được mô tả ở hình 1 dưới đây:



Nguồn: Nguyễn Thị Minh Nhàn (2014, 16)

Hình 1: Tiến trình hình thành các hiệp định thương mại tự do

Các FTA được coi là sản phẩm của quá trình toàn cầu hóa. Điều này được minh chứng bởi số lượng tăng nhanh các FTA trong vài thập kỷ qua. Theo Nguyễn Hồng Sơn, Nguyễn Anh Thu (2015), kể từ năm 1995, trên 300 hiệp định thương mại đã được ban hành. Trong giai đoạn đầu, các FTA chủ yếu quy định về thương mại truyền thống như việc giảm thiểu hàng rào thương mại như thuế quan, quota, hải quan, sau đó đến các FTA chứa đựng các quy định nhằm bảo đảm cạnh tranh lành mạnh như sở hữu trí tuệ, đầu tư. Các nội dung mà FTA đề cập đến thường bao gồm: (i) quy định về việc cắt giảm các hàng rào thuế quan và phi thuế quan; (ii) quy định danh mục mặt hàng đưa vào cắt giảm thuế quan (thông lệ áp dụng chung là 90% thương mại); (iii) quy định lộ trình cắt giảm thuế quan, khoảng thời gian cắt giảm thuế thường được kéo dài không quá 10 năm; (iv) quy định về quy tắc xuất xứ.

Thương mại thế giới ngày càng phát triển cùng với sự phát triển của sản xuất và tiêu dùng. Nếu trước đây các hoạt động giao dịch chủ yếu là các sản phẩm hữu hình, thì ngày nay ngày càng nhiều sản phẩm dịch vụ, phi vật thể. Các thể nhân trên thị trường giao dịch cũng gia tăng về số lượng và quy mô, thực hiện kinh doanh thương mại theo hướng chuyên ngành và đa ngành. Các phương thức giao dịch cũng ngày càng hiện đại, nhiều dịch vụ thương mại mới ra đời. Bên cạnh đó, các hoạt động xúc tiến đầu tư, hợp tác chuyển giao công nghệ, thuận lợi hóa thủ tục hải quan... trong quan hệ hợp tác giữa các quốc gia, các nhà sản xuất và phân phối cũng được đẩy mạnh. Do sự phát triển này, việc thỏa thuận giữa các quốc gia trong giao thương cũng ngày càng mở rộng nội dung. Điều đó có nghĩa, các nội dung được đề cập trong các FTA không chỉ còn bó hẹp trong các nội dung truyền thống như đã đề cập ở trên, mà còn được bổ sung các nội dung mới. Chính vì vậy, xuất hiện khái niệm FTA thế hệ mới. Thuật ngữ "Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới" được sử dụng để chỉ các FTA với những cam kết sâu rộng và toàn diện, bao hàm những cam kết về tự do thương mại hàng hóa và dịch vụ như các "FTA truyền thống"; mức độ cam kết sâu nhất (cắt giảm thuế gần như về 0%, có thể có lộ trình); có cơ chế thực thi chặt chẽ và

hơn thế, nó bao hàm cả những lĩnh vực được coi là "phi truyền thống" như: Lao động, môi trường, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ, minh bạch hóa, cơ chế giải quyết tranh chấp về đầu tư... Thuật ngữ FTA thế hệ mới hoàn toàn mang tính tương đối, phản ánh quá trình phát triển ngày càng mạnh và đa dạng của quá trình tự do hóa thương mại và liên kết sản xuất trên phạm vi toàn cầu như hiệp định FTA Việt Nam-EU (EVFTA); Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); Hiệp định Đối tác thương mại và đầu tư xuyên Đại Tây Dương (T-TIP);các hiệp định thành lập EU; FTA Bắc Mỹ (NAFTA); Thị trường chung Nam Mỹ (MERCOSUR); các FTA ASEAN+1; FTA Australia-Hoa Kỳ (AUSFTA);...

Để phân biệt FTA thế hệ mới, thường căn cứ theo một số đặc điểm sau đây:

Thứ nhất, mức độ tự do hóa thương mại cao, các cam kết cao, rộng, nhưng cũng linh hoạt. Các nước tham gia FTA thế hệ mới thường đàm phán xóa bỏ phần lớn các dòng thuế. Điều đó có nghĩa khi tham gia FTA thế hệ mới, độ mở của nền kinh tế rất cao, các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ... cơ bản được tự do luân chuyển trong phạm vi không gian các quốc gia thành viên FTA. Từ đó tạo điều kiện cho các nước đi sau (các nước đang phát triển) có thể điều chỉnh chính sách theo lộ trình phù hợp với trình độ phát triển của mình. Trong FTA truyền thống, lộ trình cắt giảm thuế thường kéo dài không quá 10 năm, còn các FTA thế hệ mới nhìn chung lộ trình được đẩy nhanh hơn.

Thứ hai, phạm vi cam kết rộng, không chỉ các nội dung liên quan đến tự do hóa thương mại mà cả các nội dung phi thương mại. Các FTA thế hệ mới là những hiệp định toàn diện, không chỉ bó hẹp trong thương mại và đầu tư như các FTA truyền thống, mà với những cam kết mở cửa thị trường sâu rộng cả về thương mại hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở mức cao và những cam kết về thể chế kinh tế thị trường, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm công... nhằm tạo môi trường kinh doanh minh bạch và cạnh tranh công bằng. Các hiệp định này còn bao gồm các nội dung tuy không phải là thương mại trực tiếp nhưng có liên quan đến thương mại, đặc biệt là các vấn đề về lao động và môi trường.

Quá trình toàn cầu hóa có ảnh hưởng mạnh mẽ đến vấn đề lao động và chính những ảnh hưởng này đã dẫn đến nhiều quan điểm khác nhau về vai trò của các tiêu chuẩn lao động quốc tế. Chủ thuyết thương mại tự do (neo-liberal) coi các tiêu chuẩn lao động là rào cản đối với thị trường và điều kiện lao động sẽ được cải thiện từ quá trình phát triển kinh tế do đó tất cả mọi người bao gồm cả người lao động sẽ được hưởng lợi từ quá trình toàn cầu hóa. Theo quan điểm này, nếu như các tiêu chuẩn lao động được sử dụng để điều chỉnh những khuyết tật của thị trường lao động ở các quốc gia khác nhau thì không cần xây dựng các tiêu chuẩn lao động ở cấp độ quốc tế. Do vậy việc xây dựng và áp dụng các tiêu chuẩn lao động quốc tế là không cần thiết. Những người theo trường phái thương mại công bằng (fair-trade) cho rằng, bên cạnh những mặt tích cực, toàn cầu hóa cũng bộc lộ nhiều vấn đề lao động. Tình trạng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, bóc lột, tình trạng phân biệt đối xử trong lao động, điều kiện lao động tồi tàn, người lao động bị bóc lột vẫn diễn ra và có xu hướng ngày càng phức tạp hơn. Đối mặt với thực tiễn trên, yêu cầu liên quan các tiêu chuẩn lao động ở mức độ tối thiểu trong thương mại đã xuất hiện trong các cuộc họp kín trên quy mô quốc tế, khu vực và quốc gia. Chính vì vậy mà cần đưa các tiêu chuẩn lao động quốc tế vào trong các hiệp định thương mại và sử dụng chế tài thương mại đối với

những quốc gia vi phạm. Qua nhiều tranh luận, nhóm quan điểm thứ hai chiếm ưu thế hơn và vấn đề tiêu chuẩn lao động đã được đưa vào Chương trình nghị sự của Hội nghị Bộ trưởng WTO, tổ chức tại Singapore năm 1996. Hội nghị đi đến nhất trí rằng, các tiêu chuẩn lao động quốc tế là cần thiết trong bối cảnh toàn cầu hóa và khẳng định rằng ILO là tổ chức phù hợp để giải quyết các vấn đề lao động ở phạm vi toàn cầu. Đây là cách tiếp cận trong đàm phán của các FTA thế hệ mới và đang trở thành một xu thế trong những năm gần đây trên thế giới. Hiện nay, tiến trình toàn cầu hóa đã tạo ra một thị trường lao động trên toàn thế giới và biến đổi khí hậu toàn cầu đang diễn ra ngày càng nghiêm trọng, buộc cả các nước phát triển và các nước đang phát triển phải cùng nhau nỗ lực thực hiện những "chuẩn mực thương mại mới" trong các FTA "thế hệ mới". Các FTA "thế hệ mới "không đưa ra tiêu chuẩn riêng về lao động và môi trường, mà chỉ khẳng định lại các tiêu chuẩn lao động của Tổ chức lao động quốc tế (ILO), và các tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững của Liên hợp quốc (UN).

Thứ ba, về cơ chế giám sát của các FTA thế hệ mới có yêu cầu cao hơn, chặt chẽ hơn trong quá trình thực thi, áp dụng cơ chế pháp lý mới trong giải quyết các tranh chấp phát sinh. Ví dụ theo quy tắc xuất xứ từ sợi, sản phẩm may mặc của một quốc gia phải được làm từ vải được dệt từ sợi do chính quốc gia đó sản xuất mới được hưởng ưu đãi từ các nước thành viên. Trong quá trình thực hiện, nếu các nước đối tác phát hiện ra mặt hàng nào đó xuất khẩu với số lượng ồ ạt từ một nước có năng lực sản xuất còn hạn chế, họ sẽ thành lập đoàn kiểm tra, nếu vi phạm, thì sẽ bị trừng phạt rất nặng. Các FTA thế hệ mới nêu rất rõ quy chế giải quyết tranh chấp bằng việc nhà nước kiện nhà nước hoặc nhà đầu tư kiện nhà nước mà các FTA thế hệ cũ không có. Căn cứ vào mức độ ràng buộc pháp lý đối với nội dung của các hiệp định thương mại, có thể chia thành 4 mô hình đó là:

Cấp độ 1: *Mô hình khuyến khích, không mang tính điều kiện*: Đây là mô hình mà những vấn đề được đề cập đến chỉ mang tính tuyên bố, không có bất kỳ một cơ chế gì.

Cấp độ 2: *Mô hình cam kết mang tính điều kiện, không bao gồm cơ chế thực thi*: Trong mô hình này, quy định về vấn đề liên quan không có cơ chế thực thi, không có trừng phạt thương mại mà chỉ sử dụng sức ép của xã hội dân sự.

Cấp độ 3: *Mô hình cam kết mang tính điều kiện, bao gồm cơ chế thực thi, không bao gồm trừng phạt thương mại*. Có nghĩa là một quốc gia thành viên không tuân thủ có thể phải thực thi biện pháp cuối cùng là nộp một khoản tiền phạt, và khoản tiền đó sẽ được để lại quốc gia đó để hỗ trợ cải thiện các điều kiện liên quan.

Cấp độ 4: *Mô hình cam kết mang tính điều kiện bao gồm cơ chế thực thi và có áp dụng trừng phạt thương mại*: Ở mô hình này, quốc gia vi phạm có thể bị trừng phạt thương mại.

Thứ tư, trong các FTA thế hệ mới đều có thành viên với trình độ phát triển kinh tế cao hàng đầu thế giới. Chẳng hạn, Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) bao gồm các nước đang phát triển. Ngay cả FTA Việt Nam - Hàn Quốc, FTA Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu (EAEU), tuy cũng mới được ký kết nhưng cũng không phải là các FTA có các cam kết cao như CPTPP hay TTIP. Trong FTA Việt Nam và EAEU vẫn áp dụng quy trình cấp chứng nhận xuất xứ thông qua một cơ quan có thẩm quyền do nhà nước quy định như trong các FTA truyền thống Việt Nam đã ký, chứ không phải doanh nghiệp tự chứng

nhận như trong CPTPP. Các nội dung về sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, phát triển bền vững... chủ yếu mang tính hợp tác và không vượt quá những cam kết như trong WTO.

1.2. Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới CPTPP, EVFTA và sự tham gia của Việt Nam

Tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam năm 2019 chứng kiến những dấu mốc quan trọng với việc nước ta đẩy mạnh tham gia và thực thi các FTA "thế hệ mới". Việt Nam hiện nay đã tham gia hai FTA thế hệ mới là Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EU) - EVFTA.

Hiệp định CPTPP. Khởi đầu, có 4 nước tham gia là Bru-nây, Chi-lê, Niu Di-lân, Xinh-ga-po và được gọi tắt là Hiệp định P4. Ngày 22 tháng 9 năm 2008, Hoa Kỳ tuyên bố tham gia vào P4 và đề nghị các bên sẽ đàm phán một Hiệp định hoàn toàn mới, gọi là Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Sau đó, các nước Ốt-xtrây-lia và Pê-ru cũng tuyên bố tham gia TPP. Năm 2009, Việt Nam tham gia TPP với tư cách là quan sát viên đặc biệt. Sau 3 phiên đàm phán, Việt Nam chính thức tham gia Hiệp định này nhân Hội nghị Cấp cao APEC tổ chức từ ngày 13 đến ngày 14 tháng 11 năm 2010 tại thành phố Yokohama (Nhật Bản). Cùng với quá trình đàm phán, TPP đã tiếp nhận thêm các thành viên mới là Ma-lai-xi-a, Mê-hi-cô, Ca-na-đa và Nhật Bản. Trải qua hơn 30 phiên đàm phán ở cấp kỹ thuật và hơn 10 cuộc đàm phán ở cấp Bộ trưởng, các nước TPP đã kết thúc cơ bản toàn bộ các nội dung đàm phán tại Hội nghị Bộ trưởng tổ chức tại Át-lan-ta, Hoa Kỳ vào tháng 10 năm 2015. Ngày 04 tháng 02 năm 2016, Bộ trưởng của 12 nước tham gia Hiệp định TPP đã tham dự Lễ ký để xác thực lời văn Hiệp định TPP tại Auckland, Niu Di-lân. Tuy nhiên, ngày 30 tháng 01 năm 2017, Hoa Kỳ đã chính thức tuyên bố rút khỏi Hiệp định TPP. Tháng 11 năm 2017, tại Đà Nẵng, Việt Nam, 11 nước còn lại đã thống nhất đổi tên Hiệp định TPP thành Hiệp định CPTPP với những nội dung cốt lõi. Ngày 08 tháng 3 năm 2018, các Bộ trưởng của 11 nước tham gia Hiệp định CPTPP đã chính thức ký kết Hiệp định CPTPP tại thành phố San-ti-a-gô, Chi-lê. Ngày 12 tháng 11 năm 2018, Quốc hội Việt Nam đã chính chính thức thông qua Nghị quyết phê chuẩn Hiệp định CPTPP cùng các văn kiện liên quan với tỷ lệ tán thành 100% đại biểu quốc hội có mặt. Sự kiện này nằm trong chương trình nghị sự của Quốc hội Việt Nam - kỳ họp thứ 6, khóa XIV khai mạc vào tháng 10 năm 2018 và đã được Chủ tịch nước Nguyễn Phú Trọng trình bày tờ trình vào sáng ngày 02 tháng 11 năm 2018. Trở thành quốc gia thứ 7 tham gia Hiệp định CPTPP là bước ngoặt chính trị quan trọng, khẳng định tính chủ động trong hội nhập quốc tế, nâng cao nội lực; khả năng ứng phó với tác động của kinh tế thế giới, đồng thời thúc đẩy việc đàm phán, ký kết các Hiệp định thương mại tự do khác của nước ta.

Hiệp định đã chính thức có hiệu lực đối với Việt Nam vào ngày 14 tháng 01 năm 2019. Về cơ bản, Hiệp định CPTPP giữ nguyên nội dung của Hiệp định TPP: điều chỉnh rất nhiều vấn đề từ thương mại truyền thống như mở cửa thị trường hàng hóa, dịch vụ, đầu tư đến các vấn đề ít truyền thống hơn như: mua sắm của các cơ quan Chính phủ, thương mại điện tử, doanh nghiệp nhà nước và mở rộng ra cả các vấn đề được coi là phi truyền thống trong đàm phán, ký các FTA như: lao động, môi trường, chống tham nhũng trong thương mại và đầu tư. Tuy nhiên, CPTPP cho phép các nước thành viên tạm hoãn 20 nhóm nghĩa vụ có mức độ cam kết cao trong các lĩnh vực như: sở hữu trí tuệ, đầu tư, mua sắm

Chính phủ, dịch vụ tài chính... để bảo đảm sự cân bằng về quyền lợi và nghĩa vụ của các nước thành viên trong bối cảnh Hoa Kỳ rút khỏi Hiệp định TPP. Mặc dù vậy, về tổng thể, Hiệp định CPTPP vẫn được đánh giá là một FTA chất lượng cao và toàn diện với mức độ cam kết sâu nhất từ trước đến nay. Trong khuôn khổ CPTPP các nước cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 65-95% số dòng thuế và xóa bỏ hoàn toàn từ 97-100% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực, các mặt hàng còn lại sẽ có lộ trình xóa bỏ thuế quan trong vòng 5-10 năm. Việt Nam cam kết xóa bỏ số dòng thuế ở mức cao, theo đó: 65,8% số dòng thuế có thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực; 86,5% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 4 khi Hiệp định có hiệu lực; 97,8% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 11 khi Hiệp định có hiệu lực. Đối với thuế xuất khẩu, Việt Nam cam kết xóa bỏ phần lớn các mặt hàng hiện đang áp dụng thuế xuất khẩu theo lộ trình từ 5-15 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực (Lê Quang Thuận, 2019). Đối với các nước đối tác trong CPTPP, ngày 26-6-2019, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 57/2019/NĐ-CP, về Biểu thuế xuất khẩu ưu đãi, Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt để thực hiện CPTPP giai đoạn 2019 - 2022, trong đó quy định cụ thể mức cắt giảm thuế quan với các nước đối tác.

Hiệp định EVFTA. Hiệp định EVFTA được khởi động và kết thúc đàm phán trong bối cảnh quan hệ song phương Việt Nam-EU ngày càng phát triển tốt đẹp, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế-thương mại. Tháng 10 năm 2010, Thủ tướng Chính phủ Việt Nam và Chủ tịch EU đã đồng ý khởi động đàm phán Hiệp định EVFTA đến tháng 6 năm 2012, Bộ trưởng Công Thương Việt Nam và Cao ủy Thương mại EU đã chính thức tuyên bố khởi động đàm phán Hiệp định EVFTA và đến tháng 12 năm 2015 đã Kết thúc đàm phán và bắt đầu rà soát pháp lý để chuẩn bị cho việc ký kết Hiệp định. Tháng 6 năm 2017 việc rà soát pháp lý ở cấp kỹ thuật được hoàn thành song đến tháng 9 năm 2017, EU chính thức đề nghị Việt Nam tách riêng nội dung bảo hộ đầu tư và cơ chế giải quyết tranh chấp giữa Nhà nước với nhà đầu tư (ISDS) ra khỏi Hiệp định EVFTA thành một hiệp định riêng do phát sinh một số vấn đề mới liên quan đến thẩm quyền phê chuẩn các hiệp định thương mại tự do của EU hay từng nước thành viên. Đến tháng 6 năm 2018, Việt Nam và EU đã chính thức thống nhất việc tách riêng EVFTA thành hai hiệp định gồm Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) và Hiệp định Bảo hộ đầu tư (IPA); chính thức kết thúc toàn bộ quá trình rà soát pháp lý Hiệp định EVFTA; và thống nhất toàn bộ các nội dung của Hiệp định IPA. Ủy ban châu Âu đã chính thức thông qua EVFTA và IPA vào ngày 17 tháng 10 năm 2018 và sau đó, ngày 25 tháng 6 năm 2019, Hội đồng châu Âu đã phê duyệt cho phép ký Hiệp định. Ngày 30 tháng 6 năm 2019, Hiệp định EVFTA được hai bên ký kết tại Hà Nội. Ủy ban Thương mại Quốc tế Liên minh châu Âu thông qua khuyến nghị phê chuẩn EVFTA vào ngày 21 tháng 1 năm 2020. Ngày 30 tháng 3 năm 2020, Hội đồng châu Âu thông qua Hiệp định EVFTA.

EVFTA là một Hiệp định toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU; trong đó cũng đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển giữa hai bên. Nếu đưa vào thực thi, hiệp định này sẽ là cú hích rất lớn cho xuất khẩu của Việt Nam, giúp đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng nông, thủy sản cũng như những mặt hàng Việt Nam vốn có nhiều lợi thế cạnh tranh. Hiệp định gồm 17 Chương, 2 Nghị định thư và một số biên bản ghi nhớ kèm theo với các nội dung

chính là thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường); quy tắc xuất xứ; hải quan và thuận lợi hóa thương mại; các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS); các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT); thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường); phòng vệ thương mại; cạnh tranh; doanh nghiệp nhà nước; mua sắm của Chính phủ; sở hữu trí tuệ; thương mại và phát triển bền vững; hợp tác và xây dựng năng lực; pháp lý-thể chế. Ngay sau khi hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 7 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Về phía Việt Nam, nước ta sẽ thực hiện lộ trình mở cửa thị trường hàng hóa, dịch vụ và đầu tư cho các nước đối tác. Trong khuôn khổ EVFTA, ngay sau khi hiệp định có hiệu lực, nước ta sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 48,5% số dòng thuế, tương đương 64,5% kim ngạch xuất khẩu của EU vào Việt Nam và sẽ tăng lên 91,8% số dòng thuế sau 7 năm và sau 10 năm là 98,3% số dòng thuế. Đối với thuế xuất khẩu, Việt Nam cam kết xóa bỏ phần lớn thuế xuất khẩu hàng hóa sang EU với lộ trình lên đến 15 năm Trong lĩnh vực dịch vụ và đầu tư, Việt Nam cũng đưa ra những cam kết về mở cửa thị trường với mức độ tương đương hoặc cao hơn các cam kết trong WTO. Các lĩnh vực dịch vụ mà Việt Nam cam kết thuận lợi cho các nhà đầu tư EU, bao gồm một số dịch vụ chuyên môn, dịch vụ tài chính, dịch vụ viễn thông, dịch vụ vận tải, dịch vụ phân phối...

Bảng 1: Lộ trình xóa bỏ thuế quan theo một số ngành/sản phẩm khi Việt Nam tham gia EVFTA

STT	Tên sản phẩm	Lộ trình xóa bỏ thuế quan
1	Dệt may	5 - 7 năm đối với các mặt hàng nhạy cảm, 3 năm hoặc được xóa bỏ ngay đối với các mặt hàng không trong nhóm nhạy cảm
2	Da giày	Xóa bỏ thuế trong vòng 7 năm
3	Cá da trơn/tôm	Xóa bỏ thuế trong vòng 7 năm
4	Sợi	Toàn bộ sợi từ Châu Âu khi Hiệp định có hiệu lực
5	Dược phẩm	Khoảng ½ sau khi Hiệp định có hiệu lực và phần còn lại trong 7 năm
6	Máy móc/thiết bị	Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu được xóa bỏ hoàn toàn sau khi Hiệp định có hiệu lực, phần còn lại trong 5 năm
7	Sản phẩm sữa	Sau 5 năm
8	Thực phẩm chế biến và thịt lợn đông lạnh	Sau 7 năm
9	Ô tô	Sau 10 năm, riêng đối với xe có động cơ lớn là sau 9 năm
10	Xe máy	Sau 7 năm
11	Hóa chất	70% xóa bỏ hoàn toàn khi Hiệp định có hiệu lực
12	Phụ tùng ô tô	Sau 7 năm

(Nguồn: Guide to the EU - Vietnam Trade and Investment Agreements)

Hiệp định CPTPP và EVFTA cũng đưa ra các cam kết về dịch vụ và đầu tư. Trong đó là các cam kết mở cửa dịch vụ Logistic rộng hơn WTO ở các phân ngành: (i) Dịch vụ hỗ trợ các phương thức vận tải khác (kiểm tra vận đơn, môi giới vận tải, giám định hàng hóa, chuẩn bị chứng từ vận tải...); (ii) Dịch vụ bảo hành và sửa chữa tàu biển, tàu thủy nội địa, máy bay: (iii) Dịch vụ xếp dỡ container hàng hải; (iv) Dịch vụ đại lý vận tải hàng hóa; (v) Dịch vụ vận tải hàng không; (vi) Các dịch vụ khác (kiểm tra vận đơn; dịch vụ môi giới vận tải hàng hóa; giám định hàng hóa, dịch vụ lấy mẫu và xác định trọng lượng; giám định hàng hóa; dịch vụ nhận và chấp nhận hàng; dịch vụ chuẩn bị chứng từ vận tải. Các dịch vụ này được thực hiện thay mặt cho chủ hàng). Về dịch vụ bán lẻ, mở rộng hơn so với WTO về: (i) Chỉ duy trì điều kiện ENT trong 5 năm và (ii) Giảm số loại hàng hóa không cam kết cho nhà bán lẻ nước ngoài bán lẻ ở Việt Nam (CPTPP bỏ lúa gạo, đường; EVFTA vẫn giữ nguyên danh mục này). Đối với dịch vụ phân phối chợ truyền thống thì cả hai hiệp định đều chưa mở cửa.

Hiệp định CPTPP cùng với EVFTA được coi là những FTA thế hệ mới, với đặc điểm là nhấn mạnh nhiều đến quyền lao động cũng như bảo vệ tính bền vững của môi trường thông qua nội dung về lao động, quan hệ lao động để đảm bảo rằng tự do thương mại sẽ đóng góp vào phát triển bền vững, đồng thời giúp người lao động và doanh nghiệp cùng được hưởng lợi ích kinh tế một cách công bằng. Với đặc trưng của FTA "thế hệ mới", các hiệp định CPTPP và EVFTA cũng đưa ra những cam kết trong các lĩnh vực, như lao động, doanh nghiệp nhà nước, sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ và phát triển bền vững. Đây là những cam kết chưa xuất hiện trong đa số các FTA trước đây. Hiệp định CPTPP đưa ra những cam kết về lao động trong một chương riêng, chương 19 gồm 15 điều trong đó không đưa ra tiêu chuẩn riêng về lao động mà chỉ khẳng định lại các tiêu chuẩn được nêu trong Tuyên bố năm 1998 của ILO về những nguyên tắc và quyền cơ bản trong lao động mà tất cả các nước tham gia CPTPP đều có nghĩa vụ tôn trọng, thúc đẩy và thực thi với tư cách thành viên ILO (Nguyễn Mạnh Cường, 2016). Hiệp định EVFTA có một chương riêng về các vấn đề phát triển bền vững, trong đó quy định các bên ký kết sẽ tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, như các nguyên tắc của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), cam kết trong công ước đa phương về môi trường, Nghị định thư Montreal về các chất làm suy giảm tầng ô-dôn, Công ước quốc tế về ngăn ngừa ô nhiễm từ tàu biển, Công ước quốc tế về buôn bán động, thực vật hoang dã bị đe dọa...

Bảng 2: Cam kết về lao động và môi trường trong Hiệp định CPTPP và EVFTA

TT	NỘI DUNG	HIỆP ĐỊNH CPTPP	HIỆP ĐỊNH EVFTA
1	Cam kết về lao động	**Nhóm các nguyên tắc trong Tuyên bố của ILO năm 1998, bao gồm:** (i) Quyền tự do liên kết và thương lượng tập thể của người lao động và người sử dụng lao động (được quy định trong Công ước ILO số 87 và 98); (ii) Xóa bỏ lao động cưỡng bức và lao động bắt buộc (Công ước ILO số 29 và 105); (iii) Cấm sử dụng lao động trẻ em, xóa bỏ các hình thức lao động trẻ	

		em tồi tệ nhất (Công ước ILO số 138 và 182); (iv) Xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp (Công ước số 100 và 111).	
		Nhóm các nguyên tắc về điều kiện lao động "chấp nhận được" Nhóm này bao gồm các quy định về lương tối thiểu, giờ làm việc, các vấn đề về an toàn lao động và sức khỏe của người lao động.	Việt Nam nỗ lực tham gia một số Công ước về Lao động
2	Cam kết về môi trường	- Không đưa ra các tiêu chuẩn môi trường nào mới - Cam kết tăng cường thực thi hiệu quả các cam kết đã có trong các Công ước đa phương về môi trường (MEAs) mà Việt Nam hiện đang là thành viên.	
		Một số cam kết riêng về: - Đa dạng sinh học; - Tự vệ trước các sinh vật ngoại lai - Giảm phát thải; - Trợ cấp đối với việc khai thác/đánh bắt hải sản; - Biện pháp bảo tồn; - Chính sách với các loại hàng hóa, dịch vụ thân thiện/có lợi cho môi trường.	**Một số cam kết riêng (mang tính khuyến khích, hợp tác là chủ yếu) về:** - Biến đổi khí hậu; - Đa dạng sinh học; - Quản lý rừng bền vững và thương mại lâm sản (gắn với VPA-FLEGT; - Kinh doanh và quản lý bền vững các nguồn hải sản sống và sản phẩm nuôi trồng thủy sản.

(Nguồn: Nguyễn Thị Thu Trang 2019 và tác giả tổng hợp)

2. Cơ hội và thách thức đối với Việt Nam khi tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

2.1. Cơ hội của Việt Nam

Với các cam kết sâu rộng và toàn diện, các hiệp định CPTPP và EVFTA được đánh giá sẽ đem lại nhiều lợi ích cho Việt Nam, cả về thể chế chính trị cũng như những tác động lớn đến nền kinh tế Việt Nam thông qua việc mở rộng thị trường xuất nhập khẩu, theo đó, kim ngạch xuất nhập khẩu sang các nước đối tác sẽ tăng, củng cố thị trường truyền thống, khơi thông nhiều thị trường tiềm năng trên cơ sở thúc đẩy quan hệ với các đối tác chiến lược kinh tế quan trọng.

Thứ nhất, cải thiện thể chế, hoàn thiện môi trường kinh doanh, nâng cao vị thế. Việc triển khai các FTA thế hệ mới là cơ hội để nước ta thực hiện chủ trương hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, hoàn thiện hệ thống pháp luật, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh theo hướng thông thoáng, minh bạch và tiệm cận với các chuẩn mực quốc tế. Trong lĩnh vực lao động, việc Quốc hội nước ta thông qua Bộ luật Lao động sửa đổi với nhiều bổ sung, điều chỉnh quan trọng về quan hệ lao động và bảo vệ quyền lợi của người lao động được cộng đồng quốc tế đánh giá là thực thi nghiêm

túc, hiệu quả cam kết của Việt Nam trong các hiệp định EVFTA và CPTPP, góp phần cải thiện vấn đề việc làm và quan hệ lao động của Việt Nam, tạo nền tảng vững chắc cho hội nhập quốc tế và thương mại công bằng. Bên cạnh đó, việc triển khai các cam kết về phát triển bền vững trong các FTA thế hệ mới sẽ góp phần cụ thể hóa các mục tiêu của Nhà nước ta về phát triển bền vững và bao trùm. Đây là cơ hội khẳng định vai trò và vị thế địa - chính trị quan trọng của Việt Nam trong khu vực Đông Nam Á cũng như Châu Á - Thái Bình Dương; thực sự nâng cao vị thế của nước ta trong khối ASEAN, trong khu vực cũng như trên trường quốc tế, đặc biệt là trong bối cảnh tình hình chính trị - an ninh thế giới và khu vực đang thay đổi nhanh chóng và chủ nghĩa bảo hộ ngày càng leo thang. Việc tham gia các FTA thế hệ mới như EVFTA, CPTPP về các vấn đề thể chế, chính sách pháp luật sau đường biên giới... sẽ tạo điều kiện và động lực cơ hội để thay đổi, cải thiện chính sách và pháp luật theo hướng minh bạch hơn, thuận lợi và phù hợp hơn với thông lệ quốc tế. Các FTA thế hệ mới sẽ giúp Việt Nam kiện toàn hơn bộ máy nhà nước, theo hướng đẩy mạnh cải cách hành chính, tăng cường trách nhiệm, kỷ cương kỷ luật của cán bộ, từ đó, hỗ trợ cho tiến trình đổi mới mô hình tăng trưởng và cơ cấu lại nền kinh tế của Việt Nam.

Thứ hai, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu. Tự do hóa thương mại nói chung và các FTA thế hệ mới nói riêng có tác động thúc đẩy hoạt động xuất khẩu. Những quy định trong các FTA này buộc nền kinh tế thành viên, trong đó có Việt Nam, phải tái cấu trúc, mở ra những thị trường mới và tạo sức hút về hàng hóa. Trong thời gian tới, khi việc thực hiện cắt giảm thuế quan theo các FTA bước vào giai đoạn cắt giảm sâu thì xuất khẩu của Việt Nam được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh do: (i) Sự nỗ lực của các bộ, ngành liên quan trong việc phấn đấu đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu 7-8% mà Quốc hội đề ra; (ii) Khi thuế suất giảm, đặc biệt là đối với các mặt hàng nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất hàng xuất khẩu như: Nguyên phụ liệu dệt may, chất dẻo, ngô, cao su...; (iii) Hiệp định CPTPP và EVFTA đi vào thực thi sẽ là động lực cho xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. Đặc biệt, với cam kết mở cửa thị trường trong EVFTA sẽ giúp mở rộng hơn nữa thị trường hàng xuất khẩu, nhất là những sản phẩm mà cả hai cùng có lợi thế như nông thủy sản, đồ gỗ, dệt may, giày dép... của Việt Nam, máy móc, thiết bị, ô tô, xe máy, đồ uống có cồn của EU. Hiệp định EVFTA sẽ tạo cho nền kinh tế Việt Nam không gian về mặt thị trường rộng lớn hơn với dân số khoảng 513 triệu người, theo ước tính của Eurostat. Theo Bộ Công Thương, cam kết mở cửa thị trường mạnh mẽ trong Hiệp định EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam - EU, giúp mở rộng hơn nữa thị trường cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Với cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới gần 100% biểu thuế và giá trị thương mại mà hai bên đã thống nhất, cơ hội gia tăng xuất khẩu cho những mặt hàng Việt Nam có lợi thế như dệt may, da giày, nông thủy sản (kể cả gạo, đường, mật ong, rau củ quả), đồ gỗ, v.v. là rất đáng kể. Mức cam kết trong EVFTA có thể coi là mức cam kết cao nhất mà Việt Nam đạt được trong các FTA đã được ký kết cho tới nay. Điều này càng có ý nghĩa khi hiện nay, mới chỉ hơn 42% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU được hưởng mức thuế 0% theo chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập. Theo nghiên cứu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hiệp định EVFTA sẽ giúp kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng thêm khoảng 20% vào năm 2020; 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 so với không có Hiệp định. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ EU

cũng tăng nhưng với tốc độ thấp hơn xuất khẩu, cụ thể là khoảng 15,28% vào năm 2020; 33,06% vào năm 2025 và 36,7% vào năm 2030. Về mặt vĩ mô, EVFTA góp phần làm GDP của Việt Nam tăng thêm ở mức bình quân 2,18-3,25% (năm 2019-2023); 4,57-5,30% (năm 2024-2028) và 7,07-7,72% (năm 2029-2033).

Thứ ba, thu hút đầu tư nước ngoài (FDI). Trong các FTA thế hệ mới đều có các cam kết đối xử công bằng giữa nhà đầu tư trong nước và nhà đầu tư nước ngoài trong việc thành lập, mua lại, mở rộng, điều hành, triển khai, vận hành, kinh doanh. Điều đó sẽ tạo cơ hội cho các nhà đầu tư nước ngoài tiếp cận thị trường Việt Nam nhanh hơn. Các FTA thế hệ mới cũng có các quy định về phát triển bền vững, giúp hạn chế bớt những công nghệ lạc hậu và thúc đẩy phát triển các công nghệ sử dụng nguồn năng lượng tái tạo, thân thiện với môi trường. Những xu hướng này mang lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế Việt Nam và cho các doanh nghiệp Việt Nam. Trong giai đoạn tới, việc dỡ bỏ các biện pháp hạn chế đầu tư và dịch vụ, mở cửa thị trường mua sắm Chính phủ, dịch vụ tài chính... sẽ mở ra cơ hội lớn đối với lĩnh vực đầu tư của Việt Nam. Với các quy định trong các FTA thế hệ mới, các nhà đầu tư sẽ đầu tư chiều sâu vào thị trường Việt Nam, do đó, chất lượng đầu tư nước ngoài sẽ được cải thiện, tạo động lực cho phát triển nền kinh tế. Ví dụ: EVFTA sẽ thúc đẩy các nhà đầu tư chất lượng cao của EU và các đối tác khác vào Việt Nam. Tính đến nay, các nhà đầu tư EU đã có mặt tại hầu hết các ngành kinh tế quan trọng, tập trung nhiều nhất vào công nghiệp, xây dựng và một số ngành dịch vụ. Trong lĩnh vực thu hút FDI, Việt Nam sẽ có cơ hội đón nhận dòng vốn FDI "chất lượng cao" của các nước thành viên CPTPP, như Nhật Bản, Ca-na-đa, Ô-xtrây-li-a... và các nước thành viên EU, nhất là trong các lĩnh vực doanh nghiệp EU có thế mạnh, như công nghiệp chế biến chế tạo sử dụng công nghệ cao, năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, các dịch vụ chất lượng cao, dịch vụ ngân hàng, tài chính... Theo kết quả khảo sát của Phòng Thương mại châu Âu tại Việt Nam (Eurocham), 80% doanh nghiệp EU cho rằng EVFTA sẽ giúp Việt Nam tăng tính cạnh tranh; 72% cho rằng EVFTA sẽ giúp Việt Nam trở thành cánh cổng giao thương cho các doanh nghiệp EU tại khu vực Đông Nam Á (Bùi Thanh Sơn, 2020).

Thứ tư, đẩy mạnh sản xuất trong nước, tạo cơ hội việc làm, phát triển bền vững. Việc tham gia các FTA thế hệ mới sẽ khiến cho nhiều mặt hàng làm nguyên liệu đầu vào cho sản xuất trong nước có giá thấp hơn, do đó, chi phí sản xuất của các doanh nghiệp được cắt giảm, từ đó, giá cả hàng hóa sẽ cạnh tranh hơn so với hàng nhập khẩu, thúc đẩy sản xuất trong nước để xuất khẩu. Việc cắt giảm thuế quan sẽ khiến hàng hóa nhập khẩu từ các nước, đặc biệt là các nước EU vào Việt Nam sẽ nhiều hơn do giá thành rẻ, mẫu mã phong phú và đa dạng, tác động tích cực đến sản xuất trong nước. Về cơ hội việc làm, thu nhập và phát triển bền vững, tham gia FTA thế hệ mới sẽ tạo ra các cơ hội giúp nâng cao tốc độ tăng trưởng. Vì vậy, về mặt xã hội, hệ quả là sẽ tạo thêm nhiều việc làm, nâng cao thu nhập và góp phần xoá đói giảm nghèo. Theo kết quả nghiên cứu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, CPTPP có thể giúp tổng số việc làm tăng bình quân mỗi năm khoảng 20.000 - 26.000 lao động. Đối với lợi ích về xóa đói giảm nghèo, theo nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới, đến năm 2030, CPTPP dự kiến sẽ giúp giảm 0,6 triệu người nghèo ở mức chuẩn nghèo 5,5 USD/ngày. Tất cả các nhóm thu nhập dự kiến sẽ được hưởng lợi khi Việt Nam tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

2.2. Thách thức đối với Việt Nam

Hội nhập kinh tế quốc tế nói chung và việc tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới với tiêu chuẩn cao và toàn diện như CPTPP và EVFTA nói riêng không chỉ mang lại cơ hội mà kèm theo những rủi ro và thách thức. Đó là thách thức về kinh tế, thách thức về hoàn thiện khung khổ pháp luật, thể chế, thách thức trong việc thực thi các cam kết trong những lĩnh vực mới chưa có trong các FTA trước đây như lao động - công đoàn, môi trường... cụ thể:

Thứ nhất, thách thức về hoàn thiện thể chế, hệ thống pháp luật, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh. Quá trình thực hiện các cam kết hội nhập quốc tế đã có những tác động sâu rộng đến nền kinh tế Việt Nam. Công tác xây dựng thể chế, chính sách dần được hoàn thiện, giúp nền kinh tế Việt Nam có những chuyển biến rõ nét. Hội nhập quốc tế góp phần mở rộng thị trường, tăng lợi thế cạnh tranh cho hàng xuất khẩu của Việt Nam so với các nước trong khu vực; qua đó, cơ cấu hàng xuất khẩu đã có chuyển biến về chất. Tuy nhiên, so với thông lệ quốc tế, thể chế kinh tế, môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam còn khoảng cách lớn. Nếu chúng ta không nỗ lực cải cách, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường thì đây chính là rào cản ngăn dòng vốn đầu tư nước ngoài có chất lượng vào Việt Nam, không nâng được năng lực cạnh tranh của hàng hóa, sản phẩm Việt Nam trong thương mại quốc tế. Do FTA thế hệ mới chứa đựng các quy định WTO-X và WTO+ chưa được quy định trong hệ thống pháp luật của Việt Nam, nên Việt Nam sẽ gặp phải thách thức không nhỏ trong việc đảm bảo sự tương thích của hệ thống pháp luật trong nước với các quy định mới. Ví dụ, Nghị quyết số 72/2018/QH14 đã chỉ ra, hệ thống pháp luật Việt Nam không tương thích với rất nhiều quy định trong CPTPP. Trong lĩnh vực lao động, có thể kể đến các quy định về công đoàn, tổ chức đại diện của người lao động, về đối thoại tại nơi làm việc, thương lượng tập thể, tranh chấp lao động hay đình công; trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ là các quy định liên quan đến điều kiện đăng ký hợp đồng để có hiệu lực đối với bên thứ ba...(Nguyễn Ngọc Hà, 2019).

Thứ hai, yêu cầu cải thiện quy trình sản xuất và kiểm định chất lượng trong nhiều ngành nghề để đáp ứng những yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng hàng hóa nhập khẩu vào thị trường CPTPP và EU, cũng như các điều kiện để được hưởng ưu đãi thuế quan. Ví dụ đối với ngành Thủy sản của Việt Nam. Theo thông tin từ Tổng cục Thuỷ sản, Việt Nam hiện đứng thứ 4 trên thế giới về xuất khẩu thuỷ sản (sau Na Uy, Trung Quốc và Nga), đứng số 1 tại Đông Nam Á và số 2 ở châu Á. Tuy nhiên, tháng 10/2017, Việt Nam đã phải nhận "thẻ vàng" cảnh báo từ Ủy ban châu Âu về hoạt động khai thác hải sản bất hợp pháp, không theo báo cáo và không theo quy định (khai thác IUU). Sự việc này đã ảnh hưởng đến danh tiếng của hải sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Mặc dù, Chính phủ, cộng đồng ngư dân, doanh nghiệp thủy sản đã có những nỗ lực hành động để giải quyết việc đánh bắt cá bất hợp pháp, tuy nhiên, do Việt Nam có đường bờ biển dài 3.260 km (không kể các đảo) với khoảng 111.000 tàu cá, hầu hết là tàu nhỏ, nên để giải quyết triệt để vấn đề khai thác hải sản trái phép cần một quá trình tốn nhiều thời gian và công sức. Ngành thứ hai cần quan tâm là ngành Dệt may. EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của ngành Dệt may Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 4 tỷ USD vào năm 2018. Việc gia nhập EVFTA được kỳ vọng sẽ tạo thêm động lực cho xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam

vào EU. Mặc dù vậy, trong một vài năm đầu, ngành Dệt may có thể gặp một số bất lợi nhất định do trong thời gian chờ thuế giảm về 0% theo lộ trình của EVFTA, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ không còn được hưởng mức thuế 9% của Hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập. Đây là mức ưu đãi mà EU đơn phương dành cho các sản phẩm chưa có năng lực cạnh tranh tốt từ một số nước thuộc nhóm đang/kém phát triển theo các tiêu chí mà EU quyết định. Thay vào đó, ngành này sẽ phải chịu mức thuế cao hơn từ thuế nhập khẩu ưu đãi mà EU đang áp dụng - hiện đang ở mức khoảng 12%, theo số liệu từ báo cáo gần đây của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam về ngành Dệt may ở Việt Nam.

Thứ ba, các yêu cầu về quy tắc xuất xứ có thể khó đáp ứng và nguy cơ về các biện pháp phòng vệ thương mại. Thông thường hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan theo FTA thì nguyên liệu phải đáp ứng được một tỷ lệ về hàm lượng nội khối nhất định (nguyên liệu có xuất xứ tại EU và/hoặc Việt Nam), đặc biệt là ngành hàng may mặc. Theo đó các doanh nghiệp dệt may cần phải chú ý tới những quy định nghiêm ngặt của hiệp định về xuất xứ của mặt hàng may mặc. Bởi vì, để được hưởng mức thuế suất 0% các doanh nghiệp dệt may phải đảm bảo nguồn gốc xuất xứ kép tức là ít nhất vải và việc may mặc phải được làm tại Việt Nam hoặc ngoại lệ duy nhất đối với các loại vải được sản xuất tại Hàn Quốc. Khi rào cản thuế quan không còn là công cụ hữu hiệu để bảo vệ, doanh nghiệp ở thị trường nhập khẩu có xu hướng sử dụng nhiều hơn các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp hay tự vệ để bảo vệ ngành sản xuất nội địa mà EU là một trong những thị trường có "truyền thống" sử dụng các công cụ này. Các FTA thế hệ mới đều hàm chứa những cơ chế, đảm bảo sự thực thi các hiệp định này, trong đó có cơ chế giải quyết tranh chấp. Nhiều quy định của pháp luật trong nước chưa tương thích, cả trước và sau nội luật hóa, đều có thể dẫn đến việc Việt Nam không thực hiện tốt các cam kết của mình. Do đó, Việt Nam có thể dễ bị khởi kiện theo đúng các cơ chế giải quyết tranh chấp đã được xây dựng. Đây là vấn đề Việt Nam cần quan tâm đối với lĩnh vực đầu tư.

Thứ tư, có một số vấn đề đặt ra đối với dòng vốn FDI: (i) Đóng góp của FDI trong việc nâng cao năng lực công nghiệp, còn hạn chế; (ii) Mối liên kết giữa khối doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước còn yếu kém; (iii) Các doanh nghiệp FDI chủ yếu hoạt động ở lĩnh vực gia công lắp ráp, thâm dụng lao động và ít có khả năng tạo tác động lan tỏa về mặt công nghệ; (iv) Khung pháp lý và chính sách mở cửa FDI, hội nhập kinh tế quốc tế tuy đã được cải thiện, song vẫn còn nhiều hạn chế trong quản lý, dẫn tới các vấn đề như ô nhiễm môi trường, chuyển giá, trốn thuế...; (iv) Dòng vốn liên thông hơn với quốc tế cũng khiến cho những nguy cơ bất ổn kinh tế vĩ mô gia tăng trong bối cảnh kinh tế thế giới và khu vực có nhiều biến động cũng đặt ra những thách thức trong việc xây dựng và thực thi các chính sách kinh tế vĩ mô.

Thứ năm, thách thức đối với ngành dịch vụ tài chính. Trong các FTA thế hệ mới, những cam kết về dịch vụ tài chính bao trùm lên 3 lĩnh vực lớn là bảo hiểm, ngân hàng và chứng khoán. Thị trường dịch vụ tài chính trong nước chưa thực sự phát triển. Mở cửa thị trường theo cam kết đã tạo ra áp lực cạnh tranh gay gắt trên cả 3 cấp độ gồm: Cạnh tranh giữa sản phẩm trong nước và sản phẩm nước ngoài; cạnh tranh giữa doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp nước ngoài và cạnh tranh giữa các chính phủ về thể chế và môi trường kinh doanh. Theo nghiên cứu của Nguyễn Thùy Linh, Vũ Ngọc Diệp và Lê Mai

Trang (2018) khi thực thi các cam kết trong CPTPP ngành Ngân hàng của Việt Nam gặp phải các thách thức sau: (i) Năng lực và quy mô của ngành Ngân hàng Việt Nam còn thấp so với các quốc gia tham gia CPTPP (đứng thứ 6 về quy mô nhưng tỷ lệ an toàn vốn thấp nhất); (ii) Cạnh tranh ngày càng lớn do có sự tham gia của các ngân hàng và quỹ đầu tư nước ngoài; (iii) Nguy cơ bị chi phối và mua lại nếu hoạt động kinh doanh không hiệu quả. Nghiên cứu của Trung tâm WTO thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) về tác động của EVFTA đối với dịch vụ tài chính - ngân hàng cũng đã chỉ ra những thách thức đối với lĩnh vực tài chính - ngân hàng, bao gồm: (i) Áp lực cạnh tranh từ các nhà cung cấp dịch vụ tài chính nước ngoài trên thị trường Việt Nam; (ii) Nhu cầu đối với dịch vụ tín dụng ngày càng cao, không dừng lại ở giá mà còn yêu cầu mức độ phong phú về chủng loại và chất lượng dịch vụ; (iii) Các yêu cầu về ứng dụng công nghệ thông tin, bảo mật thông tin, quản trị và bảo vệ an toàn dữ liệu thông tin trong lĩnh vực dịch vụ tài chính ngày càng cao.

3. Một vài gợi ý chính sách

Trong bối cảnh gia tăng xu hướng bảo hộ và căng thẳng thương mại, việc Việt Nam ký kết và thực thi các FTA thế hệ mới đã khẳng định chủ trương nhất quán của Việt Nam về tiếp tục đổi mới kinh tế, hội nhập quốc tế và ủng hộ tự do hóa thương mại theo hướng mở, minh bạch và dựa trên luật lệ, đồng thời góp phần duy trì động lực hội nhập, liên kết kinh tế tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Việc thực thi các cam kết "thế hệ mới" đòi hỏi chúng ta phải có lộ trình phù hợp và các giải pháp đồng bộ hoàn thiện hệ thống thể chế - pháp luật, đi đôi với các hoạt động thông tin, tuyên truyền, phổ biến kiến thức và nâng cao năng lực cho cán bộ các bộ, ngành, địa phương và các doanh nghiệp để bảo đảm tận dụng được cơ hội cũng như tránh việc vi phạm các cam kết trong CPTPP và EVFTA. Nhà nước cần:

- Tiếp tục hoàn thiện thể chế, chính sách gắn với việc thực hiện các cam kết hội nhập, nhằm nâng cao hiệu quả huy động, sử dụng vốn đầu tư, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh; Thay đổi chính sách thu hút FDI theo hướng chọn lọc các dự án, đối tác phù hợp với yêu cầu phát triển của Việt Nam, tăng cường công tác kiểm soát các doanh nghiệp FDI hướng đến phát triển bền vững để giảm thiểu tác động tiêu cực.

- Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách để thực hiện đầy đủ các cam kết quốc tế theo lộ trình. Khi tham gia FTA thế hệ mới, Việt Nam cần phải điều chỉnh cả những yếu tố không phải yếu tố thương mại như những nội dung liên quan tới lao động, quyền sở hữu trí tuệ... Trong việc sửa đổi, bổ sung các chính sách, cần đảm bảo tính đồng bộ, hiệu quả, duy trì ổn định môi trường đầu tư, kinh doanh, không gây xáo trộn, ảnh hưởng đến lợi ích của các doanh nghiệp đang hoạt động cũng như các nhà đầu tư mới. Kịp thời rà soát, sửa đổi, điều chỉnh, bãi bỏ quy định không phù hợp với các cam kết quốc tế nhằm thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ trong các điều ước quốc tế song phương, đa phương và khu vực mà Việt Nam là thành viên. Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc đổi tư duy, buộc phải tuân thủ pháp luật để tránh bị điều tra, bị kiện, bị xử phạt, đầu tư nâng cao các yêu cầu về an toàn lao động, tiền lương, vệ sinh lao động, cùng với cơ chế giám sát và chế tài khác, những chi phí để xây dựng, phát triển văn hóa doanh nghiệp để được tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu khu vực và quốc tế.

Tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính trên tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực về đầu tư, xây dựng, đất đai, thuế, hải quan, xuất nhập khẩu phù hợp với các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế; Giám sát chặt chẽ việc ban hành và áp dụng các giấy phép, điều kiện kinh doanh; Đẩy mạnh việc hoàn thiện thể chế tài chính, đảm bảo tính đồng bộ, công khai, minh bạch, ổn định và phù hợp với yêu cầu thực tiễn đặt ra trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước và các cam kết quốc tế.

- Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các cam kết, hiệp định mà Việt Nam tham gia đến từng ngành, địa phương, doanh nghiệp và người dân để các đối tượng có liên quan thực hiện hiệu quả các cam kết; hỗ trợ doanh nghiệp tăng cường liên kết với nhau, tạo những cơ hội đầu tư nhằm tăng sức mạnh cạnh tranh, đổi mới hoạt động quản trị doanh nghiệp và công nghệ thông tin, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng cường quảng bá thương hiệu.

- Hoàn thiện các chính sách thương mại cho phù hợp với điều kiện của Việt Nam và không xung đột với các cam kết trong các FTA mà Việt Nam đã và sẽ tham gia. Hiện nay, trình độ và công nghệ liên quan đến việc áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật của Việt Nam còn rất hạn chế. Để cải thiện tình trạng này, cần tăng cường hỗ trợ nghiên cứu, đào tạo và ứng dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật hợp lý khi mà các hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ nhằm bảo vệ sản xuất trong nước đối với những ngành cần được khuyến khích, đồng thời, hỗ trợ các nhà xuất khẩu của Việt Nam trong việc đáp ứng các điều kiệu về kỹ thuật khi xuất sang các nước. Tổ chức tập huấn cho các cán bộ thuộc cơ quan quản lý nhà nước các cấp và cộng đồng doanh nghiệp về các cam kết cụ thể có liên quan, bảo đảm hiểu rõ, hiểu đúng, từ đó thực thi các hiệp định FTA thế hệ mới đầy đủ, hiệu quả.

- Xây dựng và quy hoạch, đồng bộ hóa các ngành công nghiệp hỗ trợ xác định ngành công nghiệp phụ trợ phù hợp với chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam, đảm bảo tính hiệu quả trong thực thi chính sách, nâng cao khả năng cạnh tranh của các ngành hàng Việt Nam trong bối cảnh hội nhập. cần có những chính sách hỗ trợ hợp lý để thúc đẩy phát triển những ngành có lợi thế so sánh, nhằm tăng năng suất và tăng sức cạnh tranh của hàng hóa trong nước và đẩy mạnh xuất khẩu. Với những ngành sẽ mở rộng sau FTA thế hệ mới, nhân tố quan trọng nhất là đảm bảo sự dịch chuyển tự do của các nguồn lực sản xuất như lao động, vốn, đất đai và các tài nguyên khác để các ngành này có thể tiếp cận chúng. Với những ngành kém lợi thế sau hội nhập, đẩy mạnh tái cơ cấu các ngành này nhằm tăng hiệu quả cũng là một định hướng cần được quan tâm hơn, hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp để có những lộ trình thích nghi, thay đổi cho phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Mạnh Cường (2016), Nội dung chủ yếu về Lao động trong Hiệp định TPP, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội
2. Nguyễn Thùy Linh, Vũ Ngọc Diệp và Lê Mai Trang (2018), *"Ngành ngân hàng Việt Nam trong bối cảnh thực thi Hiệp định CPTPP",* Kỷ yếu Diễn đàn Hội nhập Kinh tế Quốc tế Việt Nam 2018 "Hội nhập kinh tế quốc tế trong tình hình mới - Chủ động, Đổi mới, Thiết thực và Hiệu quả", Hà Nội, tr. 172-173;
3. Nguyễn Thị Minh Nhàn (2014), Lĩnh vực lao động trong hiệp định đối tác kinh tế

chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam, Tạp chí Khoa học Thương mại, Hà Nội, số 66 tháng 2/1014, tr.15-24.

4. Nguyễn Hồng Sơn, Nguyễn Anh Thu (2015), Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) - bối cảnh và kinh nghiệm quốc tế, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Bùi Thanh Sơn (2020), Triển khai các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và toàn diện, http://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/815809/trien-khai-cac-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-the-he-moi-trong-giai-doan-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te-sau-rong-va-toan-dien.aspx
6. Nguyễn Ngọc Hà (2019), Tham gia FTA thế hệ mới: Lợi thế, thách thức và vấn đề đặt ra cho Việt Nam, http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/tham-gia-fta-the-he-moi-loi-the-thach-thuc-va-van-de-dat-ra-cho-viet-nam-309173.html
7. Lê Quang Thuận (2019), Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới và tác động đối với kinh tế Việt Nam, http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/cac-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-the-he-moi-va-tac-dong-doi-voi-kinh-te-viet-nam-309171.html
8. Nguyễn Thị Thu Trang (2019), CPTPP - EVFTA cơ hội và thách thức với doanh nghiệp thủy sản Việt Nam, http://trungtamwto.vn/download/18784/2% 20Slides% 20Hoi%20thao%20EVFTA-CPTPP%20VASEP%20Jul2019%20-%20VCCI.pdf

CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI VÀ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM

NEW-GENERATION FREE-TRADE AGREEMENTS AND THEIR EFFECTS ON SEAFOOD EXPORT OF VIETNAM

TS. Phạm Thị Bạch Tuyết

Trường Đại học Sài Gòn

Tóm tắt

Thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta hiện nay với kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên đã đưa Việt Nam trở thành một trong những nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới. Xuất khẩu thủy sản đang có nhiều cơ hội trong việc mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng và gia tăng giá trị xuất khẩu khi hai Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) mà Việt Nam tham gia bắt đầu có hiệu lực. Tuy nhiên rất nhiều thách thức cũng đặt ra cho ngành thủy sản của nước ta liên quan đến các vấn đề như chất lượng sản phẩm, quy tắc xuất xứ, truy xuất nguồn gốc sản phẩm, rào cản kĩ thuật,.... Bài viết tập trung phân tích những cơ hội và thách thức từ hai hiệp định CPTPP và EVFTA tác động đến hoạt động xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, đồng thời đề xuất một số giải pháp khuyến nghị nhằm giúp cho ngành thủy sản nước ta tận dụng được những cơ hội từ quá trình hội nhập.

Từ khóa: *Hiệp định thương mại tự do, thủy sản, xuất khẩu*

Abstract

Seafood which is one of the key export products of our country with its constantly rising export turnover has made Vietnam become one of the largest seafood exporters all over the world. Vietnam seafood exporters are having great opportunities to expand the market, improve the quality and increase the export value when two New-generation free-trade agreements (CPTPP, EVFTA) into which Vietnam has entered come into effect. However, the seafood industry has also faced many challenges related to product quality, rules of origin, origin tracing and authenticity system, technology barriers... This article will focus on the analyzing the opportunities and challenges brought by CPTPP, EVFTA and their effects on seafood export activities of Vietnam, while proposing some recommended solutions that helps the seafood industry take advantage of opportunities from the integration process.

Keywords: *Free trade agreement (FTA), seafood, export*

1. Đặt vấn đề

Hội nhập kinh tế quốc tế là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước ta hiện nay. Tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã tham gia đàm phán và ký kết nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA) đa phương và song phương ở trong khu vực và quốc tế. Hiện nay Việt Nam đã đàm phán, ký kết và thực thi 16 hiệp định thương mại tự

do (FTA) gồm đã thực thi 12 FTA, ký và chuẩn bị phê chuẩn 1 FTA, đang đàm phán 3 FTA. Trong năm 2019 tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã đạt dấu mốc quan trọng với việc nước ta đẩy mạnh tham gia và thực thi các FTA "thế hệ mới", gồm Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã chính thức có hiệu lực với Việt Nam ngày 14/1/2019 và Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) đã được ký kết ngày 30/6/2019, dự kiến có hiệu lực năm 2020. Đây là những FTA có mức độ cam kết mở cửa thị trường hàng hóa, dịch vụ, đầu tư sâu rộng và lộ trình ngắn hơn so với đa số các FTA mà nước ta đã ký kết và tham gia trước đây. CPTPP và EVFTA sẽ mang lại nhiều cơ hội cho hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó thủy sản là một trong những mặt hàng được hưởng lợi nhiều khi hiệp định có hiệu lực.

Trong hơn 20 năm qua, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam có bước phát triển mạnh mẽ, kim ngạch xuất khẩu thủy sản từ 621,4 triệu USD (1995) tăng lên 8.787,1 triệu USD (2018) với mức tăng trưởng trung bình hàng năm khoảng 13%/năm. Quá trình tăng trưởng này đã đưa Việt Nam trở thành một trong năm nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, giữ vai trò chủ đạo cung cấp nguồn thủy sản toàn cầu. Trong năm 2018, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 8,78 tỷ USD, tăng 5,8% so với năm 2017, là một trong sáu mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta, sau điện thoại các loại và linh kiện; dệt may; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; da giầy. Thủy sản Việt Nam đã xuất khẩu sang 161 thị trường, trong đó có các thị trường lớn đạt trên 1 tỷ USD như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Những kết quả trên có sự đóng góp rất lớn nhờ tham gia tiến trình hội nhập quốc tế, trong đó thủy sản là một trong những ngành đi đầu về hội nhập quốc tế của Việt Nam. Bên cạnh những FTA thế hệ cũ, việc Việt Nam tham gia các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA mang lại nhiều cơ hội cho xuất khẩu thủy sản nước ta, giúp cho thị trường xuất khẩu thủy sản ngày càng rộng mở, cơ hội từ ưu đãi thuế quan xuất nhập khẩu, khả năng ứng dụng kỹ thuật, công nghệ nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị sản phẩm thủy sản, tăng sức cạnh tranh với các nước khác. Tuy nhiên, sẽ có những thách thức mới cho ngành thủy sản Việt Nam khi tham gia CPTPP và EVFTA như các điều kiện về hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng, quy tắc xuất xứ chặt hơn, có nhiều quy định mới và phức tạp hơn, trong khi sản phẩm của ta so với các nước đối tác FTA kém cạnh tranh hơn về giá thành... Để tận dụng được lợi thế từ CPTPP và EVFTA cũng như tránh những hạn chế, bất lợi do những thách thức mang lại, chúng ta cần phải có những giải pháp để có thể tận dụng được tối đa các lợi ích từ hiệp định, đưa ngành thủy sản của nước ta có thể cạnh tranh, phát triển một cách bền vững.

2. Cơ sở lí thuyết và phương pháp nghiên cứu

Hiệp định thương mại tự do (Free trade agreement - FTA) về cơ bản, là một thỏa thuận giữa hai hay nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ nhằm mục đích tự do hóa thương mại về một hoặc một số nhóm mặt hàng nào đó bằng việc cắt giảm thuế quan, có các quy định nhằm tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa, dịch vụ và đầu tư giữa các nước thành viên với nhau. Các FTA truyền thống được đàm phán, ký kết trong giai đoạn đầu, thường có phạm vi hẹp, mức độ tự do hóa hạn chế, thường chỉ bao gồm các cam kết tự do hóa thương mại trong lĩnh vực thương mại hàng hóa (xóa bỏ thuế quan đối với khoảng 70-80% số dòng thuế). Một số ít có thêm các cam kết tự do hóa thương mại dịch vụ (mở cửa thêm các

dịch vụ so với mức mở cửa trong WTO) và các nguyên tắc chung về đầu tư, sở hữu trí tuệ, cạnh tranh... Ngày nay, các FTA "thế hệ mới" có phạm vi cam kết rộng hơn, không chỉ bao gồm các nội dung cam kết về chính sách thuế quan, chính sách phi thuế quan đối với hàng hóa, dịch vụ... mà còn mở rộng sang các lĩnh vực mới, đề cập tới vấn đề tự do hóa trong lĩnh vực dịch vụ và đầu tư, các biện pháp hạn chế định lượng, các rào cản kỹ thuật, quyền sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, mua sắm chính phủ, lao động, thương mại điện tử, bảo hiểm và môi trường...

Hiện nay có một số loại FTA mà Việt Nam tham gia như sau:

- FTA khu vực: là FTA được ký giữa các nước trong cùng một tổ chức khu vực. Ví dụ AFTA.

- FTA song phương: được ký giữa 2 nước (FTA giữa Việt Nam và Chi Lê, Việt Nam - Nhật Bản..).

- FTA đa phương: được ký giữa nhiều đối tác khác nhau. Ví dụ như CPTPP...;

- FTA được ký giữa một tổ chức với một nước: FTA được ký giữa một bên là tổ chức ASEAN với Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc...; FTA giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu EU.

Tham gia vào các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương là cơ hội nhưng đồng thời cũng là thách thức cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam. FTA thế hệ mới sẽ tạo cơ hội trong việc gia tăng giá trị và mở rộng thị trường xuất khẩu nhờ hàng rào thuế quan bị bãi bỏ (thường về 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực); giúp cho thủy sản Việt Nam tăng sức cạnh tranh nhờ sử dụng các dịch vụ hỗ trợ sản xuất giá rẻ hơn như vận tải, thức ăn chăn nuôi, nguyên liệu vật tư, trang thiết bị; là cơ hội tăng cường hợp tác liên doanh để nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến chuỗi sản xuất hàng giá trị gia tăng...Bên cạnh đó FTA cũng tạo ra những thách thức cho doanh nghiệp thủy sản liên quan đến các vấn đề như quy tắc xuất xứ, rào cản kỹ thuật, bảo hộ thương mại, sự gia tăng cạnh tranh và vấn đề lao động, môi trường...

Bài viết chủ yếu sử dụng nguồn số liệu thứ cấp thu thập từ Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan, Bộ Công thương để sử dụng phân tích, đánh giá thực trạng xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong giai đoạn 1995 - 2018 và cơ hội cũng như thách thức trong thời gian tới. Ngoài ra các thông tin và số liệu trong bài viết cũng kế thừa và tổng hợp từ các nghiên cứu đã được công bố trên các sách, báo, tạp chí và các trang thông tin chính thức của các bộ ngành liên quan.

Các phương pháp chủ yếu được sử dụng trong nghiên cứu này là phương pháp thu thập, xử lí số liệu thống kê, phương pháp phân tích, so sánh và tổng hợp tài liệu, phương pháp bảng biểu, biểu đồ.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Nội dung của các Hiệp định tự do thế hệ mới đối với hoạt động xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) bao gồm 11 nước thành viên tham gia (Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia,

Mexico, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam) chính thức có hiệu lực với Việt Nam từ ngày 14/1/2019. Đây là một hiệp định tự do thế hệ mới với mức cam kết mở cửa mạnh và phạm vi cam kết bao trùm nhiều lĩnh vực đã đem lại cơ hội rất lớn cho nhiều ngành kinh tế của nước ta. Thủy sản là một trong những ngành được hưởng lợi nhiều khi CPTPP có hiệu lực, nó không chỉ tạo cơ hội mở rộng thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu mà còn giúp ngành nuôi trồng, đánh bắt, chế biến thủy sản Việt Nam nâng cao chất lượng để phát triển bền vững. Mức cam kết thuế quan trong CPTPP được mỗi thành viên đưa ra có mức cắt giảm thuế quan khá mạnh đối với ngành thủy sản có thể xóa bỏ thuế nhập khẩu hoàn toàn ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc theo lộ trình. Cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với tất cả các dòng thuế thủy sản của Việt Nam là 8 nước Australia, New Zealand, Canada, Brunei, Malaysia, Singapore, Chile, Peru. Còn Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế quan ngay với khoảng 65% (317/484) các sản phẩm thủy sản của Việt Nam, theo lộ trình 6 - 16 năm sẽ cắt giảm và xóa bỏ thuế với các sản phẩm thủy sản như 8 năm với cá ngừ vây vàng, cá ngừ mắt to, một số loại cá ngừ khác, 16 năm với cá nishin, saba, cơm, thu, Minh Thái, nục;.... Cam kết thuế quan với thủy sản của Mexico là xóa bỏ ngay 41% số dòng thuế (106/255) các sản phẩm thủy sản của Việt Nam, xóa bỏ theo lộ trình từ 3 - 16 năm với các sản phẩm thủy sản còn lại. Tính đến ngày 30/10/2019 đã có 7 nước phê chuẩn CPTPP, trong đó 6 nước Australia, Canada, Nhật Bản, Mexico, New Zealand, Singapore CPTPP chính thức có hiệu lực từ ngày 30/12/2018 và Việt Nam có hiệu lực từ 14/1/2019. Đối với 4 nước chưa phê chuẩn CPTPP (Brunei, Chile, Malaysia, Peru) nên các cam kết thuế quan vẫn chưa có hiệu lực.

Liên minh Châu Âu (EU) là một trong những thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. EU là đối tác thương mại lớn thứ 5 của Việt Nam, và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam, chỉ sau Hoa Kỳ. Về xuất khẩu thủy sản, EU hiện đang là thị trường xuất khẩu thủy sản đứng thứ 2 của Việt Nam, chiếm tỷ trọng 16,4% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản cả nước, đạt 1,44 tỷ USD năm 2018. Cho tới thời điểm hiện tại, Việt Nam chưa có FTA nào với các quốc gia trong khu vực này. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) đã được ký kết ngày 30/6/2019, dự kiến có hiệu lực năm 2020. Thủy sản là một trong những mặt hàng được hưởng lợi nhiều nhất khi EVFTA có hiệu lực với các cam kết xóa bỏ ngay khoảng 50% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực, 50% số dòng thuế còn lại được xóa bỏ theo lộ trình từ 3 đến 7 năm, riêng với cá ngừ đóng hộp và cá viên áp dụng hạn ngạch thuế quan lần lượt là 11.500 tấn và 500 tấn. Cam kết trên tạo nhiều cơ hội cho hàng thủy sản của Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu, được hưởng nhiều ưu đãi với lộ trình miễn thuế xuống 0%, tăng khả năng cạnh tranh so với các đối thủ chưa có FTA với EU như Ấn Độ, Thái Lan, Indonesia...

Bảng 1: Cam kết mở cửa trong CPTPP và EVFTA cho sản phẩm thủy sản của Việt Nam

	Cam kết thuế quan của CPTPP cho Việt Nam	***Cam kết thuế quan của EU cho Việt Nam***
Thủy sản	- Đối với Australia, New Zealand,	- Xóa bỏ ngay khoảng

	Canada, Brunei, Malaysia, Singapore, Chile, Peru: Cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với tất cả các sản phẩm thủy sản của Việt Nam. - Mexico: Xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực với khoảng 41% (106/255) các sản phẩm thủy sản của Việt Nam. Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 3 - 16 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với các sản phẩm thủy sản còn lại. - Nhật Bản: Xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực với khoảng 65% (317/484) các sản phẩm thủy sản của Việt Nam. Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 6 - 16 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với các sản phẩm thủy sản còn lại.	50% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực. - 50% số dòng thuế còn lại được xóa bỏ theo lộ trình từ 3 đến 7 năm. - Riêng với cá ngừ đóng hộp và cá viên áp dụng hạn ngạch thuế quan lần lượt là 11.500 tấn và 500 tấn.

Nguồn: [5], [6]

Bên cạnh các cam kết về mặt thuế quan còn có rất nhiều vấn đề liên quan đến các biện pháp phi thuế quan trong CPTPP và EVFTA tác động đến ngành thủy sản như hàng rào kỹ thuật trong thương mại, biện pháp an toàn thực phẩm, phòng vệ thương mại, quy tắc xuất xứ..., trong đó tiêu chuẩn về lao động và môi trường rất đáng quan tâm trong ngành thủy sản.

Hàng rào kỹ thuật trong thương mại: Để có thể xuất khẩu thủy sản sang thị trường các nước CPTPP và EU, nước xuất khẩu phải tuân thủ các nguyên tắc trong quy trình chế biến, đóng gói sản phẩm và bảo vệ môi trường. Đối với EU quy định rất chặt chẽ với các loại dụng cụ tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm thủy sản trong quá trình sơ chế, bảo tồn môi trường: Các sản phẩm thủy sản được nhập khẩu vào EU phải có Giấy chứng nhận đánh bắt được hợp thức hóa bởi cơ quan có thẩm quyền. Chứng nhận áp dụng cho tất cả sản phẩm đã chế biến hoặc chưa qua chế biến, trừ cá nước ngọt, cá cảnh và một số loại thân mềm khác.

Biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật: Các doanh nghiệp cần phải đáp ứng yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm ngay từ cơ sở sản xuất (bao gồm cơ sở hạ tầng và quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn HACCP). Ngoài ra, các doanh nghiệp chế

biến và xuất khẩu thủy sản cần lưu ý một số quy định chung của EU liên quan tới quy tắc vệ sinh thực phẩm có nguồn gốc động vật, dư lượng cho phép một số chất nhất định với sản phẩm thủy sản...

Quy tắc xuất xứ: Trong CPTPP và EVFTA, quy tắc xuất xứ Chương III của sản phẩm thủy sản khá chi tiết và cụ thể với những quy định về xuất xứ thuần túy, xuất xứ nội khối và xuất xứ một phần với mục đích để đảm bảo hàng hóa phải được sản xuất chủ yếu trong khu vực Hiệp định thì mới được hưởng ưu đãi thuế quan của Hiệp định. Ngoài ra, CPTPP và EVFTA đều có cam kết về ngăn ngừa đánh bắt hải sản quá mức, giảm đánh bắt các loài chưa trưởng thành, tuân thủ các biện pháp bảo tồn, khai thác cạn kiệt.

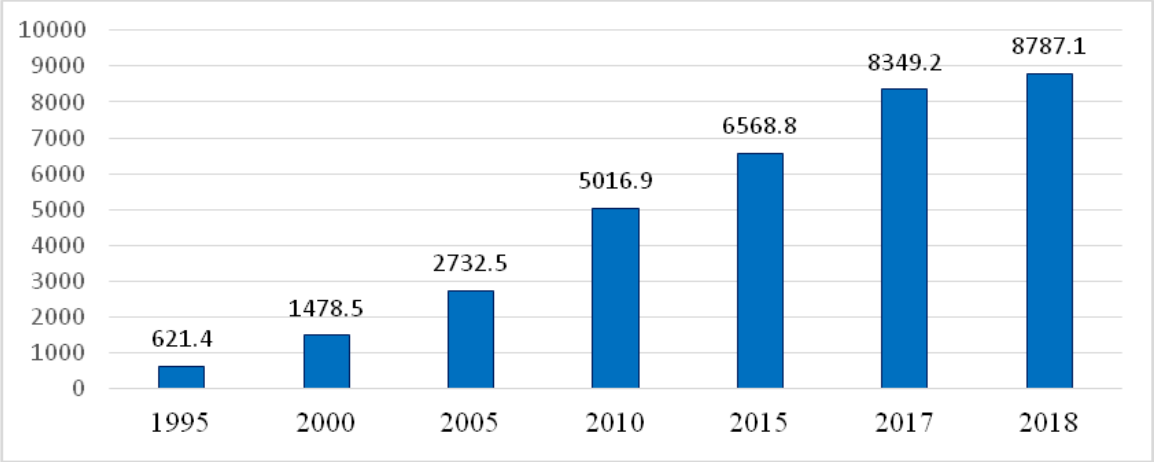
Cam kết về môi trường: Thủy sản là ngành có liên quan chặt chẽ tới môi trường, đặc biệt là vấn đề khai thác tài nguyên thủy sản và xử lý chất thải từ quá trình đánh bắt, nuôi trồng và chế biến thủy sản. Vì vậy, các cam kết về môi trường sẽ tác động đến ngành thủy sản, không vì lợi ích thương mại mà giảm tiêu chuẩn môi trường. Trong CPTPP có cam kết về đánh bắt hải sản, ngăn ngừa đánh bắt quá mức, giảm đánh bắt các loài chưa trưởng thành; cam kết không trợ cấp các tàu cá bị liệt vào danh mục đánh bắt bất hợp pháp, không báo cáo, không đúng quy định (IUU). Với EVFTA phải tuân thủ các biện pháp bảo tồn, quản lý và khai thác bền vững nguồn lợi thủy sản, cam kết trao đổi hợp tác thông tin về các vấn đề liên quan tới việc kiểm soát, giám sát, thực thi các biện pháp quản lý đánh bắt hải sản.

Về lao động: Cả CPTPP và EVFTA đều có nhóm nguyên tắc lao động cơ bản trong tuyên bố của ILO năm 1998, bao gồm quyền tự do liên kết và thương lượng tập thể của người lao động và người sử dụng lao động; xóa bỏ lao động cưỡng bức và lao động bắt buộc; cấm sử dụng lao động trẻ em, xóa bỏ các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất; xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp. Đối với ngành thủy sản là ngành sử dụng nhiều lao động, lại có môi trường lao động khá đặc thù. Vì vậy, các cam kết về lao động sẽ tác động gián tiếp đến các doanh nghiệp và người lao động trong ngành thủy sản, đặc biệt phải chú ý đến các trường hợp liên quan đến yếu tố lao động trẻ em và lao động mùa vụ.

3.2. Khái quát tình hình xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam

Thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta hiện nay với kim ngạch xuất khẩu lớn đứng thứ sáu trong số các sản phẩm xuất khẩu của cả nước. Trong những năm qua, xuất khẩu thủy sản liên tục tăng trưởng cả về số lượng và giá trị xuất khẩu. Trong giai đoạn 1995 - 2000, tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tăng từ 621,4 triệu USD năm 1995 lên 1,478 tỉ USD năm 2000. Sau khi Việt Nam ký kết Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (có hiệu lực năm 2001) và tham gia hội nhập sâu vào kinh tế thế giới đã mở ra cánh cửa cho hàng xuất khẩu Việt Nam nói chung và hàng thủy sản nói riêng được tiếp cận với các thị trường lớn nhất thế giới như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản... Nhờ đó kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản tăng nhanh chóng từ 1,478 tỉ USD năm 2000 lên 5,016 tỉ USD năm 2010, đến năm 2018 đạt 8,787 tỉ USD. Năm 2018 xuất khẩu thủy sản đạt 8,787 tỷ USD, tăng 5,8% so với năm 2017. Các sản phẩm thủy sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam gồm tôm, cá tra, cá ngừ, mực và bạch tuộc, cua ghẹ và giáp xác...

Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam giai đoạn 1995-2018 (triệu USD)



Nguồn: [2], [3]

Năm 2018 xuất khẩu tôm đạt trên 3,55 tỷ USD, chiếm 41,1% trong tổng giá trị xuất khẩu thủy sản, trong đó tôm chân trắng đạt 2,44 tỷ USD, tôm sú đạt 817,3 triệu USD. Mặt hàng tôm được xuất khẩu sang 89 thị trường, trong đó 10 thị trường lớn nhất gồm EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Canada, Australia, ASEAN, Đài Loan (Trung Quốc), Thụy Sỹ với tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm 95,9% tổng kim ngạch xuất khẩu tôm cả nước. EU là thị trường nhập khẩu tôm lớn nhất của Việt Nam đạt 838,3 triệu USD (chiếm 23,6% tổng giá xuất khẩu tôm Việt Nam). Tôm chân trắng là sản phẩm chủ đạo xuất khẩu sang EU, chiếm tỷ trọng áp đảo 82% tổng các sản phẩm tôm xuất sang EU. Anh, Hà Lan, Đức là 3 thị trường nhập khẩu tôm lớn nhất trong khối EU. Cơ hội xuất khẩu tôm sang thị trường EU sẽ được đẩy mạnh trong thời gian tới khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) bắt đầu có hiệu lực, thuế xuất khẩu nhiều mặt hàng tôm sẽ về mức 0%.

Mặt hàng cá tra xuất khẩu đạt 2,26 tỷ USD, chiếm 25,2% giá trị xuất khẩu thủy sản cả nước, trong đó, cá tra tươi, ướp lạnh, đông lạnh đạt 2,24 tỷ USD; cá tra chế biến đạt 21,1 triệu USD. Cá tra được xuất khẩu được sang 129 thị trường, trong đó 8 thị trường lớn nhất gồm Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, ASEAN, Mexico, Brazil, Colombia và UAE với tổng kim ngạch xuất chiếm 80% tổng kim ngạch xuất khẩu cá tra cả nước. EU là thị trường nhập khẩu lớn thứ ba của Việt Nam về cá tra với kim ngạch đạt 243,9 triệu USD, chiếm 10,8%.

Cá ngừ xuất khẩu đạt 652,9 triệu USD, trong đó cá ngừ tươi, ướp lạnh, đông lạnh đạt 346,5 triệu USD và cá ngừ chế biến đạt 325,8 triệu USD. Về thị trường, cá ngừ xuất khẩu được sang 101 thị trường, trong đó 8 thị trường lớn nhất gồm Hoa Kỳ, EU, Israel, ASEAN, Nhật Bản, Canada, Mexico và Trung Quốc với tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm 87% tổng kim ngạch xuất khẩu cá ngừ cả nước. Mực và bạch tuộc đạt giá trị xuất khẩu 672,3 triệu USD với 9 thị trường xuất khẩu chủ lực gồm Hàn Quốc, Nhật Bản, EU, ASEAN, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Isarel, Đài Loan và Australia chiếm 98,3% tổng kim ngạch xuất khẩu mực và bạch tuộc của cả nước (Bảng 2).

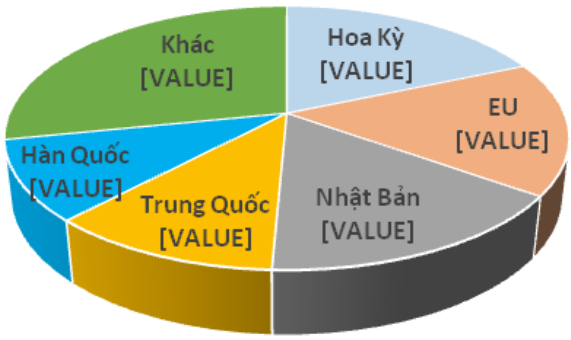
Bảng 2: Các sản phẩm thủy sản xuất khẩu chính của Việt Nam năm 2018

Sản phẩm thủy sản	*Kim ngạch (triệu USD)*	*Tăng trưởng so với năm 2017*	*Thị trường chính*
Tôm các loại	3.550,0	-6,6%	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Canada, Australia, ASEAN
Cá tra	2.260,0	25,6%	Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, ASEAN, Mexico, Brazil, Colombia, UAE
Cá ngừ	652,9	12,2%	Hoa Kỳ, EU, Israel, ASEAN, Nhật Bản, Canada, Mexico, Trung Quốc
Mực và bạch tuộc	672,3	7,5%	Hàn Quốc, Nhật Bản, EU, ASEAN, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Isarel, Đài Loan, Australia

Nguồn: [1]

Thủy sản Việt Nam đã xuất khẩu sang 161 nước trên thế giới, trong đó 5 thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất gồm Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc. Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang 5 thị trường này trong năm 2018 đạt 6,32 tỷ USD, chiếm 71,8% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước. Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, năm 2018 xuất khẩu đạt 1,63 tỷ USD, chiếm tỉ trọng 18,5%; các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang Hoa Kỳ là tôm, cá tra, cá ngừ và cua ghẹ. Đứng thứ hai là thị trường EU với giá trị xuất khẩu đạt 1,44 tỷ USD, chiếm 16,4%; các mặt hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực là tôm, cá tra, cá ngừ, bạch tuột, mực, nhuyễn thể và các loại thủy sản đông lạnh... Tiếp theo là Nhật Bản đạt 1,39 tỷ USD, chiếm 15,8%; tôm, cá ngừ, mực và bạch tuộc là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Trung Quốc xuất khẩu đạt 996 triệu USD, chiếm 11,3% và Hàn Quốc xuất khẩu đạt 864,9 triệu USD, chiếm 9,8%.

Hình 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam năm 2018 (%)



Nguồn: [1]

3.3. Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu thủy sản của Việt Nam khi tham gia các FTA thế hệ mới

a. Cơ hội

Thứ nhất, cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu, được hưởng nhiều ưu đãi về mặt thuế quan.

CPTPP và EVFTA là hai hiệp định thương mại tự do thế hệ mới có mức độ cam kết về mặt mở cửa thị trường, dỡ bỏ hàng rào thuế quan sâu hơn so với các FTA mà Việt Nam tham gia trước đó. Thủy sản được đánh giá là một trong những ngành được hưởng lợi khá lớn về cắt giảm thuế quan ngay khi CPTPP và EVFTA có hiệu lực, nhờ đó kim ngạch xuất khẩu thủy sản tăng lên, thị trường được mở rộng, gia tăng tính cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Các nước thành viên CPTPP đều là những thị trường xuất khẩu thủy sản lớn của Việt Nam. Năm 2018 kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các nước CPTPP đạt giá trị 2,209 tỷ USD, chiếm 25,1% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản cả nước. Trong 11 nước thuộc CPTPP, Nhật Bản là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, đạt 1,378 tỷ USD, tiếp theo là Canada (239,78 triệu USD), Australia (197,04 triệu USD), Mexico (115,48 triệu USD), Malaysia (114,22 triệu USD), Singapore (113,15 triệu USD)... Tôm là mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu lớn nhất sang các nước CPTPP với 970,485 triệu USD; tiếp đó là hải sản với 910,324 triệu USD; cá tra 328,348 triệu USD [4].

Trong CPTPP, hầu hết tất cả các nước đều cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với tất cả các sản phẩm thủy sản của Việt Nam, tạo nhiều cơ hội cho nhóm hàng thủy sản tiếp cận với các thị trường này, trong đó xuất khẩu tôm, bạch tuộc, cá ngừ sẽ được hưởng lợi nhiều nhất. Đáng chú ý, Canada, một thị trường lớn của Việt Nam chưa có FTA cam kết xóa bỏ 100% các dòng thuế đối với thủy sản Việt Nam ngay khi CPTPP có hiệu lực. Đối với Mexico, một thị trường đang duy trì thuế cao cũng cam kết xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực với khoảng 41% (106/255) các sản phẩm thủy sản của Việt Nam, cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 3 - 16 năm với các sản phẩm thủy sản còn lại. Mặc dù là nước có mức cam kết mở cửa hạn chế nhất đối với thủy sản Việt Nam trong nhóm CPTPP, tuy nhiên, mức cam kết này vẫn mang lại nhiều lợi ích thuế quan đáng kể cho thủy sản Việt Nam xuất khẩu vào thị trường này khi so với mức thuế MFN mà Mexico áp dụng cho các sản phẩm thủy sản nhập khẩu là 13,51% đối với thủy sản tươi và 18% đối với chế phẩm thủy sản. Nhật Bản, thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam cũng cắt giảm thuế sâu hơn cho thủy sản Việt Nam so với hai Hiệp định thương mại tự do song phương đã được thực thi trước đó (FTA ASEAN - Nhật Bản (AJCEP) và Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA)) và được hưởng lợi từ nguyên tắc cộng gộp từ 11 nước thành viên CPTPP. Các cam kết trên sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam mở rộng thị trường và thúc đẩy xuất khẩu sang các nước thành viên, đặc biệt là các thị trường lớn, những đối tác thương mại chính của xuất khẩu thủy sản Việt Nam như Nhật Bản, Australia, Canada, Mexico; New Zealand và Australia cũng là những thị trường tiềm năng với sức tiêu thụ sản phẩm thủy sản đang tăng nhanh.

Đối với hiệp định EVFTA, cơ hội cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là vô cùng lớn khi được tiếp cận với thị trường của 28 quốc gia thành viên EU chưa có FTA nào với

Việt Nam. Đồng thời, đây lại là thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành thủy sản Việt Nam, đứng thứ 2 sau thị trường Mỹ, luôn chiếm trên 16%-17% trong tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Trong đó, tôm và cá tra là sản phẩm chủ lực xuất khẩu sang thị trường EU, tôm chiếm 22% tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam và là thị trường nhập khẩu tôm lớn nhất của Việt Nam, cá tra chiếm 11%, các sản phẩm nhập khẩu lớn nữa là cá ngừ, mực và bạch tuộc. Ngay khi Hiệp định có hiệu lực sẽ có gần 50% số dòng thuế đang có thuế suất cơ sở 0-22%, sẽ được giảm về 0% (khoảng 840 dòng thuế). Khoảng 50% số dòng thuế còn lại có thuế suất cơ sở 5,5-26% sẽ được về 0% sau từ 3 đến 7 năm. Riêng cá ngừ đóng hộp và cá viên, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan lần lượt là 11.500 tấn và 500 tấn. Tôm nguyên liệu sẽ về mức thuế 0% từ mức hiện tại là 12.5%; thuế sản phẩm tôm về 0% từ 20% hiện tại. Các sản phẩm hải sản (hàu, điệp, mực...) sẽ được giảm ngay về 0% từ mức 20%. Mực và bạch tuộc đông lạnh đang chịu mức thuế 6 - 8% sẽ giảm ngay về 0%,[4]... Đây sẽ là cơ hội lớn góp phần đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủy sản sang thị trường tiêu thụ thủy sản lớn nhất nhì của Việt Nam những năm qua.

Tham gia CPTPP và EVFTA không chỉ giúp Việt Nam được hưởng nhiều ưu đãi từ những thị trường xuất khẩu thủy sản trọng điểm như Nhật Bản, EU, Australia, Canada. Hơn nữa tỉ trọng thủy sản của Việt Nam trong kim ngạch nhập khẩu thủy sản của nhiều thị trường còn khá khiêm tốn, vì thế dư địa phát triển thị trường còn nhiều. Trong CPTPP, Nhật Bản là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, tuy nhiên thủy sản của nước ta còn chiếm thị phần rất nhỏ từ nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản. Đối với sản phẩm cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác chỉ chiếm thị phần 4,83%; các sản phẩm chế phẩm từ cá chiếm thị phần 14,14%. Canada lần lượt là 7,34% và 30,7%; Australia là 13,7% và 12,3%; Mexico là 16,7% và 0,7%... Nếu chúng ta biết tận dụng những ưu đãi từ các hiệp định mang lại thì sẽ là cơ hội cho sản phẩm thủy sản Việt Nam mở rộng thị trường, gia tăng giá trị và thị phần xuất khẩu.

Thứ hai, gia tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Thủy sản Việt Nam đang có vị thế cạnh tranh mạnh mẽ với các nước xuất khẩu thủy sản trên thế giới do một số nước đối thủ với Việt Nam đều chưa ký FTA với các nước đối tác thuộc nhóm CPTPP và EVFTA nên đây sẽ là lợi thế cạnh tranh về mặt thuế nhập khẩu thủy sản khi Việt Nam được hưởng mức thuế ưu đãi hơn. Tại thị trường các nước thành viên CPTPP, các đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam về thị phần xuất khẩu các sản phẩm thủy sản là Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan,... Khi Việt Nam là thành viên của Hiệp định CPTPP sẽ có lợi thế hơn so với các đối thủ trong cạnh tranh xuất khẩu sang thị trường này, từ đó sẽ có cơ hội tăng thị phần xuất khẩu. Ví dụ như Canada, một thị trường thế mạnh về xuất khẩu thủy sản Việt Nam, cam kết xóa bỏ 100% dòng thuế nhập khẩu với thủy sản Việt Nam sau khi hiệp định CPTPP có hiệu lực. Việt Nam hiện đang đứng đầu xuất khẩu tôm (tôm đông lạnh và tôm chế biến) vào Canada và chiếm gần 1/3 thị phần nhập khẩu tôm của Canada. Đối thủ cạnh tranh lớn nhất với Việt Nam là Ấn Độ nhưng nước này không phải thành viên CPTPP nên đây là cơ hội để sản phẩm tôm xuất khẩu Việt Nam cạnh tranh thị phần với Ấn Độ. Hay cá ngừ Việt Nam mới chiếm thị phần rất nhỏ khoảng trên 1,1% thị phần, Việt Nam sẽ có cơ hội tăng lợi thế cạnh tranh với Thái Lan và Trung Quốc, hai đối thủ lớn nhất của Việt Nam nhưng không được hưởng mức thuế 0% do không phải là thành viên của CPTPP.

Đối với thị trường EU, các nước đối thủ về xuất khẩu thủy sản với Việt Nam như Ấn Độ, Thái Lan, Indonesia, Philippine đều chưa ký FTA song phương mà chỉ được hưởng ưu đãi thuế quan theo GSP (ưu đãi thuế quan phổ cập). Do vậy, khi FTA EVFTA có hiệu lực Việt Nam sẽ có lợi thế hơn so với hầu hết các nước xuất khẩu cạnh tranh. Ví dụ như tôm, mặt hàng xuất khẩu chủ lực trong nhóm sản phẩm thủy sản xuất khẩu vào thị trường EU, đồng thời cũng là thị trường nhập khẩu tôm lớn nhất của nước ta. Ngay khi EVFTA có hiệu lực, tôm sú đông lạnh được giảm thuế từ mức 20% xuống 0%, các sản phẩm tôm khác được giảm theo lộ trình 3 - 5 năm, riêng tôm chế biến lộ trình giảm thuế 7 năm. Với lợi thế được cắt giảm thuế, tôm Việt Nam tăng sức cạnh tranh so với đối thủ chưa có FTA với EU (Ấn Độ, Thái Lan).

Ngoài ra, việc Việt Nam cam kết cắt giảm thuế quan nhập khẩu thủy sản khi tham gia CPTPP và EVFTA là cơ hội giúp cho thủy sản nước ta nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng sức cạnh tranh nhờ sử dụng các dịch vụ hỗ trợ sản xuất giá rẻ hơn như vận tải, thức ăn chăn nuôi, đa dạng hóa nguồn cung nguyên liệu, cũng như giảm chi phí đầu vào đối với nguyên liệu thủy sản nhập khẩu, trang thiết bị máy móc, công nghệ để phục vụ chế biến xuất khẩu. Mức độ cam kết thuế quan của Việt Nam cho thủy sản nhập khẩu từ các nước CPTPP khá cao, xóa bỏ ngay 83% (305/369) số dòng thuế và xóa bỏ theo lộ trình từ 4-11 năm các dòng thuế còn lại. Năm 2018, Việt Nam nhập khẩu khoảng 270 triệu USD thủy sản từ các nước CPTPP, chiếm gần 16% nhập khẩu thủy sản của Việt Nam, trong đó một tỉ lệ lớn khối lượng nhập khẩu là nguyên liệu thủy sản phục vụ chế biến xuất khẩu. Vì vậy, tham gia CPTPP sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam giảm bớt chi phí trong nhập khẩu.

Thứ ba, cơ hội tự hoàn thiện quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng các quy định của thị trường các nước.

Trong các Hiệp định tự do thế hệ mới, bên cạnh cam kết về mặt thuế quan còn có các cam kết phi thuế quan khác như phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ), các rào cản kỹ thuật trong thương mại, các biện pháp kiểm dịch động thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm... Thị trường trong CPTPP và EVFTA đều là những thị trường lớn và là những thị trường khó tính, vì vậy các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn mà các thị trường này đòi hỏi đối với sản phẩm thủy sản cũng rất cao. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp của Việt Nam phải có những thay đổi, tìm hiểu, tiếp cận và thực hiện đúng các yêu cầu cam kết. Việc thủy sản nước ta xâm nhập được vào thị trường EU hay Nhật Bản sẽ giúp cho hàng thủy sản Việt Nam có thể tiếp cận tới các thị trường còn lại của thế giới.

b. Thách thức

Đảm bảo quy tắc xuất xứ hàng hóa để hưởng ưu đãi thuế quan

Để được hưởng ưu đãi về thuế, phi thuế quan trong hai hiệp định CPTPP và EVFTA, sản phẩm thủy sản của Việt Nam phải đáp ứng quy tắc xuất xứ nghĩa là nguyên liệu để sản xuất các sản phẩm phải được nuôi trồng, thu hoạch trong nước. Những sản phẩm nhập nguyên liệu từ các nước ngoài Hiệp định về chế biến xuất khẩu sẽ không được áp dụng việc cắt giảm thuế. Thời gian qua, quy mô công suất các nhà máy chế biến thủy sản nước ta tăng nhanh, trong khi số lượng và chất lượng nguyên liệu thủy sản đủ tiêu chuẩn để cung cấp cho chế biến xuất khẩu không đủ cung cấp nên hàng năm các doanh

nghiệp chế biến Việt Nam phải nhập khẩu một lượng lớn thủy sản nguyên liệu để chế biến xuất khẩu. Năm 2018 kim ngạch nhập khẩu thủy sản đạt 1,72 tỷ USD, nhiều nhất là cá các loại (39%), tôm (28%), cá ngừ (20%), mực và bạch tuộc (8%), cua ghẹ và giáp xác (3%), nhuyễn thể 2 mảnh vỏ (2%)..., ngoài một phần dành cho tiêu dùng thì chủ yếu là nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu (khoảng 80 - 85%). Các thị trường nhập khẩu lớn nhất cho Việt Nam gồm Ấn Độ, Na Uy, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Indonesia, Liên bang Nga, Hàn Quốc, Chile và Hoa Kỳ. Như vậy với những sản phẩm chế biến xuất khẩu có nguồn gốc nhập khẩu nguyên liệu thủy sản từ những nước không thuộc CPTPP, EU thì sẽ không được cắt giảm thuế quan. Đây sẽ là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản phải nhập khẩu nguyên liệu chế biến. Còn đối với nguồn nguyên liệu trong nước, chúng ta chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp sản xuất với người nuôi trồng thủy sản. Nguồn nguyên liệu phân tán, khó truy xuất nguồn gốc xuất xứ làm cho việc kiểm soát chất lượng càng khó khăn, vì vậy việc đáp ứng yêu cầu truy xuất nguồn gốc là một thách thức lớn đối với ngành thủy sản của nước ta hiện nay.

Gia tăng xu thế bảo hộ với các điều kiện về hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng, chống trợ cấp... có nhiều quy định mới và phức tạp hơn.

Các nước thuộc nhóm CPTPP và EU đều là những thị trường lớn, đồng thời cũng là thị trường khó tính, có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm, các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, dán nhãn, môi trường... rất khắt khe và không dễ đáp ứng. Ví dụ như cam kết trong EVFTA, CPTPP làm tăng các yêu cầu về môi trường liên quan đến đánh bắt hải sản. CPTPP yêu cầu các thành viên phải ngăn ngừa đánh bắt quá mức, quá năng lực; giảm đánh bắt ngẫu nhiên các loài không phải mục tiêu và chưa trưởng thành; thúc đẩy sự phục hồi các loài bị khai thác quá mức; không trợ cấp cho hoạt động đánh bắt có tác động tiêu cực tới các đàn cá đã trong tình trạng đánh bắt quá mức; không trợ cấp cho tất cả các tàu cá vi phạm khai thác IUU. Còn trong EVFTA yêu cầu tuân thủ các biện pháp bảo tồn, quản lý và khai thác bền vững nguồn lợi thủy sản nêu trong các Công ước được liệt kê; cam kết hợp tác chặt chẽ trong vấn đề IUU; cam kết hợp tác, trao đổi thông tin về các vấn đề liên quan tới việc kiểm soát, giám sát, thực thi các biện pháp quản lý đánh bắt hản sản. Ngày 23/10/2017, EU chính thức cảnh báo "thẻ vàng" đối với hải sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU, kiểm tra gắt gao truy xuất nguồn gốc đối với hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam vì chưa đáp ứng được các yêu cầu về vấn đề kiểm soát đánh bắt bất hợp pháp, không khai báo và không được quản lý đối với thủy hải sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Điều này đã gây thiệt hại về kinh tế và uy tín của hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Nếu không nhanh chóng giải quyết vấn đề này thì khi EVFTA có hiệu lực, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn và không tận dụng được những ưu đãi từ hiệp định mang lại.

Ngoài ra những yêu cầu chặt chẽ về vệ sinh, môi trường, lao động và quy trình công nghệ là một khó khăn đối với các doanh nghiệp, nhất là những doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam. Hầu hết các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là những doanh nghiệp nhỏ và vừa, năng lực kỹ thuật, công nghệ và tài chính hạn chế, việc tuân thủ các điều khoản quy định về vệ sinh, môi trường, lao động và quy trình công nghệ rất khó đáp ứng được. Cả CPTPP và EVFTA đều có quy định về lao động trong ngành thủy sản, nhưng ngành thủy sản nước ta hiện vẫn còn làm theo mùa vụ nên việc ký hết hợp

đồng, bảo hiểm, đào tạo, thậm chí kể cả độ tuổi lao động nhiều nơi cũng chưa đáp ứng được yêu cầu quy định.

3.4. Một số khuyến nghị

Các hiệp định FTA thế hệ mới mang lại cho ngành thủy sản Việt Nam rất nhiều cơ hội, nhưng bên cạnh đó là không ít khó khăn và thách thức. Do vậy, để tận dụng tốt các cơ hội mang lại từ quá trình hội nhập, ngành thủy sản cần thực hiện một số giải pháp sau:

a. Về phía nhà nước

Chủ động hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc nắm bắt thông tin. Hiện nay nhiều doanh nghiệp của nước ta vẫn chưa chủ động và chưa nắm rõ các cơ hội cũng như thách thức từ các hiệp định FTA Việt Nam đang tham gia. Vì vậy cần hướng dẫn và hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc cập nhật thông tin về các hiệp định FTA Việt Nam tham gia; cũng như những ưu đãi mà Việt Nam được hưởng đối với từng mặt hàng xuất khẩu, trong đó có hàng thủy sản để các doanh nghiệp xuất khẩu có thể đáp ứng các yêu cầu trong quá trình xuất khẩu hàng hóa hiệu quả, nâng cao tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan trong các FTA Việt Nam là thành viên. Đồng thời các cơ quan nhà nước có liên quan cũng đẩy mạnh hoạt động phổ biến chuyên sâu về các yêu cầu đối với hàng thủy sản xuất khẩu như quy tắc xuất xứ, chất lượng sản phẩm, môi trường, lao động... cho doanh nghiệp xuất khẩu và người tham gia sản xuất nhằm nâng cao nhận thức và sự hiểu biết để tận dụng các cơ hội cho sản phẩm xuất khẩu.

Tăng cường công tác quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm đối với các sản phẩm thủy sản thông qua các biện pháp quản lý theo hệ thống từ sản xuất nguyên liệu đến chế biến xuất khẩu. Có những biện pháp xử lí mạnh đối với những doanh nghiệp vi phạm về quy định an toàn thực phẩm.

Hỗ trợ về vốn cho các doanh nghiệp chế biến nhằm khuyến khích đầu tư và phát triển mạnh công nghiệp chế biến, ưu tiên đầu tư các cơ sở chế biến lớn, có thiết bị công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm chất lượng có khả năng cạnh tranh được trên thị trường, hạn chế xuất khẩu sản phẩm sơ chế.

Tổ chức xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam nói chung và sản phẩm thủy sản của Việt Nam nói riêng. Các cơ quan nhà nước cần phối hợp với doanh nghiệp tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm có chất lượng và thương hiệu tại các nước, nhất là các thị trường lớn. Thường xuyên tham gia các hội chợ quốc tế nhằm giới thiệu và quảng bá những sản phẩm mang thương hiệu Việt đến người tiêu dùng thế giới biết.

B. Về phía doanh nghiệp

Các doanh nghiệp thủy sản cần phải thực hiện đúng quy tắc xuất xứ hàng hóa để có thể tận dụng tối đa ưu đãi về thuế quan. Cần tìm kiếm và phát triển nguồn nguyên liệu trong nước đảm bảo đúng tiêu chuẩn chất lượng, tìm nguồn cung nguyên liệu từ các đối tác thuộc FTA.

Doanh nghiệp cần tìm hiểu kĩ các nội dung liên quan trong hiệp định để có thể tận dụng tối đa các ưu đãi từ hiệp định. Các doanh nghiệp thủy sản cần phải nắm rõ các yêu

cầu của từng thị trường nhập khẩu, đặc biệt là các tiêu chuẩn kĩ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm. Để có thể đáp ứng được các yêu cầu, mỗi doanh nghiệp phải từng bước khắc phục các hạn chế hiện nay bằng cách kiểm soát chặt chẽ quy trình từ nuôi trồng đến khai thác và chế biến thủy sản. Đối với vấn đề nuôi thủy sản, cần đảm bảo nguồn cung giống có chất lượng, kiểm soát chặt chẽ quy trình nuôi trồng, sử dụng thức ăn và thuốc cho thủy sản. Đối với thủy sản đánh bắt, cần thực hiện nghiêm các yêu cầu về kiểm soát, thống kê và các quy trình khác liên quan tới khai thác, đánh bắt thủy sản; áp dụng công nghệ trong xử lý, bảo quản sản phẩm sau khai thác theo yêu cầu của thị trường xuất khẩu.

Phối hợp chặt chẽ với cơ quan Nhà nước có thẩm quyền trong các hoạt động liên quan tới việc tiếp cận các thị trường cũng như kịp thời cập nhật những thay đổi từ thị trường xuất khẩu, nhất là các vấn đề liên quan đến phòng vệ thương mại, tiêu chuẩn kĩ thuật, quy tắc xuất xứ... để nhanh chóng có các giải pháp ứng phó.

4. Kết luận

Các hiệp định tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) đem lại nhiều lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm thủy sản của Việt Nam trên thị trường thế giới. Doanh nghiệp thủy sản Việt Nam sẽ được hưởng nhiều ưu đãi về mặt thuế quan, mở rộng thị trường xuất khẩu, nâng cao chất lượng sản phẩm. Cơ hội là rất lớn xong thách thức đối với thủy sản của Việt Nam cũng không nhỏ, đáng kể nhất là việc đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, quy tắc xuất xứ và truy xuất nguồn gốc sản phẩm để được hưởng ưu đãi. Để bước ra sân chơi lớn, để nắm được các cơ hội, các doanh nghiệp thủy sản phải nhanh nhạy với thị trường, đầu tư công nghệ và quy trình sản xuất khép kín nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng sản phẩm xuất khẩu để không bị lúng túng trước các rào cản kỹ thuật khắt khe hơn, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm so với các nước cạnh tranh khác, từ đó đưa thủy sản Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi giá trị thủy sản toàn cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương, *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2018,* Nhà xuất bản Công thương, Hà Nội, 2019.
2. Tổng cục Hải quan, *Tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và năm 2018,* https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?
3. Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê Việt Nam các năm*, https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=720.
4. Tổng cục Thủy sản, *Hiệp định CPTPP và EVFTA tạo cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu thủy sản,* https://tongcucthuysan.gov.vn/vi-vn/khcn-htqt/hiep-dinh-cptpp-va-evfta-tao-co-hoi-mo-rong-thi-truong-xuat-khau-thuy-san.
5. Trung tâm WTO và hội nhập VCCI, *Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA)(tóm lược),* http://www.trungtamwto.vn/download/19285/ttwto-tom-luoc-evfta.pdf.
6. Trung tâm WTO và hội nhập VCCI, *Sổ tay doanh nghiệp: CPTPP và Ngành Thủy sản Việt Nam*, http://www.trungtamwto.vn/download/19221/6.-vcci-cptpp-thuy-san.pdf.

MỘT SỐ KHÓ KHĂN TRONG VIỆC ÁP DỤNG TIÊU CHUẨN QUẢN LÝ PHIÊN BẢN MỚI ISO 9001:2015 NHẰM HƯỚNG TỚI VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT TBT

SOME DIFFICULTIES IN THE APPLICATION NEW VERSION OF QUALITY MANAGEMENT STANDARD ISO 9001: 2015 TO OVERCOMING THE TECHNICAL BARRIER TO TRATE

ThS. Nguyễn Thị Khánh Quỳnh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Để đối phó với các chính sách bảo hộ thương mại của các quốc gia nhập khẩu như áp đặt thuế nhập khẩu cao hoặc áp dụng các hàng rào kỹ thuật (yêu cầu cao về chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ...), các doanh nghiệp Việt Nam cần phải áp dụng tổng hợp nhiều biện pháp, một trong những biện pháp cần phải duy trì thường xuyên và tăng cường là áp dụng các tiêu chuẩn sản phẩm và tiêu chuẩn quản lý theo chuẩn quốc tế công nhận, trong đó tiêu chuẩn ISO 9001 được xem là tiêu chuẩn tối thiểu, là tiền đề thuận lợi áp dụng các tiêu chuẩn khác, đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật nhằm hướng tới vượt rào cản kỹ thuật. Năm 2015 tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế ban hành phiên bản mới 2015, với những yêu cầu quản lý toàn diện hơn, đến nay sau gần 5 năm áp dụng, các doanh nghiệp áp dụng có những khó khăn nhất định, bài viết này tác giả tập trung nghiên cứu những khó khăn này và đề xuất một số giải pháp, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, lấy mẫu thuận tiện 50 công ty trên địa bàn Hà Nội, Vĩnh Phúc và Bắc Ninh.

Từ khóa: *Rào cản kỹ thuật, ISO 9001:2015, bảo hộ thương mại, hệ thống quản lý chất lượng*

Abstract

To deal with trade protection policies of importing countries such as imposing high import duties or applying technical barriers (high requirements on quality, hygiene, safety, labor, environmental protection). school, origin...), Vietnamese enterprises need to apply a combination of many measures, one of the measures that need to be maintained regularly and strengthened is the application of product standards and management standards according to internationally recognized standards, in ISO 9001 is considered a minimum standard, a favorable premise to apply other standards to meet technical requirements to overcome technical barriers. In 2015, an international standardization organization issued a session. The new version 2015, with more comprehensive management requirements, now after nearly 5 years of application, businesses have certain difficulties, this article focuses on studying these difficulties and proposes a the number of solutions, the author uses a qualitative research method, convenient sampling of 50 companies on e In Hanoi, Vinh Phuc and Bac Ninh.

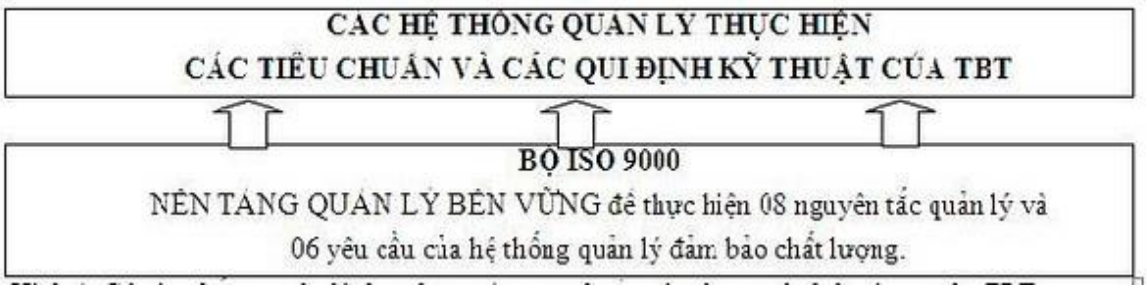
Keywords: *Technical barriers, ISO 9001:2015, Protectionism, quality management system*

1. Đặt vấn đề

Bảo hộ thương mại là thuật ngữ kinh tế học, theo đó quốc gia áp đặt thuế nhập khẩu cao hoặc áp dụng các hàng rào kỹ thuật (yêu cầu cao về chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ...) đối với một hoặc một số mặt hàng (hay dịch vụ) mà mình có lợi thế để hạn chế nhập khẩu, bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa (hay dịch vụ) của mình. Mỗi quốc gia trong đó có Việt Nam phải chuẩn bị sẵn sàng các biện pháp nhằm giảm tác động tiêu cực của các quốc gia nhập khẩu khi họ sử dụng bảo hộ thương mại, đặc biệt là việc quan tâm ứng phó với các biện pháp kỹ thuật của nước nhập khẩu: đa số các biện pháp kỹ thuật ở các thị trường được áp dụng một cách ổn định, thường xuyên và liên tục. Hàng hóa từ tất cả các nguồn đều phải đáp ứng các điều kiện này. Vì vậy, về nguyên tắc, không có biện pháp phòng tránh hay đối phó với rào cản kỹ thuật mà chỉ có biện pháp duy nhất là tuân thủ, hàng rào kỹ thuật không đơn giản chỉ liên quan đến các tiêu chuẩn kỹ thuật, mà còn bao gồm nhiều vấn đề khác như môi trường sinh thái, trách nhiệm xã hội, xuất xứ hàng hoá... đòi hỏi doanh nghiệp phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn, một trong những tiêu chuẩn phổ biến hiện nay là các nhóm tiêu chuẩn quản lý như: ISO 9001, ISO 14001, ISO22000, HACCP, GMP, ISO 26000, WRAP, BSCI, SA8000....trong đó ISO 9001 được xem là tiêu chuẩn nền tảng được áp dụng phổ biến nhất trên toàn cầu, với số lượng hơn một triệu chứng chỉ đã được phát hành, tiêu chuẩn này là tiền đề áp dụng thuận lợi các tiêu chuẩn quản lý khác (hình 1). Tuy nhiên năm 2015 tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế đã ban hành phiên bản mới bổ sung các yêu cầu mới gắn với thực tiễn sản xuất kinh doanh, điều này đã góp phần tạo ra những thuận lợi, đồng thời cũng đặt ra khó khăn cho các tổ chức trong quá trình áp dụng, vì vậy trong bài viết này tác giả tập trung nghiên cứu những khó khăn trong việc áp dụng phiên bản mới tiêu chuẩn ISO 9001:2015.

Hình 1: Các hệ thống quản lý thực hiện các tiêu chuẩn và các qui định kỹ thuật của TBT

Quản lý môi trường	Quản lý an sinh xã hội	Quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm	Quản lý an toàn dược phẩm
Bộ ISO 14000 (Luật bảo vệ môi trường)	OHSAS 18001, SA 800 (Bộ luật lao động VN)	ISO 22000, Global GAP, HACCP, GMP, GSP, GDP, SQF 1000, SQF 2000 (Pháp lệnh vệ sinh an toàn thực phẩm của VN)	GMP, GSP, GDP, GPP (Luật Dược của VN)



Nguồn: TBT Handbook-STAMEQ 2008

2.Tổng quan nghiên cứu, cơ sở

2.1 Các nghiên cứu liên quan

Hiện nay đã có các công trình nghiên cứu các rào cản/khó khăn trong quá trình áp dụng phiên bản cũ ISO 9001:2008 ở các quốc gia như:

Bảng 1: Thống kê các công trình nghiên cứu nước ngoài có cùng chủ đề

STT	Tác giả	Phương pháp nghiên cứu	Quốc gia và mẫu nghiên cứu (tổ chức/công ty)	Khó khăn
1.	Burcher, Lee & Waddell (2010)	Điều tra qua Bảng hỏi	129 công ty ở Úc và 175 công ty ở Anh	*Kết quả ở Úc*: - Truyền thông - Sự trì trệ tổ chức *Kết quả ở Anh* : - Cam kết thực hiện được coi là yếu tố khó khăn nhất
2.	Kumar & Balakrishnan (2011)	Điều tra qua Bảng hỏi	100 nhà thầu cung cấp tại các tiểu Vương Quốc Ả Rập-UAE	- Các vấn đề liên quan đến lãnh đạo - Các vấn đề liên quan đến chiến lược áp dụng - Các vấn đề liên quan đến hệ thống quản lý chất lượng - Khách hàng chưa quan tâm đến HTQLCL
3.	Al-Najjar & Jawad (2011)	Điều tra qua Bảng hỏi	42 công ty tại I-Rắc	- Cam kết lãnh đạo cấp cao nhất - Sức cản nội bộ, nhân viên đối với việc áp dụng các yêu cầu ISO 9001 - Khó thực hiện chương trình đánh giá nội bộ - Các yêu cầu của tiêu chuẩn quá khó so với năng lực thực tế của các công ty
4.	Khan (2012)	Điều tra qua Bảng hỏi	120 nhà quản lý chất lượng tại Pakistan	- Thiếu kế hoạch thực hiện - Thiếu nguồn nhân lực và quản lý hiệu quả nguồn nhân lực - Cơ sở hạ tầng không đầy đủ - Thiếu sự hỗ trợ từ lãnh đạo - Thiếu cam kết định hướng vào khách hàng
5.	Willar (2012)	Điều tra qua Bảng hỏi	77 công ty ở Indonesia	- ISO 9001 chỉ là vấn đề đáp ứng các yêu cầu đánh giá chứng nhận - Mục đích xây dựng HTQLCL sai

				lệch - Thiếu hệ thống khen thưởng phù hợp
6.	Mosadeghrad (2014)	Tổng quan Nghiên cứu	Tổng hợp 54 nghiên cứu thực nghiệm trên toàn thế giới	- Thiếu nguồn nhân lực phụ trách hệ thống - Sức cản nội bộ của nhân viên khi áp dụng - Giáo dục đào tạo về nhận thức và năng lực - Thiếu sự hỗ trợ lãnh đạo cấp cao - Nguồn lực không đầy đủ - Thiếu văn hóa định hướng chất lượng - Giao tiếp, trao đổi thông tin kém - Thiếu kế hoạch thay đổi
7.	Jayasundara & Rajini (2014)	Điều tra qua Bảng hỏi	10 công ty có kinh nghiệm áp dụng ISO 9001 tại Srilanka	- Thiếu sự tham gia của lãnh đạo cấp cao trong quá trình thực hiện. - Không sẵn sàng thay đổi hệ thống làm việc của nhân viên - Quan hệ nội bộ, liên phòng ban yếu kém - Kháng cự của nhân viên

Nguồn tác giả tổng hợp

Từ kết quả nghiên cứu trên, tùy thuộc vào trình độ phát triển, năng lực của các quốc gia và của các công ty, các khó khăn có thể tăng lên hay giảm xuống. Ở Việt Nam nhóm tác giả nghiên cứu Nguyễn Hồng Sơn và Phan Chí Anh (2012) đã công bố "*Nghiên cứu năng suất chất lượng- quản lý chất lượng tại các doanh nghiệp Việt Nam*", kết quả 6 khó khăn lớn nhất khi áp dụng ISO 9001 phiên bản cũ 2008 là: (1) Thiếu nguồn lực (nhân lực và tài chính), (2) Khối lượng văn bản vượt quá khả năng kiểm soát, (3) Thiếu đào tạo về chất lượng và ISO 9001, (4) Thiếu hiểu biết về các yêu cầu của ISO 9001, (5) Sức cản nội bộ đối với yêu cầu phải thay đổi, (6) Thiếu cam kết của lãnh đạo. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu mới chỉ dừng lại cho phiên bản ISO 9001:2008 và chưa nghiên cứu chỉ tiêu phản ánh sáu nhóm khó khăn chính trên và đề xuất giải pháp phù hợp. Vì vậy tác giả tiến hành nghiên cứu chỉ tiêu liên quan các khó khăn trên đối với việc áp dụng phiên bản mới ISO 9001:2015 nhằm có cơ sở đề xuất giải pháp.

Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu:

Dữ liệu nghiên cứu: gồm dữ liệu sơ cấp và thứ cấp. Dữ liệu thứ cấp được lấy từ các nghiên cứu trước đó và báo cáo thực hiện hệ thống ISO 9001 hằng năm của 50 doanh nghiệp, báo cáo của các tổ chức tư vấn và chứng nhận như QUACERT, AJA, DAS...Dữ liệu sơ cấp thu thập qua kết quả bảng khảo sát 50 doanh nghiệp (DN) trên địa bàn Hà Nội,

Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, kết quả phỏng vấn lãnh đạo, nhân viên và các chuyên gia tư vấn và đánh giá hệ thống ISO 9001:2015.

Phương pháp nghiên cứu: bài viết sử dụng nghiên cứu định tính, với quy trình nghiên cứu như sau:

Bước 1: Xác định câu hỏi nghiên cứu gồm: các khó khăn chủ yếu tác động việc áp dụng hệ thống ISO 9001:2015, đo lường những khó khăn này bằng những chỉ tiêu nào?

Bước 2:Thiết lập mô hình nghiên cứu, tác giả trước tiên tiến hành nghiên cứu tại bàn, tổng hợp kết quả nghiên cứu của các nhóm trong và ngoài nước, thảo luận với nhóm chuyên gia (gồm 14 người: tác giả, 4 người đến từ các tổ chức chứng nhận, 5 người đến từ tổ chức tư vấn, 4 người là các trưởng phòng quản lý chất lượng của các công ty), xác định nhất trí 6 nhóm khó khăn chủ yếu ảnh hưởng đến việc áp dụng hệ thống ISO 9001:2015 gồm : (1) Thiếu nguồn lực (nhân lực và tài chính), (2) Khối lượng văn bản vượt quá khả năng kiểm soát, (3) Thiếu đào tạo về chất lượng và ISO 9001, (4) Thiếu hiểu biết đầy đủ về các yêu cầu của ISO 9001, (5) Sức cản từ nhân viên nội bộ đối với yêu cầu phải thay đổi, (6) Thiếu cam kết của lãnh đạo.

Bước 3: Thiết lập thang đo của 6 nhóm khó khăn trên. Kết hợp với những điểm khác biệt của tiêu chuẩn ISO 9001:2015, tham khảo các nghiên cứu trong và ngoài nước, tác giả và nhóm chuyên gia đề xuất các chỉ tiêu đo lường 6 nhóm khó khăn trên và tiến hành khảo sát, sử dụng thang đo Likert với 5 mức độ: rất đồng ý (5 điểm), đồng ý (4 điểm), trung lập (3 điểm), không đồng ý (2 điểm), rất không đồng ý (1 điểm). Chỉ tiêu đo lường của 6 nhân tố khó khăn trên được lựa chọn dựa trên kết quả khảo sát từ 50 doanh nghiệp với điều kiện các kết quả điểm các chỉ tiêu phải lớn hơn 2,5 điểm.

Bước 4: Thiết kế bảng hỏi và tiến hành điều tra với quy mô mẫu 50 doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, chủ yếu doanh nghiệp cổ phần và TNHH, gồm 25 doanh nghiệp FDI và 25 doanh nghiệp Việt Nam quy mô vừa và nhỏ, lấy mẫu thuận tiện, đây là những doanh nghiệp mà nhóm đã từng làm việc và cộng tác trong quá trình triển khai áp dụng hệ thống để có được dữ liệu phản hồi đầy đủ nhất và xem xét hồ sơ báo cáo kết quả thực hiện hệ thống ISO 9001 : 2015 hằng năm thông qua chương trình tư vấn và đánh giá chứng nhận hệ thống.

Bước 5: Tổng hợp kết quả nghiên cứu được phản ánh ở bảng sau:

Bảng 2: Kết quả điều tra các khó khăn khi áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo phiên bản mới ISO 9001: 2015

STT	Nội dung các khó khăn	Điểm			Ghi chú/ Thứ hạng các khó khăn
		Trung bình chung (TBC)	Nhóm DN FDI	Nhóm DN Việt Nam	
1	***Nguồn lực hệ thống (nhân lực và tài chính)***	**4,49**	**4,02**	**4,98**	**1**
1.1	Thiếu nhân viên chuyên trách phụ trách hệ thống ISO 9001, đa số kiêm nhiệm, công việc bị quá tải	4,8	4,6	5	

1.2	Nhân viên phụ trách hệ thống thiếu kinh nghiệm và được đào tạo đầy đủ	4,6	4,3	4,9	
1.3	Công tác tuyển dụng nhân viên chuyên trách hệ thống ISO 9001 gặp khó khăn vì tình trạng khan hiếm trên thị trường	4,6	4,2	5	
1.4	Nhân viên phụ trách hệ thống ISO 9001 yêu cầu mức lương không phù hợp và thường xuyên nhảy việc	2,4	*2,3*	*2,5*	*Loại*
1.5	Thiếu nguồn tài chính đầu tư cho hoạt động triển khai hệ thống (chi phí thuê tư vấn, đào tạo, đầu tư trang thiết bị máy móc, thúc đẩy các chương trình cải tiến chất lượng...)	4,25	3,5	5	
1.6	Thiếu nguồn tài chính duy trì đánh giá chứng nhận và đánh giá giám sát hệ thống ISO 9001 theo định kỳ hằng năm	4,2	3,5	5	
2	***Khối lượng văn bản vượt quá khả năng kiểm soát***	**3,42**	***2,94***	***3,9***	***6***
2.1	Văn bản ISO 9001 hiện chủ yếu sử dụng bản cứng gây khó khăn cho việc truy xuất và chia sẻ thông tin nội bộ	4,0	3,4	4,6	
2.2	Văn bản không sẵn có, khó khăn trong việc truy xuất	3,8	3,1	4,5	
2.3	Kiểm soát sự thay đổi phiên bản của các văn bản ISO ban hành chưa hiệu quả	3	2,6	3,4	
2.4	Văn bản chưa được bảo vệ thỏa đáng (tính bảo mật, toàn vẹn, sử dụng sai mục đích)	3,5	3	4	
2.5	Văn bản đặc biệt là các quy trình áp dụng chưa được xem xét lại thường xuyên để đảm bảo phù hợp với thực tế áp dụng	2,8	2,6	3,0	
3	***Thiếu đào tạo về chất lượng và ISO 9001:2015***	***4,02***	***3,68***	***4,35***	***4***
3.1	Thiếu kế hoạch đào tạo hằng năm nhằm đảm bảo tất cả nhân viên nắm bắt đầy đủ yêu cầu hệ thống ISO 9001	4,5	4,2	4,8	
3.2	Thiếu các chương trình đào tạo về nhận thức về ISO 9001	3,6	3,4	3.8	
3.3	Thiếu các chương trình đào tạo về năng lực của người thực hiện công việc đáp ứng yêu cầu điều khoản 7.2 tiêu chuẩn ISO 9001	3,4	3,1	3,7	
3.4	Thiếu chương trình đào tạo xây dựng hệ thống văn bản tài liệu và văn bản hồ sơ theo ISO 9001	3,6	3,4	3,8	

3.5	Thiếu các chương trình đào tạo về các công cụ thống kê (SPC), công cụ cải tiến trong quản lý chất lượng (Lean sigma, 8D, 5S....)	4,5	4	5	
3.6	Kết quả đánh giá sau đào tạo chưa được thực hiện đầy đủ, nhằm phản ánh chất lượng, hiệu quả của các chương trình đào tạo mang lại cho công ty (đánh giá giảng viên và đánh giá năng lực của người học)	4,5	4	5	
4	***Thiếu hiểu biết đầy đủ các yêu cầu bổ sung của tiêu chuẩn ISO 9001:2015 phiên bản mới***	***4,05***	***3.9***	***4,2***	***3***
4.1	Thiếu hiểu biết về bối cảnh bên ngoài tổ chức (bao gồm các vấn đề liên quan đến môi trường pháp lý, công nghệ, văn hóa, cạnh tranh, thị trường...)	4,1	4	4,2	
4.2	Thiếu hiểu biết về bối cảnh bên trong tổ chức (các giá trị, văn hóa, tri thức, nguồn lực và các kết quả thực hiện các quá trình bên trong tổ chức...)	3,5	3,4	3,6	
4.3	Xác định chưa đầy đủ yêu cầu của các bên liên quan đến hệ thống quản lý, xem xét toàn diện các thông tin và yêu cầu của họ (yêu cầu của: khách hàng, nhà cung cấp, cơ quan quản lý nhà nước, cổ đông, nhân viên, hiệp hội....)	3,8	3,6	4	
4.4	Thiếu tiếp cận quản lý tư duy dựa trên rủi ro, bằng cách sử dụng các công cụ (FMEA, SWOT, ISO 31000...) nhằm phân tích các quá trình bên trong tổ chức, đảm bảo nhận diện đầy đủ rủi ro, hoạch định và thực hiện việc kiểm soát đầy đủ các rủi ro liên quan đến hệ thống quản lý ISO 9001	4,8	4,6	5	
5	***Sức cản nội bộ nhân viên đối với yêu cầu phải thay đổi,***	***3,8***	***3,45***	***4,15***	***5***
5.1	Ảnh hưởng của thói quen, nề nếp làm việc cũ (ngại thay đổi)	3,8	3.5	4.1	
5.2	Chưa xây dựng đầy đủ chỉ số KPI để đánh giá mức độ đóng góp của các nhân viên khi tham gia thực hiện công việc	3,8	3,2	4,4	
5.3	Bản mô tả công việc chưa quy định rõ ràng chức năng, nhiệm vụ và quy định về năng lực cho tất cả các vị trí công việc	3,7	3,4	4,0	
5.4	Mục tiêu chất lượng và kế hoạch thực hiện	3,9	3,7	4,1	

	mục tiêu chất lượng cần được xây dựng cụ thể cho từng cá nhân, phòng ban và toàn công ty				
5.5	Thiếu hoạt động truyền thông nội bộ về: tăng cường nhận thức định hướng khách hàng cho toàn bộ nhân viên, chương trình chất lượng, mục tiêu chất lượng, thành tích/đóng góp của các cá nhân tham gia vào hệ thống	3,8	3.6	4	
5.6	Thiếu cơ chế khen thưởng, công nhận thành tích các cá nhân có thành tích cải tiến chất lượng.	3,8	3,3	4,3	
6	***Thiếu cam kết của lãnh đạo.***	***4,06***	***3,75***	***4,38***	***2***
6.1	Lãnh đạo cao nhất khó khăn trong việc giải trình hiệu lực HTQLCL 9001 do thiếu tri thức về hệ thống	3,8	3,6	4	
6.2	Đảm bảo cam kết về chính sách chất lượng và mục tiêu chất lượng được thiết lập tương thích với bối cảnh bên trong và bên ngoài tổ chức.	3,9	3,8	4	
6.3	Đảm bảo tích hợp các yêu cầu HTQLCL 9001 vào quá trình hoạt động của tổ chức	4,2	3,9	4,5	
6.4	Thúc đẩy cách tiếp theo quá trình và tư duy dựa trên rủi ro trong công tác quản lý	4.1	3,7	4,5	
6.5	Đảm bảo sẵn có các nguồn lực cần thiết, hỗ trợ việc áp dụng hệ thống ISO 9001	4,3	3,9	4,7	
6.6	Thúc đẩy các chương trình cải tiến trong toàn công ty	4,1	3,6	4,6	

Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát 12/2019

Từ kết quả khảo sát trên, kết hợp với phỏng vấn, nhóm nghiên cứu nhận thấy 87% các doanh nghiệp áp dụng hệ thống ISO 9001:2015 xuất phát từ yêu cầu của thị trường, yêu cầu của đối tác. Bởi vì, đối với những doanh nghiệp có định hướng xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài hay tham gia vào các chuỗi cung ứng của những công ty lớn như Samsung, Honda, Huyndai, Toyota... tiêu chuẩn này là một yêu cầu tối thiểu bắt buộc, bên cạnh đó các doanh nghiệp tùy thuộc vào yêu cầu của thị trường xuất khẩu, phải áp dụng thêm các tiêu chuẩn quản lý môi trường, tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội, chỉ 13% doanh nghiệp áp dụng xuất phát từ nhu cầu quản lý của chính lãnh đạo doanh nghiệp. Vì vậy, chính sức ép từ thị trường sẽ là động lực thuận lợi giúp doanh nghiệp nỗ lực áp dụng, duy trì, cải tiến HTQLCL ISO 9001. Kết quả đánh giá chứng nhận và đánh giá giám sát hằng năm của các tổ chức chứng nhận, có 85% doanh nghiệp FDI và 35% doanh nghiệp Việt Nam trong số 50 doanh nghiệp được khảo sát áp dụng nghiêm túc, hiệu quả và hiệu lực ISO 9001:2015, sau khi áp dụng thành công hệ thống 9001 sẽ là nền tảng vững chắc để họ tiếp túc áp dụng các tiêu chuẩn hoàn thiện khía cạnh môi trường ISO 14001, trách nhiệm xã hội ISO 26000,

BSCI, SA 8000, WRAP, OHSAS 18001, chứng nhận chất lượng sản phẩm và nguồn gốc xuất xứ CQ, CO, CE... nên các doanh nghiệp này đều có cơ hội gia nhập thị trường xuất khẩu và tham gia vào chuỗi cung ứng khó tính toàn cầu. Cơ hội xuất khẩu đối với các doanh nghiệp FDI được khảo sát cho kết quả cao hơn nhờ họ có lợi thế về kinh nghiệm quản lý, trình độ công nghệ cao, tài chính mạnh mẽ nên việc áp dụng hệ thống hiệu quả và hiệu lực cao hơn so với các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên kết quả khảo sát cũng cho thấy cả doanh nghiệp trong nước cũng như doanh nghiệp FDI trong quá trình chuyển đổi và áp dụng phiên bản mới ISO 9001: 2015 không tránh khỏi những khó khăn sau đây:

Khó khăn do thiếu nguồn lực hệ thống (nhân lực và tài chính): đây được xem là khó khăn lớn nhất của các công ty với mức đánh giá TBC 4,49 điểm, kết quả khảo sát cả doanh nghiệp FDI và Việt Nam đều xảy ra tình trạng kiêm nhiệm quá nhiều công việc, số lượng các doanh nghiệp có nhân viên chuyên trách hệ thống qua khảo sát chỉ có 5% doanh nghiệp chuyên trách, dẫn đến khối lượng công việc quá lớn, không đảm bảo về kinh nghiệm chuyên môn và năng lực. Tình trạng kiêm nghiệm xuất phát từ gánh nặng quỹ lương, từ sự khan hiếm của nhân sự về hệ thống ISO 9001 trên thị trường, hiện nay việc đào tạo chuyên viên phụ trách về hệ thống quản lý chất lượng khá ít ở các trường đại học và cao đẳng, những nhân viên hệ thống này chủ yếu là tự học hoặc được đào tạo bởi các tổ chức tư vấn nên kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế, bên cạnh đó cũng xảy ra tình trạng một số nhân viên có kinh nghiệm phụ trách hệ thống thường xuyên biến động nhảy việc dịch chuyển giữa các công ty do tình trạng khan hiếm nhân lực. Việc tuyển dụng nguồn lực thay thế cũng diễn ra rất khó khăn (TBC 4,6 điểm). Ngoài ra nguồn tài chính đầu tư cho xây dựng hệ thống và duy trì đánh giá chứng nhận và giám sát hệ thống cũng là một trở ngại cho các doanh nghiệp, đa số các doanh nghiệp không đủ kinh nghiệm, đủ nhân sự xây dựng hệ thống, nên phải thuê tư vấn, đào tạo từ bên ngoài (khoảng 45 triệu), phí đánh giá chứng nhận và phí giám sát (trung bình khoảng 50 triệu cho 3 năm) cũng là một gánh nặng về tài chính, đặc biệt là doanh nghiệp Việt Nam (5 điểm), có tình trạng một số doanh nghiệp Việt Nam vì muốn giảm chi phí triển khai hệ thống nên lựa đã lựa chọn các đơn vị tư vấn có mức giá thấp, không đủ năng lực, dẫn đến hiệu quả áp dụng hệ thống không cao, đối với các doanh nghiệp FDI khó khắn này chỉ ở mức 3,5 điểm, do họ có nguồn tài chính dồi dào hơn.

Khó khăn thứ hai và thứ ba đến từ việc thiếu cam kết mạnh mẽ của lãnh đạo cấp cao (4.06 điểm) và thiếu sự hiểu biết đầy đủ của các nhân viên với các yêu cầu bổ sung của phiên bản ISO 900:2015 (TBC 4,05 điểm). Cam kết của lãnh đạo cấp cao được xem là yếu tố tiên quyết trong việc áp dụng thành công của bất kỳ hệ thống quản lý nào, trong hầu hết các tiêu chuẩn quản lý quốc tế hiện nay đều đưa ra điều khoản "yêu cầu và bằng chứng về sự cam kết của lãnh đạo cấp cao nhất đối với việc áp dụng hệ thống". Tuy nhiên kết quả khảo sát cho thấy mức độ nhất trí với khó khăn này là TBC 4,06 điểm, đặc biệt là doanh nghiệp Việt Nam, nguyên nhân do lãnh đạo thường bận rộn, thường không tham gia vào các chương trình đào tạo, nên chưa thấu hiểu các yêu cầu tiêu chuẩn để giải trình hiệu lực và hiệu quả áp dụng hệ thống. Đối với các yêu cầu mới của phiên bản ISO 9001:2015 về phân tích bối cảnh bên ngoài và bên trong tổ chức, thực tế qua xem xét hồ sơ của các doanh nghiệp, các báo cáo hằng năm về phân tích bối cảnh bên ngoài (với các vấn đề về

phân tích hệ thống pháp luật liên quan ngành lĩnh vực hoạt động của công ty, phân tích thị trường, công nghệ....) và phân tích tình bối cảnh nội bộ (năng suất nguồn nhân lực, máy móc thiết bị, năng lực của các quá trình....) còn khá sơ sài, số liệu báo cáo khá hạn chế, theo yêu cầu của phiên bản mới đây chính là thông tin quan trọng để lãnh đạo có thể xác định đầy đủ yêu cầu của các bên liên quan đến hệ thống quản lý (TBC 3,8 điểm), là cơ sở để xây dựng chính sách chất lượng và mục tiêu chất lượng gắn với thực tiễn, dẫn đến hầu hết các công ty chưa có chiến lược tổng thể, dài hạn đối với công tác quản lý chất lượng, các chính sách và mục tiêu chất lượng hiện nay được xây dựng chủ yếu dựa trên những yêu cầu từ phía khách hàng và đối tác. Bên cạnh đó, một yêu cầu mới "lãnh đạo phải tiếp cận quản lý quá trình và tư duy dựa trên rủi ro trong công tác quản lý" đòi hỏi lãnh đạo phải nhận diện các quá trình và thúc đẩy việc nhận diện đầy đủ các rủi ro trong quá trình thực hiện (rủi ro liên quan đến 4M+1I+1E gồm rủi ro: nhân sự, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, phương pháp thực hiện, trao đổi thông tin, môi trường làm việc của các quá trình tác nghiệp) nhằm chủ động có các biện pháp kiểm soát các rủi ro này, đảm bảo sự chắc chắn thực hiện thành công các chính sách và mục tiêu chất lượng, đây cũng là một khó khăn mới với mức điểm TBC 4,1 điểm. Đồng thời, việc đào tạo cho nhân viên áp dụng các các công cụ nhận diện, phân tích, kiểm soát các rủi ro như: FMEA, SWOT, ISO 31000...vẫn còn chưa được phổ biến ở các doanh nghiệp hiện nay (TBC 4,8 điểm).

Khó khăn do thiếu hụt các chương trình đào tạo về chất lượng và ISO 9001: đây là một trong những khó khăn mà các công ty hiện nay gặp phải (TBC 4,02 điểm, FDI 3,68 điểm, Việt Nam 4,35 điểm), do sự khan hiếm nhân sự chuyên trách về hệ thống được đào tạo từ các trường đại học và cao đẳng, nên rất cần tăng cường hoạt động đào tạo về chất lượng và ISO 9001 tại các doanh nghiệp, mặc đù hoạt động đào tạo cũng được chú trọng hơn ở các doanh nghiệp FDI do ngân sách dồi dào hơn, nhưng qua phỏng vấn thực tế cho thấy các chương trình đào tạo về nhận thức chung hệ thống, đào tạo xây dựng hệ thống văn bản tài liệu, hồ sơ ISO 9001 của 2 nhóm doanh nghiệp này chỉ được áp dụng ở giai đoạn đầu thiết lập hệ thống, số lượng nhân viên được đào tạo chủ yếu là các trưởng phó các bộ phận chức năng, sau đó các hoạt động tự đào tạo nội bộ không được tiến hành thường xuyên, nên không đảm bảo tất cả các nhân viên thấu hiểu các yêu cầu hệ thống. Các chương trình đào tạo chuyên sâu về xây dựng hệ thống văn bản tinh gọn, đào tạo về áp dụng các công cụ thống kê nhằm phân tích dữ liệu quá trình SPC, đào tạo về cải tiến (Lean six sigma, Kaizen, TPM, 8D, 5S....) rất ít doanh nghiệp tổ chức do thiếu nguồn lực về tài chính (DN Việt Nam). Đặc biệt có một số công ty đã tổ chức những khóa đào tạo chuyên đề này nhưng việc đánh giá kết quả sau đào tạo chưa được thực hiện, nên khi nhóm nghiên cứu phỏng vấn các nhân sự được đào tạo của DN FDI và DN Việt Nam cho thấy nhận thức, mức độ hiểu biết của họ về các công cụ này là chưa đồng đều, ảnh hưởng hiệu lực áp dụng của hệ thống quản lý.

Khó khăn do sức cản nội bộ từ nhân viên đối với các yêu cầu thay đổi (TBC 3,8 điểm): việc huy động mọi người cùng tham gia thực hiện hệ thống là một yếu tố rất quan trọng, là một trong 7 nguyên tắc của quản lý chất lượng theo ISO 9001. Tuy nhiên khi áp dụng hệ thống ISO 9001, các quá trình công việc được nhận diện rõ, có chuẩn mực đánh giá, giám sát, phân công trách nhiệm rõ ràng sẽ gây ra những phản kháng nhất định. Nhân viên

muốn duy trì thói quen làm việc cũ, doanh nghiệp FDI khó khăn này ở mức thấp hơn 3,5 điểm do các doanh nghiệp này mức lương cao hơn các doanh nghiệp Việt Nam, ngay từ khâu tuyển dụng đã có những cam kết của người lao động trong hợp đồng ký kết và thấu hiểu nhiệm vụ thực hiện, mức độ tuân thủ kỷ luật của họ cũng cao hơn so với các doanh nghiệp Việt Nam (4.1 điểm). Bên cạnh đó, lực cản nội bộ chủ yếu đến từ các nguyên nhân như: thiếu việc thiết lập các mục tiêu chất lượng gắn với từng các cá nhân, tăng cường sự đổi mới, sáng tạo trong công việc, các mục tiêu hiện nay chủ yếu thành lập cấp độ phòng/ban và toàn công ty, nên vẫn tồn tại những nhân viên kém tích cực đổi mới, cần sớm xây dựng áp dụng bộ chỉ số KPI đánh giá mức độ đóng góp của các nhân viên, nhất là các doanh nghiệp Việt Nam (4,4 điểm). Ngoài ra việc thiếu hụt các chương trình truyền thông về: tăng cường nhận thức định hướng khách hàng cho toàn bộ nhân viên, chương trình chất lượng, mục tiêu chất lượng, đặc biệt thiếu hụt truyền thông tuyên dương thành tích/đóng góp của các cá nhân tham gia vào hệ thống cũng hạn chế sự tham gia tích cực của nhân viên, truyền thông là công cụ góp phần thay đổi nhận thức cho người lao động. nâng cao sự thõa mãn nghề nghiệp khi được tuyên dương, khen thưởng, các phần thưởng nên gắn với chỉ số KPI nhân viên đạt được và công khai cơ chế trong toàn bộ hệ thống, tạo động lực cho người lao động.

Khó khăn do khối lượng văn bản vượt quá khả năng kiểm soát (TBC 3,42 điểm): việc có quá nhiều văn bản tài liệu và văn bản hồ sơ lưu trữ từ hoạt động sản xuất kinh doanh hằng ngày chứng minh sự tuân thủ các yêu cầu ISO 9001 là một trong những khó khăn khi áp dụng, kết quả khảo sát thực tế chỉ có một vài công ty FDI hiện có sử dụng phần mềm quản trị văn bản (Iso-online, ERP...) còn lại chủ yếu sử dụng quản lý bản cứng và sử dụng phần mềm tin học văn phòng Word và Excel để kiểm soát văn bản, dẫn đến tình trạng chưa đáp ứng tốt yêu cầu quản lý văn bản của tiêu chuẩn ISO 9001 như: truy xuất văn bản khó khăn và mất nhiều thời gian, làm giảm năng suất công việc, các phiên bản văn bản thay đổi vẫn có tình trạng chưa thu hồi bản điện tử và bản cứng, nguy cơ dùng bản lỗi thời, văn bản chưa được quản lý trên máy chủ (server), chủ yếu dùng từ máy trạm nên không đảm bảo tính bảo mật, tính toàn vẹn. Qua xem xét văn bản và hồ sơ thực hiện một số công ty có 15 công ty (chiếm tỷ lệ 30% công ty được khảo sát) các văn bản về các quy trình sản xuất kinh doanh được chuyển giao từ các công ty tư vấn, thực tế áp dụng không hiệu quả nhưng công ty chưa tiến hành xem xét lại để đảm bảo tính nhất quán giữa văn bản quy trình và thực tế áp dụng.

4. Một số giải pháp đề xuất nhằm thúc đẩy triển khai áp dụng hệ thống quản lý tích hợp đối với các doanh nghiệp.

Việc tăng cường áp dụng các tiêu chuẩn sản phẩm và tiêu chuẩn quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế công nhận nhằm hướng tới vượt rào cản kỹ thuật, đối phó với các chính sách bảo bộ thương mại, các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam cần cam kết áp dụng hiệu quả, hiệu lực, tích cực tham gia phong trào năng suất chất lượng và sự hỗ trợ của các cơ quan Nhà nước.Cụ thể:

Đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Một trong những khó khăn lớn nhất của doanh nghiệp áp dụng hiện nay là thiếu hụt nguồn lực, đặc biệt là nguồn lực tài chính đầu tư cho hệ thống và nhân lực có chuyên môn

về hệ thống ISO 9001, vì vậy các cơ quan chuyên môn liên quan như Bộ Khoa học Công nghệ, Viện tiêu chuẩn, Trung tâm năng suất Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI.... nên phối hợp và có các dự án đào tạo, tư vấn áp dụng hệ thống giá ưu đãi (phi lợi nhuận), miễn phí cho doanh nghiệp nhằm hướng tới mục tiêu nâng cao năng lực quản lý doanh nghiệp theo tiêu chuẩn quốc tế. Cần tăng cường các chương trình đào tạo phát triển đội ngũ chuyên gia vận hành hệ thống, đào tạo về cải tiến, năng suất chất lượng của các doanh nghiệp, các chương trình đào tạo kết thúc nên tiến hành đánh giá hiệu quả triển khai, tránh lãng phí và kém hiệu quả.

Đối với doanh nghiệp

Thứ nhất, cần đầu tư nguồn lực cho việc áp dụng hệ thống quản lý ISO 9001, các doanh nghiệp nên xem chi phí đầu tư xây dựng và duy trì hệ thống QLCL ISO 9001 (chi phí thuê tư vấn, đào tạo, chứng nhận, cải tiến hệ thống) là một khoản đầu tư sinh lời và đem lại lợi ích lâu dài, bền vững. Hệ thống này áp dụng thành công là tiền đề quan trọng áp dụng thuận lợi các hệ thống quản lý môi trường ISO 14001, Tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội, An ninh thông tin ISO 27001, An ninh năng lượng ISO 50001, HACCP, GMP...cũng chính yêu cầu để nâng cao năng lực quản lý nhằm gia tăng cơ hội gia nhập thị trường thế giới. Đối với nguồn nhân lực phụ trách hệ thống (là các cán bộ có khả năng triển khai áp dụng, duy trì và cải tiến hệ thống, đây là nguồn lực khan hiếm hiện nay ở các doanh nghiệp) cần phải được tăng cường đào tạo bài bản, có thể gửi một vài cán bộ của doanh nghiệp tham gia các chương trình đào tạo của trung tâm năng suất Việt Nam VNPI, VCCI...sau đó lực lượng này sẽ tiến hành đào tạo lại nội bộ trong, đây cũng là một phương án tiết kiệm chi phí và phát triển nguồn nhân lực nội bộ của hệ thống lâu dài, tránh tính trạng chỉ tập trung vào một vài cá nhân, có đủ nhân sự thay thế khi cần, tránh tình trạng khan hiếm, nhảy việc, ảnh hưởng hiệu quả vận hành hệ thống.

Thứ hai, lãnh đạo cao nhất của doanh nghiệp cần phải tăng cường nhận về cần thiết phải áp hệ thống quản lý 9001 hiệu quả, hiệu lực, áp dụng nghiêm túc thực chất, tránh tình trạng chỉ chạy theo chứng chỉ, đối phó. Lãnh đạo có vai trò vô cùng quan trọng trong việc áp dụng 9001, trong nghiên cứu *"Leading to Quality"*, Harry J.Levinson và Chuck DeHont (1992) khẳng định "*không có lãnh đạo, chất lượng và năng suất sẽ chỉ là sự tình cờ may mắn*". Cụ thể qua nghiên cứu thực trạng và yêu cầu tiêu chuẩn ISO 90001: 2015 để áp dụng thành công, lãnh đạo cao nhất cần:

+ Tham gia vào các chương trình đào tạo và thấu hiểu các yêu cầu của tiêu chuẩn mới ISO 9001:2015, nhằm chỉ đạo việc thực hiện và chịu trách nhiệm giải trình hiệu quả và hiệu lực của hệ thống

+ Cam kết mạnh mẽ và cung cấp các bằng chứng các cam kết áp dụng, duy trì và cải tiến hệ thống, cần xây dựng môi trường nội bộ thuận lợi nhằm lôi kéo sự tham gia của các thành viên trong tổ chức áp dụng hệ thống

+ Đảm bảo các yêu cầu của hệ thống quản lý ISO 9001: 2015 tích hợp được vào quá trình kinh doanh, đảm bảo chính sách và mục tiêu chất lượng gắn với chiến lược kinh doanh, được thông báo và thông hiểu trong toàn bộ tổ chức, phải phân công trách nhiệm thực hiện, các biện pháp thực hiện và đánh giá các kết quả thực hiện theo định kỳ.

+ Tiếp cận tư duy quản lý dựa trên rủi ro, chủ động nhận diện và kiểm soát các rủi ro liên quan các yếu tố tác động đến các quá trình quản lý, các rủi ro: nhân sự, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, phương pháp thực hiện, trao đổi thông tin, môi trường làm việc của các quá trình tác nghiệp. Khuyến khích áp dụng các công cụ FMEA, SWOT, ISO 31000...để kiểm soát rủi ro.

+ Định kỳ xem xét hệ thống 9001 để đảm bảo tính thích hợp, thõa đáng và có hiệu lực. Việc xem xét hệ thống phải đánh giá được cơ hội cải tiến và nhu cầu thay đổi hệ thống kể cả thay đổi chính sách/mục tiêu của hệ thống

Thứ ba, cần tăng cường các chương trình giáo dục, đào tạo cho cán bộ công nhân viên: đào tạo tăng cường năng lực nhận thức và năng lực chuyên môn là việc làm cần thiết để áp dụng hiệu quả hệ thống. Đặc biệt các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chủ động hơn trong việc trích ngân sách riêng cho đào tạo như các doanh nghiệp FDI, việc xây dựng kế hoạch các chương trình đào tạo của năm sau phải dựa trên kết quả hoạt động của năm trước, từ nhu cầu đào tạo của các bộ phận, từ yêu cầu của bối cảnh kinh doanh. Việc đào tạo, đào tạo nâng cao cần phải chú trọng thường xuyên, tránh tình trạng chỉ đào tạo giai đoạn đầu và chỉ chú trọng đào tạo cho các cán bộ chủ chốt, chưa chú trọng đào tạo nội bộ cho các thành viên trong tổ chức, các khóa đào tạo chuyên sâu về dựng hệ thống văn bản tinh gọn, đào tạo về áp dụng các công cụ thống kê nhằm phân tích dữ liệu quá trình SPC, đào tạo về cải tiến (Lean six sigma, Kaizen, TPM, 8D, 5S....) cần phải được tổ chức, nhằm thúc đẩy cho doanh nghiệp có năng lực tự cải tiến hệ thống quản lý sau khi đã có chứng chỉ được cấp bởi các tổ chức chứng nhận. Chứng chỉ là một trong những minh chứng khách quan được công nhận , đấy không phải là một đích đến, các doanh nghiệp cần nhận thức rằng việc cải tiến hệ thống liên tục sẽ giúp doanh nghiệp đến gần hơn với các thị trường xuất khẩu khó tính đầy tiềm năng. Để tăng hiệu quả của các chương trình đào tạo, việc đánh giá kết quả của các chương trình đào tạo cần phải được thực hiện, tránh tình trạng một số doanh nghiệp hiện nay kế hoạch đào tạo dàn trải, chất lượng đào tạo chưa cao, gây lãng phí.

Thứ tư, cần tăng cường thúc đẩy sự tham gia của tất cả các thành viên của tổ chức trong việc thực hiện hệ thống ISO 9001, đây là một yêu cầu bắt buộc để áp dụng thành công. Sản phẩm là kết quả của quá trình, mỗi người sẽ tham gia vào mỗi công đoạn/công việc trong quá trình và có những ảnh hưởng nhất định đến kết quả của các quá trình bên trong hệ thống. Các doanh nghiệp cần tăng cường hơn nữa hoạt động truyền thông nội bộ về sự cần thiết, lợi ích và trách nhiệm của mọi người khi tham gia thực hiện hệ thống ISO 9001, tránh những phản kháng, duy trì thói quen làm việc cũ. Thêm vào đó, việc đào tạo nâng cao trình độ, nhận thức để huy động sự tham gia của mọi người, các doanh nghiệp cũng nên định hướng người lao động đăng ký mục tiêu cá nhân, đăng ký các sáng kiến cải tiến hằng năm, xây dựng chỉ số KPI đo lường năng suất chất lượng và công khai cơ chế công nhận, khen thưởng phù hợp, tạo động lực làm việc cho người lao động.

Thứ năm, cần tăng cường áp dụng những tiến bộ của công nghệ thông tin, bao gồm cả phần cứng và phần mềm tin học vào trong công tác quản lý văn bản tài liệu, văn bản hồ sơ của hệ thống ISO 9001, đặc biệt là các doanh nghiệp Việt Nam, việc áp dụng lâu dài hệ thống, khối lượng văn bản tài liệu và hồ sơ như hiện nay quản lý bằng thủ công, không đảm bảo tính nguyên vẹn, bảo mật, việc truy xuất khó khăn, giảm năng suất lao động, các

doanh nghiệp nên đầu tư máy chủ (Server) và ứng dụng các phần mềm quản lý văn bản như phần mềm ISO-online, phần mềm ERP.... để đảm bảo thông tin, tri thức áp dụng hệ thống ISO 9001 được lưu trữ, chia sẻ thuận lợi bên trong cũng như bên ngoài. Ngoài ra sau quá trình áp dụng để đảm bảo sự phù hợp với thực tiễn, các doanh nghiệp cần phải xem xét và chỉnh sửa thông tin, tri thức được thể hiện trong các văn bản, để đảm bảo tính cập nhật với thực tiến áp dụng.

Kết luận

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, vượt rào cản kỹ thuật, đối phó với xu thế bảo hộ thương mại, các công ty cần áp dụng đồng bộ các giải pháp, một trong những giải pháp cần phải quan tâm là các doanh nghiệp phải chứng minh năng lực quản lý và chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế công nhận, trong đó việc áp dụng tiêu chuẩn quản lý cơ bản ISO 9001:2015, đây được xem là nền tảng cơ bản để thuận lợi áp dụng các tiêu chuẩn khác liên quan, tiêu chuẩn này cũng không ngừng đưa ra những phiên bản mới cải tiến và các yêu cầu ngày càng cao và phức tạp hơn, muốn áp dụng thành công đòi hỏi các doanh nghiệp phải tăng cường nhận thức và sự quyết tâm vượt qua các khó khăn trong quá trình áp dụng.

Hạn chế của bài viết: do hạn chế về cơ hội tiếp cận doanh nghiệp, mẫu khảo sát chỉ được tiến hành với 50 doanh nghiệp lân cận khu vực Hà Nội mà nhóm nghiên cứu có cơ hội làm việc trong quá trình tư vấn và đánh giá chứng nhận hệ thống, dữ liệu khảo sát sẽ thuyết phục hơn với quy mô mẫu lớn hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Al-Najjar & Jawad (2011) ISO 9001 Implementation Barriers and Misconceptions: An Empirical Study, International Journal of Business Administration ISSN 1923-007(Print) ISSN 1923-4015(Online)
2. Burcher, Lee, Waddell (2010), "Quality lives on: quality initiatives and practices in Australia and Britain", TQM journal, volume 22
3. Jayasundara & Rajini (2014), " Nablers and barriers of implementing ISO 90001 Quality management system in the service sector in Srilanka", Proceedings of the Peradeniya Univ. International Research Sessions, Sri Lanka, Vol. 18, 4th & 5th July, 2014
4. Kumar & Balakrishnan (2011), "A study on ISO 9001 quality management system (QMS) certifications - reasons behind the failure of ISO certified organizations", Journal of Research in International Business and Management (ISSN: 2251-0028) Vol. 1(6) pp. 147-154 August 2011
5. Khan (2011), "An empirical study of barriers in implementing total quality management in service organizations in Pakistan", actual proplem of economics, Vol 7, 2012
6. Willar (2012)Examining the Implementation of ISO 9001 in Indonesian Construction Companies, in TQM Journal 27(1):94 - 107 January 2012
7. Nguyễn Hồng Sơn và Phan Chí Anh (2012) "Nghiên cứu năng suất chất lượng: quản lý chất lượng tại các doanh nghiệp Việt Nam**".**

OVERCOMING THE TECHNICAL BARRIERS TO TRADE (TBT) OF THE EU MARKET FOR VIETNAM'S TEXTILE AND GARMENT PRODUCTS

VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT THƯƠNG MẠI VÀO THỊ TRƯỜNG EU ĐỐI VỚI HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM

Vu Thi Nhu Quynh,PhD

Tran Van Trang, PhD

Thuongmai University

Abstract

For new generation free trade agreements (FTAs), the reduction or removal of traditional tariff barriers is often accompanied by the strengthening of technical barriers to trade (TBT). TBT with outstanding advantages over traditional tariff barriers, play a decisive role in shaping the flows of international trade today. This article addresses the technical barriers of the EU market to Vietnam's textile and garment products. After reviewing the theory and analyzing the current status of EU technical barriers on Vietnam's textile and apparel products, the paper proposes a number of solutions including applying an advanced quality management system, strengthening communication and dissemination of laws, rules of origin, labeling, social responsibility... in order to overcome the technical barriers that the EU vill apply to Vietnam's textile and garment products in the context of EVFTA's implementation.

Keywords: *Technical Barriers to Trade, Textile and garment products, EU, Vietnam*

Tóm tắt

Đối với các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTA), việc cắt giảm hoặc dỡ bỏ các hàng rào thuế quan truyền thống thường đi liền với việc tăng cường các rào cản thương mại (TBT). Các rào cản kỹ thuật thương mại, với những ưu điểm nổi trội so với rào cản thuế quan truyền thống, đóng vai trò quyết định trong định hình các dòng chảy của thương mại quốc tế ngày nay Bài viết này đề cập tới các rào cản kỹ thuật của thị trường EU đối với hàng dệt may của Việt Nam. Sau khi tổng quan lý thuyết và phân tích hiện trạng các rào cản kỹ thuật của EU đối với hàng dệt may Việt Nam, bài viết đề xuất một số giải pháp bao gồm: áp dụng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, tăng cường thông tin và phổ biến pháp luật, về quy tắc xuất xứ, về dán nhãn, về trách nhiệm xã hội...để vượt qua các rào cản kỹ thuật mà EU đang áp dụng đối với hàng dệt may của Việt Nam hiện nay.

Từ khoá: *Rào cản kỹ thuật thương mại, Dệt may, Thị trường EU, Việt Nam*

1. Introduction

The EU - Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) signed on 30 June 2019 in Hanoi opens up lots of benefits for Vietnamese business community. Opportunities, however, will also come with challenges, because this is an agreement of new generation, beneficial to both sides. According to experts, enterprises, particularly textile and garment

enterprises wishing to join the value chain of goods benefiting from EVFTA, must standardize the production process, meet standards on production, labour, origin, raw and ancillary materials. Currently, Vietnamese textile and garment enterprises are making efforts to remove "bottlenecks" so as to realize this standardization process. When exported to the EU, Vietnamese textiles and garments must use fabrics made in Vietnam and the tailoring is done by Vietnamese or EU enterprises.

For our country, textile and garment are a traditional manufacturing industry. The annual total export value of textiles and garments always makes up a significant proportion in the import-export balance. In the EU market, the Vietnamese textile and garment industry holds a large market share, only behind the United States and Japan. The EU is a big and potential market for Vietnam's export industry to exploit. However, the requirements of the market as well as of consumers of the EU are increasingly higher and more rigid. In addition to such issues as quality, price, etc. they also require products sold at the market assure safety to consumers, manufacturers perform social, environmental... responsibilities. This is a novel trend, an increasingly higher demand of the consumer market and consumers towards manufacturers and exporters, in addition to the common codes of conduct. Therefore, sharing concerns with domestic export activities, the textile and garment industry also has challenges to overcome challenges to penetrate intensively and extensively into the EU market.

Currently, Vietnamese textile and garment enterprises are exporting to the EU with GSP (Generalized System of Preferences (GSP). This is one of EU's preferences for developing or less developed countries, with a tariff on textiles and garments of around 9%. At present, the EU's normal preferential import tax rate 15% and if cut down, it will gradually be down to 13%, 11%, and 9% within 3 years. It is also the goal when Vietnam joins a new generation free trade agreement like the EU - Vietnam Free Trade Agreement, creating a sustainable market, at the same time having more conditions to invest and join the supply chain at a deeper level. Thus, if overcoming barriers to participate deeper in the supply chain, the value created for the supply chain of Vietnam's textile and garment industry will be higher.

This research was conducted to examine and assess the current situation of technical barriers that EU is applying to Vietnam's textiles and garments in the the context of EVFTA's implementation.

2. Literature review

2.1. Prior research related to TBT

Previous studies have addressed issues related to TBT in international trade. According to Maskus et al. (2000), there has been increasing use of technical regulations as instruments of commercial policy in the context of multilateral, regional, and global trade. These nontariff barriers are of special concern to developing countries, which may bear additional costs in meeting mandatory standards. Many industrial and developing countries express frustration with regulations that vary across their export markets, require duplicative conformity procedures, and are continually revised to exclude imports. The

authors provide a comprehensive overview of the policy debate and methodological issues surrounding product standards and technical barriers to trade.

Bao and Qiu (2012) empirically estimated the trade effects of technical barriers to trade (TBT) based on all TBT notifications from 105 World Trade Organization (WTO) countries during 1995-2008. It was found that a country's TBT notifications decrease other countries' probability of exporting, but increase their export volumes. The result can be explained by the TBT's differential effects on the fixed and variable cost of export, and consumer confidence. These authors further found that (i) a developing country's TBT have significant effects on other developing countries' exports, but no significant effects on the developed countries' exports, (ii) a developed country's TBT have significant effects on the exports from both types of countries, and (iii) exports from developed countries are affected by a developed country's TBT more seriously than a developing country's TBT.

Mahdi Ghodsi (2018) evaluated determining factors of Specific Trade Concerns (STCs) raised on Technical Barriers to Trade (TBT) notifications over the period 1995-2011. According to this author, while multilateral and international agreements bind countries concerning the imposition of tariffs on imports, TBTs have been used as trade policy instruments, which conceal the true motivations of governments. The main legitimate reasons behind the imposition of TBTs are to increase environmental qualities and human health, or to improve market efficiencies. However, in addition to these reasons, governments are also in pursuit of protecting their domestic industries. This study analyses how trade protectionist motives and legitimate public policy objectives induce these specific trade measures. Results suggest that bilateral trade and tariffs are one of the forces of TBT STC notifications, acknowledging the protectionist behaviour of authorities. Moreover, countries with high quality of humans' health-related environmental issues, and low environmental vitalities, are more likely to impose new TBTs. Overall, this study confirms the complex nature of TBT STCs affected by economic, technological, institutional, and health and environmental issues.

Some studies have more or less referred to the technical barriers to trade for Vietnam's exports. Tran Van Nam (2015) analyzed the impact of technical barriers of the FTA between Vietnam and EU (when this agreement will be signed and implemented) and made some recommendations for the negotiating delegation. According to the author, compliance with TBT regulations is a prerequisite for Vietnamese exporters to access the EU market. Some potential difficulties related to TBT may include unforeseen changes from the EU, costs of conformity and certification assessments, requirements for investment in new technologies for production, etc.

Nguyen Thi Phuong Dung and Nguyen Thi Ngoc Hoa (2012) mentioned the technical barriers to trade when exporting Vietnamese seafood to the Japanese market. Technical barriers related to seafood export are quite specific and very different from textiles and garment products. According to these authors, two main issues are contamination of pesticide residues with Trifluralin and antibiotic residues of Quinolone group.

Dang Thi Huyen Anh (2017) addressed some difficulties for Vietnam's exports to the EU market when the EVFTA will be implemented. According to the author, there are three main difficulties including rules of origin; compliance with intellectual property, labor and environmental regulations; and tight TBT of the EU market. The author also proposed the main solutions to overcome these difficulties including the development of supporting industries to meet the requirements of goods origin; institutional improvement and public awareness raising on labor, environment and intellectual property issues; and developing technological capacity and quality management to ensure technical and safety standards.

Thus, previous studies have not directly addressed the trade barriers related to textiles and garments exported to the EU market and specific solutions to overcome these barriers when EVFTA will be implemented.

2.2. Technical barrier to trade (TBT)

A technical barrier to trade (TBT) is any regulation, standard or procedure that could make exporting goods to another country more difficult. TBTs are often greater obstacles to exporters than tariffs (import fees). Testing or certification procedures are examples of technical barriers to trade. According to WTO, it recognises WTO members' right to implement measures to achieve legitimate policy objectives, such as the protection of human health and safety, or protection of the environment.

These technical regulations are necessary and reasonable to protect important benefits (Myint Hla, 1977) such as human health, environment, security, etc. When participating in the international trade process, countries usually establish and maintain a system of technical measures specific to its goods and imported goods (Nguyen Thanh Danh, 2005). These regulations, therefore, may not be the same among countries as they depend on the characteristics of each country, especially geographic conditions, level of development, commercial and financial needs... as well as various development goals (protecting public interests, social commitments, trade promotion, etc.).

Enterprises need to distinguish what a measure is TBT or SPS (Sanitary and Phytosanitary Measures). Each type of measure will be governed by WTO's own rules and regulations; On that rules, enterprises know how to protect their rights by any appropriate method. Under the Agreement on TBT , when issuing technical regulations on goods, each WTO's member country have to ensure that the application of these provisions is: Do not discriminate; Avoid creating unnecessary barriers to international trade: Harmonization; Taking into account the common international standards; Ensuring the principle of equivalence and mutual recognition (with other countries); Transparent. These are important tools that Enterprises can use to identify a technical measure that complies with the WTO to take reasonable complaints and grievances to protect legitimate interests.

In EVFTA, the TBT agreement is presented in chapter 5. It contains provisions that go beyond those in the WTO TBT Agreement in order to ensure that technical regulations, standards, and conformity assessment procedures are non-discriminatory and do not create unnecessary obstacles to trade.

2.3. TBT related to textile and garment industry

Technical barriers to textile and garment exports are the technical regulations, standards, measures imposed by the importing country to prevent the textiles and garments that fail to meet the requirements for entry into the importing country's market (Đinh Van Thanh, 2005). It can be said that textiles and garments are an area where developing countries have great advantages and potential for development (Vu Thi Nhu Quynh, 2016). Technical barriers to textiles and garments in international trade also have some specific features such as: - Technical barriers under the form of environmental standards, social responsibility, and intellectual property rights to fight fraud...are often too high to be necessary, difficult to comply with for developing countries - Most technical barriers to textiles and garments are based on WTO commitments. Nevertheless, some major textile and garment import markets such as the US, EU, Japan... have many other technical barriers in the form of separate regulations. Accordingly, overcoming technical barriers to textiles and garments is the implementation strategies, solutions to meet the requirements of importing countries, bringing textiles and garments from exporting countries into consumption in importing countries. *The main types of technical barriers to the textile and garment industry are as follows:*

- Product quality regulations. These are the provisions of quality standards (ISO 9000) - the code of quality management issued by the International Organization for Standardization (ISO). This code includes the standards that specify the requirements of a quality management system that in order to be certified, enterprises in general and textile and garment enterprises in particular have to apply such as ISO 9001/2/3; or ISO 9000:2000, and other support standards.

- Human health and safety protection. These measures include regulations on hazardous chemicals in textiles and garments dangerous for the health of consumers. Hazardous chemicals include: aromatic amines that cause cancer (related to azo dyes), disperse dyes that cause allergies, heavy metals (cadmium, chromium, lead, mercury, nickel, etc.), organic tin compounds (MBT, TBT, TPhT...), chlorine-containing compounds (chlorine-containing organic loads such as chlorobenzene, chlorotoluene), flame retardants (PBBs, Peta- BDE, octo BDE...), formaldehyde, phthalate (DEHP, DINP...), total lead content in paint and coating surface. Products that are considered dangerous substances will be banned from importing into developed countries' markets.

- Environmental regulations and standards. The provisions of environmental protection (ISO14000): these specify the requirements of the environmental management system, with particular attention paid to legal provisions concerning impact and influence on the environment to enable textile and garment enterprises to systemize their environmental policies objectives. ISO14000 includes ISO14001 and ISO14004, in which ISO14001 is the requirements for the system, and ISO14004 is the guiding documents for building the system according to those requirements.

- Social responsibility and regulations and standards. Globalization and trade liberalization bring a lot of power to international customers and pose challenges to the role of trade unions and national laws, including a need for a new international legal

framework such as the labor standards provisions in free trade agreements.

- Regulations on labeling of textiles and garments. These regulations allow keeping export products safe. It is a request for accurate labeling. There are many regulations of developed countries on labeling textiles and garments.

- Regulations on origin of textiles and garments. Regulations on origin of textiles and garments of countries, especially developed countries such as the United States, the EU, etc. are very complicated, unclear and not transparent, and subject to very great influence from domestic manufacturers of these markets, turning the rule of origin into technical barriers very difficult to meet for developing and less developed countries. Normally, textile and garment exports form developing and less developed countries are entitled to Generalized System of Preferences (GSP) (Đỗ Thị Đông, 2011).

3. Research methodology

To conduct this research, the author referenced materials, books, newspapers and prior research,...to gather information about international trade, technical barriers, technical barriers to textiles and garments...From the information and secondary data gathered, the author summed up, analyzed and systemized into the theoretical basis of the research, showing the relationship of technical barriers with international trade development.

In addition to searching and gathering secondary data, the author collected primary data by selecting and interviewing a number of enterprises specializing in exporting textile and garment products. The enterprises interviewed include those already exported and preparing to export to Europe. That the research conducted interviewing with exporting enterprises was to redefine the contents related to technical barriers, regulations and measures for implementation. The information gathered from interviews will serve as foundation for the research to assess the current status of technical barriers to textiles and garments, from which to propose solutions to facilitate the development of solutions to overcoming technical barriers for Vietnam's textiles and garments to enter the EU market.

4. The current status of technical barriers to Vietnam's exported textile and garment products to the eu market

The EU is a large market with 27 member countries and is one of the most important trading partners of Vietnam. Vietnam's textile and apparel export turnover reached nearly 40 billion USD in 2019, of which export turnover to the EU market was 4.4 billion, accounting for 11.3%. The EU is therefore a very important market for Vietnam's textiles and clothing

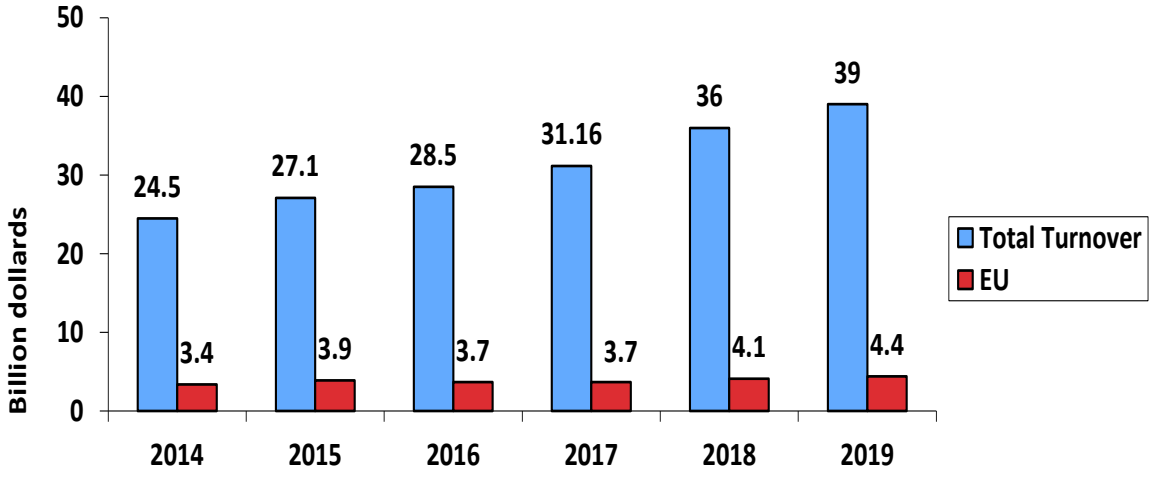


Figure 1: Turnover of Vietam's exported textiles and garment products to the EU market

Source: Vietnam's General Statistics Office

In line with the general trend in international trade, the EU countries do not use many quota and tariff measures, but focus on the construction of non-tariff barriers, of which technical barriers are the most common measure. As a member of the WTO, the EU's import management regime is also based on principles of this organization in order to protect consumers and domestic production. Particularly for textile and garment products, this market's system of technical barriers is very rigid, including:

- Product quality standards. The EU members are the leaders in applying ISO 9000. Quality management standards are not mandatory as registration for quality standards is a voluntary process in most countries. Hence, the requirement for ISO 9000 certification also depends on each specific partner, company or product. Nevertheless, according to advice from the European Business Information Center, once an enterprise is granted a certificate of compliance with an internationally recognized management standard, it means that the product of that enterprise will enter this market easier, especially for products from developing countries. Particularly for the EU - a particularly fastidious market, ISO 9000 is regarded an unwritten rule since ISO certificates can sometimes supersede product quality certificates on condition that the enterprise has met the European standard "EN 29002 or EN 29003".

- Regulations on consumer health and safety assurance. European regulations on product safety are all centered on putting in the market a product reaching the highest level of safety and health four the user. A product is regarded safe when it meets all the European provisions on product safety. When the contract does not contain European provisions for certain circumstances, the product must comply with the specific requirements of the member country, where the product will be sold. In the case there are no regulations of a member country, the product must follow rules, laws or hints from similar situations that may have occurred before; standards of the member countries, where

the product will be sold; standards from good practices related to health and safety; and finally, according to the highest desire for consumer safety. Currently, the EU prohibits using or restricts the use of substances suspected to be harmful to human health on textile and garment products, formaldehyde, lame retardants for textile and garment products, cords and drawstrings in children's clothing.

- Environmental standards. According to these regulations, the EU prohibits the import and sale of textile and garment products containing RS. A series of circulars, codes, laws, ordinances related to this matter has been issued by the EU, including the following provisions:

+ REACH Regulation: This is the European Commission (EC)'s a system of "Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals" for a number of items imported into the EU, including textiles and garments. In order to implement properly REACH regulation, textile and garment enterprise should set up a model for managing substances in production materials (which substance to be used, its properties, the information about which can be provided for the EU when required...) and perform supply chain management through such activities as setting requirements towards chemical suppliers, chemical suppliers must provide customers with Material Safety Data Sheets as per form conformable to REACH.

+ Environmental quality standards. Currently, the two most common standard systems voluntarily applicable to textiles and garments imported into the EU are ISO 14001 and EMAS (The European Eco - Management and Audit scheme). For EMAS code, it is most widely being applied particularly in Germany. EMAS is quite difficult for enterprises and also costly, enterprise therefore should apply ISO 14001. In the process of manufacturing textile and garment products, the main stages related to the issue of environment to which Vietnamese enterprises should pay attention when exporting goods to the EU are:

Production and reference material processing. The main raw materials used in manufacturing common textile and garment products are cotton and man-made fibers, hence many hazardous substances discharged, particularly in the process of growing materials and producing fabric. In the course of processing and finishing the fabric with many different steps, large amount of hazardous substances, such as oxygen, biocide will be released, and many toxins that cannot be destroyed by bacteria can also be found in the washing process, these are the cause of environmental problems. Printing and dyeing are also the two main stages that cause environmental pollution.

According to EU regulations, the percentage is not fixed on the fabric, ranging from12% for colorants and chromium and from 30-40% for reactive dyes and phosphorus. Textile and garment enterprises can refer to more environmentally friendly dyeing methods to bring greater efficiency in the dyeing process. There are guidelines worth noting during dyeing, namely: making the most of the dye by putting the fiber into a dye bath, avoiding the use of a dye-filled container for a small amount, considering whether to continue dyeing the following lots with the same or darker colour. Azo dye and other hazardous substances: these are dangerous dyes that can cause cancer thereby being banned from

circulation in Germany. In the Netherlands, these dyes are prohibited from using on bed sheets and clothes. There are about 120 types of azo dyes banned. Some other types are also prohibited in some EU member states such as pentachlorophenol.

- Regulations on social responsibility standards. Along with regulations on product quality, packaging, etc. the EU is also interested in improving working conditions in the textile and garment industry. Regulations on working conditions and social responsibility are applied by the EU according to SA 8000 and SA 8001. Accordingly, a number of campaigns are carried out, such as clean clothes campaign, ethical rules, a typical example of which is fair trade rules in the textile and garment industry, with taking into consideration the costs of food and drink, the degree of freedom in the company, non-crimination, health and safety at workplace... For Vietnamese enterprises, it is worth noticing that these are issues related to working conditions in the production process of their enterprises will have an impact on international importers or buyers. More and more European companies are taking the improvement of working conditions as a criterion for starting or continuing to do business with partners in developing countries.

- Regulations on packaging, labeling and product labeling. This provision is implemented under the Circular 96/74/EC regulating how to label textile and garment products sold in the EU, specifically:

+ Packaging: In addition to protecting the product from loss and damage during transport, the packaging of products should meet the requirements of importing countries and customers for environmental protection. Carefully examining the packaging, so that the products must be protected against the weather, temperature variation, careless handling and theft, etc.

+ Label: The label must state correctly the information about the fiber content of the product. Labels must be considered part of quality.

+Size: For textiles and garments, four basic body measurements often used to determine the size of the product are: body length, chest measurement, shoulder length and hip size. Presently, there is still no consensus on labeling of product size within the EU countries. Further, as the sizes required by each customer can vary greatly, every large textile and garment manufacturer tend to tabulate its own specific size.

+ Product labeling: The Fair Trade Labeling Program is being established and strongly implemented in Europe, specifically it was initiated by a few organizations such as the European Fair Trade Association (EFTA) and Transfair International and Havelaar Code. There are two types of content written on the label of a product as follows: 1. Mandatory requirements such as origin, fiber ratio, flammability;

+ Optional requirements: Washing instructions, size label. (vi) Rules of origin of goods. The EU is particularly concerned about the origin of the goods, as it relates to the entitlement to EU professional tax treatment. Considering and evaluating the origin of textile and garment products exported into the EU are based on the materials produced in that country. Especially, since January 1, 2011, a new provision of Rules of Origin was passed by the EC, which has some new features such as:

i Simplification of provisions of Rules of Origin includes one of the criteria: Content of domestic value, tax transfer or sub-item, processing activities, use of raw materials entirely in the beneficiary country. Flexible density level by country (if it is a slowly developing country, the content is only 30% or equivalent) or the proportion of the value of raw materials (for example, nylon (20% content), plastic or aluminum (30% content) fibers.

ii The EU is allowed to stipulate flexible domestic value contents for countries based on natural calamity situation, economic situation or a specific incentive program under the EU initiative.

iii Adjustment of cumulative origin: According to EU regulations on GSP, the GSP beneficiary countries can cumulate the origin with other countries in the same regional group to ensure that the processing is not insufficient as provided for. If the processing is not ensured as provided for, the product may still be considered for recognition of origin if the value processed in that country is greater than the value of the materials used in any country in the cumulative regional group. Also, the country in the cumulative regional group that has the highest customs value is considered the country of origin of the product. There are four regional groups enjoying tariff preferences under the EU's GSP, in which, Vietnam is in Group I including Brunei-Darussalam, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia and the Philippines. Depending on the requirements of the beneficiary country, accumulation is conducted among the countries in Group I (including Vietnam) and Group III which may be conditional. Therefore, exporters must be careful in using the cumulative origin, must see if the input materials of the countries in the region are eligible for preferences or are excluded.

Currently, the goods exported to the EU market with 'pure' origin from Vietnam are very few. Most products have undergone the production process in two or more different countries. The way to determine the origin of goods depends on the laws of each country, but the most basic way is, apart from goods of 'pure' origin, the goods that have been 'basic mutilated' in the market of the exporting country are also accepted as origin from this country. Goods are considered 'basic mutilated' when having undergone a manufacturing process and substantially changed the name, properties or materials used. This is a new type of barrier, thus Vietnamese enterprises, if grasping these regulations, will certainly have an opportunity to overcome these technical barriers to both export their goods to this market and take advantage of the preferences offered by the EU.

5. Recommendations for overcoming technical barriers to Vietnam's textile and garment products into the eu market

To of Vietnam the technical barriers to textile and garment exports, more than ever, the necessary and decisive solution to Vietnam's ability to overcome barriers is to continue to innovate more strongly in thought and awareness on both sides of the State and textile and garment enterprises of Vietnam. This is a requirement and also the basic and most important solution to ensuring the accessibility to the US, EU and Japan markets of Vietnamese enterprises. However, until the present, many Vietnamese enterprises, mainly

SMEs, due to their small scale, limited capacity and resources, have not paid much attention to market requirements. There have been many large, more professional and methodical enterprises that have studied, explored the market before proceeding to export their products, however, this number is not large and the grasp of the market requirements is also at a moderate level. Hence, some specific solutions include:

- Applying an advanced quality management system in the most advantageous and vulnerable sectors: Vietnam has advantages in exporting leather shoes, textiles and garments, etc. In the CPTPP, FTA, there are chapters stipulating textiles and garments, and current regulations of the three major markets of Vietnam, i.e. the US, EU and Japan. Since these markets attach special importance to consumers' health, safety and the environmental protection, they often set very strict fire and environmental protection standards. These standards are really barriers to Vietnamese textile and garment enterprises, especially SMEs, due to the high requirements for raw and ancillary materials, machinery and equipment, technology. The domestic textile and garment industry, therefore, must build and apply advanced quality management systems according to ISO standards ISO (ISO 9001, ISO 17020, ISO 14001, ISO/IEC 17025, GMP...). Or in the production of agricultural products, it is necessary to set VietGAP or GLOBALGAP... standards; only by doing so can enterprises penetrate and expand their export markets.

- Strengthening communication and dissemination of laws on technical barrier: One of the reasons why technical barriers become difficult to overcome is because they exist in many diverse, complex, difficult to identify and frequently changing forms. Enterprises in developing and less developed countries often have difficulty in understanding and collecting information about technical barriers of importing countries due to the weak information system. Also, they have very little information and their knowledge is very limited about technical barriers at the markets they will export their products to. For that reason, developing and less developed countries are the most disadvantaged countries from technical barriers.

- Regarding rules of origin: As in the FTA Vietnam signed with the EU (EVFTA), the rules of origin require staring from fabric, but in TPP agreement, the rules require starting from fiber, it means that all raw and ancillary materials for manufacturing process from fiber onward must start from TPP member countries. In the context of Vietnam's textile and garment industry at present, over 50% of material and ancillary materials are imported from abroad, 48% of which come from China (according to Chinhphu.vn - TH), the rest are from South Korea and Taiwan. With dependence on raw materials as such, it will be very difficult for domestic textile and garment enterprise to access the preferential tariffs in the trade agreements they signed.

- Regarding labeling: Vietnam needs to actively negotiate with importing countries to minimize regulations that are above necessity and assure more transparency in regulations on labeling of import markets. At the same time, enterprises must study, explore and be aware of the regulations and legitimate labeling requirements of import markets for fiber compensation, country of origin, instructions for use to take measures to adapt to, meeting these standard and regulations.

- Regarding social responsibility: it is necessary to propagate so that people can understand the true nature of the "social responsibility" issue and codes of conduct, especially in enterprises, managers and macro policy makers.

- The State should apply quality management systems in line with the standards of the partner market in association with the renewal of technological equipment and environmental protection. We also should attach importance to investment in the development of supporting industries to be proactive in material resources to meet the requirements of rules of origin in FTAs. Also, Support enterprises in applying modern technical advances to textile and garment production: Focus on raw and ancillary material production technology, packaging technology; Strengthen links with organizations of countries to attract new technology. Support enterprises in highly professionally qualified official and worker training: Sending officials, workers to study abroad or inviting foreign experts to teach; investing in universities with textile and garment industry to train a team of highly skilled workers, vocational schools, etc. or the State supports enterprises with on-the-job training and project-based training.

- Enterprises should also actively and proactively implement solutions to overcoming the limitations, overcoming the non-tariff barriers mentioned above. For example, enterprises need to take the initiative in updating information about practices and provisions of law related to the exports of partner countries, invest in branding, improving benefits and working environment of workers in the long run...Enterprises proactively invest in improving production, increasing technology capacity, requiring production in a closed cycle, proving the origin of products and materials to ensure the satisfaction of requirements in standards and codes of foreign countries, or Strengthening and improving the linkability, cooperation and effectiveness of cooperation between domestic textile and garment enterprise and foreign textile and garment enterprises in Vietnam or import partners of textiles and garments to increase their ability to meet and exceed technical barriers to boost Vietnam’s textile and garment exports.

REFERENCE

1. Bao X., and Qiu Larry D. (2012), “How Do Technical Barriers to Trade Influence Trade”, review of international Economics, volume 20, issue 4, p.691-706.
2. Đặng Thị Huyền Anh (2017), Hiệp định EVFTA và một số vấn đề đặt ra đối với xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU, Tạp chí Tài chính, link bài:

   http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/hiep-dinh-evfta-va-mot-so-van-de-dat-ra-doi-voi-xuat-khau-cua-viet-nam-vao-thi-truong-eu-129830.html
4. Nguyễn Thành Danh (2005), "Thương Mại Quốc Tế (Vấn Đề Cơ Bản)", *Nxb Lao động - Xã hội.,*
5. Đỗ Thị Đông (2011), *Phân tích chuỗi giá trị và tổ chức quan hệ liên kết của các doanh nghiệp may xuất khẩu ở Việt Nam,* Luận án tiến sĩ kinh tế.
6. Nguyễn Thị Phương Dung và Nguyễn Thị Ngọc Hoa (2012), “Các rào cản kỹ thuật thương mại khi xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam vào thị trường Nhật”, Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 23b, p. 215-223.

7. Nguyễn Thị Mão (2001), "Hệ thống rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế và những giải pháp để vượt rào cản kỹ thuật của các doanh nghiệp Việt nam", *Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ,*
8. Mahdi Ghodsi (2018), Determinants of specific trade concerns raised on technical barriers to trade EU versus non-EU, Empirica, volume 45, pages 83-128(2018)
9. Maskus, Keith E.; Wilson, John S.; Otsuki, Tsunehiro (2000). Quantifying the Impact of Technical Barriers to Trade : A Framework for Analysis. Policy Research Working Paper; No. 2512. World Bank, Washington, DC. © World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/19754 License: CC BY 3.0 IGO."
10. Trần Văn Nam (2015), Tác động của các quy định về rào cản kỹ thuật trong hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EU đối với Việt Nam, Tạp chí Kinh tế Đối ngoại, số 70, tháng 2/2015.
11. Vũ Thị Như Quỳnh (2016), "Công nghiệp hỗ trợ ngành dệt may Việt Nam trong thời hội nhập: Thực trạng và giải pháp phát triển", Hội thảo quốc tế: Cùng doanh nghiệp vượt qua thử thách - Quản lý đổi mới và sáng tạo trong DNVVN (ICECH2016), tr 41 - 48.
12. Đinh Văn Thành (2005), "Nghiên cứu các rào cản trong thương mại quốc tế và đề xuất các giải pháp đối với Việt Nam", Nhà xuất bản Lao động xã hội, Hà Nội,
13. Myint Hla (1977), "Adam Smith's theory of international trade in the perspective of economic development", Economica, 44 (175), 231-248.

NON-TARIFF POLICIES OF ASEAN AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM
CHÍNH SÁCH PHI THUẾ QUAN CỦA CÁC NƯỚC ASEAN VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

Tran Viet Thao, PhD
Nguyen Thi Phuong Ly, MA
Thuongmai University

Abstract

After the ASEAN Economic Community (AEC) was formed in late 2015, ASEAN basically became a common market, comprising about 600 million people, with a total GDP of nearly US $ 2800 billion, creating a relatively synchronous production space, helping promote the common advantages of the ASEAN region. With the power of 10 Southeast Asian countries together with the removing of tariff and non-tariff barriers, a vast market has opened up for Vietnamese businesses in commodity exchange and trade, attracting investment and participating more deeply in regional supply chains. Goods, services, capital, investment and skilled labor will be freely circulated within ASEAN without any discrimination among members. Participating in the process of building this community, Vietnam has more opportunities to access markets inside and outside the region, thereby expanding markets, diversifying exports; stabilizing import sources and lowering import input prices, thereby contributing to economic restructuring and realization of socio-economic development goals.

Keywords: *ASEAN, AEC, Non-Tariff, Import and Export*

Tóm tắt

Sau khi Cộng đồng ASEAN (AEC) được hình thành vào cuối năm 2015, ASEAN cơ bản trở thành một thị trường chung, bao gồm khoảng 600 triệu dân, với tổng GDP gần 2800 tỷ USD, tạo nên một không gian sản xuất tương đối đồng bộ, giúp phát huy lợi thế chung của khu vực ASEAN. Với sức mạnh của 10 quốc gia Đông Nam Á cùng với hàng rào thuế quan và phi thuế quan được gỡ bỏ, một thị trường rộng lớn đã mở ra cho các doanh nghiệp Việt Nam trong trao đổi hàng hóa, thương mại, thu hút đầu tư và tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất, cung ứng khu vực. Hàng hóa, dịch vụ, vốn, đầu tư và lao động có tay nghề sẽ được tự do lưu chuyển trong ASEAN mà không chịu bất cứ sự phân biệt đối xử nào giữa các thành viên. Tham gia vào tiến trình xây dựng cộng đồng này, Việt Nam có thêm nhiều cơ hội để tiếp cận thị trường trong và ngoài khu vực, qua đó mở rộng thị trường, đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu; ổn định nguồn nhập khẩu và hạ giá đầu vào nhập khẩu, từ đó, góp phần dịch chuyển cơ cấu kinh tế và thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế-xã hội.

Từ khóa: *ASEAN, AEC, Phi Thuế Quan, Xuất Nhập Khẩu*

Introduction

The establishment of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 is a landmark achievement in the ASEAN economic integration agenda. The AEC is meant to facilitate the free flow of goods, services and investments, as well as the flow of skilled labor and capital.

The AEC promotes integration, competition, enhances connectivity, specialized cooperation, creates a balance and brings the ASEAN region deeper into the global economy. Therefore, AEC is the most valuable achievement of the ASEAN region, because it includes not only economic growth but also integration on the political, social and cultural pillars of all members.

AEC's remarkable achievements so far can be clearly seen by eliminating tariffs on 99% of goods traded in ASEAN-6 countries (Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore and Thailand). CLMV countries (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam) have also made significant progress. Tax rates in Vietnam have been reduced to 0-5% on about 90% of tariff lines and more must be done to take full advantage of AEC's potential. Non-tariff barriers (NTBs) to trade continue to maintain a strong presence in the ASEAN region - according to the World Trade Organization (WTO), nearly 2,500 NTBs are currently being implemented

The study focuses on analyzing non-tariff policies of ASEAN countries since then, with implications for Vietnam, the study also shows Vietnam's achievements in trade and investment in ASEAN integration. The study also points out the advantages and disadvantages in this organizational input process. This study is based on a qualitative research perspective through analytical method that describes statistics and comparisons. Data sources used in the study are mainly secondary data from World Bank, Asean Secretariat, UNCTAD, etc.

Overview of ASEAN economic situation

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) was established on August 8, 1967 in Bangkok, Thailand, with the signing of the ASEAN1 Declaration (Bangkok Declaration). The declaration was signed by the founding members of ASEAN, namely Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore and Thailand, also known as ASEAN-5. Brunei Darussalam joined the association on January 7, 1984, followed by Vietnam on July 28, 1995, Lao People's Democratic Republic (PDR) and Myanmar on July 23, 1997 and Cambodia on April 30, 1999, forming today are ten ASEAN member states (AMS) or ASEAN-10. The following four countries: Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam are also known as CLMV countries.

The ASEAN Economic Community (AEC) was formally established on December 31, 2015, including the ASEAN Political Security Community, the ASEAN Economic Community and the ASEAN Socio-Cultural Community. Over the next ten years, ASEAN integration will be guided by the 2025 ASEAN Community Vision and three corresponding 2025 Community Blueprints also known as ASEAN-5.

ACE is a regional linkage model based on ASEAN's existing economic links with

key features such as: (i) AEC connects 11 areas where ASEAN has competitive advantages: agriculture, timber and wooden products, textiles, electronics, rubber, cars, footwear, tourism, transportation and aviation. (ii) AEC has innovations on tariffs, non-tariff measures, customs procedures, competition policy, intellectual property, services, investment, environment, labor market and human resource development. (iii) AEC includes many bilateral and multilateral agreements. (iv) It is expected that by 2025, AEC will further promote economic development in the region and create 14 million new jobs.

Figure 1: Year of accession of each country to ASEAN

Hình 1: Năm gia nhập của mỗi quốc gia vào ASEAN

Sources: Celebrating ASEAN: 50 Years of Evolution and Progress (2017)

Economic progress in Asean

The disruption in global trade due to trade tensions reduced global GDP growth in 2018 to 3.6% and weakened the forecast for 2019 to 3.0%, for 2020 to 3.4%. (See Table 1). Financial risks caused by non-government sector debt and the company's default debts are also causing global economic instability. Growth in both the Euro Area and Japan was censored. For the Euro Area, lower growth was due to industrial adjustment, ??? pressure and Brexit uncertainty, while for Japan, this was a faint trade and disaster industry. The US economy, on the other hand, strengthened, driven by consumption and industrial production, although trade also decreased. However, the outlook based on the US yield curve shows an economic slowdown. While there are some signs of moderation, growth in Asia remains strong.

Within ASEAN, economic growth in 2018 remained strong at 5.2%, driven by strong domestic demand and investment. In the context of slowing trade growth, the implementation of major infrastructure projects and national elections in a number of countries are expected to significantly support the regional economy.

Table 1: Growth of gross domestic product (GDP), in%

	2017	2018	2019f	2020f
World	**3.8**	**3.6**	**3.0**	**3.4**
Advanced Economies	**2.4**	**2.3**	**1.7**	**1.7**
Emerging and Developing Economies	**4.8**	**4.5**	**3.9**	**4.6**
ASEAN	**5.3**	**5.2**	**4.5**	**4.7**
Brunei Darussalam	1.3	0.1	1.0	1.5
Cambodia	7.2	7.5	7.0	6.8
Indonesia	5.1	5.2	5.1	5.2
Lao PDR	6.9	6.3	6.2	6.2
Malaysia	5.7	4.7	4.5	4.7
Myanmar	6.8	6.8	6.6	6.8
Philippines	6.7	6.2	6.0	6.2
Singapore	3.7	3.1	0.7	1.4
Thailand	4.0	4.1	3.0	3.2
Viet Nam	6.8	7.1	6.8	6.7

Note: Growth rates of GDP in constant prices. p - preliminary, f - forecast.

Sources: ASEAN Secretariat (November, 2019) for ASEAN and ASEAN Member States (AMS) up to 2018 except for Cambodia (2018) and Myanmar (2018) and ASEAN preliminary estimate 2018; Asian Development Bank (April 2019) for ASEAN preliminary estimate 2018, and forecasts for ASEAN and AMS for 2019 and 2020; International Monetary Fund (April 2019) for all others.

Foreign direct investment and trade

After a long period of modest, global trade recovery in 2017 proceeded to 2018, albeit at a weaker pace (See Table 2). The outlook for 2019 is still uncertain, awaiting the results of trade negotiations between the US and China. The recent tension of trade tensions has increased risks, with the US imposing a 25% tariff on imports worth billions of dollars from China, and China has announced plans to retaliate its tariffs on US $ 60 billion worth of products, effective from June 1, 2019.

Preliminary estimates of trade in goods in ASEAN show moderate growth of 8.1% in 2018, from 15.0% in 2017. Singapore has maintained its trade momentum, while notable extensions have been observed in Laos and Brunei Darussalam. In services, preliminary estimates show stronger trade in services, with an upward trend observed across all ASEAN member states.

Meanwhile, global FDI continued to decline, down 13.4% in 2018. Capital inflows into advanced economies decreased significantly by 26.7% compared to the same period last year, due to US multinational businesses moved to America. FDI to emerging and developing economies, on the other hand, increased by 2.2% compared to the previous year. For ASEAN, capital flows improved by 5.3% to reach USD 151.2 billion in 2018.

Table 2: Growth of trade and foreign direct investment (FDI), in %

Country	Trade in Goods			Trade in Services			FDI		
	2010-2016	2017	2018p	2010-2016	2017	2018p	2010-2016	2017	2018p
Global	**3.6**	**10.7**	**10.0**	**n.a**	**n.a**	**n.a**	**7.3**	**-22.0**	**-13.4**
US	4.8	6.9	8.2	11.8	5.1	13.8	18.5	-41.2	-9.2
China	7.6	11.4	12.6	9.0	6.1	6.9	5.0	0.3	3.7
ASEAN	5.5	15.0	8.1	5.0	5.6	6.9*	15.5	23.5	5.3

*Note: * Based on UNCTAD data excluding Brunei Darussalam, Cambodia and Lao PDR.*

Sources: Trade: UNCTAD International Trade Database (April 2019); FDI: UNCTAD World Investment Report (June 2019); ASEAN Figures: ASEAN Secretariat (May 2019)

Non-tariff measures in international trade

Non-tariff measures (NTMs) include measures that change international trade conditions, including trade restrictive policies and regulations, as well as policies that facilitate trade. NTMs are often incorrectly referred to as non-tariff barriers (NTBs). The difference is that NTMs include wider measures than NTBs. These measures are issued by the Government in a discriminatory manner to give priority to domestic suppliers over foreign ones. In the past, NTMs were mostly a form of quotas or export restrictions, so the word "barrier" was often used. However, up to now, policy interventions have taken more forms and accordingly, the term "measure" is used instead of "barrier" to emphasize that such measure may not necessarily reduce trade or benefit.

The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2010) defines: “NTMs are policy measures other than ordinary customs tariffs that can potentially have an economic effect on international trade in goods, changing qualities traded, or prices or both.”

Non-tariff policies and measures include all trade costs related to policies arising from production to final consumption, except for tariffs. NTMs are classified according to technical measures (sanitary and phytosanitary standards, technical barriers to trade and pre-shipment inspection) and non-technical mesures. These measures are more clearly distinguished by hard measures (such as price and quantity control measures), threats (such as anti-dumping and safeguard measures) and other measures such as finance related to trade and investment. In fact, NTMs have the ability to "distort" international trade, whether the trade effects of the measures are protectionist or not.

In order to identify and distinguish NTMs, detailed classification is needed. In addition, to facilitate data collection and analysis, NTMs are grouped into different groups such as hard measures, threat measures, sanitary and phytosanitary standards (SPS), technical barriers to trade (TBT), and others. Each of these groups includes different types

of NTMs. According to UNCTAD, NTMs are classified into chapters, depending on the scope and characteristics of each non-tariff measure. Each chapter is divided into small groups to allow the classification of regulations affecting trade. Accordingly, NTMs are classified into 16 chapters (A to P; see Appendix) and each chapter is divided into groups with depth up to three levels (1, 2 and 3 digits). Although some chapters achieve a 3-digit classification, most stop at 2 digits. All chapters reflect the importing country's requirements for goods imported into that country, with the exception of measures for export (chapter P).

Table 3: International Classification of NTMs

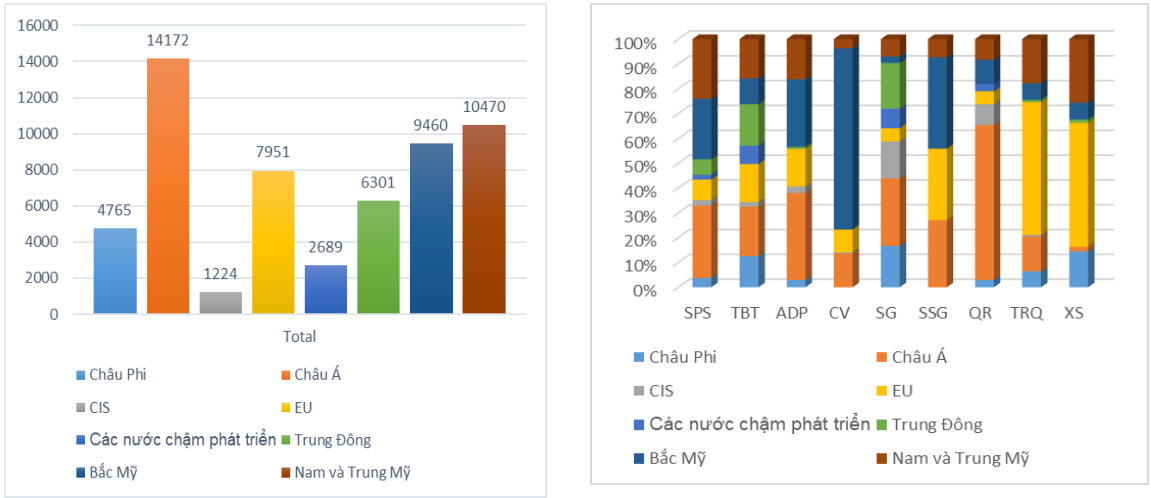
Imports	Technical measures	A.	Sanitary and Phytosanitary Measures
		B.	Technical Barriers to Trade
		C.	Pre-shipment inspection and other formalities
	Non-technical measures	D.	Contingent trade-protective measures
		E	Non-automatic licensing, quotas, prohibitions and quantity-control measures other than for SPS or TBT
		F	Price-control measures, including additional taxes and charges
		G	Finance measures
		H	Measures affecting competition
		I	Trade-related investment measures
		J	Distribution restrictions
		K	Restrictions on post-sales services
		L	Subsidies (excluding export subsidies under P7)
		M	Government procurement restrictions
		N	Intellectual property
		O	Rules of Origin
Exports		P	Export-related measures

Source: UNCTAD, 2016

Non-tariff policy of ASEAN countries

Since the financial crisis and economic recession originated in the US in mid-2008, trade protectionism with trade restrictive measures have been used by many countries, including groups of developed and developing countries. This makes the process of economic recovery and international trade development more difficult.

Figure 2: Number of non-tariff measures in force in WTO member countries as of December 31, 2019



Anti dumping [ADP], Countervailing [CV], Quantitative Restrictions [QR], Safeguards [SG], Sanitary and Phytosanitary [SPS] [Ordinarias, Urgentes], Special Safeguards [SSG], Technical Barriers to Trade [TBT] [Medidas regulares], Tariff-rate quotas [TRQ], Export Subsidies [XS]

Source: http://i-tip.wto.org/goods/Forms/MemberView.aspx?mode=modify&action=search

Figure 1 shows that Asia is the region that uses the most non-tariff measures, with a total of non-tariff measures including TBT, SPS, ADP, CV, SG, SSG, QR, TQ, and ES equivalent to 14,172 measures; this is also the area where SPS, TBT, ADP, SG and QR measures are used the most. Countries in South and Central America use the second most non-tariff measures with a total of 10,470 measures; countries in North America and EU use non-tariff measures with a total of 9,460 and 7,951, respectively rank the third and the fourth. Currently, the EU is the region with the most effective number of TRQ measures out of all regions in the world. Countries in the Africa region use the smallest number of non-tariff measures, 4,765, less than the Middle East countries, which currently use 6,301 measures.

Among the 10 ASEAN countries, Thailand, Philippines, Indonesia, Malaysia, Singapore and Vietnam are the countries that use many non-tariff measures in the trade protection policy. The remaining countries such as Brunei, Myanmar, Cambodia, and Laos are the ones that rarely use non-tariff measures. These countries use less than 10 SPS and TBT measures, especially have not used trade remedies nor tariff quota. Below are some basic characteristics of the use of non-tariff measures in the trade policies of some typical ASEAN countries in terms of the number of non-tariff measures used.

Table 4: Number of non-tariff measures in force in ASEAN countries as of December 31, 2019

ASEAN	SPS	TBT	ADP	CV	SG	SSG	QR	TRQ	XS	Total
Brunei Dausalam	3	2	0	0	0	0	0	0	0	5
Cambodia	0	22	0	0	0	0	0	0	0	22
Indonesia	130	127	37	0	9	0	0	2	1	306
Myanmar	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Philippin	449	284	2	0	7	11	21	14	0	788
Singapore	62	67	0	0	0	0	143	0	0	272
Thailand	383	669	43	0	3	0	112	23	0	1233
Vietnam	108	156	12	0	4	0	0	2	0	282

Source: http://i-tip.wto.org/goods/Forms/MemberView.aspx?mode=modify&action=search

By the end of 2019, **Thailand** has about 20% of goods and 30% of import value affected by non-tariff barriers, mainly SPS and TBT barriers; more than 90% of agricultural products imported into Thailand are subject to these non-tariff measures, while only more than 10% of non-agricultural products are affected by non-tariff barriers. On average, each agricultural product imported into Thailand is affected by 9.6 non-tariff measures, while each non-agricultural import item and the country are affected by 0.5 non-tariff measures. According to WTO statistics, Thailand is the leading country in ASEAN in the number of non-tariff measures with trade restrictive effects. Specifically, Thailand has 383 SPS measures and 669 TBT measures being announced, 20 SPS measures and 40 TBT measures in force. Products such as food, cosmetics, beverages, etc. imported into Thailand must comply with the strict technical regulations of this market, including the labeling regulations. According to Thai regulations, labels of food products must be licensed by the Food and Drug Administration. In addition, Thailand has 43 anti-dumping decisions, 3 trade remedies decisions, 112 quantity restriction measures and 23 tariff rate quota measures in force. Regarding quantitative measures, Thailand still uses import licenses for goods such as raw materials, gasoline, industrial machinery, garments, pharmaceuticals, agricultural products. Imported goods such as food, pharmaceuticals, medical equipment and cosmetics must be licensed by the Food and Drug Administration. In addition, for some products when imported, Thailand also requires certification of origin, subject to additional fees, such as inspection fees for food quality and safety of meat products. On August 16, 2018, Thailand's Ministry of Environment announced that it would ban the import of 432 types of electronic waste from electronic circuits to electronic waste from old TVs and radios within the next six months. This prohibition aims to protect the environment in the context of China and some countries in the region have similar provisions.

The Philippines has the second largest number of non-tariff measures in the region, with 449 SPS measures, 284 TBT measures, 21 quantitative restriction measures and 14 tariff quota measures. The Philippines rarely uses trade remedies, only 2 anti-dumping decisions and 7 trade defense decisions are in effect. The country attaches great

importance to the use of SPS measures on imports including live animals, plants and animal products, plants and organic agricultural products. The Philippines maintains tariff quotas on imported goods such as live cattle and poultry, beef, pork, lamb, goat meat, poultry meat, corn, potatoes, rice, and sugar. The Philippines is moving towards abolishing tariff quotas on rice. According to UNCTAD statistics, more than 70% of goods and the value of imports into the Philippines are affected by non-tariff barriers, mainly the TBT barrier and quantitative measures. 100% of agricultural products and about 70% of non-agricultural products are affected by non-tariff barriers. On average, an agricultural product item imported into this country is affected by 14.6 non-tariff measures. This shows that the Philippines has mainly implemented trade protection policies on agricultural products, in which the country uses TBT measures and quantity restriction measures being the main barriers to imported agricultural products.

Indonesia, by the end of 2019, has 130 SPS measures and 127 TBT measures, including 52 valid SPS and 24 TBT measures. The country currently has 37 anti-dumping decisions, 9 trade safeguard decisions and 2 effective tariff quotas. Time to check the quality of imported goods in Indonesia is assessed to be quite high, for example, the average time to inspect children's toys is 80-90 days (USTR, 2018). In addition, regarding TBT measures, foods, pharmaceuticals, cosmetics and chemical products when imported into this market need to be checked for Halal Certification to ensure there is no banned substance under Islamic Law and hygienic requirements are met in the process of production, packaging, storage and distribution. To be granted that certificate, imported goods also have to bear the costs of inspection and certification. This is a specific regulation in this market, becoming a barrier of many exporters in the world. In addition, for goods that are packaged food and fast food, the labeling regulations must be ensured, including the content of sugar, salt and fat in the product. Indonesia still uses import license as a measure to manage and restrict imports for agricultural and some non-agricultural products. Alcohol is a commodity that is controlled by quotas when imported into this market.

Also according to WTO statistics, by the end of 2019, Vietnam has 108 SPS measures and 156 TBT measures, in which 32 SPS measures and 36 TBT measures are in force. Vietnam has 12 anti-dumping decisions, 4 trade defense decisions and 2 tariff rate quota measures in force. Among the TBT measures in Vietnam, there are 7 measures expressed by WTO members that express trade concerns on the grounds that these measures may cause trade damage to exporters, but all trade concerns by TBT have been addressed through discussions and considerations between Vietnam and the members expressing their concerns, or through Vietnam receiving members' comments to adjust in accordance with WTO rules so that disputes do not occur. Regarding trade remedies, Vietnam has made 7 anti-dumping decisions in force with its partners namely China, Malaysia, Indonesia and Taiwan (regarding cold-rolled stainless steel products), with Chinese and Korean partners (regarding galvanized steel products) and with Chinese partners for H-shaped steel items. Five cases in which Vietnam is using safeguard measures include: vegetable oil, monosodium glutamate, steel billet and long steel,

corrugated iron, and fertilizers.

UNCTAD statistics show that about 50% of imports into Vietnam are affected by non-tariff barriers, of which about 60% of imports are affected by technical barriers. Vietnam uses more non-tariff barriers on agricultural products than non-agricultural products. Up to 97% of agricultural products, while only 57% of non-agricultural products, are affected by non-tariff barriers. On average, one agricultural product imported into Vietnam is affected by 12 non-tariff measures, while a non-agricultural product is only affected by 1 non-tariff measure.

The implementation of commitments to facilitate trade in ASEAN has recently brought about achievements, helped to reduce costs and time for importing and exporting procedures. The time and costs require for importing and exporting by ASEAN members very differently. According to 2018 World Bank data on simplifying cross-border trade, Singapore is ranked 45th, Vietnam ranks 100th out of 189 countries surveyed in the world.

Table 5: Time and costs to conducting import and export procedures of ASEAN countries in 2009 and 2018

Countries	Time of completing export procedures (hours)		Export costs (USD/cont)		Time of import procedures (hours)		Import costs (USD/cont)	
Year	2009	2018	2009	2018	2009	2018	2009	2018
Brunei	672	272	630	430	456	180	708	445
Campuchia	528	180	732	475	720	140	827	360
Indonesia	504	225	704	393	648	206	660	547
Lào	1200	69	1860	375	1200	71	2040	339
Malaysia	432	38	450	248	336	43	450	273
Myanmar	N/A	286	N/A	572	N/A	278	N/A	667
Philippines	384	78	816	509	384	216	819	630
Singapore	120	12	456	372	72	36	439	260
Thai Lan	336	55	625	330	312	54	795	276
Đông Timor	600	129	1010	450	624	144	1015	525
Việt Nam	756	105	756	429	504	132	940	556

Nguồn: Doing Business Report 2010-2019

The ASEAN Trade Facilitation Commitment Program has called upon members country to simplify their rules of origin, to agree on product and technical standards. In this program, Member States have made efforts to conduct negotiations towards the establishment of the ASEAN Single Window with the aim of: (i) Agreeing the declaration

of information and data; (ii) Synchronize information and data processing; (iii) Agree on import and export procedures.

It can be seen that ASEAN countries have achieved achievements in the implementation of trade facilitation in accordance with the ASEAN Community General Trade Action Action Plan 2025 with the application of technical assistance of WTO facilating framework. This is clearly shown by the fact that the time and cost of import and export procedures have decreased significantly in most ASEAN countries (except Myanmar because there is no reference data) in 2 years 2009 (the year of joining ATIGA). and 2018.

However, at present, the enterprises in the sectors are still quite concerned about the way the ASEAN Single Window mechanism works, due to the following reasons: (i) The negotiation process to implement the ASEAN one mechanism is slow, because the more developed countries in ASEAN want to use their economic strength to create advantages in the negotiations, causing businesses to lose a competitive advantage. (ii) Enterprises Private uncertainty about the effectiveness of the ASEAN Single Window.

The international economic integration process has helped Vietnam make significant improvements in the business environment and promoteed the trade facilitation. Although the time and costs of implementing import and export procedures have decreased significantly after 10 years of joining ATIGA, Vietnam's trade facilitation level is not high. Most of Vietnam's indices are below the regional average. This suggests that Vietnam needs to develop a trade facilitation strategy in line with international practices, improve the customs environment, enhance the qualifications of customs officers, and build a management information system. risk, in order not to be left behind compared with of the regional and world development level.

Implications for Vietnam

After 24 years of Vietnam's accession to ASEAN, the region has become one of Vietnam's leading important economic and trade partners. Compared to the time of joining the ASEAN Free Trade Area (AFTA) in 1996, the total import-export turnover between Vietnam and the ASEAN region has increased by more than 9.5 times, from USD 5.9 billion in 1996 to nearly USD 56.3 billion in 2018 and USD 57.4 billion in 2019. In which, export turnover is USD 25.3 billion (increase 1.9%) and import turnover is 32.1 billion USD (increase 0.8%) in 2019.

In addition to the benefits of economic growth, integration into the ASEAN economic region also brings positive impacts to Vietnam's export of goods in the direction of diversifying export commodity structure, increasing attraction from foreign direct investment (FDI) as well as expanding investment opportunities to ASEAN countries and business opportunities from outside; creating opportunities for businesses to improve competitiveness; accessing to science and technology resources, learning advanced management experience, contributing to improving the qualifications and capacity of staff and training high quality human resources. In addition, the positive impacts from AEC will contribute to making changes in the development and improvement of domestic policies, laws and procedures, more in line with the requirements of international integration.

Table 6: Trade and investment of ASEAN members 2018

Trade

	Brunei Darussalam	Cambodia	Indonesia	Lao PDR	Malaysia	Myanmar	Philippines	Singapore	Thailand	Viet Nam	ASEAN
Total trade in goods (US$m)	10,728.8	30,878.3*	351,806.5	11,389.0	464,821.0	35,991.3	182,607.1	782,656.9	432,977.9	479,806.7	2,783,663.5
- Intra-ASEAN (%)	29.8	27.2*	24.1	60.6	27.2	35.8	21.6	25.6	23.6	11.7	23.0
- Extra-ASEAN (%)	70.2	72.8*	75.9	39.4	72.8	64.2	78.4	74.4	76.4	88.3	77.0
- Total exports (US$m)	6,571.4	13,067.0*	180,215.0	5,540.8	247,354.0	16,654.2	67,487.9	411,973.3	241,010.5	242,969.2	1,432,843.4
- Total imports (US$m)	4,157.4	17,811.4*	171,591.5	5,848.1	217,467.1	19,337.1	115,119.2	370,683.6	191,967.4	236,837.4	1,350,820.1
Total services trade (US$m)	1,799.5	7,493.1	57,125.3	2,029.3	79,325.6	6,727.0	61,714.4	335,529.4	121,459.6	30,030.0	703,233.1
- Total exports (US$m)	551.4	4,608.2	24,647.0	883.9	37,010.2	3,846.0	35,605.3	164,706.5	75,658.2	13,025.0	360,541.6
- Total imports (US$m)	1,248.1	2,884.8	32,478.4	1,145.3	42,315.4	2,881.0	26,109.1	170,823.0	45,801.4	17,005.0	342,691.5

Investment

	Brunei Darussalam	Cambodia	Indonesia	Lao PDR	Malaysia	Myanmar	Philippines	Singapore	Thailand	Viet Nam	ASEAN
Total FDI inward flows (US$m)	503.9	3,102.6	21,979.9	1,319.6	8,071.6	3,554.0	9,802.4	77,630.5	13,248.5	15,500,0	154,713.0
- Intra-ASEAN (%)	12.6	25.4	53.9	15.3	5.9	59.4	10.1	4.4	13.8	18.4	15.9
- Extra-ASEAN (%)	87.4	74.6	46.1	84.7	94.1	40.6	89.9	95.6	86.2	81.6	84.1

Source: ASEAN Secretariat, UNICT

In addition to extensive and comprehensive participation in intra-regional cooperation, ASEAN is also a nucleus to help Vietnam facilitate the economic, trade and investment relations with other important partners such as: India, Korea, Japan, New Zealand, Australia, China, etc., through the signing of a free trade agreement (FTA) between ASEAN and these partners. It can be affirmed that the implementation of extensive and comprehensive economic cooperation of Vietnam with other countries in the region and around the world will not succeed as expected if it is not an active member in ASEAN.

Although there are many advantages to creating positive achievements in the process of ASEAN integration for Vietnam, we also recognize many limitations and challenges caused by objective and subjective causes.

Firstly, objectively, some difficulties can be mentioned such as: the protection wave in the world has not shown signs of decline, affecting multilateral and regional cooperation. In addition, although ASEAN is a large market, basically eliminating the tariff barriers, but in general, we do not have many key products with competitive advantages compared to other ASEAN countries. Regarding the labor market, we cannot compare with Indonesia, the Philippines; regarding services, we are inferior to Singapore, Thailand, etc.

Secondly, subjectively, the competitive environment will become fiercer due to regional economic integration, especially when member countries have relatively similar production characteristics and common strengths in many areas of manufacturing and services. Meanwhile, the competitiveness of the economy needs to be significantly improved, related to many factors such as: infrastructure constraints, including hard infrastructure (roads, ports, airports, energy, telecommunications, information technology, etc.) and soft infrastructure (legal systems, administrative apparatus, one door mechanism, etc.); limited human resources; speed of adjusting economic structure so that economic growth benefits are more evenly distributed; limiting perceptions of levels, sectors,

businesses and people in harmoniously responding to the process of economic integration.

The achievements that ASEAN economic integration has brought to Vietnam are very positive, but the challenges we face are not small. Therefore, in order to gain these achievements in a sustainable manner, ASEAN economic integration in the coming time needs appropriate orientations and policies.

In the coming time, especially in 2020, when Vietnam becomes ASEAN President, Vietnam need to show the orientation to continue considering ASEAN integration as one of the priorities in the process of international economic integration, affirming the spirit of initiative and dynamism in implementing initiatives to implement the ASEAN Economic Community, contributing to promoting the character of a dynamic, central and potential ASEAN economic region.

From building ASEAN into a central region, Vietnam continue to promote cooperation between ASEAN and partner countries, especially the EU when Vietnam is the coordinator in ASEAN-EU cooperation relations, and RCEP - the region represents 50% of the world's population and 32% of global gross domestic product (GDP).

In addition to integration, interdisciplinary coordination requires further improvement. Vietnam needs to support businesses, promote greater participation of the business community, industry associations, etc. in the international economic integration. On the one hand, the Government will continue to support the business community to make better use of the incentives of FTA agreements within the framework of ASEAN and ASEAN plus, as well as deeper participation in value chains and supply chains in the region and all over the globe. However, businesses also need to actively train to improve their capacity, increase their competitiveness, and grasp policies so they can cope with the competition in both quality and quantity that economic integration brings.

REFERENCES

1. ASEAN Economic Integration Brief Jakarta, ASEAN Secretariat, November 2019
2. Asian Development Bank (2019), 'Asian Development Outlook (ADO) 2019: Strengthening Disaster Resilience', April, retrieved from: https://www.adb.org/sites/default/fies/publication/492711/ado2019.pdf
3. Canback (2019), 'U.S. Recession Predictor', April, retrieved from: https://www.canback.com/news2/us-recession-predictor/
4. Celebrating ASEAN: 50 Years of Evolution and Progress Jakarta, ASEAN Secretariat, July 2017.
5. Đinh Văn Sơn (2019), Báo cáo thường niên kinh tế và thương mại 2019 - Bảo hộ thương mại và tác động đến xuất khẩu hàng hóa Việt Nam, Nhà xuất bản thống kê.
6. International Monetary Fund (2019), 'World Economic Outlook: Growth Slowdown, Precarious Recovery', April, retrieved from: https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2019/03/28/world-economic-outlook-april-2019
7. World Trade Organization và International Trade Centre UNCTAD/GATT, 2018. *World tariff profiles*. World Trade Organization.

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT OF VIETNAMESE TEXTILE & GARMENT INDUSTRY TO GRASP THE OPPORTUNITIES AND OVERCOME CHALLENGES IN THE NEW GENERATION FREE TRADE AGREEMENTS

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM ĐỂ NẮM BẮT CƠ HỘI VÀ VƯỢT QUA THÁCH THỨC TRONG CÁC HIỆP ĐỊNH TỰ DO THẾ HỆ MỚI

Dinh Thi Huong, PhD

Nguyen Ngoc Anh, MBA

Thuongmai University

Abstract

In the context of Vietnam integration into the world economy, signing multiple Free Trade Agreement (FTA) together with a strong inflow of investment from international enterprises into Vietnam, the competition in all market including intense competition in labour market has led to a need for the development of an overall human resources in Vietnam in general as well as the human resources in textile and garment enterprises in particular to meet the demand of new generation FTA such as The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTTP), EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA), etc. Based on the theoretical basis on the human resource development of enterprises, the research used a sample of 529 votes from 32 enterprises in the textile and garment industry in the context of joining the new generation FTA. The study performed the verification of Cronbach's Alpha reliability coefficient, exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), analysis of SEM model to analyse the collected data. The research results show an overview of the current situation of human resource development factors in enterprises in 's textile and garment industry to seize the opportunity and overcome challenges in the new generation FTAs.

Keywords: *development, human resources, textile and garment industry, Free Trade Agreement, FTA, the new generation FTAs*

Tóm tắt

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập vào nền kinh tế thế giới, ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA), làn sóng đầu tư của các doanh nghiệp nước ngoài vào nước ta như vũ bão làm cho sự cạnh tranh trên tất cả các thị trường trong đó có thị trường lao động ngày càng gay gắt trong đó cần phát triển nguồn nhân lực nói chung, nguồn nhân lực của các doanh nghiệp ngành dệt may nói riêng sẽ đáp ứng yêu cầu của các FTA thế hệ mới (CPTTP, EVFTA...). Từ cơ sở lý luận về phát triển nguồn nhân lực của DN. Nghiên cứu đã sử dụng mẫu gồm 529 phiếu từ 32 DN ngành dệt may trong bối cảnh gia nhập các FTA thế hệ mới. Nghiên cứu đã thực hiện thực hiện kiểm định thang đo hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá -EFA, phân tích nhân tố khẳng định CFA, phân tích mô hình SEM để phân tích dữ liệu thu thập được. Từ kết quả nghiên cứu thấy được bức tranh tổng quan thực trạng các yếu tố của phát triển nhân lực tại các DN ngành

dệt may Việt Nam, thảo luận kết quả thu được và những vấn đề đặt ra nhằm phát triển nhân lực tại các DN ngành dệt may Việt Nam để nắm bắt cơ hội và vượt qua thách thức trong các FTA thế hệ mới.

Từ khoá: *phát triển, nguồn nhân lực, ngành dệt may, hiệp định thương mại tự do, thế hệ mới*

1. Introduction

Currently, textile and garment is a key export industry of Vietnam and one of the key economic sectors that has many priority policies from the Government and potentially achieves rapid growth, contributing more to the State budget and the economy by joining in the Free Trade Agreements. According to the Vietnam Textile and Apparel Association, the export turnover of Vietnamese textile and garment industry in 2019 achieved about $39 billion US dollars, an increase of 7.5% compared to the previous year. America remains the largest export market with 42% increased compared to the total textile and garment export turnovers. At the markets of European Union, Japan, Korea, the turnovers are all very high. Statistics show that to date, Vietnamese textile and garment industry has about 2.5 million workers and by participating in the new generation FTAs with high labour standards will positively influence to Vietnam's labour market such as creating more jobs, improving wages especially in industries where Vietnam has advantages in human resources and low labor costs such as textile and garment sector. In order to properly execute the increasing technical standards, as well as utilise opportunities in the new generation FTAs, enterprises in the textile and garment industry are now demanding higher qualifications, reducing untrained workers. Besides specialised skills, enterprises also require experiences, communication skills, partner search, language skills, especially with management positions such as head of planning department, head of order management, etc. In addition to opportunities, many challenges of human resource development still exist such as currently in the textile and garment enterprises, only about 15% of workers have intermediate or higher qualifications, and also there is a labour shortage in this industry in particular trained labours. As a result, the professionalism of workers have not yet been guaranteed, the labour team is still unstandardized, and there is still a lack of a set for textile and garment skill standard and especially, the productivity of workers in Vietnam's textile and garment enterprises is still low compared to other countries in the region. In reality, the average productivity (based on the processing price) reaches $1.5 US dollar per hour in Vietnam's textile and garment enterprises. In particular, according to the International Labour Organisation (ILO), the average productivity of Vietnam is lower than other countries in the regions, equal to only 30% of Malaysia and 40% of Thailand. Based on the above reality, the paper will conduct research to explore the factors of human resource development in the textile and garment enterprises to seize the opportunities and overcome the challenges in the new generation FTAs. The research results show an overview of the current situation of human resource development factors in enterprises in Vietnamese textile and garment industry. At the same time, the paper will discuss the research results and issues arise to develop the human resources in Vietnamese textile and garment enterprises and more importantly, meeting the demands of the new

generation FTAs to grasp the chances and overcome difficulties to grow and integrate in the world economy.

2. Research overview and research method

2.1. Research overview

It can be seen that previous researches related to human resource development at domestic enterprises as well as international enterprises are valuable experiences and documents for the study of human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises to seize the opportunities and overcome challenges in the new generation FTAs. Currently, the researches on this topic in overseas and in the country are as follows:

The theory of resources based on enterprise vision was developed by Penrose (1959) and Barney (1991), this theory focuses on the maintenance and development of human resources to make them more valuable, rare and hard to imitate, enhancing the competitive advantage of organisations; Research of David McGuire and colleagues on: "Framing Human Resource Development: An Exploration Of Definitional Perspectives Utilising Discourse Analysis", which explores the development of two perspectives of human resource development, one is the America perspective the other is the European perspective and analysed the definition of human resource development. The American perspective mostly defines human resource development in terms of learning. In particular, it emphasises on the aspect of development in the term " human resource development"; On the contrary, the European perspective focuses more on linking human resource development with strategy. The European perspective is more inclined with a random approach, emphasising on the heterogeneity of learners and recognizing the individual differences that exist in the workforce that influence the provision of human resource development solutions for the final user; Priyanka Rani và M. S. Khan in "Impact of Human Resource Development on Organisational Performance" uses analysis tools to examine a research framework made up of a set of causal relationships between organisations and randomness, resources and human resource development, skills, attitudes, organisational behaviour and performance; Study of Mba Okechukwu Agwu and Tonye Ogiriki on "Human Resource Development and Organizational Performance in the Nigeria Liquefied Natural Gas Company Limited, Bonny", discuss the human resource development and the effectiveness of organisation in Nigerian liquefied natural gas companies. Authors consider human resource development as an integrative use of training and development, organisation development and career development to improve individual, group and the effectiveness of the organisation; In the research of Niveen M. Al-Sayyed, Thomson và Mabey (1994) about "Critical Factors affecting Human Resource Development in the Arab World", authors suggest that human resource development includes three factors which are organisation development, career development, training and development. Through inductive method, the results show that the most important factors including internal factors and external factors affecting the development of human resources are leadership style, employee commitments and motivations, demographic characteristics, labour union, the law and government requirements;

Some studies of this topic in Vietnam: Thesis of Nguyen Thanh Vu (2015) on " Research of factors affecting to human resource development in garment enterprises in Tien Giang province", suggests 9 elements that possibly influence the human resource development in garment enterprises in Tien Giang province, of which internal factors are: labour recruitment, career training and development, performance analysis and appraisal, work environment and labour relations, compensation and benefits; Thesis "Improving the qualities of human resources in Vietnam Oil and Gas Group (Petrovietnam)" of Doan Anh Tuan (2014) with the basic content about improving human resources qualities which are: intellect improvement; improvement of quality, ethics, ideology and working style of industry, organisational commitment, fitness enhancement; Nguyen Quang Hau (2012) with "Research on developing high quality human resources in Phu Tho province", proposes a set of indicators reflecting the development of high quality human resources including: indicator reflecting quantity by region and by economic sector, indicator reflecting quality of labour proportion with doctoral degree over the total labours, indicators reflecting the development of human resources as the rate of human resource development between years, indicator reflecting the recruitment, attraction and use of human resources incentives as priority policy in the process of recruitment, attraction and use; Research of Nguyen Phan Thu Hang (2017) on "Developing high quality human resources at Petrovietnam" with contents about the human resource development such as: human resource qualities (quality, skill, intellect, physical health), the training and usage policy in the corporation, remuneration policies and working conditions; According to the Comprehensive Compliance Report of the Garment Industry in the study of ILO and IFC (2019), it displays the reality of child labour, discrimination, forced labour, freedom of association and collective bargaining, wage, labour contract, working hours, occupational health and safety.

Thus, through the aforementioned studies, it can be seen that in-depth research on human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises to seize the opportunity and overcome challenges in the new generation FTAs is urgent and meaningful to see the most general picture of the current situation of human resource development in Vietnamses textile and garment enterprises, important factors affecting the development of human resources as well as some recommendations to foster human resources in Vietnamese textile and garment enterprises meeting the demand of the current context.

2.2. Research method

In this paper, the authors use a mixture of methods to research including qualitative and quantitative methods.

Qualitative method

Method of document research: The authors collected and studied secondary data to objectively and multidimensionally reflect the components of the quality of work of labour in enterprises in general and in Vietnames textile and garment enterprises in particular. The authors summarized and inherited research results of scholars on human resource

development in Vietnamese textile and garment enterprises together with some reports, relevant statistics such as CIEM, ILO and IFC, VITAS, etc. These are crucial evidences to evaluate the current situation of human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises to grasp the opportunity and overcome challenges in the new generation FTAs.

In-depth interview method: The authors carried out in-depth interview and group discussion to focus on building theoretical concepts, observed variables and scales. After interviewing 10 experts including professionals, managers at textile and garment enterprises, the authors discussed and designed the questionnaire with 5 variables with a total of 25 observed variables. In addition, after obtaining the results of studying the current situation of human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises meeting the demand of the new generation FTAs, the authors conducted a discussion with the experts on the obtained results and issues posed.

Method of data processing: The paper used methods such as scientific abstraction, induction and interpretation, method of analysis and synthesis, statistics and comparison; Combining with chart illustration and graphs to make research issues more intuitive.

Quantitative method

Based on the summarized theoretical basis, observed variables were built on a 5-point Likert scale (From 1 = completely disagree to 5 = completely agree) reflecting 5 complete research concepts. Quantitative research was conducted immediately afterwards with a sample size of 580 from managers and workers working in 32 textile and garment enterprises. The time of the research was from November 2019 to December 2019. The authors chose a non-probability random sampling. The sample size was divided equally to each enterprise. The subjects of the survey were approached through 2 ways: (i) Emailing the questionnaire designed on Google doc to the workers working in enterprises; (ii) Sending the survey questionnaire directly to workers at enterprises. After filtering the answer sheets, removing invalid sheets (due to lack of information), the remaining 529 valid answer sheets were used by the authors for data entry and processing. The collected data was put in an Excel file, then analysed by SPSS and AMOS version 21. In particular, SPSS software is used for descriptive statistical analysis, analysing the reliability of Cronbach's alpha scale, exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), SEM model analysis.

Therefore, through qualitative and quantitative research, the collected data was classified into categories including: theoretical basis, statistics, primary data about the current situation, data discussing the research results and issues posed. On that basis, the authors built an outline frame and integrated data to have a complete research.

3. Theoretical basis for developing human resources in enterprise to perform labour commitment in the new generation FTAs

The content of labour commitment in the new generation FTAs: Labour issues in the global economy with the rise of labour commitment-related FTAs are the dominant and prominent topic in all national and international fora. Development of economy and

competition to foster economy by low labour standards such as low wages, poor working conditions, unsecured labour rights, etc, will not promote the development of society and also it will prevent the implementation of the nation's sustainable development goals. Therefore, the new generation FTAs like CPTPP or EVFTA are to guarantee an acceptable minimum under the provision of national law. Standards of working conditions as stated in the commitment in the FTAs include: wage, occupational health and safety, training, working hours, rest hours, etc. and rights to promote a healthy labour relation as regulated in 8 core conventions of ILO, in particular:

(i) Conventions 100 and 111 on erasing all forms of labour discrimination

Erasing all forms of labour discrimination in employment and occupation. equal remuneration for men and women workers for work of equal value. Discrimination between long term and short term labour and between female and male workers is not allowed. Equal treatment in recruitment, working and rest hours, paid leave, ensuring of the right to give birth, guaranteeing the contract term, assigning jobs, evaluating capacity and opportunity for promotion, career progression opportunity, social security, occupational health and safety.

(ii) Conventions 29 and 105 on abolition of forced labour

Someone who must work due to threats or coercion, without giving consent or approval; Someone working overtime without prior agreement with trade union.

(iii) Conventions 138 and 182 on the abolition of child labor

Children under 13 years old are not allowed to participate in the labour, including doing light work; Children under 15 years old are not allowed to do adult work; Children under the age of 18 are not allowed to do hazardous work.

(iv) Conventions 87 and 98 on freedom of association and collective bargaining

On the rights to freedom of association: Workers have the right to freely form or join Workers Organisations such as trade unions, worker associations and worker councils for the promotion and defence of occupational interests ; Workers have the right to request the higher level trade union or the central level to directly protect and support workers in the formation local trade unions.

On the rights of Collective bargaining: Collective bargaining is the negotiation between employers and unions to make a uniform decision on salary, working conditions, social or economic decisions influencing the lives of workers and their families; The outcome of collective bargaining is the signing of a collective bargaining agreement. The agreement can be signed at the local, regional, sectoral or national level.

From the core ILO conventions, it can be seen that the participation in the new generation FTAs of enterprises needs to be well-equipped and trained so that enterprises as well as workers can understand child labour needs to be eliminated and regulated at each age with suitable jobs; Enterprises and workers understand about force labour to avoid being threaten, coerce to work and thereby have sufficient agreement on overtime; Implement well the abolition of discrimination especially in remuneration policy, which needs to be equal for all labour, all forms of labour contract including short and long term

or evaluation of capacities and promotion opportunity; In addition, working and rest hours, occupational health and safety, social security; The compliance to freedom of association and collective bargaining focuses on the formation of local trade unions, the freedom to join trade union, organising labor conferences, or collective bargaining agreements with better terms than the Law, etc. Thus, considering factors affecting human resource development to implement the content of labor commitment in the proposed new generation FTAs include: (1) Working conditions; (2) In-company training; (3) Remuneration policy; (4) Freedom of association and collective bargaining.

3.1. Concepts and measure scales of the research

3.1.1. Human resource development

According to ILO, human resource development is a process of increasing knowledge, skills and competencies of everyone in the society. In the economic field, it is described as the accumulation of human resource capital. This view of the ILO suggests that human resource development is not only about having occupational skills in the training process in general but also about the development of competences and uses that ability to work more effectively;

Kunio Yoshihara (1989) suggests that the development of human resources are investment activities aiming to produce human resources with quantity and quality meeting the development needs of socio-economy of the nation, at the same time ensuring the development of each individual; Based on the definition of Watkins & Marsick (1997), human resource development is a field of research and practice to foster long term learning ability and it is related to the work of individual, group and different levels of the organisation. Thus, human resource development includes- but is not limited to- training, career development and organisation development.

The measurement scale of human resources development (PT) is inherited and developed from the researches of Kunio Yoshihara (1989), Watkins & Marsick (1997), Nguyen Phan Thu Hang (2017), etc. A 5-point Likert scale is used: where 1 completely disagree and 5 is completely agree with 4 observed variables encrypted from PT1 → PT4 (see table 1).

Table 1: The measurement scale of human resources development of enterprises

Encryption	Contents of measurement scale
PT1	The change in quantity, structure and quality of human resources consistent with the production and business plan of enterprises
PT2	The degree of improvement of career qualifications after training and development programs in enterprises
PT3	The degree of improvement of work performance after training and development programs in enterprises
PT4	The degree of improvement of operational efficiency after training and development programs in enterprises

(Source: Summaries of authors)

3.1.2. Working conditions

Henrietta Lake (2008); Herzberg (1957); Nguyen Quang Thu et. al (2005); Do Phu Tran Tinh et. al (2012) all assess the improvement of working conditions, contribute to generate a productive, effective and healthy labour force. A good working environment, ensuring the benefits, health and lives of workers will help enterprises in labour attraction. It is a win-win situation for both enterprises and workers, as the labour productivity will improve when workers have no worries in the production process. The maintenance and enhancement of working conditions for workers will require the commitment of employers as well as the knowledge and collaboration of the workers. In the enterprise, there must be a full range of safety technical processes and proper implementation of safe working methods. Safety technical processes must be modified to fit with each change in technology method or improvement in equipment. Training courses to enhance working conditions in enterprises or occupational safety tests must be seriously conducted by all disciplines, and also must be able to attract all enterprises and workers in order to enhance their awareness of working conditions and working environment.

The measurement scale of working conditions (DK) is inherited and developed from the researches of Henrietta Lake (2008); Do Phu Tran Tinh et. al (2012), Nguyen Phan Thu Hang (2017). A 5-point Likert scale is used: where 1 completely disagree and 5 is completely agree with 5 observed variables encrypted from DK1 → DK5 (see table 2).

Table 2: The measurement scale of working conditions

Encryption	Contents of measurement scale
DK1	Training and supervising occupational health and safety in enterprises
DK2	Prepare occupational health and safety equipments
DK3	Prepare equipment to reduce dust, noise, heat, etc.
DK4	Regulations of occupational health and safety of enterprises must be ensure at work

(Source: Summaries of authors)

3.1.3. Training in enterprises

Many researches have shown that effective labour training and development enable workers to actively participate in the growth of the industry and vice versa, the potential growth of the industry promotes individuals to participate in the training. According to Campbell & Kuncel (2001), one of the most popular interventions on the challenge of human resources is training. Study of Holton & Baldwin (2000) confirms that to improve the labour productivity, skills and attitudes training must be transferred to the workplace, maintained over time and generalized through different contexts. According to Becker & Gerhard (1996), both formal and informal training opportunities are considered to provide a platform for talent development. When talent is nurtured and fostered, the competitive advantage in operation will always be developed.

The measurement scale of training in enterprises (DT) is inherited and developed from the researches of Becker & Gerhard (1996), Holton & Baldwin (2000), Campbell & Kuncel (2001), ILO & IFC (2019) etc. A 5-point Likert scale is used: where 1 completely

disagree and 5 is completely agree with 6 observed variables encrypted from DT1 → DT6 (see table 3).

Table 3: The measurement scale of training in enterprises

Encryption	Contents of measurement scale
DT1	Training regulations on child labour
DT2	Equipping workers with knowledge of force labour
DT3	Training of knowledge related to regulations on working hours
DT4	Training of knowledge related to regulations on rest
DT5	Enterprises organise in depth training course about jobs
DT6	Fostering understanding on freedom of association, collective bargaining for workers

(Source: Summaries of authors)

3.1.4. Remuneration policy

Weiss et. al (1967); Do Phu Tran Tinh et. al (2012) suggest that the remuneration policy through salaries, rewards, allowances, benefits, etc. are always considered a significant element in creating job motivation. A good remuneration will satisfy workers and create connectivity in the organisation when it is correspondence with the work results and efforts of workers. Good remuneration is an important motivation in employees' attraction and retention.

Performance appraisal of workers must be accompanied with remuneration and reward measures in order to resolve the dialectical relationship between material and consciousness. The expectation theory of Vroom also emphasises on the expectation of efforts leading to results and rewards will identify the degree of motivation. Although these expectations are employee-minded, they can also be influenced by the impact of management and organizational experience. Workers tend to work harder when they believe that there is a good chance to receive meaningful rewards as the result. To this end, the remuneration system needs to be designed on the basis of performance appraisal by measuring competency and results.

The measurement scale of remuneration policy (DN) is inherited and developed from the researches of Weiss et. al (1967); Do Phu Tran Tinh et. al (2012), Nguyen Phan Thu Hang (2017), ILO & IFC (2019). A 5-point Likert scale is used: where 1 completely disagree and 5 is completely agree with 5 observed variables encrypted from DN1 → DN5 (see table 4).

Table 4: The measurement scale of remuneration policy for human resources

Encryption	Contents of measurement scale
DN1	Minimum wage according to regulation
DN2	Equal pay by enterprises to workers
DN3	Overtime payment by enterprises accoring to the agreement
DN4	Remuneration generates motivation at work
DN5	Remuneration creates an attachment between workers and enterprises

(Source: Summaries of authors)

3.1.5. Freedom of association and collective bargaining

To protect the rights of workers, the law allows workers at any enterprises to have the right to join a Trade union, which is reflected in Article 5 of the 2012 Labour Code. Accordingly, freedom of association means having the rights to: "Form, join, operate trade union, occupation organisation and other organisations in accordance with the law"; Collective bargaining is a process wherein two or more mutually beneficial parties discuss together to reach agreement on something. The objective of bargaining is to reach an agreement between employer and employee in order to establish general rules on labour relation. From there, creating a healthy, peaceful labour relation. For instance, enterprises should organise annual labour conferences or create terms and conditions in the collective bargaining agreement that are better than the provisions of law.

The measurement scale of freedom of association and collective bargaining is inherited and developed from the researches of Anber Abrahee shlash Mohammad et al (2014), ILO & IFC (2019). A 5-point Likert scale is used: where 1 completely disagree and 5 is completely agree with 6 observed variables encrypted from TD1 → TD6 (see table 5).

Table 5: The measurement scale of freedom of association and collective bargaining

Encryption	Contents of measurement scale
TD1	Allow to form local union
TD2	Labours are allowed to join a union of aspirations
TD3	Organise annual labour conference
TD4	Employer creates favourable conditions for the operation of local union
TD5	Collective bargaining is performed accoding to regulations
TD6	Colletive bargaining agreement has better terms than the Law

(Source: Summaries of authors)

3.2. Research model and hypotheses

3.2.1. Research model

Studies mentioned the impact of working conditions to the development of human resources' competences such as: Henrietta Lake (2008); Herzberg (1957); Do Phu Tran Tinh et. al (2012), Nguyen Phan Thu Hang (2017).

Studies mentioned the impact of training to the development of human resources includes: Henrietta Lake (2008); Rosemary Hill và Jim Stewart (2000); Knoke & Kalleberg 1994; Chen & Ho (2001); Campbell & Kuncel (2001); Holton & Baldwin (2000); Becker và Gerhard (1996), Nguyen Phan Thu Hang (2017).

Studies mentioned the influence of remuneration on the development of human resources are: Smith et. al (1969); Nguyen Quang Thu et. al (2005), Nguyen Phan Thu Hang (2017).

Study mentioned the influence of freedom of association and collective bargaining on the development of human resources like Abrahee shlash Mohammad et al (2014).

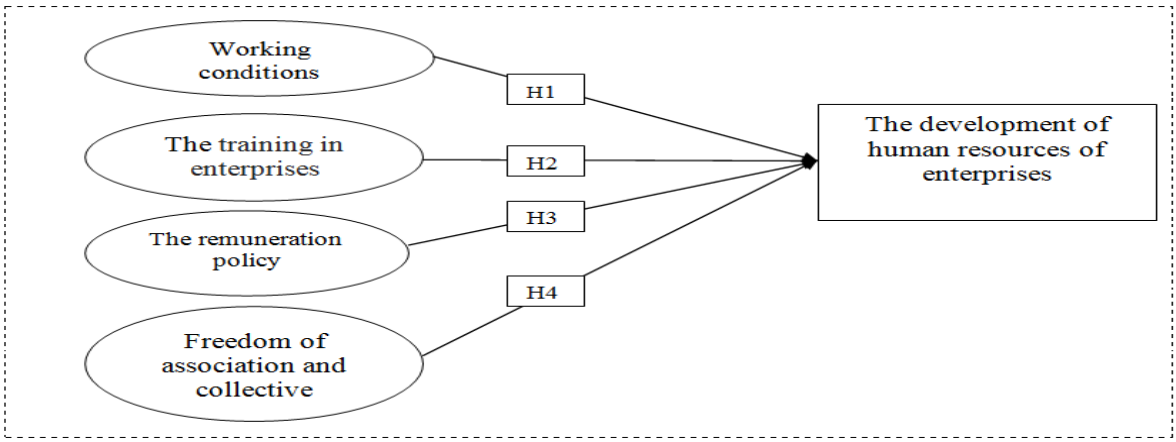


Figure 1: Research model of factors influencing the development of human resources in enterprises

(Source: Summaries of authors)

Therefore, from the results of the above researches, the authors offer a theoretical research model on factors affecting the development of human resources in enterprises as follows (Figure 1).

3.2.2. Research hypotheses

The theoretical research model is concretized through 04 research hypotheses as follows:

Hypothesis H1: Working conditions have a positive impact on the development of human resources in enterprises

Hypothesis H2: The training in enterprises has a positive impact on the development of human resources in enterprises

Hypothesis H3: The remuneration policy has a positive impact on the development of human resources in enterprises

Hypothesis H4: Freedom of association and collective bargaining have a positive impact on the development of human resources in enterprises

Thus, the research model on factors influencing the development of human resources of enterprises have a total of 25 observed variables of which there are 4 independent variables including DK, DT, DN, TD and 1 dependent variable, which is PT.

4. Research results on the development of human resources in Vietnamese textile and garment enterprises meeting the demand of the new generation FTAs

4.1. Some business results of Vietnamese textile and garment enterprises

According to the Export Promotion Center (2017), the growth rate of textile and garment export between 2010-2017 of Vietnam reached the highest level in the world with nearly 32%, whereas China reached 15%, India reached 10%, Malaysia and Thailand both reached 7%. Textile and garment products of Vietnam is starting to appear around the globe; Vietnamese textile and garment enterprises had a an export turnover of over $36 billion US dollars in 2018, an increase of 16% compared to 2017, and an export turnover

of nearly $39 billion US dollars, an increase of 18% compared to the previous year (see figure 2). However, most of Vietnamese textile and garment enterprises only focus on increasing their quantity to increase export but not yet focus on increasing their quality.

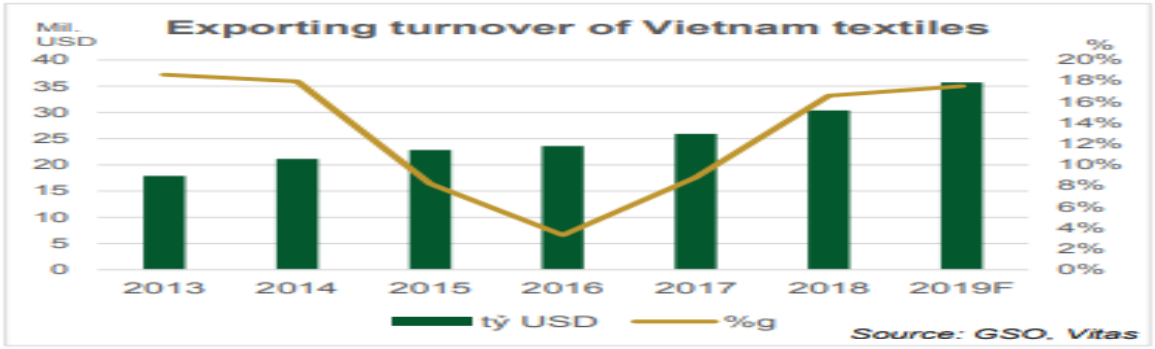


Figure 2: Total export turnover of Vietnamese textile and garment industry

The economy is increasingly integrated into international trade with FTAs, thus textile and garment enterprises are mostly beneficial from the new generation FTAs such as ASEAN (AEC), CPTPP, EU (EVFTA), etc. Currently, in the textile and garment industry there are nearly 6000 enterprises, accounting for 25% of the labor force in the industrial and economic sector. Of which, there are 30 enterprises with a scale over 5000 workers. Workers in textile and garment enterprises accounts for more than 12% of the labour force in the industrial sector and nearly 5% of the total labour force in the country. However, the income of workers in this industry is relatively low (only about $5 million VND/person approximately $215 US dollars/person), which is lower than the average income of the electronics industry from $ 8 million VND/person, approximately $345 US dollars/person. Textile and garment enterprises should take this matter under consideration especially in their remuneration policy.

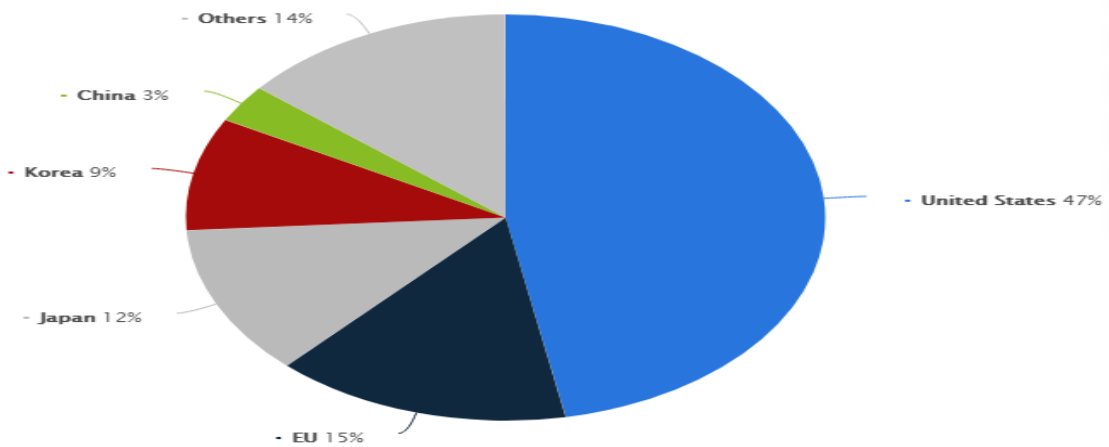


Figure 3: The main export market of Vietnames textile and garment industry

(Source: https://www.statista.com/statistics/1042691/vietnam-main-exporting-markets-of-textiles/)

Vietnamese textile and garment enterprises are possessing many advantages as the US market has been stable, the European market has prospered and the opportunity to open the market from commitments to integrate into the world economy such as the new generation

Free Trade Agreements, will create favourable conditions for textile and garment enterprises to promote export into big markets like the US, EU, Japan, Korea, China, etc (see figure 3). Moreover, Vietnemese textile and garment enterprises are increasingly making a better impression on customers in the ASEAN region. Brands like May 10, Viet Tien, Nha Be have been prefered and chosen by many customers in the region. These are important prerequisites for Vietnamese textile and garment enterprises to focus on human resource development to seize opportunities and overcome challenges in the new generation FTAs.

4.2. Quantitative research results on the development of human resources in Vietnamese textile and garment industry meeting the demand of the new generation FTAs

4.2.1. Characteristics research sample

Out of 32 Vietnamese textile and garment enterprises that were surveyed based on gender: the number of female workers account for 79% of the labourforce and the male workers account for 21% of the labourforce. The high ratio of female workers in this industry is due to the job requiring meticulous craftsmanship; In terms of qualifications: workers graduated from high school account for 76%, workers graduated from secondary school and vocational training account for 18%, the rest graduated from college and university. These characteristics reflect a reality that in textile and garment enterprises, workers are mostly processing products, so they are mainly at high school level. In terms of income, workers in this industry normally earn from $4.5 million VND to $6 million VND per month (equivalent from $194 US dollars to $258 US dollars). As a result, workers are willing to work overtime to earn extra money; there are rarely any workers in the textile and garment industry staying in the enterprises for over 15 years; In addition, the sample includes mainly textile and garment enterprises with the scale of SMEs with the establishment years over 10 years. These results are quite consistent with the characteristics of the current textile and garment industry.

4.2.2. Testing for the reliability of the measurement scale

The reliability of the measurement scale is evaluated by the method of intrinsic consistency through Cronbach's Alpha coefficient. Using the Cronbach's Alpha reliability coefficient method before analysing the EFA factor to remove inappropriate variables as this garbage can create dummy variables (Nguyen Dinh Tho & Nguyen Thi Mai Trang, 2009). The Cronbach's Alpha reliability coefficient only shows whether the measurements are correlated or not but does not indicate which observed variables need to be removed and which ones need to be kept. However, calculating Corrected Item-Total Correlation will help to sort out any observed variables that do not contribute much to the description of the concept to be measured (Hoang Trong & Chu Nguyen Mong Ngoc, 2005). The criteria used for assessing the reliability of the measurement scale are as follows:

- Eliminating observed variables with small Corrected Item-Total Correlation (less than 0.3); the standard for choosing a measurement scale when the Cronbach's Alpha reliability is greater than 0.6. The greater the Cronbach's Alpha coefficient, the higher the consistent reliability (Nunally & Burnstein, 1994; Nguyen Dinh Tho & Nguyen Thi Mai Trang, 2009).

- Cronbach's Alpha values: greater than 0.8 is good scale; from 0.7 to 0.8 is an usable scale; 0.6 or higher can be used in case the research concept is new in the context of the study (Nunally, 1978; Peterson, 1994; Hoang Trong & Chu Nguyen Mong Ngoc, 2005).

(i) The reliability of the scale of human resource development variables of enterprises - PT

In terms of the reliability of PT, most of the observed variables in the PT scale have Cronbach's Alpha coefficient = 0.826> 0.6, which assures high reliability. The lowest corrected item-total correlation coefficient reaches 0.532, which is higher than 0.3, suggesting that all observed variables are used to analyse the exploratory factor analysis (EFA).

(ii) The reliability of the scale of training variables in enterprise - DT

In terms of the reliability of DT, most of the observed variables in the DT scale have Cronbach's Alpha coefficient = 0.782> 0.6, which guarantees high reliability. The lowest corrected item-total correlation coefficient reaches 0.479, which is higher than 0.3 suggesting that all observed variables are used to analyse the EFA.

(iii) The reliability of the scale of freedom of association and collective bargaining variables - TD

In terms of the reliability of TD, most of the observed variables in the TD scale have Cronbach's Alpha coefficient = 0.815> 0.6, which ensures high reliability when removing TD1. The lowest corrected item-total correlation coefficient reaches 0.526, which is higher than 0.3 suggesting that all observed variables are used to analyse the EFA.

(iv) The reliability of the scale of working conditions variables - DK

In terms of the reliability of DK, most of the observed variables in the DK scale have Cronbach's Alpha coefficient = 0.796> 0.6, which ensures high reliability. The lowest corrected item-total correlation coefficient reaches 0.511, which is higher than 0.3 suggesting that all observed variables are used to analyse the EFA.

(v) The reliability of the measurement scale of the remuneration variables - DN

In terms of the reliability of DN, most of the observed variables in the DN scale have Cronbach's Alpha coefficient = 0.768> 0.6, which ensures high reliability. The lowest corrected item-total correlation coefficient reaches 0.519, which is higher than 0.3 suggesting that all observed variables are used to analyse the EFA.

4.2.3. Results of exploratory factor analysis

Analysing the exploratory factor is used to test the measurement scale of the research concepts. Thereby identifying the scope, relationship between observed variables and underlying factors, to see more specifically whether the above scales are divided into new or reduced or eliminated any observed variables or not. The criteria used when running EFA are: KMO coefficient> 0.5, sig significance level <0.05, principal axis factoring method with rotation as promax is used and stops when extracting factors with Eigenvalue> 1 is used.

In the first analysis of EFA for different factor groups, results show that KMO = 0.857 >0.5, Sig of the Bartlett's test = 0.000 <0.05 all satisfies the requirements. However, observed variables SD2, DK2, DK3, DN4 are excluded from the model due to the dissatisfaction of factor loading > 0.5. In the second run of EFA, results show that KMO = 0,860 > 0,5, Sig of the Bartlett's test = 0.000 <0.05 all satisfies the requirements. In addition, in the total variance table, it is explained that 59.635>50%, all variables with stop points at 3.619>1, which satisfy the requirements.

Table 6: Pattern Matrix[a]

	Factor				
	1	2	3	4	5
DT1	.739				
DT6	.697				
DT4	.679				
DT2	.646				
DT3	.605				
DN2		.888			
DN3		.739			
DN5		.735			
DN1		.573			
PT2			.699		
PT3			.681		
PT1			.670		
PT4			.618		
DK5				.808	
DK4				.801	
DK1				.073	
TD6					.660
TD4					.581
TD3					.512

(Source: Survey data analysis results from SPSS 21)

Thus, through testing for the reliability of the measurement scales, analysing factors and 19 observed variables, 5 remaining factors on human resource development of textile and garment enteprises (see table 6) are obtained as follows: factor 1(DT1, DT6, DT4, DT2, DT3), factor 2 (DN2, DN3, DN5, DN1), factor 3 (PT2, PT3 PT1, PT4), factor 4 (DK5, DK4, DK1), factor 5 (TD6, TD4, TD3).

4.2.4. Results of confirmatory factor analysis (CFA)

In order to measure the relevance of the scale model with the collected data (market information), the research used confirmatory factor analysis with the support of AMOS software version 21. After verifying the scale and analysing the exploratory factor (EFA), the research analysed the confirmatory factor with 5 factors and 19 observed variables. These factors generate groups of scales to measure concepts and are included in the CFA to consider fit of the model with market data. Assessment criteria include: unidimensional, convergent validity, discriminant validity, nomological validity. While unidimensional, convergent validity, discriminant validity are assessed in the saturated model, nomological validity is assessed in the theoretical model.

The result of confirmatory factor analysis (CFA) of the model (see figure 4) shows

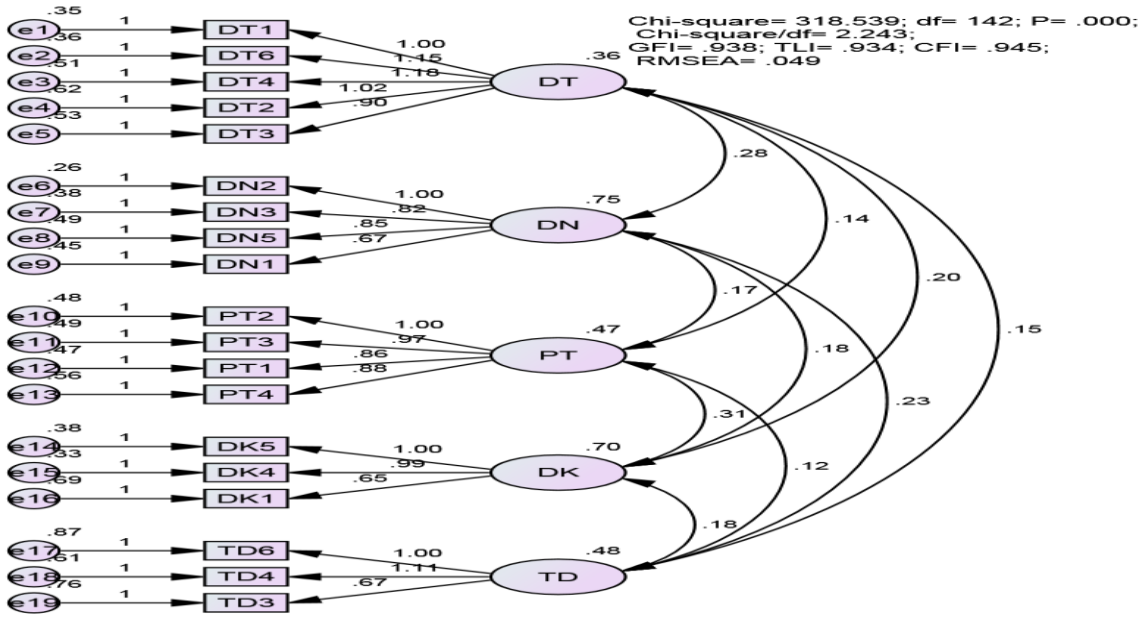
that the scale has 160 degrees of freedom. Chi-square / df = 2.243, GFI, TLI, CFI are all higher than 0.9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0.049 <0.08 (Steiger, 1990). Thus, it can be deducted that the model is considered to fit with the market data.

The CFA results of the model (see figure 4) show that the scale has 142 degree of freedom. Chi-squared statistic = 318.539 with a p value = .000. Other indicators: Chi-square / df = 2.243, GFI, TLI, CFI are all higher than 0.9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0.049 <0.08 (Steiger, 1990). Thus, it can be inferred that the model is considered fit with market data.

Unidimensional: The analysis of confirmatory factor provides a result of Chi-square test= 318.539 with p value=. 000. Other indicators: Chi- square / df = 2.243, GFI, TLI, CFI are all higher than 0.9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0.049 <0.08 (Steiger, 1990). Thus, it can be deducted that the model is considered to fit with the market data. This means that there are necessary and sufficient conditions for the set of observed variables to achieve unidimensional.

Convergent validity: The results of the correlation coefficients show that the standardized weights are greater than 0.5, indicating that the scale of concepts has achieved the convergence value (if there is any observed variable with weight <0.5, it is necessary to eliminate in turn but this model does not have).

Discriminant validity: The correlation coefficients between research concepts in the model are all positive and less than and different to 1 (based on the above table) with a really small P-value and less than 0.05, so the correlation coefficients of each concept pair is different from 1 at the 95% confidence level. Thus, the research concepts in this model all have gained discriminatory value.



(Source: Summary of results from SPSS and Amos 21 analysis)

Figure 4: Results of confirmatory factor analysis

4.2.5. SEM model analysis

Analysis results of SEM model show that all 4 factors of the model have an influence on the development of human resources in Vietnamese textile and garment enterprises including working conditions, human resource training at enterprises, the remuneration policy, freedom of association and collective bargaining all are statistically significant at the 95% confidence level (P-value is less than 0.05). The regression weights of the above table are positive, showing that the above factors all influence in the same direction as the development of human resource of textile and garment enterprises.

Table 7: Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PT	<---	DT	.376	.078	3.982	***	
PT	<---	DN	.203	.050	2.013	***	
PT	<---	DK	.190	.053	2.399	***	
PT	<---	TD	.121	.066	2.325	.005	

(Source: Summary of results from SPSS and Amos 21)

Out of 4 factors, in-company training has the strongest impact with the standardized weight value of 0.376, following by the remuneration policy for human resources with the weight of 0.203, then working conditions with the weight of 0.190 and the factor with the least influence is freedom of association and collective bargaining with the standardized weight of 0.121 (see figure 5).

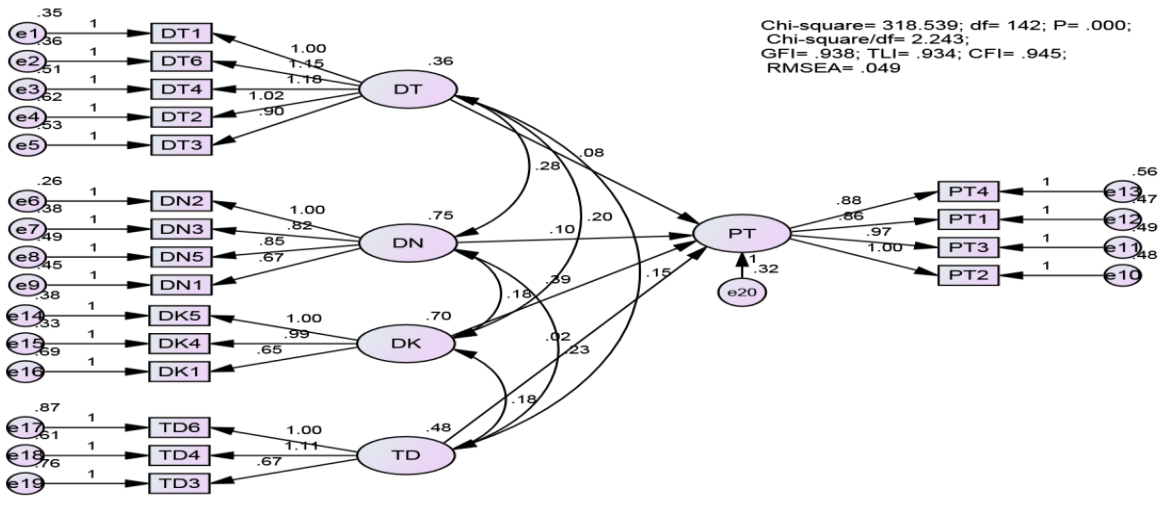


Figure 5: Analysis results of SEM model (standardized)

(Source: Summary of results from SPSS and Amos 21 analysis)

Thus, all the four initial hypotheses were accepted, all factors have an impact on human resources development of Vietnamese textile and garment enterprises. The linear regression equation shows the relationship between variables in the factor model influencing human resources development of Vietnamese textile and garment enterprises as follows:

$$PT = 0{,}376.DT + 0{,}203.DN + 0{,}190.DK + 0{,}121.TD$$

4.3. Discussion of research results on human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises to meet the demands of the new generation FTAs

From the theoretical basis, the situation study included 529 votes from 32 Vietnamese textile and garment enterprises. The research conducted the Cronbach's Alpha reliability scale, analysis of exploratory factor (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), analysis of SEM model with the data collected. Results show that all 4 factors in the model have an influence on the development of human resources in Vietnamese textile and garment enterprises, of which human resource training has the strongest impact, whereas freedom of association and collective bargaining has the least impact. These results are consistent with the research results from the studies of Henrietta Lake (2008); Holton & Baldwin (2000); Nguyen Phan Thu Hang (2017). In addition, some content is reflected through:

(i) Regarding training in enterprises: Currently, there is only about 15% of labours in textile and garment enterprises who have intermediate or higher qualifications and the labour shortage, especially trained workers always takes place but the ability to train labours of training facilities fail to catch up with the labour needs of enterprises. The training regarding child labour has been taken seriously, when ILO and IFC (2019) surveyed 331 garment enterprises the ratio of child labour or underage labour which perform heavy and toxic job duties in textile and garment enteprises is extremely low (accounted for less than 1% of the total number enterprises assessed) since garment and textile enterprises have been quite good in eliminating the use of child labour according to the regulations. In particular, based on the regulations in Vietnamese law, workers can join the labour force or work at the age of 15, a working age applied for all jobs in textile and garment industry. Workers between the ages of 15 and 18 are considered underage workers, and may perform jobs that "do no harm to a child's health, safety or morals". Accordingly, the law forbids the employment of minors to do certain jobs, at the same time limits the working hours of this group of workers (8 hours/day and 40 hours/week, without overtime.) and require enterprises to keep a separate track record for these workers. In addition, there is no record of forced labour in the entry/exit process of textile and garment enterprises as welll as any sign of tricks to keep labour from leaving (such as threats, violence, withold wage, etc.)

(ii) Regarding the remuneration policy: As the scale of textile and garment enterprises increase, their labour needs also rise. For instance, with newly established enterprises, the number of labour requirements will be around 500 to 2000 people. However, a problem remains for textile and garment enterprises, which is labour turnover, job hopping whenever workers find other enterprises with higher wages. For instance, according to Vinatex Chairman (2016), the wage of the textile and garment industry is relatively low, only about $5 million VND/ person, whereas the wage of the electronics industry per person is around $8 - $9 million VND. Thus, textile and garment enterprises have paid salary in accordance with the regulation, a better remuneration policy will attract and retain more workers for enterprises.

(iii) Regarding working conditions: Nowadays, many enterprises have been starting to focus more on improving the activity of occupational health and safety (OHS).

Especially for textile and garment enterprises, OHS is a primary issue. In particular, in 2019 textile and garment enterprises in the South of Vietnam in the month dedicated to OHS had organised 198 coaching sessions for 138.892 workers to enhance their knowledge of OHS (VITAS 2019). Nevertheless, the working conditions, mainly in small to medium enterprises, especially small enterprises, are not ensured. Specifically, about 40% of small to medium enterprises fail to fully implement the regulations of supply and use of safety equipment such as masks, gloves, goggles, etc., which will impact the health and safety of workers, according to ILO & IFC (2017).

(iv) Regarding freedom of association and collective bargaining: Large scale textile and garment enterprises are increasingly focused on this matter as well as improved labour relations. For instance, Nha Be, Viet Tien or May 10 organise collective bargaining annually to foster direct democracy in the workplace. Nevertheless, this is not the case with small enterprises as they are still unable to resolve rationaly the issue of overtime, form of payment, unsecured working conditions, etc., which leads to some strikes (see picture 7)

Table 7: Some textile and garment enterprises that industrial action takes place

No	Enterprise name	No of workers	Causes	Times
1	Dai Nghia Garment Export Company	1500	Unstranparent monthly money collection from workers ($10,000 VND/month)	02/03/2017
2	Van Ha Garment Company	2000	Fail to comply with the commitment of meal costs during the shifts, social insurance	15/04/2017
3	Minh Hoang Garment 2 Company	950	Wage owing, taking a rake-off workers' benefits	17/05/2017
4	Hue Garments for Export Joint Stock Company	600	Low wages, unpaid social insurance for workers	31/05/2018

(Source: Summary from Vietnam Textile and Garment Trade Unions)

5. Some solutions for human resource development in Vietnamese textile and garment enterprises to seize opportunity and overcome challenges of the new generation FTAs

Economic development based on hightech and worker productivity has been included in the socio-economic development strategy of Vietnam in the last 10 years. In the Vietnam Overview report 2035- Towards Prosperity, it was also confirmed that fast growth can only be maintained based on the rapid growth of productivity and created an economy based on innovation and renovation. Therefore, in order to integrate into the world economy, utilising the investment flow from international enterprises, seizing new opportunities from signing different Free trade agreements, enterprises in general as well as textile and garment enterprises need to focus on fostering and developing human resources with some recommendations as follows:

(i) Focusing on training human resources in textile and garment enterprises

In order to fully utilise the advantages of FTAs, in addition to the support of the State, and focusing on investment, technology improvements and enhancement of product

quality, textile and garment enterprises need to focus on human resources training of labour regulations, equiping workers with knowledge of forced labour, knowledge related to regulations of working hours and rest. In addition, frequent training for workers to improve their understanding on freedom association, collective bargaining or organising in depth job training, etc. Continue improving and building a labour training plan for the textile and garment industry close to reality. The content includes technical, technology and soft skills training in the fields of management, product development, design and market research, and vocational training. On the other hand, during the training process, learners need basic training in professional skills and working style.

Enterprises also need to be more open with the training of human resources, not only in making requirements but also participating with schools in training, accepting investment, actively training human resources, avoiding the dependence on the available human resources trained by the schools, etc. In addition, most workers in the textile and garment enterprises are transferred from other industries. As a result, these workers only have management experience, but lack specialized knowledge, thereby reducing the efficiency of human resource management in enterprises. Therefore, the plan for training for this important human resource requires more attention.

(ii) Gradually implementing the remuneration policy for human resources of textile and garment enterprises

Remuneration policy in enterprises should focuses on the implementation of minimum wages according to regulations, regarding not only negotiable wage that is beneficial to employees but also bonuses as well as other material and intrinsic incentives for employees. Moreover, it includes the evaluation, appreciation, and attitudes of employers with employees and fair agreements. Therefore, remuneration creates motivation at work and commitment between employees and enterprises.

The method of payment for human resources in textile and garment enterprises should be based on the principle of resolving the relationship between the wage costs of enterprises and the productivity that workers create. Normally, employers place the right to exploit and use before the responsibility. However, an adequate manager knows that once the rights are guaranteed, the responsibility will be appreciated. As for workers, the more responsible they put in their work, the better their ability to achieve high benefits. When the rights of employees are satisfied, the more they see that their work efforts and talents are respected and appreciated.

(iii) Ensure working conditions for workers at textile and garment enterprises

Currently, matters of occupational health and safety are really appreciated in commitments in the new generation FTAs such as: leaders in enterprises need to guarantee OHS for workers, ensure a healthy working environment to prevent accidents and injuries. Enterprises need to develop and organise the implementation of measures to minimize hazards in the working environment. Additionally, enterprises need to create a favourable working environment for staff to work confidently. In particular, ensuring facilities, equipment and tools for research and work so that the workplace becomes an attractive

place to work. Facilitate housing and transportation support for workers as most of workers in this industry are poor and have housing difficulties.

(iv) Well implementing freedom of association and collective bargaining in textile and garment enterprises

Enhancing the freedom of association and collective bargaining in enterprises will make workers feel more appreciated and protected as their wishes and concerns are heard. This will create a solid foundation for them to work and communicate with workers through dialogue and collective bargaining instead of going straight to conflict situations.

In addition, textile and garment enterprises should find a common voice in collective bargaining. Negotiate in accordance with Decree 60/2013 / ND-CP and Convention 98 in a proper way to find a common voice in collective bargaining to implement democratic regulations in textile and garment enterprises. This action is crucial in building a stable labour relation at textile and garment enterprises.

Moreover, this move also helps to reduce labor disputes, strikes - affecting the stability and long-term development of textile and garment enterprises; In the current context, the implementation of international labour commitments in the new generation FTAs and ILO Conventions requires the Trade Union to innovate vigorously and comprehensively. Renovating the method of organisation to implement social responsibility to ensure the rights and benefits of workers as well as confirm the key role of trade union in enterprises in general and in textile and garment enterprises in particular in the current context.

6. In conclusion

By participating in the new generation FTA, Vietnam is entering a giant playground, encountering new difficulties and challenges to compete with other big nations. However, in order to overcome these challenges of labour, it is crucial to place special attention on developing human resources at enterprises in general and textile and garment enterprises in particular; investing in working conditions, well implementing freedom of association and collective bargaining; having an appropriate remuneration policy in terms of material and spirits for workers, especially highly skilled workers. This is an investment in human resources to create competitive advantages when integrating into the world economy. In addition, enterprises should improve the conditions to develop healthy labour relations in order to grasp the chances and overcome challenges when participating in the Free Trade Agreements.

REFERENCES

1. Becker, B. & Gerhard, B. 1996, 'The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects', *Academy of Management Journal*.
2. Campbell, J. P. & Kuncel, N. R. 2001, "Individual and team training". In Anderson N., Ones
3. Central Institute for Economic Management of Vietnam (2019), *"The impact of new*

generation trade agreements on labour and employment issues in Vietnam", research topic.

4. Cheng, E. W. L. & Ho, D. C. K. 2001, 'The influence of job and career attitudes on learning motivation and transfer', *Career Development*, 6(1), 20-27.
5. D. S., Sinangil H. K., Viswesvaran C. (Eds.), *Handbook of industrial, work and organizational psychology*, 1, pp. 278-312, London.
6. Henrietta, L. 2008, 'Analysis of Human resource management practices- Indonesia's labor intensive light manufacturing industries', *The United States agency for International development.*
7. ILO & IFC (2017), The 9th Vietnam Compliance Report, ILO Publishing.
8. ILO and IFC (2019), The Comprehensive Compliance Report of the Garment Industry, ISSN: 2227-958X (web pdf)
9. Knoke, D. & Kalleberg, A. L. 1994, 'Job training in U.S. organizations', *American Sociological Review.*
10. Ministry of Industry and Trade (2014), Decision 3218/QD-BCT approving the Planning on development of Vietnamese Textile and Garment Industry until 2020 with a vision to 2030.
11. Nguyen Phan Thu Hang (2017), Development of high-quality human resources at Vietnam Oil and Gas Group, Doctoral thesis in economics - National University of Ho Chi Minh City.

NGHIÊN CỨU NĂNG LỰC TÍCH HỢP ĐA KÊNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH GIẢM THIỂU CÁC BẢO HỘ THƯƠNG MẠI VỚI NGÀNH BÁN LẺ NỘI ĐỊA

RESEARCH ON MULTI-CHANNEL INTEGRATION CAPABILITIES OF VIETNAMESE RETAIL FIRMS IN THE CONTEXT OF REDUCING TRADE PROTECTION POLICIES FOR DOMESTIC RETAIL SECTOR

ThS. Nguyễn Phương Linh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Thị trường bán lẻ Việt Nam thời gian qua được đánh giá là một trong những thị trường có mức tăng trưởng cao và hấp dẫn trên toàn cầu. Việc gia nhập các tổ chức thương mại tự do, tham gia vào các hiệp định song phương, đa phương như CPTPP hay FTAs đã mang lại cả những cơ hội và rất nhiều thách thức cho các doanh nghiệp bán lẻ nội địa. Các hàng rào bảo hộ kỹ thuật cho ngành bán lẻ như yêu cầu ENT hay các quy định bảo hộ với ba nhóm hàng đặc biệt đang dần trở nên yếu thế, nhất là trong điều kiện hiệp định CPTPP đã có hiệu lực và ngày càng nhiều các FTAs được đưa vào thực tiễn. Đứng trước tình thế đó, để đảm bảo khả năng cạnh tranh và đứng vững trên thị trường, các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam cần nhanh chóng nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua việc mở rộng hệ thống kinh doanh và sáng tạo nhiều hơn giá trị cho người tiêu dùng. Một trong những cách thức có thể được sử dụng để nâng cao năng lực cạnh tranh là nuôi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh nhằm mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng. Bài viết tập trung nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Trên cơ sở hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về năng lực tích hợp đa kênh, bài viết đưa ra mô hình giả thuyết nghiên cứu và sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để kiểm định mô hình giả thuyết nghiên cứu ban đầu. Số liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ kết quả khảo sát 182 khách hàng của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Các thang đo trong nghiên cứu được kiểm định bằng hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Mô hình phân tích hồi quy bội được sử dụng để kiểm định mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Kết quả phân tích chỉ ra có ba nhóm yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến năng lực tích hợp đa kênh, gồm "Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp", "Năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả" và "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp". Nghiên cứu cũng đưa ra các hàm ý quản trị nhằm nuôi dưỡng và nâng cao các năng lực này để từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh và giúp các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đứng vững trước làn sóng và sức ép cạnh tranh từ các doanh nghiệp bán lẻ quốc tế.

Từ khóa: *Bảo hộ thương mại, doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam; năng lực tích hợp đa kênh.*

Abstract

Vietnam's retail market has been considered as one of the most attractive in recent

years. There has been both opportunities & threats for domestic retail businesses when joining free trade organizations & participating in bilateral & multilateral free trade agreements such as CPTPP & FTAs. The technical protection barriers for the retail sector such as ENT requirement or protection regulations for three special commodities are being gradually weakened, especially in the context that CPTPP & lots of FTA are taking effect. Facing this situation, it is necessary for Vietnamese retail enterprises to improve their competitiveness by expanding their retail operation & bringing more value for consumers. Nurturing & enhancing retail firm's multi-channel integration to create value adding for customers is considered as one of the effective solutions. This study was aimed to identify factors affecting on multi-channel integration capabilities offered by Vietnamese retail firms. On the base of literature review, this paper suggested research hypothesis model & use quantitative research method to test this hypothesis model. The research data were collected from a survey of 182 customers of Vietnamese retail firms. The consistency coefficient was measured by Cronbach's Alpha for scaling test; Exploratory Factor Analysis (EFA) model & multiple linear regression model were applied to find out the relationship between determinants & multi-channel integration capabilities of Vietnamese retail companies. The research result indicated there were three factors significantly affecting on multi-channel integration capabilities, including "Integrated order fulfillment", "Integrated product & pricing information management" & "Integrated promotion".

Keywords: *trade protection policies, Vietnamese retail enterprises; multi-channel integration.*

1. Mở đầu

Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu và rộng hơn vào nền kinh tế thế giới. Việc tham gia hàng loạt các tổ chức, cộng đồng kinh tế khu vực và thế giới đã mang lại cho nền kinh tế Việt Nam nhiều cơ hội mới và cả nhiều thách thức mới. Bên cạnh những thời cơ về khả năng mở rộng thị trường, tiếp cận trình độ khoa học kỹ thuật công nghệ, vốn, trình độ quản lý... thì các thách thức đặt ra cũng là không nhỏ. Một trong những thách thức quan trọng đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam là khả năng cạnh tranh trong điều kiện nền kinh tế thế giới nói chung và nền kinh tế Việt Nam nói riêng còn nhiều biến động, đang trong quá trình hồi phục hậu khủng hoảng, cạnh tranh càng trở nên phức tạp và khó khăn. Do vậy, để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng nâng cao khả năng cạnh tranh vì đó là chìa khóa dẫn tới sự thành công của các doanh.

Thị trường bán lẻ Việt Nam trong những năm gần đây vẫn được đánh giá là một trong những thị trường hấp dẫn nhất toàn cầu (Kearney, 2017, 2019). Một trong những cơ hội lớn của ngành bán lẻ Việt Nam được chỉ ra là: dân số đông với cơ cấu dân số vàng giúp tạo lượng nhu cầu và sức mua lớn; thị trường bán lẻ tuy tăng trưởng nhanh nhưng xét về mật độ phân bổ mạng lưới bán lẻ/ phân bổ dân cư thì còn khá thưa thớt nên khả năng mở rộng thị trường mới cao; nhu cầu mua sắm, chi tiêu gia đình của các hộ gia đình Việt Nam ngày càng cao, với thu nhập bình quân đầu người nước ta trong những năm qua tăng

nhanh; tốc độ đô thị hóa nhanh với số lượng và cơ cấu chuyển dịch từ khu vực nông thôn sang khu vực thành thị tăng cao...

Bên cạnh những tiềm năng và cơ hội phát triển, với việc trở thành thành viên của WTO, tham gia vào hiệp định CPTPP và thực hiện ký kết hàng loạt của FTAs với các quốc gia đã mang lại những thách thức cạnh tranh không nhỏ cho ngành bán lẻ trong nước. Sự cạnh tranh vô cùng gay gắt và ngày càng có chiều hướng tăng cao do sức ép mở cửa gần như hoàn toàn thị trường bán lẻ là một trong những thách thức rất lớn với các doanh nghiệp bán lẻ nội địa.

Nhằm đảm bảo khả năng cạnh tranh và dành thời gian để các doanh nghiệp bán lẻ nội địa kịp chuẩn bị và cải thiện năng lực cạnh tranh với các doanh nghiệp ngoại, chính phủ Việt Nam đã đạt được các thỏa thuận nhất định về bảo hộ ngành bán lẻ trong nước đối với các quốc gia thành viên WTO và các quốc gia tham gia ký kết hiệp định CPTPP. Các hàng rào bảo hộ ngành bán lẻ trong nước hiện nay tập trung vào hai nhóm bảo hộ kỹ thuật đã được đề cập trong theo Nghị định 09/2018/NĐ-CP có hiệu lực từ 15/01/2018, cụ thể: (1) - bảo hộ căn cứ vào yêu cầu kiểm tra nhu cầu kinh tế ENT khi doanh nghiệp ngoại mở thêm cơ sở bán lẻ từ thứ hai trở đi và có diện tích từ 500 m^2 trở lên; và (2) - bảo hộ hoàn toàn với các nhóm hàng phân phối xăng dầu, dược phẩm và sản phẩm ghi hình. Tuy nhiên, bảo hộ dựa trên yêu cầu ENT đối với các quốc gia tham gia CPTPP chỉ có thể giúp các doanh nghiệp bán lẻ nội địa trong 5 năm kể từ khi hiệp định có hiệu lực vào ngày 14/01/2019 (Bộ Công Thương). Đây cũng là khoảng thời gian được kỳ vọng để các doanh nghiệp bán lẻ trong nước nhanh chóng gia tăng vị thế cạnh tranh và phạm vị thị trường để đảm bảo sức cạnh tranh trong 04 năm sắp tới khi mà hàng rào bảo hộ ENT bị gỡ bỏ.

Đứng trước thực tế này, các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam cần tìm ra những năng lực cạnh tranh để có thể thích ứng được với sự thay đổi và biến động mạnh mẽ của thị trường. Một trong những năng lực được xem là quan trọng giúp doanh nghiệp tạo lập khả năng cạnh tranh là nuôi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh (Zhang & cộng sự, 2010; Verhoef, 2014). Năng lực tích hợp đa kênh giúp doanh nghiệp mở rộng quy mô hệ thống phân phối thông qua việc thiết lập đồng thời nhiều loại hình kênh bán lẻ để đáp ứng tốt nhất mọi nhu cầu của khách hàng và thích ứng nhanh nhạy với sự thay đổi của môi trường bên ngoài (Pentina & Hasty, 2009; Verhoef, 2012; Cao & Li, 2015). Bên cạnh đó, tích hợp đa kênh giúp doanh nghiệp phối kết hợp hiệu quả và linh hoạt tất cả các kênh bán hàng để đáp ứng nhu cầu và sáng tạo giá trị gia tăng cho khách hàng; từ đó đảm bảo khả năng cạnh tranh và cải thiện kết quả kinh doanh (Pentina & Hasty, 2009; Yan, Wang & Zhou, 2010; Oh, Teo & Sambamurthy, 2012; Cao & Li, 2015; Herhausen & cộng sự, 2015).

Thời gian qua đã có nhiều công trình nghiên cứu về năng lực tích hợp đa kênh trên thế giới. Các công trình nghiên cứu đã chỉ ra các thành tố cấu thành và sự ảnh hưởng của năng lực tích hợp đa kênh đến năng lực cạnh tranh và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, tại Việt Nam, các nghiên cứu về năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp nói chung và của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam nói riêng là một chủ để còn ít được quan tâm và nghiên cứu. Do vậy, cần có những nghiên cứu về năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh, đặc biệt là trong điều kiện

thị trường biến động và cạnh tranh ngày càng gay gắt. Xuất phát từ thực tế đó, bài viết thực hiện nghiên cứu năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, từ đó tìm ra các yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh. Trên cơ sở các kết quả thực tiễn được chỉ ra, nghiên cứu đưa ra các hàm ý, kiến nghị nhằm bồi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh để từ đó tạo lập khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp bán lẻ nội địa trong điều kiện giảm dần bảo hộ thương mại cho ngành bán lẻ nội địa có thể dẫn đến sự xâm nhập mạnh mẽ từ các doanh nghiệp nước ngoài.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm năng lực tích hợp đa kênh

Năng lực tích hợp đa kênh là khả năng của doanh nghiệp mà tại đó có thể kết hợp đồng thời và nhất quán nhiều loại hình kênh khác nhau mà doanh nghiệp đã và sẽ sở hữu, bao gồm cả các loại hình kênh bán hàng trực tuyến, kênh bán hàng qua cửa hàng (kênh bán hàng vật lý), kênh bán hàng qua catalogs.... (Pentina & Hasty, 2009). Việc nuôi dưỡng và phát triển hiệu quả năng lực tích hợp đa kênh giúp làm tăng tính hiệu suất của từng thành viên kênh trong việc tạo ra cho khách hàng những trải nghiệm mua sắm liên tục để từ đó góp phần tạo nên hiệu suất vượt trội cho doanh nghiệp.

Tổng hợp các nghiên cứu về năng lực tích hợp đa kênh có thể thấy có 3 cách tiếp cận cho khái niệm này: tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm, tiếp cận lấy doanh nghiệp làm trung tâm, và tiếp cận dựa trên cơ sở kết hợp hài hòa cả khách hàng và doanh nghiệp.

Quan điểm tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm cho tích hợp đa kênh coi việc mang lại giá trị cho khách hàng là yếu tố quan trọng để đánh giá kết quả của tích hợp đa kênh. Quan điểm này chỉ rõ năng lực tích hợp đa kênh là hoạt động có định hướng khách hàng cao hơn (Schramm-Klein & Morschett, 2006), được coi như là một phương thức để quản trị khách hàng (Stone, Hobbs & Khaleeli, 2002), được thực hiện để chuyển đổi khách hàng từ kênh bán hàng này sang kênh bán hàng khác (Montoya-Weiss, Voss & Grewal, 2003), và giúp mang lại những lợi ích cụ thể cho khách hàng (Gulati & Garino, 2000) như cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng (Montoya-Weiss, Voss & Grewal, 2003) thông qua việc tạo ra những trải nghiệm mua sắm liên tục và liền mạch (Goersch, 2002; King, Sen & Xia, 2004).

Quan điểm lấy doanh nghiệp làm trung tâm lại coi việc nuôi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh là yếu tố quan trọng giúp cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. (Cao & Li, 2015). Theo đó, năng lực tích hợp đa kênh cho phép doanh nghiệp tạo ra sự phối hợp hiệu quả giữa các kênh; gia tăng quy mô của hệ thống kênh bán hàng để đạt được lợi thế kinh tế theo quy mô (Neslin & cộng sự, 2006; Chaffey, 2010) từ đó cải thiện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Steinfield, Bouwman & Adelaar, 2002).

Mặc dù hai quan điểm tiếp cận trên đều cho thấy những giá trị mà tích hợp đa kênh mang lại nhưng có thể thấy hạn chế của hai quan điểm này là không chỉ ra được những kỳ vọng của doanh nghiệp với các chiến lược bán lẻ đa kênh của mình (Neslin & Shankar, 2009; Verhoef, 2012). Xuất phát từ những hạn chế đó, quan điểm về tích hợp đa kênh trên cơ sở kết hợp cả hai cách tiếp cận trên đã được (Cao & Li, 2015) đưa ra như sau: *"Năng lực tích hợp đa kênh là khả năng mà tại đó cho phép doanh nghiệp đạt được những mục*

tiêu chiến lược và mang lại nhiều hơn giá trị cho khách hàng dựa trên việc phối kết hợp đồng thời, linh hoạt và hiệu quả trên tất cả các kênh bán hàng của doanh nghiệp". Theo đó, việc triển khai tích hợp đa kênh giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu suất kinh doanh nhờ vào việc phối kết hợp hiệu quả giữa tất cả các loại hình kênh bán hàng. Đồng thời, khi thực hiện tích hợp đa kênh, doanh nghiệp có thể mang lại nhiều lợi ích hơn cho khách hàng thông qua việc cho phép khách hàng dễ dàng tìm kiếm thông tin sản phẩm trên nhiều loại kênh khác nhau và đa dạng hóa hình thức mua hàng của khách hàng. Một doanh nghiệp được coi là triển khai có hiệu quả đồng thời tích hợp đa kênh chỉ khi tất cả các kênh bán lẻ của doanh nghiệp có sự phối hợp linh hoạt và bổ trợ cho quá trình bán hàng và mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng mục tiêu. Xuất phát từ quan điểm đó, có thể thấy việc nuôi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp bán lẻ nói riêng. Do đặc thù của bán lẻ là bán trực tiếp hàng hóa hay dịch vụ cho người tiêu dùng cuối cùng để họ sử dụng vào mục đích cá nhân, không kinh doanh và khối lượng mỗi lần bán nhỏ với tần suất mua hàng nhiều lần (Kotler, 2000) nên việc doanh nghiệp bán lẻ phát triển hiệu quả năng lực tích hợp đa kênh có thể giúp doanh nghiệp cải thiện đáng kể kết quả kinh doanh cũng như khả năng đáp ứng khách hàng. Xuất phát từ những phân tích và nhận định trên, nghiên cứu của tác giả kế thừa quan điểm tiếp cận về năng lực tích hợp đa kênh của (Cao & Li, 2015) và gắn với khách thể nghiên cứu là các doanh nghiệp bán lẻ như sau: "Năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ là *khả năng mà tại đó cho phép doanh nghiệp bán lẻ đạt được các mục tiêu chiến lược và mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng dựa trên việc phối kết hợp đồng thời, linh hoạt và hiệu quả trên tất cả các kênh bán hàng của doanh nghiệp bán lẻ"*.

Việc mở rộng và phối hợp kênh có thể mang lại nhiều lợi thế mới cho doanh nghiệp trong việc dễ dàng tiếp cận và đáp ứng nhu cầu của khách hàng (Zhang & cộng sự, 2010). Năng lực tích hợp đa kênh cho phép các kênh trong cùng một hệ thống cùng tương tác lẫn nhau theo những mức độ tích hợp khác nhau (Herhausen & cộng sự, 2015). Bên cạnh đó, tích hợp đa kênh cũng cho thấy những thách thức đặt ra cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp bán lẻ nói riêng do phải cân bằng lợi ích cho các thành viên kênh một cách hợp lý, tránh tình trạng xung đột và triệt tiêu kênh để từ đó đạt được hiệu suất hợp lực giữa các thành viên kênh (Verhoef, 2014).

Các doanh nghiệp có thể xem xét thực hiện phối kết hợp giữa các hệ thống bán lẻ qua cửa hàng, các hình thức bán hàng qua catalogs và các gian hàng online để cùng đồng sáng tạo thống nhất hình ảnh, thương hiệu doanh nghiệp; thống nhất cung ứng cùng một loại hàng hóa tương tự nhau, thực hiện tích hợp các quy trình xử lý đơn hàng, hoàn thành đơn hàng và phân phối phù hợp với từng yêu cầu khách hàng để tạo dựng được uy tín và lòng trung thành với khách hàng (Pentina & Hasty, 2009). Tùy thuộc vào từng xuất phát điểm về loại hình kênh của mỗi doanh nghiệp khác nhau mà tích hợp kênh có thể có xuất phát điểm ban đầu từ kênh offline đến kênh online và ngược lại. Cách xuất phát điểm này sẽ tạo thành hai cách tiếp cận khác nhau: một là cho phép khách hàng tìm kiếm và thu lượm được các thông tin, kiến thức cần thiết về kênh bán hàng online tại các kênh bán hàng qua cửa hàng vật lý (tích hợp kênh offline - online); và hai là cho phép khách hàng truy cập kênh bán hàng online có được các thông tin cần thiết về kênh bán lẻ qua cửa hàng

từ các trang bán hàng online này (tích hợp kênh online - offline). Cách thức tích hợp kênh phụ thuộc vào đặc điểm các loại hình có sẵn và cách thức phối hợp kênh của từng doanh nghiệp.

2.2. Các yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp bán lẻ

Để xác định các yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ, các nghiên cứu về bán lẻ truyền thống và marketing dịch vụ có thể được xem là nguồn tài liệu quý giá để xác định các yếu tố cấu thành của năng lực tích hợp đa kênh (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012). Dựa trên tổng hợp các nghiên cứu của (Mason & Mayer, 1993; Samli, 1989, Zeithaml & cộng sự, 2009 trích trong Oh, Teo & Sambamurthy, 2012) về bảy biến số của marketing hỗn hợp với ngành dịch vụ; nghiên cứu của (Keeney, 1999; Steinfield & cộng sự, 2002; Mohammed & cộng sự, 2002; Berman & Thelen, 2004; Bendoly & cộng sự, 2005) lần lượt về thương mại điện tử và về các năng lực trong ngành bán lẻ, trong bài viết này, tác giả kế thừa bộ sáu yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh đã được (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012) chỉ ra đối với các doanh nghiệp bán lẻ, đó là: (1)- Năng lực xúc tiến và truyền thông tin tích hợp; (2)- năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch; (3)- năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả; (4)- năng lực truy cập thông tin tích hợp; (5)- năng lực hoàn thành các đơn hàng bằng tích hợp; và (6)- năng lực dịch vụ khách hàng tích hợp.

2.2.1 Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp

(Bahn & Fischer, 2003) đã chỉ ra năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp tích hợp đề cập đến các hoạt động quảng cáo và quan hệ công chúng của một kênh này có thể được thực hiện thông qua kênh khác, để khuyến khích khách hàng của một kênh này chuyển sang sử dụng các kênh khác và làm tăng nhận thức của khách hàng với các kênh khác nhau. Kênh bán hàng qua cửa hàng có thể được sử dụng như là một phương tiện quảng cáo cho kênh bán hàng online thông qua các tờ rơi quảng cáo hoặc in kèm cùng các hóa đơn bán hàng, trên các túi xách giao hàng và trên các poster quảng cáo tại cửa hàng (Berman & Thelen, 2004). Ngược lại, các trang web bán lẻ của doanh nghiệp có thể cung cấp các thông tin giúp khách hàng có thể liên hệ đến các kênh bán hàng vật lý và cũng là kênh thông báo về các chương trình xúc tiến của các cửa hàng offline (Otto & Chung, 2000). Như vậy, năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp được coi là một trong những yếu tố cấu thành của năng lực tích hợp đa kênh (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012; Cao & Li, 2015).

2.2.2 Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch

Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch đề cập đến việc thu thập các thông tin giao dịch của khách hàng cả trên kênh online lẫn kênh offline, từ đó tiến hành quản trị các thông tin tích hợp này và phân phối các thông tin này đến tất cả các kênh bán hàng của doanh nghiệp (Kalakota & Robinson, 2004). Thông tin giao dịch tích hợp giúp làm tăng mức độ phong phú của nguồn thông tin sẵn có thông qua đó làm tăng chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng ở tất cả các kênh (Payne & Frow, 2004). Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch cho phép doanh nghiệp bán lẻ cung cấp nhiều giá trị gia tăng hơn cho khách hàng, điển hình như việc có thể thiết kế những webpage cá nhân hóa, phù hợp

với từng khách hàng đơn lẻ. Đồng thời, năng lực này cũng cho phép khách hàng tổng hợp được lịch sử mua hàng trước đó của họ và nhận được những gợi ý, đề xuất cho những lần mua hàng kế tiếp, giúp làm giảm thời gian và công sức cho các lần mua hàng trong tương lai (Straub & Watson, 2001). Do vậy, năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch được xem là một thành tố của năng lực phát triển và tích hợp đa kênh (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012; Verhoef, 2014).

2.2.3 Năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả

Năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả giúp đảm bảo tính thống nhất về thông tin sản phẩm và thông tin giá cả sản phẩm giữa tất cả các kênh bán lẻ khác nhau. Năng lực này có thể đạt được thông qua việc tích hợp các danh mục sản phẩm trên các kênh và đảm bảo rằng các mô tả về sản phẩm, danh mục hàng hóa, giá cả và các chương trình ưu đãi chiết khấu là thống nhất trên tất cả các kênh (Daniel & Wilson, 2003). Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả cũng giúp đảm bảo luồng thông tin minh bạch giữa các quy trình bán hàng và làm giảm những nhầm lẫn có thể xảy ra do sự gia tăng của tính không thống nhất về thông tin giữa các kênh (Rangaswamy & VanBruggen, 2005). Do đó, năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả được coi làmột thành tố của năng lực tích hợp đa kênh (Balasubramanian, Raghunathan & Mahajan, 19AD; Konus¸, Verhoef & Neslin, 2008; Oh, Teo & Sambamurthy, 2012).

2.2.4 Năng lực truy cập thông tin tích hợp

Năng lực truy cập thông tin tích hợp cho phép khách hàng truy cập một kênh và tìm kiếm các thông tin có sẵn về kênh khác trên chính kênh đó. Kênh bán hàng online có thể cho phép khách hàng tìm kiếm các sản phẩm có sẵn tại các kênh bán hàng vật lý thông tin cơ sở dữ liệu tích hợp (E. Bendoly & cộng sự, 2005). Ngược lại, các quầy thông tin được đặt tại các cửa hàng bán lẻ offline có thể hỗ trợ khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin sản phẩm, mức độ sẵn có của sản phẩm và vị trí, cách thức sắp xếp hàng hóa trên các trang bán hàng qua website (Gulati & Garino, 2000). Các thông tin về tình hình hàng hóa tồn kho có thể được cung cấp qua kênh online, do đó khách hàng không bị lãng phí thời gian phải đi lại và tìm kiếm quá lâu trong các cửa hàng vật lý khi mà sản phẩm đó không còn trong kho (Prasarnphanich & Gillenson, 2003). Từ đó có thể thấy năng lực truy cập thông tin tích hợp là một yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp bán lẻ (Pentina & Hasty, 2009; Yan, Wang & Zhou, 2010; Cao & Li, 2015).

2.2.5 Năng lực hoàn thành các đơn hàng bằng tích hợp

Khả năng hoàn thành các đơn hàng bằng việc phối tích hợp các hình thức bán lẻ khác nhau có ý nghĩa quan trọng giúp doanh nghiệp bán lẻ tạo dựng được niềm tin và lòng trung thành của khách hàng (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012). Năng lực này đề cập đến những hỗ trợ của doanh nghiệp với khách hàng để họ có thể lựa chọn được kênh mua hàng theo sở thích và hoàn thành việc mua hàng của mình. Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp bao gồm việc cho phép khách hàng sử dụng kênh bán hàng online để gửi đơn đặt hàng và sau đó khách hàng có thể đến những cửa hàng offline gần nhất để lấy hàng đã mua, đồng thời, khách hàng cũng có thể nhận được các phiếu quà tặng mà có thể được sử dụng ở cả kênh online và kênh offline (Wallace, Giese & Johnson, 2004). Người tiêu dùng

cũng có thể lựa chọn hình thức thanh toán tại cửa hàng offline cho lần mua hàng online của họ (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012). Hệ thống danh mục sản phẩm tích hợp cho phép người tiêu dùng tiến hành đặt hàng qua hình thức online nhanh hơn dựa trên các sản phẩm đã được mã hóa thành các số cụ thể (Saeed, Grover & Hwang, 2003). Vì vậy, khách hàng cũng có thể thực hiện đặt hàng với những hàng hóa hiện không còn trong kho bằng việc sử dụng các quầy bán hàng qua Internet tự phục vụ. Như vậy, năng lực hoàn thành các đơn hàng bằng cách thức tích hợp là một trong những yếu tố cấu thành năng lực phát triển và tích hợp kênh (Xia & Zhang, 2010; Yan, Wang & Zhou, 2010; Zhang & cộng sự, 2010).

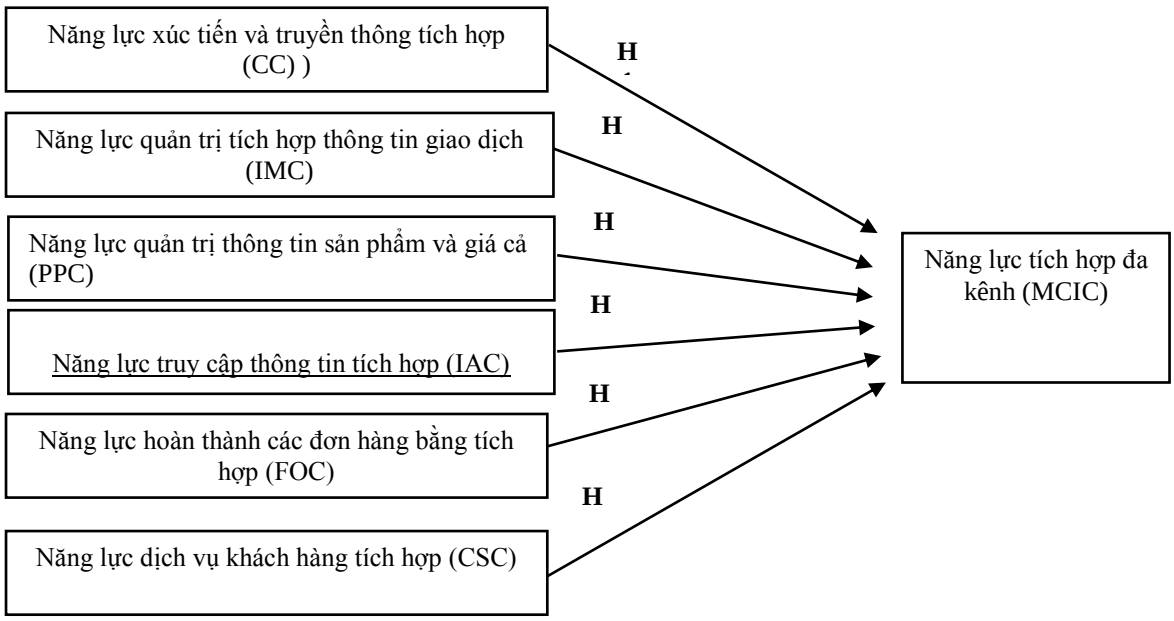
2.2.6 Năng lực dịch vụ khách hàng tích hợp

Chất lượng dịch vụ khách hàng được xem là yếu tố quan trọng giúp đánh giá về hiệu suất của từng thành viên kênh của doanh nghiệp (Herhausen & cộng sự, 2015).. Năng lực này cung cấp các dịch vụ cho phép khách hàng được truy cập các dịch vụ hỗ trợ trong kênh mà họ lựa chọn. Các dịch vụ hỗ trợ này có thể được đưa ra bởi các kênh bán lẻ offline để giải quyết các vấn đề phát sinh từ việc mua hàng trực tuyến cụ thể là cho phép khách hàng được trả lại hàng hóa đã đặt hàng online tại các cửa hàng vật lý (Bendoly & cộng sự, 2005). Năng lực này cũng liên quan đến việc có một kênh truyền thông tích hợp trong đó kênh bán hàng qua website cung cấp các dịch vụ sau bán bao gồm cả các hỗ trợ cho khách hàng mua hàng qua kênh cửa hàng vật lý cũng như thực hiện các đoạn nhắn tin, hội thoại trực tiếp với khách hàng để cho phép khách hàng online được trực tiếp trao đổi với các hỗ trợ viên ở bộ phận chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012). Do vậy, năng lực dịch vụ khách hàng tích hợp được xem là một trong những yếu tố cơ bản giúp nâng cao hiệu quả của năng lực phát triển và tích hợp đa kênh (Pentina & Hasty, 2009; Cao & Li, 2015; Herhausen & cộng sự, 2015).

2.3. Mô hình nghiên cứu

Từ cơ sở lý thuyết đã được hệ thống ở phần trên, tác giả đưa ra mô hình giả thuyết nhằm xác định các yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam (xem hình 1).

Từ các định nghĩa về các yếu tố của năng lực phát triển và tích hợp đa kênh ở trên, các chỉ số đánh giá cho sáu nhóm yếu tố thuộc biến độc lập được kế thừa từ nghiên cứu của (Oh, Teo & Sambamurthy, 2012); yếu tố thuộc biến phụ thuộc được kế thừa bộ thang đo từ nghiên cứu của (Cao & Li, 2015).



Hình 1: Mô hình các yếu tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng với quy trình được thực hiện như sau:

Phạm vi, phương pháp chọn mẫu và kích thước mẫu

Việc thiết kế mẫu thường bắt đầu bằng từ mô tả đặc trưng của tổng thể. Tổng thể của khảo sát này toàn bộ là những nhà quản trị cấp cao và cấp trung của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Tuy nhiên, do đặc thù ngành, đặc thù văn phòng quản lý và điều kiện địa lý, các nhà quản trị của các doanh nghiệp bán lẻ chủ yếu nằm ở các khu vực thành phố lớn trong cả nước như: Hà Nội, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu như đã trình bày, thiết kế chọn mẫu phi xác suất mà cụ thể là phương pháp chọn mẫu thuận tiện theo Suanders (2000) được tác giả kế thừa và sử dụng, giúp tiết kiệm thời gian và chi phí thực hiện.

Trong phân tích nhân tố, kích thước mẫu phụ thuộc vào số lượng biến được đưa vào trong phân tích. Theo Gorsuch (1983) trích dẫn trong MacCallum & cộng sự (1999) số lượng mẫu nên gấp 5 lần so với số lượng biến trở lên. Tác giả tiến hành xây dựng thang đo gồm 28 biến quan sát. Trên cơ sở kế thừa quan điểm chọn kích thước mẫu của Gorsuch (1983), số mẫu ối thiểu tác giả cần điều tra khảo sát là: 28 x 8 = 224. Như vậy, xuất phát từ cơ sở lý luận ở trên và từ điều kiện thực tế, số lượng mẫu tối thiểu mà nghiên cứu này chọn là 224.

Thiết kế bảng câu hỏi và thang đo

Bảng hỏi trong nghiên cứu này được sử dụng với thang đo khoảng cách để thu thập thông tin. Bảng hỏi sử dụng thang đo Likert 7 điểm, trải dài từ mức độ "Hoàn toàn không đồng ý" đến "Hoàn toàn đồng ý". Thang đo 5 - 7 điểm là thang đo phổ biến nhất để đo lường thái độ, hành vi và có độ tin cậy tương đương thang đo 5 hay 9 điểm Zikmund

(1997). Nghiên cứu này sử dụng thang đo 7 điểm do phù hợp với đặc trưng của vấn đề nghiên cứu. Với những thông tin cần thu thập liên quan đến thông tin về cá nhân đối tượng khảo sát, nghiên cứu sử dụng thang đo định danh để thu thập dữ liệu.

Tiền thẩm định bảng hỏi

Để tiền thẩm định bảng hỏi, tác giả liên hệ, đặt lịch hẹn và tiến hành phỏng vấn các nhà quản trị cấp cao tại công ty CP VinCommerce và Công ty Thương Mại Hà Nội Hapro tại Hà Nội và một số nhà nghiên cứu về lĩnh vực có liên quan (một số giảng viên hiện đang giảng dạy tại khoa Quản trị Kinh doanh Đại học Thương Mại) để đảm bảo bảng hỏi gồm các nội dung câu hỏi phù hợp, dễ hiểu, không gây nhầm lẫn. Kết quả tiền thẩm định cho thấy: hầu hết các chuyên gia đều cho rằng với các thang đo đã được chuẩn hóa là phù hợp với bối cảnh nghiên cứu của Việt Nam và đảm bảo tính dễ hiểu, khoa học và phù hợp với đối tượng điều tra.

Thu thập dữ liệu

Để thu thập dữ liệu, tác giả sử dụng cả hai phương pháp là tiếp cận trực tiếp và tiếp cận gián tiếp. Phương pháp tiếp cận trực tiếp được sử dụng đối với đối tượng là các khách hàng ngẫu nhiên đến viếng thăm và mua sắm tại các cửa hàng của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam ở khu vực quận Hà Đông và quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội. Hình thức tiếp cận trực tiếp là gửi trực tiếp bảng hỏi đến đối tượng khảo sát là những khách hàng ngẫu nhiên ghé thăm hệ thống siêu thị như siêu thị Vinmart, hệ thống cửa hàng tiện lợi Vinmart +, siêu thị Saigoon Coopmart, siêu thị Qmart trên địa bàn khu vực quận Hà Đông và quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội. Phương pháp tiếp cận gián tiếp được sử dụng để gửi cho số lượng lớn các khách ở nhiều khu vực khác nhau. Với hình thức tiếp cận gián tiếp, tác giả thiết kế bảng hỏi qua google docs và gửi đường link đến các đối tượng cá nhân ngẫu nhiên để mời trả lời bảng khảo sát. Để tránh tình trạng phiếu trả lời không thuộc nhóm đối tượng kỳ vọng, tác giả ghi rõ trong phần mô tả phiếu về việc những khách hàng chưa từng trải nghiệm dịch vụ mua sắm của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam trên cả kênh online và kênh cửa hàng bỏ qua bảng khảo sát này.

Bảng câu hỏi được gửi tới cho 240 khách hàng của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, với kỳ vọng thu về 210 bảng trả lời thông qua thu phiếu trực tiếp và gửi qua google drive. Tuy nhiên, chỉ thu về được 192 bảng trả lời, tương ứng với tỷ lệ hồi đáp là 81.4%. Trong số 192 bảng hỏi trả lời có 10 bảng trả lời không đạt, do các lỗi: không tích đủ vào tất cả các ô/ câu hỏi trong phiếu (02 bảng), tích vào nhiều hơn 1 ô trả lời (01 bảng); và chỉ tích vào 1 ô ở mức độ 7 (07 bảng), trong quá trình nhập liệu cho thấy có thể khách hàng không có thời gian đọc kỹ các câu hỏi nên chọn cách trả lời "Hoàn toàn đồng ý" cho nhanh chóng và đơn giản. Kết quả cuối cùng chỉ có 182 bảng câu hỏi trả lời được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu, đạt 75% số bảng câu hỏi được gửi đi Sau đó, bảng câu hỏi sẽ được mã hóa và nhập vào hệ thống máy tính và được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0 và sẵn sàng cho việc phân tích.

Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để hỗ trợ trong việc phân tích bộ số liệu sơ cấp sau khi đã được thu thập. Các phương pháp phân tích được sử dụng trong việc giải quyết các mục tiêu của nghiên cứu như: Phân tích thống kê mô tả (Desriptive Statistics), phương pháp kiểm định độ tin cậy của thang đo và phân tích hồi quy đa biến để kiểm định mô hình và giả thuyết.

Hai công cụ được sử dụng để kiểm định độ tin cậy của các thang đo của từng nhân tố là hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Cronbach's Alpha sẽ kiểm tra độ tin cậy của các biến dùng để đo lường từng yếu tố. Những biến không đảm bảo độ tin cậy sẽ bị loại khỏi thang đo và sẽ không xuất hiện lại trong phần phân tích nhân tố EFA. Các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng (Item Total Correlation) nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên Nunnally & Burnstein (1994). Dữ liệu sau khi được làm sạch sẽ tiến hành kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha. Các biến thỏa mãn điều kiện từ có hệ số Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên sẽ được tiếp tục tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis). Phân tích nhân tố sẽ cho biết độ hội tụ của các biến cao hay không và chúng có thể gom lại thành một số nhân tố ít hơn để xem xét không.

Sau khi thang đo của các yếu tố khảo sát đã được kiểm định thì sẽ được xử lý cho chạy hồi quy tuyến tính với hệ số hồi quy được chuẩn hóa và kỳ vọng đạt được mô hình cơ bản ban đầu là:

$$\mathbf{Y = \beta0 + \beta1.X1 + \beta2.X2 + \beta3.X3 + \beta4.X4 + \beta5.X5 + \beta6.X6}$$

Trong đó:

Y : Năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

X1 - X6 : Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh

β1 - β6 : Hằng số - các hệ số hồi quy

Kết quả của kiểm định mô hình hồi quy sẽ giúp xác định các yếu tố nào tác động mạnh đến năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp. Yếu tố nào có hệ số β lớn thì mức độ ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp càng cao.

4. Kết quả và thảo luận

Từ phương pháp nghiên cứu được xác định ở trên, sau khi chọn lọc, làm sạch, xử lý và phân tích dữ liệu thu thập được; kết quả nghiên cứu được giới thiệu theo ba phần là: mô tả mẫu; phân tích độ tin cậy, độ phù hợp của thang đo; và thống kê suy diễn để xét lỗi mà mô hình có thể bị mắc phải.

4.1. Mô tả mẫu khảo sát

Kết quả thống kê mô tả đối tượng nghiên cứu đã được khảo sát cho thấy:

Việc phân tích mẫu theo nơi ở của khách hàng cho thấy hầu hết người được hỏi sống tại khu vực Hà Nội (174 người). Những người sống ở các tỉnh thành lân cận Hà Nội là 8 người, rải rác chủ yếu ở khu vực miền Bắc và chỉ có 1 người được khảo sát không sinh sống tại miền Bắc Việt Nam. Kết quả thống kê về nơi ở của khách hàng cho thấy đối tượng khảo sát phù hợp với phạm vi nghiên cứu của bài viết là khu vực Hà Nội.

Phân tích mẫu theo giới tính cho thấy 81.9% đối tượng khảo sát là nữ giới. Điều này khá phù hợp với đặc điểm mua sắm ở ngành bán lẻ nói chung và với nhóm siêu thị và cửa hàng tiện lợi nói riêng tại Việt Nam, với nữ giới đóng vai trò chủ yếu trong việc thực hiện các hoạt động mua sắm cho cá nhân và hộ gia đình.

Phân tích mẫu theo độ tuổi cho thấy khách hàng của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam trải đều ở mọi lứa tuổi, trong đó nhóm khách hàng trong độ tuổi lao động chiếm

87.9% và nhóm khách hàng cao tuổi (trên 60 tuổi) là 11.5%. Kết quả thống kê này cho thấy đa số khách hàng của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam ở độ tuổi trưởng thành và có sức mua và khả năng chi tiêu do chủ yếu nằm trong độ tuổi lao động.

Phân tích theo nghề nghiệp chỉ ra sự khác biệt rõ ràng về công việc của từng nhóm khách hàng với mức phân bổ tương đối rải rác. Nhóm khách hàng là cán bộ công chức và nhân viên văn phòng là hai nhóm khách hàng lớn nhất của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam với tỷ lệ lần lượt là 32.4% và 26.4%. Tiếp theo đó là nhóm khách hàng đã nghỉ hưu (21 người), khách hàng là giáo viên (19 người), khách hàng là nhà quản lý các cấp và học sinh sinh viên (cùng 10 người mỗi nhóm), nhóm khách hàng kinh doanh tự do (9 người) và cuối cùng là nhóm khách hàng là bộ đội (6 người). Kết quả này cho thấy nhóm khách hàng của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam rất đa dạng về nghề nghiệp, điều này là hoàn toàn hợp lý vì bán lẻ là hoạt động kinh doanh sản phẩm thiết yếu, thực phẩm phục vụ cuộc sống hàng ngày và là cần thiết với mọi đối tượng ở mọi lĩnh vực, ngành nghề.

4.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA

4.2.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Thang đo "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp" (CC) có hệ số Cronbach's Alpha chấp nhận được là 0.725 sau khi loại bỏ biến CC4 vì có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3. Phân tích cho thấy nếu bỏ tiếp bất kỳ biến nào trong thang đo này thì hệ số Cronbach's alpha đều giảm, do vậy tất cả các biến còn lại CC1, CC2, CC3, CC5 được giữ lại vì đạt yêu cầu, đo lường tốt cho thang đo này.

Thang đo "Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch" (IMC) có hệ số Cronbach's Alpha chấp nhận được là 0.867, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.4. Điều này cho thấy các biến trong thang đo gắn kết với nhau và là các biến đạt yêu cầu, đo lường tốt cho biến này.

Thang đo "Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả" (PPC) có hệ số Cronbach's Alpha là 0.874, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.6. Điều này cho thấy các biến trong thang đo gắn kết với nhau và là các biến đạt yêu cầu, đo lường tốt cho biến này.

Thang đo "Năng lực truy cập thông tin tích hợp" (IAC) có hệ số Cronbach's Alpha chỉ đạt 0.286, nhỏ hơn giá trị thấp nhất yêu cầu là 0.6. Khi lần lượt tiến hành loại bỏ từng biến IAC1 đến IAC5 thì vẫn giá trị Cronbach's Alpha vẫn nhỏ hơn 0.6. Do vậy, thang đo "Năng lực truy cập thông tin tích hợp" bị loại bỏ.

Thang đo "Năng lực hoàn thành các đơn hàng bằng tích hợp" (FOC) có hệ số Cronbach's Alpha là 0.838 chấp nhận được sau khi loại bỏ 02 biến là FOC1 và FOC2 do hệ số tương quan biến lần lượt chỉ đạt 0.049 và 0.174. Phân tích cho thấy nếu bỏ tiếp bất kỳ biến nào trong thang đo này thì hệ số Cronbach's Alpha đều giảm, do vậy các biến từ FOC3, FOC4, FOC5 được giữ lại vì đạt yêu cầu, đo lường tốt cho biến này.

Thang đo "Năng lực dịch vụ khách hàng tích hợp" (CSC) có hệ số Cronbach's Alpha là 0.44, thấp hơn trị số yêu cầu tối thiêu là 0.6. Tiến hành lần lượt loại bỏ các biến CSC1, CSC2, CSC3 thì hệ số Cronbach's Alpha vẫn không đạt yêu cầu. Do vậy, thang đo "Năng lực dịch vụ khách hàng" bị loại bỏ.

Thang đo "Năng lực tích hợp đa kênh" (CCIC) có hệ số Cronbach's Alpha chấp nhận được là 0.933 với hệ số tương quan biến tổng đạt từ 0.8 trở lên. Điều này cho thấy các biến trong thang đo gắn kết với nhau và là các biến đạt yêu cầu, đo lường tốt cho biến này.

Như vậy, sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha thì các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu còn lại là: "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp", "Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch", "Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả", "Năng lực hoàn thành đơn hàng tích hợp". Biến phụ thuộc vẫn là "Năng lực tích hợp đa kênh".

Bảng 1: Kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's alpha của các biến được giữ lại

STT	Diễn giải biến quan sát	Tên biến	Tương quan biến tổng
	Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp (CC) ***Cronbach's Alpha = 0.725***		
1	Doanh nghiệp sử dụng nhất quán tên gọi thương hiệu, slogan, logo, biểu tượng ở cả kênh online và kênh offline	CC1	0.427
2	Trang web của doanh nghiệp có làm nổi bật cả các chương trình xúc tiến mà đang được thực hiện tại hệ thống các cửa hàng offline của doanh nghiệp	CC2	0.399
3	Trang web của doanh nghiệp có thực hiện việc quảng bá hệ thống cửa hàng offline bằng việc cung cấp đầy đủ các thông tin về địa chỉ và cách thức thực hiện với từng cửa hàng offline đó.	CC3	0.406
4	Trang web của DN có thực hiện việc đưa các chương trình quảng cáo của DN mà đã được xuất hiện trên tạp chí hoặc tờ rơi	CC5	0.462
	Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch (IMC) ***Cronbach's Alpha = 0.867***		
1	DN có thực hiện việc lưu giữ lịch sử mua hàng tích hợp của khách hàng bằng cả hình thức mua hàng online và offline.	IMC1	0.760
2	DN cho phép khách hàng truy cập vào lịch sử mua hàng đã được tích hợp trước đó của họ	IMC2	0.799
3	DN đưa ra các gợi ý và đề xuất cho khách hàng về những lần mua hàng tiếp theo dựa trên các thông tin được thu thập từ việc mua hàng online và offline trước đó của họ	IMC3	0.672
4	Trang web của DN có thể tạo ra các web page cá nhân hóa phù hợp với từng khách hàng dựa trên các thông tin thu thập được từ việc mua hàng online và offline trước đó của họ	IMC4	0.680

	Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả (PPC) ***Cronbach's Alpha = 0.874***		
1	Việc mô tả sản phẩm/ dịch vụ được thống nhất trên cả website và hệ thống cửa hàng ngoại tuyến của DN	PPC1	0.697
2	Việc phân loại danh mục sản phẩm hàng hóa dịch vụ được thống nhất trên cả website và hệ thống cửa hàng ngoại tuyến của DN	PPC2	0.812
3	Các thông tin về sự sẵn có của sản phẩm trong kho hàng được thống nhất trên cả website và hệ thống cửa hàng ngoại tuyến của các DN bán lẻ Việt Nam	PPC3	0.697
4	Giá cả của sản phẩm được thống nhất trên cả website và hệ thống cửa hàng ngoại tuyến của DN	PPC4	0.713
5	Các chương trình chiết khấu, giảm giá được thống nhất trên cả website và hệ thống cửa hàng ngoại tuyến của DN	PPC5	0.601
	Năng lực hoàn thành đơn hàng tích hợp (FOC) ***Cronbach's Alpha = 0.838***		
1	Các kênh bán lẻ qua cửa hàng của các DN bán lẻ Việt Nam cho phép khách hàng tự thu thập và chọn lựa mặt hàng họ đã mua online	FOC3	0.42
2	Các DN bán lẻ Việt Nam cho phép khách hàng dược chọn bất kỳ cửa hàng bán lẻ ngoại tuyên nào để đến lấy hàng sau khi họ đã đặt hàng online thành công	FOC4	0.679
3	Các DN bán lẻ Việt Nam cho phép khách hàng thanh toán tiền hàng mà họ đã mua online tại cửa hàng offline	FOC5	0.583
	Năng lực tích hợp đa kênh (CCIC) ***Cronbach's Alpha = 0.933***		
1	Các DN bán lẻ Việt Nam có thể thực hiện các hoạt động truyền thông marketing đồng nhất trên tất cả các kênh bán hàng.	CCIC1	0.814
2	Các DN bán lẻ Việt Nam có thể thực hiện các hoạt động giao dịch với khách hàng trên tất cả các kênh bán hàng.	CCIC2	0.899
3	Các DN bán lẻ Việt Nam có thể tạo cho khách hàng những trải nghiệm mua sắm liền mạch trên tất cả các kênh bán hàng	CCIC3	0.877

Nguồn: số liệu khảo sát 2020

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố được sử dụng khi hệ số Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) có giá trị từ 0.5 đến 1 Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Các hệ số chuyển tải nhân tố (factor loading) nhỏ hơn 0.45 sẽ tiếp tục bị loại khỏi nhóm biến để đảm bảo sự hội tụ giữa các biến trong một nhân tố; điểm dừng khi Eigenvalues lớn hơn 1 và tổng phương sai trích lớn hơn 0.5 Theo Gerbing & &erson (1998) trích trong Huỳnh Thị Kim Quyên (2006). Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố chính (Principle component analysis) với phép xoay Varimax sẽ được sử dụng để phân tích nhân tố. Sau khi xoay, ta sẽ

loại bỏ các biến có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.45; những biến có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.45 mới được sử dụng để giải thích một nhân tố nào đó.

Bảng 2: Kết quả phân tích ma trận xoay trong phân tích nhân tố biến độc lập

	Các thành tố			
	1	2	3	4
PPC2	.885			
PPC3	.808			
PPC4	.807			
PPC1	.804			
PPC5	.737			
IMC2		.833		
IMC3		.829		
IMC4		.816		
IMC1		.808		
FOC4			.877	
FOC5			.862	
FOC3			.820	
CC1				.783
CC2				.751
CC5				.728
CC3				.626

Phân tích nhân tố biến độc lập

Bảng kết quả phân tích (KMO và Bartlette's Test) cho thấy, hệ số KMO=0.768 >0.5; Hệ số Bartlett's 1.435 với mức ý nghĩa sig=0.000<0.05, như vậy giả thuyết về mô hình nhân tố là không phù hợp và sẽ bị bác bỏ. Điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp.

Từ bảng kết quả phân tích phương sai tổng thể (Total variance explained), cho thấy có 4 nhóm nhân tố được trích tại điểm Eigenvalues là 1.350 >1 và tổng phương sai trích (cumulative %) là 68.434% > 50%. Như vậy các chỉ tiêu phân tích đều đạt yêu cầu và có thể nói rằng một nhân tố này giải thích được 68.434% biến thiên của dữ liệu.

Đọc bảng kết quả từ ma trận xoay Rotated Component martrix ta thấy ở bảng 2: các biến quan sát được xếp vào 4 nhóm với hệ số tải nhân tố ở nhóm đó đều lớn hơn 0.45 nên không bị loại khỏi mô hình nghiên cứu. Các biến quan sát sau khi phân tích từ ma trận xoay thì đều vẫn tập trung vào đúng các nhóm như mô hình nghiên cứu đã đưa ra. Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong từng nhóm có khả năng giải thích tốt khi nằm trong nhóm đó.

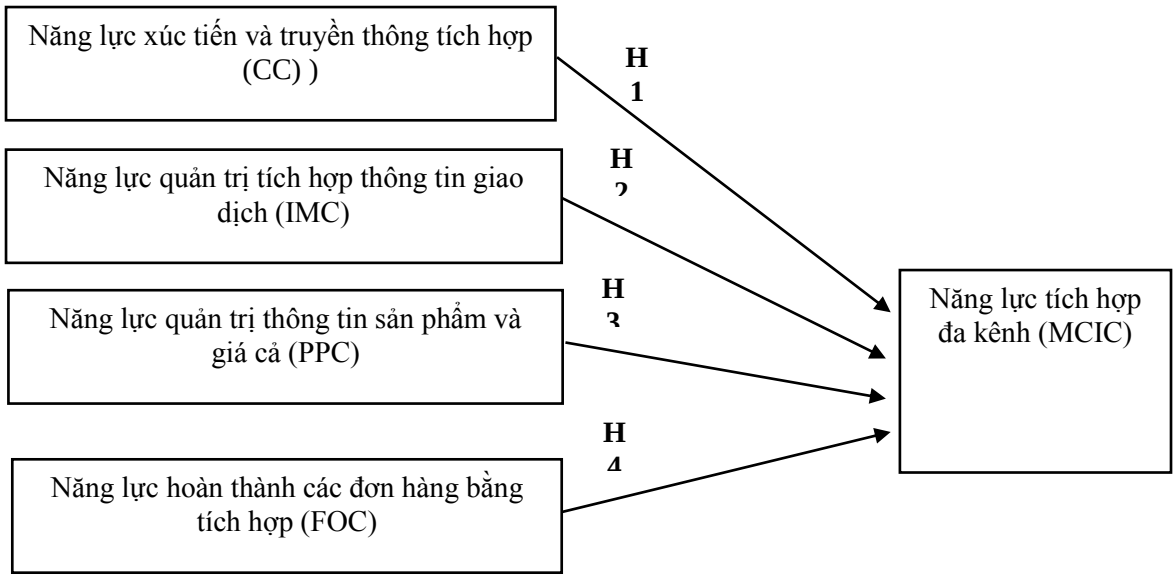
Phân tích nhân tố biến phụ thuộc

Thang đo này được thiết kế với ba biến quan sát được mã hóa từ CCIC1 đến

CCIC3 để đo lường năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đang có và đo lường sự đánh giá của khách hàng đối với doanh nghiệp. Thành phần này được tính theo phương pháp Principal Component với phép quay Varimax. Các biến quan sát có hệ số tải factor loading nhỏ hơn 0.45 sẽ bị loại vì không đảm bảo đủ độ hội tụ với các biến còn lại trong thang đo. Kết quả phân tích thành phần này có hệ số KMO = 0.743 và hệ số Bartlett's=472.943 với ý nghĩa sig.=0.000<0.05 cho thấy dữ liệu dùng để phân tích là hoàn toàn phù hợp. Ngoài ra, phân tích dữ liệu cho thấy có một nhân tố được hình thành ở Eigenvalues là 2.645 >1 với tổng phương sai trích là 88.178% >50%; trọng số các biến quan sát đều từ 0.9 trở lên; như vậy thang đo năng lực tích hợp đa kênh đảm bảo phản ánh được năng lực tích hợp đa kênh mà các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đang có.

4.3.4. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

Từ kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo va phân tích nhân tố khám phá cho thấy có bốn nhóm yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, đó là: "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp", "Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch", "Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả", "Năng lực hoàn thành đơn hàng tích hợp". Như vậy, mô hình nghiên cứu ban đầu được điều chỉnh lại như sau:



Hình 2: Mô hình hồi quy tuyến tính đã được điều chỉnh

Các giả thuyết của mô hình gồm:

H1: Năng lực xúc tiến truyền thông tích hợp được khách hàng đánh giá tốt thì năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp càng cao.

H2: Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch được khách hàng đánh giá tốt thì năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp càng cao.

H3: Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả được khách hàng đánh giá tốt thì năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp càng cao.

H4: Năng lực hoàn thành các đơn hàng bằng tích hợp được khách hàng đánh giá tốt thì năng lực tích hợp đa kênh của doanh nghiệp càng cao.

4.3.5. Hồi quy tuyến tính

Dựa vào cơ sở lý thuyết và kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson ở trên, ta tiến hành xây dựng phương trình hồi quy tuyến tính để xác định cụ thể trọng số của từng yếu tố tác động đến năng lực động của Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Phân tích hồi quy được thực hiện bằng phương pháp loại trừ dần (Backward) với phần mềm SPSS 20.0.

Kết quả hồi quy cho thấy:

- Các biến số đều thỏa mãn yêu cầu của mô hình hồi quy với hệ số sig.<0.05. Như vậy các biến độc lập trong mô hình có quan hệ đối với biến phụ thuộc Y.

- Các biến độc lập trong mô hình hoàn toàn phù hợp vì hệ số Sig.<0.5 (Bảng 3).

- Hệ số R^2 điều chỉnh (Adjusted R Square) trong mô hình này là 0.5102. Điều này cho thấy độ thích hợp của mô hình là 51.02%, hay nói cách khác là mô hình hồi quy giải thích được 51.02%, còn lại sẽ được giải thích bởi các yếu tố ngoài mô hình.

- Hệ số VIF của các biến độc lập trong mô hình đều nhỏ hơn 2 do đó hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập không có ảnh hưởng đáng kể đến mô hình hồi quy.

- Trị số thống kê Durbin-Watson có giá trị đến gần 2 (1.994) cho biết các phần dư không có tương quan với nhau.

- Phân tích ANOVA cho thấy Sig.= 0.000 < 0.005 chứng tỏ mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Bảng 3: Kết quả phân tích mô hình hồi quy tuyến tính đa biến

Ký hiệu	Tên biến	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Mức ý nghĩa của t	Hệ số chấp nhận	VIF
		Beta	**Sig.**	**Tolerance**	**VIF**
	Hằng số hồi quy		0.000		
X1	Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp	0.26	0.001	0.938	1.066
X2	Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch	0.13	0.001	0.897	1.115
X3	Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả	0.39	0.002	0.881	1.135
X4	Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp	0.47	0.000	0.895	1.118

Nguồn: Số liệu khảo sát 2020

Từ kết quả nghiên cứu, mô hình hồi quy tuyến tính với hệ số hồi quy đã chuẩn hóa (B) được viết lại như sau:

Y = 0.26X1 + 0.13X2 + 0.39X3 + 0.47X4

Hay được viết lại là:

Năng lực tích hợp đa kênh = 0.26 x *Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp* + 0.13 x *Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch* + 0.39 x *Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả* + 0.47 x *Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp.*

Theo phương trình hồi quy, các hệ số hồi quy có dấu đúng với kỳ vọng, nghĩa là các biến độc lập có quan hệ cùng chiều và tích cực với biến phụ thuộc Trong đó, Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp và Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả có tác động đến năng lực tích hợp đa kênh mạnh nhất. Như vậy, doanh nghiệp càng phối kết

hợp khả năng tiếp nhận, xử lý và hoàn thành đơn hàng của khách hàng càng nhanh trong điều kiện các yếu tố không đổi thì năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam tăng lên trung bình 0.47 bậc. tương tự, năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả; năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp; năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch của doanh nghiệp được đánh giá tốt hơn 1 bậc thì sẽ làm cho năng lực năng lực tích hợp đa kênh được tăng lên tương ứng là 0.39; 0.26 và 0.13.

Từ mô hình hồi quy tuyến tính đã được xây dựng, ta thấy:

Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến năng lực tích hợp đa kênh (0.47). Năng lực này cho phép doanh nghiệp bán lẻ đưa ra các dịch vụ hỗ trợ khách hàng để họ có thể dễ dàng lựa chọn và sử dụng các kênh bán lẻ mà họ ưa thích, dễ dàng thay đổi hình thức mua hàng giữa các kênh khác nhau tùy thuộc vào từng điều kiện cá nhân. Năng lực hoàn thành đơn hàng cũng cho phép khách hàng có thể sử dụng đồng thời nhiều loại kênh khác nhau trong một lần mua hàng, như họ có thể đặt mua hàng online, sau đó chọn một cửa hàng offline thuận tiện nhất với họ để đến lấy hàng và hoàn tất quá trình thanh toán. Điều này cho phép tạo ra nhiều giá trị hơn cho khách hàng. Qua đó, cũng đánh giá được hiệu quả của quá trình tích hợp đa kênh trong doanh nghiệp.

Năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả là yếu tố có ảnh hưởng mạnh thứ hai đến năng lực tích hợp đa kênh (0.39). Năng lực này cho phép khách hàng linh hoạt lựa chọn và dễ dàng tìm kiếm các thông tin về sản phẩm mà họ có nhu cầu ở mọi loại kênh. Năng lực quản trị tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả giúp tạo tính đồng nhất và minh bạch với mọi thông tin được cung cấp trên tất cả các kênh bán hàng của doanh nghiệp. Qua đó, khách hàng hoàn toàn có thể tin tưởng và nhanh chóng tiếp cận thông tin mà họ cần. Việc được khách hàng đanh giá cao với tính đồng nhất, nhanh chóng và minh bạch của tích hợp thông tin sản phẩm và giá cả góp phần gia tăng hiệu quả của năng lực tích hợp đa kênh cho doanh nghiệp.

Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp là yếu tố có ảnh hưởng mạnh thứ ba đến năng lực tích hợp đa kênh (0.26). Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp cho phép việc truyền tải thông điệp truyền thông và các chương trình xúc tiến của doanh nghiệp đến khách hàng nhanh hơn. Thông qua đó làm gia tăng tỷ lệ phản hồi và tăng cường hiệu quả của các chương trình xúc tiến và truyền thông. Việc thống nhất truyền đạt và triển khai trên tất cả các kênh bán hàng giúp khách hàng nhanh chóng thu nhận thông tin và tích cực phản hồi lại với doanh nghiệp nhiều hơn. Bên cạnh đó, xúc tiến và truyền thông tích hợp giúp đảm bảo các hoạt động xúc tiến được diễn ra đồng thời giữa tất cả các kênh, tránh tình trạng chỉ tập trung vào một hay một vài kênh, dẫn đến sự mất cân bằng và xung đột lợi ích giữa các kênh. Doanh nghiệp càng triển khai hiệu quả năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp thì càng nâng cao năng lực tích hợp đa kênh của mình.

Năng lực quản trị tích hợp thông tin giao dịch là yếu tố có ảnh hưởng thứ tứ đến năng lực tích hợp đa kênh (0.13). Năng lực này cho phép doanh nghiệp bán lẻ đồng thời thu thập được nguồn thông tin đa dạng của khách hàng, từ các thông tin cá nhân đến các thông tin về lịch sử giao dịch hay thói quen tìm kiếm thông tin của khách hàng trên tất cả các kênh bán hàng. Từ đó, doanh nghiệp bán lẻ có thể thiết kế các phương thức bán hàng thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của từng cá nhân. Đạt được khả năng tích hợp hiệu quả thông tin

giao dịch giúp doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam nâng cao được hiệu suất của năng lực tích hợp đa kênh. Tuy nhiên, thực hiện hiệu quả năng lực này đòi hỏi các doanh nghiệp cần có được cơ sở dữ liệu, quy mô hệ thống thông tin và khả năng tài chính lớn. Trong khi đó, các doanh nghiệp bán lẻ nội địa còn nhiều khó khăn về tiềm lực tài chính, hệ thống thông tin hạn chế và cơ sở dữ liệu khiêm tốn. Do vậy, yếu tố này được coi là có mức độ ảnh hưởng yếu nhất đến hiệu quả của năng lực tích hợp đa kênh.

5. Kết luận

5.1. Kết luận

Với mục tiêu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam trong điều kiện giảm dần các bảo hộ thương mại với ngành bán lẻ, nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đề ra là nhận dạng và xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ nội địa. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng với mức độ ảnh hưởng từ mạnh nhất đến yếu nhất lần lượt là "Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp", "Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả", "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp" và "Năng lực tích hợp thông tin giao dịch". Kết quả này cũng ngụ ý rằng các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam muốn củng cố và nâng cao năng lực tích hợp đa kênh để gia tăng giá trị cho khách hàng thì cần tập trung nuôi dưỡng và cải thiện ba thành phần quan trọng và có ảnh hưởng lớn nhất là "Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp" và "Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả", "Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp".

5.2. Hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, nghiên cứu đề xuất hàm ý quản trị nhằm duy trì, củng cố và nâng cao năng lực tích hợp đa kênh cho các yếu tố ảnh hưởng như sau:

Thứ nhất, với *"Năng lực hoàn thành đơn hàng bằng tích hợp",* doanh nghiệp cần nhanh chóng triển khai đồng thời nhiều hình thức mua hàng khác nhau, từ mua hàng qua kênh truyền thống, mua hàng qua điện thoại, mua hàng qua website, mua hàng qua các ứng dụng trên smartphone... Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần phối kết hợp linh hoạt giữa các kênh mua hàng, cho phép khách hàng đa dạng hóa hình thức mua hàng, nhận hàng và thanh toán. Đặc biệt với nhóm khách hàng trong độ tuổi lao động vì đặc điểm bận rộn nên thường có xu hướng đặt mua hàng online cho những mặt hàng họ cần và có thể linh hoạt sử dụng hình thức giao hàng tại nhà hoặc tự lựa chọn cửa hàng nhận hàng. Ngoài ra, doanh nghiệp bán lẻ cũng cần linh hoạt các hình thức thanh toán cho khách hàng, đặc biệt với khách hàng đặt hàng online, cho phép khách hàng tạo được sự tin tưởng và dễ dàng trong các quyết định thanh toán của mình.

Thứ hai, với *"Năng lực quản trị thông tin sản phẩm và giá cả"*, doanh nghiệp bán lẻ cần luôn có sự kiểm soát chặt chẽ với các thông tin về sản phẩm và thông tin về giá cả được đưa ra trên tất cả các kênh. Cần đảm bảo tính thống nhất, minh bạch trong các thông tin cung cấp, giúp khách hàng có được cảm giác tin tưởng và an tâm khi lựa chọn bất kỳ hình thức và loại hình kênh bán hàng nào của doanh nghiệp.

Thứ ba, với *"Năng lực xúc tiến và truyền thông tích hợp"*, các doanh nghiệp bán lẻ trong nước cần triển khai thường xuyên hơn nữa các chương trình xúc tiến và truyền tải các thông điệp truyền thông đồng thời trên tất cả các kênh bán hàng của doanh nghiệp. Việc triển khai đồng thời các chương trình xúc tiến giúp doanh nghiệp đảm bảo các thông tin có thể đến được với hầu khắp khách hàng, tăng tính thuận tiện trong việc lựa chọn thời điểm, phương tiện và cách thức tiếp nhận thông tin.

5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu mặc dù đã chỉ ra các thành tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam nhưng do điều kiện về thời gian và tài chính nên nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế. Các hạn chế của nghiên cứu gồm:

Thứ nhất, nghiên cứu mới chỉ dừng lại ở nhận dạng các thành tố cấu thành năng lực tích hợp đa kênh, chưa có các tổng quan và nghiên cứu nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của năng lực tích hợp đa kênh đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp bán lẻ. Do vậy, trong thời gian tới cần tiếp tục nghiên cứu về năng lực tích hợp đa kênh trong mối quan hệ với lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp bán lẻ; từ đó tìm ra các hàm ý, giải pháp thực tiễn nhằm nuôi dưỡng và phát triển năng lực tích hợp đa kênh, góp phần cải thiện hiệu suất và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, nghiên cứu mới chỉ tập trung thu thập dữ liệu ở thị trường Hà Nội mà chưa thực hiện trên các khu vực thị trường khác của Việt Nam. Trong khi các thị trường bán lẻ khác cũng có những đặc điểm riêng biệt dẫn đến sự khác nhau giữa các thị trường. Do vậy, việc nghiên cứu chỉ thu thập dữ liệu của các khách hàng ở khu vực Hà Nội có thể chưa bao quát hết được thực trạng của thị trường bán lẻ trên cả nước. Do đó, thời gian tới cần tiếp tục mở rộng nghiên cứu sang các khu vực thị trường khác để gia tăng tính đại diện cho mẫu và củng cố độ tin cậy của nghiên cứu.

Thứ ba, trong phần phương pháp nghiên cứu, tác giả đề xuất phương pháp chọn mẫu và số lượng mẫu tối thiểu cần được chọn là 224. Tuy nhiên, do điều kiện về thời gian và nguồn lực về tài chính nên kết quả số lượng mẫu chọn được phục vụ cho nghiên cứu chỉ là 182, đạt 75% kích thước mẫu kỳ vọng. Số lượng mẫu này thực tế chưa đạt được như kỳ vọng ngoài nguyên nhân chủ quan về điều kiện tài chính và thời gian còn do các nguyên nhân khách quan như khách hàng quên trả lời bảng hỏi hay khách hàng trả lời không trung thực và trả lời cho nhanh dẫn đến bảng kết quả khảo sát không đạt yêu cầu. Bên cạnh đó, các nghề nghiệp của đối tượng khảo sát mới chỉ tập trung ở bảy nhóm ngành nghề mà chưa có sự trải rộng ra hầu khắp các nhóm nghề nghiệp khác nhau. Điều này có thể dẫn đến tính đại diện của mẫu chưa cao. Do vậy, mức độ tin cậy của mẫu còn chưa đạt được như kỳ vọng.

Từ việc nhận dạng các tồn tại trong bài viết này, tác giả kỳ vọng thời gian tới sẽ tiếp tục thực hiện các nghiên cứu có liên quan để khắc phục các hạn chế cũng như củng cố các quan điểm cả về lý luận và thực tiễn về năng lực tích hợp đa kênh của các doanh nghiệp bán lẻ nói chung và của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam nói riêng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bahn, D. L. & Fischer, P. P. (2003) 'Clicks & mortar: balancing brick & mortar business strategy & operations with auxiliary electronic commerce', *Information*

Technology & Management, 4(2), pp. 319-334.

2. Balasubramanian, S., Raghunathan, R. & Mahajan, V. (19AD) 'Consumers in a Multichannel Environment: Product Utility, Process Utility, & Channel Choice', *Journal of Interactive Marketing*, 2(12-30).
3. Bendoly *et al.* (2005) 'Online/in-Store Integration & Customer Retention', *Journal of Service Research*, 7(4), pp. 313-327.
4. Bendoly, E. *et al.* (2005) 'Online/in-store integration & customer retention', *Journal of Service Research*, 7(4), pp. 313-327.
5. Berman, B. & Thelen, S. (2004) 'A guide to developing & managing a well-integrated multi-channel retail strategy', *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(3), pp. 147-156.
6. C. Steinfield, Bouwman, H. & Adelaar, T. (2002) 'The Dynamics of Click-&-Mortar Electronic Commerce: Opportunities & Management Strategies', *International Journal of Electronic Commerce*, 7(1), pp. 93-119.
7. Cao, L. & Li, L. (2015) 'The Impact of Cross-Channel Integration on Retailers' Sales Growth', *Journal of Retailing*, 91(2), pp. 198-216. doi: 10.1016/j.jretai.2014.12.005.
8. Cao, L. & Li, L. (2018) 'Determinants of Retailers' Cross-channel Integration: An Innovation Diffusion Perspective on Omni-channel Retailing', *Journal of Interactive Marketing*, 44, pp. 1-16. doi: 10.1016/j.intmar.2018.04.003.
9. Chaffey, D. (2010) 'Applying Organisational Capability Models to Assess the Maturity of Digital-Marketing Governance', *Journal of Marketing Management*, 26(3-4), pp. 187-196.
10. Daniel, E. M. & Wilson, H. N. (2003) 'The role of dynamic capabilities in e-business transformation', *European Journal of Information Systems*, 12(4), pp. 282-296.
11. Goersch, D. (2002) 'Multi-Channel Integration & Its Implications for Retail Web Sites', in Wrycza S. ed. (ed.) *Proceedings of the 10th European Conference on Information System, ECIS*, pp. 748-758.
12. Gorsuch, R. (1983) *Factor analysis*. second. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlrbaum Associates.
13. Gulati, R. & Garino, J. (2000) 'Get the Right Mix of Bricks & Clicks (Cover Story)', *Harvard Business Review*, 78(3), pp. 107-114.
14. Herhausen, D. *et al.* (2015) 'Integrating Bricks with Clicks: Retailer-Level & Channel-Level Outcomes of Online-Offline Channel Integration', *Journal of Retailing*. New York University, 91(2), pp. 309-325. doi: 10.1016/j.jretai.2014.12.009.
15. Kalakota, R. & Robinson, M. (2004) 'Multi-channel blueprint: creating new customer experiences. In: Services Blueprint: Roadmap for Execution', *Addison-Wesley*, pp. 85-116.
16. Kearney (2017) *The age of focus: The 2017 Global Retail Development Index*. Available at: https://www.kearney.com/global-retail-development-index/article?/a/the-age-of-focus-2017-full-study (Accessed: 1 April 2020).

17. Kearney (2019) *A mix of new consumers & old traditions: The 2019 Global Retail Development Index*. Available at: The 2019 Global Retail Development Index (Accessed: 1 April 2020).
18. Keeney, R. L. (1999) 'The value of Internet commerce to the customer', *Management Science*, 45(4), pp. 533-542.
19. King, R. C., Sen, R. & Xia, M. (2004) 'Impact of Web-Based E- Commerce on Channel Strategy in Retailing', *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3), pp. 103-130.
20. Konus¸, U., Verhoef, P. C. & Neslin, S. C. (2008) 'Multichannel Shopper Segments & Their Covariates', *Journal of Retailing*, 84(4), pp. 398-413.
21. Kotler, P. (2000) *Marketing management*. Prentice H.
22. MacCallum, R. C. *et al.* (1999) 'Sample size in factor analysis', *Psychological Methods*, 4, pp. 84-99.
23. Mohammed, R. *et al.* (2002) *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*. 2nd edn. New York, NY: McGraw-Hill.
24. Montoya-Weiss, M., Voss, G. B. & Grewal, D. (2003) 'Determinants of Online Channel Use & Overall Satisfaction with a Relational, Multichannel Service Provider', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), pp. 448-458.
25. Neslin, S. A. *et al.* (2006) 'Challenges & Opportunities in Multichannel Customer Management', *Journal of Service Research*, 9(2), pp. 95-112.
26. Neslin, S. A. & Shankar, V. (2009) 'Key Issues in Multichannel Customer Management: Current Knowledge & Future Directions', *Journal of Interactive Marketing*, 23(1), pp. 70-81.
27. *Nghị định 09/2018/NĐ-CP* (2018).
28. Nunnally & Burnstein (1994) *Pschy Chometric Theory*. third. New York, NY: McGraw-Hill.
29. Oh, L. Bin, Teo, H. H. & Sambamurthy, V. (2012) 'The effects of retail channel integration through the use of information technologies on firm performance', *Journal of Operations Management*. Elsevier B.V., 30(5), pp. 368-381. doi: 10.1016/j.jom.2012.03.001.
30. Otto, J. R. & Chung, Q. B. (2000) 'A framework for cyber-enhanced retailing: integrating e-commerce retailing with brick-&-mortar retailing', *Electronic Markets*, 10(3), pp. 185-191.
31. Payne, A. & Frow, P. (2004) 'The Role of Multichannel Integration in Customer Relationship Managemen', *Industrial Marketing Management*, 33(6), pp. 527-538.
32. Pentina, I. & Hasty, R. W. (2009) 'Effects of Multichannel Coordina- tion & E-Commerce Outsourcing on Online Retail Performance', *Journal of Marketing Channels*, 16(4), pp. 359-374.
33. Prasarnphanich, P. & Gillenson, M. (2003) 'The hybrid click & bricks business model', *Communication of the ACM*, 46(12), pp. 178-185.

34. Rangaswamy, A. & VanBruggen, G. H. (2005) ‘Opportunities & challenges in multi-channel marketing: an introduction to the special issue’, *Journal of Interactive Marketing*, 19(2), pp. 5-11.
35. Saeed, K. A., Grover, V. & Hwang, Y. (2003) ‘Creating synergy with a clicks & mortar approach’, *Communications of the ACM 46 (12), 206-212*, 46(12), pp. 206-212.
36. Schramm-Klein, H. & Morschett, D. (2006) ‘Retail Channel Portfolios: Channel-Attributes or Integration-Benefit - What Counts More?’, *European Advances in Consumer Research*, 7, pp. 377-384.
37. Stone, M., Hobbs, M. & Khaleeli, M. (2002) ‘Multichannel Cus- tomer Management: The Benefits & Challenges’, *Journal of Database Marketing*, 10(1), pp. 39-52.
38. Straub, D. W. & Watson, R. T. (2001) ‘Research commentary: transformational issues in researching IS & net-enabled organizations’, *Information Systems Research*, 12(4), pp. 337-345.
39. Suanders, M. (2000) *Research methods of business studies*. FT Prentice Hall.
40. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS - tập 1*. Thành phố Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức - Đại học kinh tế TP Hồ Chí Minh.
41. Verhoef, P. C. (2012) *Multichannel Customer Management Strategy in H&book of Marketing Strategy, Shankar V. & Carpenter G. S.* Cheltenham. Elgar Publishing.
42. Verhoef, P. C. (2014) ‘Multichannel customer management strategy’.
43. Wallace, D. W., Giese, J. L. & Johnson, J. L. (2004) ‘Customer retailer loyalty in the context of multiple channel strategies’, *Journal of Retailing*, 80(4), pp. 249-263. doi: 10.1016/j.jretai.2004.10.002.
44. Xia, Y. & Zhang, G. P. (2010) ‘The Impact of the Online Channel on Retailers’ Performances: An Empirical Evaluation’, *Decision Sciences*, 41(3), pp. 517-546.
45. Yan, R., Wang, J. & Zhou, B. (2010) ‘Channel integration & profit sharing in the dynamics of multi-channel firms’, *Journal of Retailing & Consumer Services*. Elsevier, 17(5), pp. 430-440. doi: 10.1016/j.jretconser.2010.04.004.
46. Zhang, J. *et al.* (2010) ‘Crafting Integrated Multi- channel Retailing Strategies’, *Journal of Interactive Marketing*, 24(2), pp. 168-180.
47. Zikmund, W. G. (1997) *Business Research Methods*. fifth. The Dryden Press, USA.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VỚI XUẤT KHẨU NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM KHI GIA NHẬP CPTPP

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR EXPORT OF VIETNAM'S TEXTILE AND APPAREL INDUSTRY IN THE COMPREHENSIVE AND PROGRESSIVE AGREEMENT FOR TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP (CPTPP)

ThS. Lương Thị Hồng Ngân

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Ngày 14 tháng 01 năm 2019, Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) chính thức có hiệu lực với Việt Nam. Việc ký kết CPTPP là bước tiến mới của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Một ưu điểm khác của CPTPP mang lại cho Việt Nam là thiết lập thương mại tự do với nhiều đối tác hơn. Đồng thời, là động lực để doanh nghiệp Việt Nam mạnh dạn khai phá các thị trường mới. Ngoài ra, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của các thành viên CPTPP mang tính bổ sung và ít cạnh tranh với nhau nên CPTPP có hiệu lực được cho là sẽ mở ra cánh cửa xuất khẩu cho nhiều mặt hàng công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam như: dệt may, da giày, đồ gỗ, nông, thủy sản... sang các thị trường mới như Canada, Mexico, Peru...Tuy nhiên, cơ hội cũng luôn luôn đi kèm với thách thức mà xuất khẩu của ngành dệt may của Việt Nam phải đối mặt. Phạm vi bài viết gồm 3 phần chính: (1) Giới thiệu về CPTPP, (2) Phân tích cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam khi tham gia CPTPP; (3) Một số giải pháp.

Từ khóa: *CPTPP, dệt may, xuất khẩu, cơ hội, thách thức*

Abstract

On 14 January 2019, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) officially came into force in Vietnam. The signing of CPTPP is a new step of Vietnam in the process of international economic integration. Another advantage of CPTPP brings to Vietnam is the establishment of free trade with more partners. At the same time, it is a motivation for Vietnamese businesses to boldly explore new markets. In addition, because the export product structure of CPTPP members is complementary and less competitive with each other, CPTPP is expected to open the export gate for many processing and manufacturing industries of Vietnam such as: textiles, footwear, furniture, agriculture, fisheries,etc. to new markets such as Canada, Mexico, Peru and so on. However, opportunities always go hand in hand with the challenges that Vietnam's textile and apparel export industry has to face. This article is aimed to illustrate three main aspects: (1) Introduction to CPTPP; (2) Analyzing the opportunities and challenges for export of Vietnam's textile and garment industry when participating in the CPTPP; (3) Solutions.

Keywords: *Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership, textiles, export, opportunities and challenges for export*

1. Đặt vấn đề

Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership - CPTPP) là một hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, được ký kết vào ngày 08 tháng 3 năm 2018, gồm 11 nước thành viên là: Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam, chính thức có hiệu lực từ ngày 14 tháng 1 năm 2019. Hiệp định CPTPP khởi nguồn từ Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) có sự tham gia của 12 nước thành viên với lễ ký xác thực lời văn Hiệp định tại Auckland, New Zealand ngày 04 tháng 2 năm 2016. Tuy nhiên, ngày 30 tháng 1 năm 2017, Hoa Kỳ chính thức tuyên bố rút khỏi hiệp định, 11 nước còn lại đã tích cực nghiên cứu, trao đổi nhằm thống nhất định hướng trong bối cảnh mới. Tháng 11 năm 2017, hiệp định TPP được đổi tên thành hiệp định CPTPP dù giữ nguyên nội dung của hiệp định TPP (gồm 30 chương và 9 phụ lục), nhưng cho phép tạm hoãn 20 nhóm nghĩa vụ để đảm bảo sự cân bằng về quyền lợi và nghĩa vụ của các nước thành viên. So với TPP, giá trị đóng góp vào GDP và thương mại toàn cầu của Hiệp định CPTPP nhỏ hơn do không có Hoa Kỳ tham gia, nhưng Hiệp định CPTPP vẫn có tầm quan trọng và ảnh hưởng đặc biệt do các nước thành viên chiếm 13.5% GDP toàn cầu với tổng kim ngạch thương mại hơn 10.000 tỷ USD theo số liệu của báo cáo ngành của FPTS (2018).

Việc tham gia Hiệp định CPTPP giúp Việt Nam gia tăng xuất khẩu, đồng thời cũng thúc đẩy Việt Nam đẩy nhanh quá trình cải cách trong nước. Dù vậy, sức ép cạnh tranh do CPTPP mang lại được các chuyên gia đánh là là thách thức lớn nhất với Việt Nam do giảm thuế nhập khẩu về 0%. Bên cạnh đó, những tiêu chuẩn cao về quản trị minh bạch và hành xử khách quan của bộ máy quản lý nhà nước cũng là những thách thức không nhỏ mà Việt Nam phải đối mặt. Trong bối cảnh ảnh hưởng của dịch viêm phổi cấp gây ra bởi Covid 19 xét về trong ngắn hạn cũng sẽ ảnh hưởng nhất định tới hoạt động xuất khẩu các mặt hàng dệt may tới các nước thành viên CTTPP, trong đó có Việt Nam bên cạnh các tác động vốn có của tổng thể ngành dệt may của Việt Nam bởi các quy định của Hiệp định mà Việt Nam đã tham gia. Theo thống kê của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS), trong hai tháng đầu năm 2020, tổng giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam đã giảm 3,5% so với cùng kỳ năm 2019. Trong đó:

- Giá trị xuất khẩu sợi giảm 16% do thị trường tiêu thụ sợi lớn nhất của Việt Nam - Trung Quốc - ngưng hoạt động một số nhà máy dệt do ảnh hưởng từ dịch COVID-19;

- Giá trị xuất khẩu hàng may mặc giảm 2,3% do sự sụt giảm nhu cầu hàng may mặc tại Trung Quốc, sau đó là Hàn Quốc và Nhật Bản, khi dịch lan rộng sang các quốc gia này.

- Tháng 3/2020, tình hình dịch bệnh bắt đầu chuyển biến phức tạp tại Mỹ và EU, nhiều khách hàng ở hai thị trường này đã thông báo giãn hoặc hủy các đơn hàng may mặc. Quý 2/2020 là giai đoạn đỉnh điểm của tình trạng thiếu đơn hàng sản xuất và nhiều doanh nghiệp có khả năng sẽ bị mất thanh khoản.

Nỗi lo về nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp ngành dệt may Việt Nam chưa kịp lắng xuống thì hiện tại lại phải đối mặt với nguy cơ kép đối tác lớn là EU và Mỹ ngưng nhận hàng. Đây được cho là cú "sốc" khá lớn với nhiều doanh nghiệp xuất khẩu dệt may, đặc biệt là với những doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn sang hai thị trường này.

Doanh nghiệp đối mặt với việc tốn thêm nhiều chi phí còn dòng tiền bị "đóng băng", không thể lưu chuyển. Do vậy, nghiên cứu điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của xuất khẩu dệt may để đưa ra những giải pháp hành động phù hợp trong bối cảnh hiện nay có tính thời sự và thực tiễn cao.

2. Tổng quan và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Đã có khá nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về tác động của CPTPP đến kinh tế các quốc gia, trong đó có Việt Nam, phần lớn kết quả nghiên cứu đều cho rằng các nước tham gia CPTPP dường như ít hưởng lợi và có nhiều thách thức hơn so với khi tham gia TPP. Nghiên cứu của Ciuriak (2017) sử dụng mô hình GTAP - FDI cho thấy các quốc gia như: Canada, Mexico, Chile và Peru được hưởng lợi nhiều hơn so với khi có Hoa Kỳ tham gia hiệp định (TPP), tuy nhiên về dài hạn 11 quốc gia đều hưởng lợi ích của Hiệp định CPTPP. Kết quả từ nghiên cứu của Lu (2018) đánh giá tác động của CPTPP và EVFTA đến xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam cũng bởi việc sử dụng mô hình GTAP cho thấy tiềm năng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam khi tham gia CPTPP và EVFTA nhưng không lớn như những nghiên cứu trước đó. Bên cạnh các nghiên cứu ngoài nước, các nghiên cứu trong nước không ít về tác động của CPTPP đối với các ngành chủ lực trong đó có ngành dệt may. Nghiên cứu của TS. Lê Thanh Tùng (2019) cũng đã chỉ ra phân tích tác động của CTTPP tới một số ngành kinh tế chủ lực trong nền kinh tế. Cụ thể hơn, Nguyễn Thị Oanh (2019) trong nghiên cứu của mình đã phân tích một số nội dung thỏa thuận trong Hiệp định CPTPP có thể ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam cũng như cơ hội và thách thức đối với một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam như dệt may, da giày, từ hàng rào phi thuế quan, từ đó đề xuất một số khuyến nghị đối với Nhà nước và doanh nghiệp nhằm tiếp tục mở rộng quy mô và tăng kim ngạch xuất khẩu.

Các nghiên cứu trên đã đánh giá được các tác động về mặt kinh tế - xã hội của CPTPP tới các nước thành viên ở một số khía cạnh. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu mới đánh giá được tác động với tới từng quốc gia có sự khác biệt về điều kiện kinh tế và xã hội, hoặc từng lĩnh vực kinh tế, mà chưa có nghiên cứu đánh giá các tác động kinh tế rõ rệt toàn diện của CPTPP tới việc xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam bằng việc sử dụng mô hình SWOT. Chính vì vậy, bài viết đã ứng dụng mô hình SWOT để làm rõ điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức khi tham gia CPTPP để đưa ra các khuyến nghị các giải pháp nhằm gia tăng kim ngạch xuất khẩu, tận dụng được các cơ hội và giảm thiểu các thách thức đặt ra đối với ngành dệt may Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết nghiên cứu phân tích các cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam khi tham gia CPTPP dựa trên thực tế năng lực sản xuất của Việt Nam và các cam kết khi hội nhập, đưa ra một số hàm ý chính sách đối với Nhà nước và doanh nghiệp. Bài viết sử dụng các số liệu thứ cấp thu thập liên quan đến xuất khẩu của ngành dệt may từ năm 2015-2019, khung pháp lý về một số cam kết của CPTPP như thuế, phí thuế quan, hàng rào kỹ thuật liên quan đến ngành dệt may đối với thị trường 11 nước tham gia CPTPP bao gồm cả Việt Nam.

Bài viết sử dụng số liệu thứ cấp thu thập được từ Bộ Công Thương; Trung tâm WTO. Mô hình phân tích SWOT được sử dụng trong bài viết là yếu tố quan trọng để tạo chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, của ngành. Về cơ bản, phân tích SWOT tức là phân tích 4 yếu tố: Strengths (Điểm mạnh), Weaknesses (Điểm yếu), Opportunities (Cơ hội), Threats (Thách thức) để xác định mục tiêu chiến lược, hướng đi cho doanh nghiệp, ngành kinh tế.

- Thế mạnh: Đặc điểm doanh nghiệp, ngành kinh tế đem lại lợi thế so với đối thủ
- Điểm yếu: Đặc điểm doanh nghiệp, ngành kinh tế yếu thế hơn so với đối thủ
- Cơ hội: Nhân tố môi trường có thể khai thác để giành được lợi thế
- Thách thức: Nhân tố môi trường có thể ảnh hưởng tiêu cực đến doanh nghiệp, ngành kinh tế

3. Tổng quan các cam kết trong hiệp định CPTPP liên quan với ngành dệt may

3.1. Cam kết về thuế quan

Hiệp định CPTPP cam kết về thuế quan liên quan đến ngành dệt may phần lớn được áp dụng chung cho các quốc gia có 07 nước thành viên CPTPP đưa ra biểu thuế quan áp dụng chung cho tất cả các đối tác CPTPP khác, bao gồm: Australia, Brunei, Malaysia, New Zealand, Peru, Singapore, Việt Nam. Tuy nhiên, cũng có 04 quốc gia ký kết CPTPP đưa ra biểu thuế quan áp dụng riêng cho từng đối tác CPTPP, bao gồm: Canada, Chile, Nhật Bản, Mexico. Như vậy, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào mỗi nước CPTPP sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan riêng cho từng loại hàng hóa và mức ưu đãi có thể khác nhau giữa các thị trường xuất khẩu dù là cùng trong CPTPP. Còn Việt Nam cam kết ưu đãi thuế quan theo từng dòng thuế, với mức ưu đãi áp dụng chung cho hàng hóa nhập khẩu đến từ tất cả các nước CPTPP. Mặc dù thuế suất cơ sở áp dụng cho các sản phẩm dệt may đang là tương đối cao (đa phần từ 5%-20%), Việt Nam cam kết xóa bỏ gần như tất cả các dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Số rất ít các dòng thuế còn lại được cam kết xóa bỏ theo lộ trình từ 4-16 năm. Đây được hiểu là một động thái để đánh đổi lấy việc các nước đối tác mở cửa thị trường dệt may mạnh hơn cho Việt Nam. Để có cái nhìn tổng quan về cam kết thuế quan của các thành viên CPTPP đối với ngành dệt may Việt Nam, tác giả xin tổng hợp tại bảng 1.

Bảng 1. Tổng hợp cam kết của một số thành viên CPTPP

Nhóm cam kết	Australia	New Zealand	Chile	Nhật Bản	Brunei, Malaysia, Singapore	Canada	Mexico	Peru
Xóa bỏ thuế quan ngay	81,8% dòng thuế	81,4% dòng thuế	87% dòng thuế	98,5% số dòng VJEPA đã xóa bỏ hết trừ 05 dòng không cam kết	Singapore: 100% Malaysia: 99,4% dòng thuế Brunei: 95,2% dòng thuế ATIGA: 100%	88,8% số dòng thuế	27,6% số dòng (nguyên liệu, sản phẩm dệt Chương 50-60)	13,3% số dòng thuế

Nhóm cam kết	Australia	New Zealand	Chile	Nhật Bản	Brunei, Malaysia, Singapore	Canada	Mexico	Peru
Xóa bỏ thuế quan theo lộ trình	Lộ trình 3-4 năm: - 3 năm với 22 dòng (áo jacket và áo khoác thể thao từ bông hoặc sợi tổng hợp...) - 4 năm với 144 dòng Lộ trình muộn hơn AANZFTA	Lộ trình 5-7 năm: - 5 năm với 58 dòng (len/thảm ...) - 7 năm với 134 dòng (áo jacket từ bông; áo phông;... Lộ trình muộn hơn AANZFTA	Lộ trình 4-8 năm - 4 năm với 36 dòng (vải dệt ,...) - 8 năm với 88 dòng Chương 61, 62 VCFTA: khoảng 50% số dòng có lộ trình 5, 10 năm	Lộ trình 11 năm với 24 dòng Chương 61, 62, 63	Singapore: Không Brunei: 07 năm với 52 dòng (thảm, hàng dệt trải sàn...) Malaysia: 6 năm với 6 dòng (chỉ khâu...)	Lộ trình 4-6 năm - 4 năm với 107 dòng thuế (hàng may mặc) - 6 năm với 28 dòng (thảm và các loại hàng dệt trải sàn)	Lộ trình 6-15 năm - 5 năm với 16 dòng (sợi filament, ...) - 10 năm với 808 dòng (bông, phụ trợ,...) - 16 năm với 82 dòng (vỏ ga,...)	Lộ trình 6-11 năm - 6 năm với 108 dòng - 11 năm với 173 dòng - 16 năm với 555 dòng
Không cam kết xóa bỏ/Hạn ngạch	Không	Không	Không	05 dòng phân nhóm kén tơ tằm, tơ tằm thô	Không	Không	8,08% với SP Chương 50-60 21,57% với SP Chương 61-63	5,6% với SP Chương 50-60 10,88% với SP Chương 61-63

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

3.2. Cam kết về lao động

CPTPP có một chương riêng về lao động với các cam kết liên quan tới các quyền cơ bản của người lao động, điều kiện lao động, xu hướng về tiêu chuẩn lao động thuộc về 3 nhóm: Nhóm các nguyên tắc tuyên bố của ILO năm 1998; Nhóm nguyên tắc về điều kiện lao động chấp nhận được; Nhóm định hướng pháp luật chính sách về lao động.

Trong khi đó, dệt may lại là ngành có một số đặc thù về lao động và điều kiện lao động, đặc biệt đây là ngành nghề sử dụng nhiều lao động nữ, với các đặc thù về thể chất, sức khỏe, điều kiện làm việc môi trường lao động có nhiều yếu tố nguy hại tới sức khỏe (tiếng ồn lớn, thường xuyên; nhiều bụi; khí nóng; có trường hợp sử dụng hóa chất...). Điều kiện làm việc tương đối đặc thù (tư thế lao động gò bó, dễ mắc các bệnh nghề nghiệp liên quan tới vận động cổ tay/ngón tay...). Vì vậy, suy đoán là các cam kết của CPTPP về lao động sẽ có tác động nhất định tới ngành dệt may, chủ yếu là theo hướng gián tiếp.

3.3. Cam kết về thủ tục chứng nhận xuất xứ

Thủ tục chứng nhận xuất xứ trong CPTPP được nêu tại Chương 3, gồm các cam kết áp dụng chung cho tất cả các sản phẩm (không có thủ tục riêng biệt nào với dệt may).

Cam kết chung của CPTPP về thủ tục chứng nhận xuất xứ là tự chứng nhận xuất xứ (nhà sản xuất, nhà xuất khẩu, nhà nhập khẩu tự phát hành giấy chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa nhập khẩu liên quan). Tuy nhiên CPTPP chấp nhận một số ngoại lệ và bảo lưu đối với thủ tục tự chứng nhận xuất xứ này.

4. Thực trạng xuất khẩu dệt may của Việt Nam vào các nước thành viên của CPTPP

**Thực trạng cơ cấu xuất khẩu các mặt hàng dệt may của Việt Nam trong các năm qua trong thị trường các nước thành viên CPTPP*

Dệt may là ngành sản xuất và xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam với ba phân ngành nhỏ hơn là ngành xơ sợi, dệt nhuộm và cắt may, trong đó, cắt may là phân ngành chiếm tỷ trọng chủ yếu.

Ngành xơ sợi

Ngành xơ sợi có sự tăng trưởng tốt trong khoảng một thập kỷ trở lại đây. Tổng lượng sợi năm 2017 đạt khoảng 2 triệu tấn, trong đó xuất khẩu 1,3 triệu tấn. Kim ngạch xuất khẩu sợi từ 1,1 tỷ USD năm 2010 tăng lên 4,1 tỷ USD năm 2018.

Ngành dệt nhuộm

Dệt nhuộm (sản xuất vải) được xem là nút thắt trong chuỗi cung ứng dệt may của Việt Nam. Các doanh nghiệp dệt nhuộm phần lớn là dệt nhuộm phục vụ sản xuất nội bộ. Ngành dệt nhuộm chưa hấp dẫn đầu tư do chi phí đầu tư cao (cho máy móc, công nghệ và xử lý ô nhiễm nguồn nước trong quá trình sản xuất). Cơ hội thuế quan từ các FTA và yêu cầu về quy tắc xuất xứ tương ứng có thể là cú hích để thúc đẩy đầu tư vào ngành dệt nhuộm thời gian tới.

Ngành cắt may

Ngành cắt may (sản xuất hàng may mặc) là ngành chiếm tỷ trọng lớn nhất cả về số lượng doanh nghiệp và kim ngạch xuất khẩu.

Về nguồn nguyên phụ liệu, phần lớn nguồn cung vải và nguyên phụ liệu ngành cắt may là nhập khẩu từ nước ngoài (phần lớn là Trung Quốc):

Hàng hóa may mặc

Sản phẩm chủ lực của ngành dệt may Việt Nam là quần áo may mặc (chiếm 82 %tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam).

Sản phẩm may mặc Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu, với các nhóm sản phẩm chủ đạo là:

Áo jacket, áo thun, quần dài sơ mi, trẻ em, áo sơ mi chiếm khoảng 70%

Váy, đồ vest, sản phẩm cao cấp khác chỉ chiếm khoảng 10%.

Theo báo cáo ngành dệt may của FPTS (2018), trong suốt nhiều năm, sản phẩm dệt may luôn đứng trong top đầu các mặt hàng có giá trị kim ngạch xuất khẩu cao, tạo công ăn việc làm ước tính cho gần 4 triệu lao động và thu nhập ổn định cho hàng triệu người lao động với mức tăng trưởng ấn tượng, bình quân tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 1998-2019 sấp sỉ 17%/năm có thời điểm đạt mức 17,7 /năm. Theo số liệu thống kê của Bộ Công

thương, trong hơn 13 năm qua, số lượng doanh nghiệp dệt may đã tăng từ 2.000 doanh nghiệp năm 2006 lên hơn 7.000 doanh nhiệp vào năm 2019, trong đó khoảng 85% là doanh nghiệp dệt may, 13% là doanh nghiệp sản xuất vải nhuộm, 2% là chế biến tơ sợi. Bảng dưới là con số cho thấy tăng trưởng xuất khẩu của ngành dệt may trong năm 2018 với các nhóm sản phẩm của ngành

Bảng 2. Xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may năm 2018

Sản phẩm	Kim ngạch (triệu usd)	Tăng trưởng 2018/2017	Tỷ trọng
Hàng may mặc	30.489	16,7	84,2
Xơ, sợi dệt các loại	4.025	12	11,1
Nguyên phụ liệu dệt, may	1.200	14,2	3,2
Vải mành, vải kỹ thuật khác	530	15,7	1,5
Tổng	**36.201**	**16,1**	**100**

Nguồn: Bộ Công Thương

Các nước CPTPP là thị trường xuất khẩu tương đối lớn của dệt may Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu năm 2018 đạt khoảng 5,88 tỷ USD, chiếm khoảng 16,04 tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam ra thế giới.

Là mặt hàng được hưởng lợi nhiều nhất từ CPTPP, dệt may cũng là mặt hàng đã ghi nhận được những kết quả ban đầu; hơn 1.000 bộ C/O được cấp cho hàng xuất khẩu (XK) sang thị trường Canada, trong đó phần lớn là hàng dệt may. Hiện nay mặt hàng dệt may đang tận dụng rất tốt quy tắc xuất xứ khi XK sang Canada để hưởng ưu đãi thuế từ CPTPP. Với CPTPP, nếu đáp ứng được các yêu cầu về xuất xứ, mặt hàng dệt may cũng được giảm thuế từ 17%-18% xuống còn 0%. Đây cũng là mặt hàng được giảm thuế ngay sau khi CPTPP có hiệu lực, do vậy nhiều DN đã chủ động tìm hiểu về C/O với sự hướng dẫn hỗ trợ của các cơ quan liên quan để được hưởng ưu đãi thuế vào thị trường này. CPTPP có ý nghĩa đặc biệt đối với ngành dệt may vì giúp thuế quan giảm, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu, trong đó thị trường được kỳ vọng nhất là Canada và Australia. Riêng Nhật Bản đã có hiệp định song phương với Việt Nam từ trước nên không hy vọng tăng trưởng nhiều.

Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, năm 2019, dệt may Việt Nam tiếp tục xuất khẩu ấn tượng, tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may đạt 39 tỷ USD, tăng trưởng khoảng 7,55% so với năm 2018, đáng chú ý là Việt Nam đạt thặng dư thương mại đối với sợi và hàng may mặc nhưng lại thâm hụt lớn đối với vải, sợi sản xuất ra không sản xuất trong nước để dệt vải mà chủ yếu xuất khẩu, trong khi đó vải trong nước chỉ đáp ứng chưa đến 50% nhu cầu của ngành khiến mỗi năm Việt Nam phải nhập khẩu trên 10 tỷ USD vải các loại, từ năm 1999 đến nay, sản lượng sợi đã tăng 12 lần, năm 2019 các doanh nghiệp sản xuất được trên 2,5 triệu tấn sợi, trong đó xuất khẩu trên 1,5 triệu tấn với trị giá xuất khẩu khoảng trên 4 tỷ USD, sản lượng vải cũng tăng 6 lần và xuất khẩu được 2,1 tỷ USD vào năm 2019.

**** Thực trạng về thị trường xuất khẩu dệt may Việt Nam với các nước thành viên CPTPP***

Trong nhóm CPTPP, Nhật Bản là thị trường xuất khẩu dệt may lớn nhất của Việt Nam, tiếp đến là Canada, Australia và Malaysia.

Bảng 3: Xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang các nước CPTPP năm 2017- 2018

STT	Tên nước	Giá trị xuất khẩu (nghìn USD) - 2017	Giá trị xuất khẩu (nghìn USD) - 2018	Thị phần xuất khẩu (%) - 2018	Sản phẩm
1	Nhật Bản	3.176.956	4.219.919	11,51	Sợi filament nhân tạo; Xơ sợi staple nhân tạo; Các loại vải dệt dùng trong công nghiệp; Các loại hàng dệt kim hoặc móc; Bông
2	Canada	556.305	716.944	1,95	Bông
3	Australia	173.232	270.822	0,74	Các loại hàng dệt kim hoặc móc; Bông; Xơ sợi staple nhân tạo; Sợi filament nhân tạo; Mền xơ, các loại sợi đặc biệt
4	Malaysia	143.375	196.281	0,54	Bông; Xơ sợi staple nhân tạo
5	Chi-lê	89.015	154.807	0,42	Sợi filament nhân tạo; Các loại vải dệt dùng trong công nghiệp; Các loại hàng dệt kim hoặc móc
6	Singapore	87.982	140.314	0,38	Lông cừu, lông động vật; Xơ sợi staple nhân tạo
7	Mexico	88.457	134.670	0,37	Xơ sợi staple nhân tạo; Sợi filament nhân tạo; Các loại hàng dệt kim hoặc móc
8	New Zealand	19.426	27.156	0,07	Lông cừu, lông động vật; Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc
9	Peru	-	21.448	0,058	Xơ sợi staple nhân tạo
10	Brunei	-	148	0,0004	Các mặt hàng dệt đã hoàn thiện khác ngoài quần áo và hàng may mặc phụ trợ
	Tổng	**4.334.748**	**5.882.509**	**16,04**	

Nguồn: Bộ Công Thương

Tiếp nối đà tăng trưởng mạnh của năm 2018, trong năm 2019 ngành dệt may đã phát triển theo hướng ngày càng đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu, trong đó vẫn chú trọng vào các thị trường xuất khẩu chính đạt mức tăng trưởng tốt như: Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và phát triển thêm một số thị trường tiềm năng như: Trung Quốc, Nga, Campuchia... Bên cạnh đó, ngành dệt may cũng chú trọng phát triển đa dạng các mặt hàng xuất khẩu; ngoài các mặt hàng dệt may truyền thống thì các mặt hàng như vải, xơ sợi, vải địa kỹ thuật, phụ liệu dệt may cũng có sự tăng trưởng rất tốt.

Trong đó, các doanh nghiệp lớn trong ngành cho biết các đơn hàng dệt may tập trung chủ yếu ở các thị trường trọng điểm và có ký kết Hiệp định Thương mại tự do (FTA) song phương, đa phương với Việt Nam như Mỹ, EU, Hàn Quốc, Trung Quốc và đặc biệt nổi lên là thị trường các nước trong khối Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Trong Hiệp định CPTPP, đã có tới 8 nước cùng Việt Nam tham gia ký kết về các hiệp định liên quan đến cắt giảm thuế quan. Vì vậy, với việc có CPTPP, Việt Nam ngày càng nhiều cơ hội mở rộng thêm việc cắt giảm các dòng thuế hơn, từ đó sẽ tác động đến phát triển nhiều ngành hàng xuất khẩu chủ lực của nền kinh tế.

Khi mà Hiệp định CPTPP chính thức có hiệu lực thì mức thuế xuất khẩu một số sản phẩm về giảm về 0% và được kỳ vọng sẽ động lực cho sự bùng nổ kim ngạch xuất khẩu dệt may đến thị trường các quốc gia thành viên của Hiệp định. Cụ thể với gần nửa tỷ dân và thị trường của 11 quốc gia thành viên CPTPP đã đóng góp tổng cộng 10.000 tỷ USD (hơn 13% GDP toàn cầu) chắc chắn là cú hích lớn đối với sự phát triển của ngành dệt may nói chung vì đây được xem là một trong ba hiệp định thương mại tự do lớn nhất từ trước đến nay.

Đồng thời, chính những căng thẳng trong quan hệ thương mại Mỹ - Trung có thể dẫn đến việc dịch chuyển đơn hàng dệt may từ thị trường Trung Quốc sang thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó, khi thị trường của hai quốc gia phát triển là Australia và New Zealand mở rộng cửa với Hiệp định CPTPP thì mức thuế xuất khẩu sẽ giảm về 5% ngay trong giai đoạn 2020-2021 và về mức 0% từ năm 2020 sẽ tạo lợi thế to lớn cho xuất khẩu của ngành dệt may. Một số doanh nghiệp của Australia cũng đang có xu hướng chuyển sang nhập khẩu và đặt gia công sản phẩm may tại thị trường Việt Nam. Đây là một cơ hội rất tốt vì Australia đang là một trong những thị trường có giá bán lẻ hàng dệt may cao và sức mua mạnh mẽ.

***5.* Cơ hội và thách thức đối với ngành dệt may của Việt Nam khi tham gia CPTPP**

Điểm mạnh	Điểm yếu
Thứ nhất, ngành dệt may Việt Nam có từ lâu đời, đã hình thành nhiều trung tâm dệt may nổi tiếng như May 10, Việt Tiến. Các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam đã có nhiều kinh nghiệm tốt trong việc tận dụng các lợi ích từ các hiệp định tự do thương mại, đầu tiên phải kể đến khi tham gia Hiệp định Thương mại Việt Mỹ từ năm 2000 tới nay; do vậy sẽ có sự chuẩn bị khá chu đáo cho việc tận dụng các lợi ích từ việc tham gia CPTPP để phát triển ngành.	***Thứ nhất,*** hiện chuỗi giá trị sản xuất dệt may của Việt Nam chưa hoàn thiện (dệt nhuộm yếu kém đang là điểm nghẽn khiến cho chuỗi dệt may từ xơ sợi - dệt nhuộm - cắt may bị đứt gãy: 2/3 sản lượng sợi phải xuất khẩu trong khi ngành may mặc phải nhập khẩu 70 nguyên vật liệu đầu vào). Điều này khiến khả năng tận dụng các ưu đãi thuế quan theo các FTA giảm (do không đáp ứng quy tắc xuất xứ). Chuỗi giá trị ngành dệt may chưa đáp ứng được yêu cầu khắt khe của CPTPP là "nguyên tắc xuất xứ". Vì vậy, điểm yếu tiếp theo của ngành dệt may Việt Nam là sự phụ thuộc về máy móc, nguyên vật liệu vào một số quốc gia không tham gia vào Hiệp định như Trung Quốc, Hàn Quốc. Vấn đề này có thể làm giảm lợi ích có được từ tham gia vào CPTPP của Việt Nam trong thời gian tới.

Thứ hai, Thời gian sản xuất và chi phí lao động ở Việt Nam ở mức trung bình, không quá cao (ví dụ chi phí lương cho lao động dệt may tại Việt Nam chỉ bằng 2/3 so với lương tại Indonesia và Malaysia).Ngành dệt may vẫn tận dụng được lợi thế cạnh tranh từ chi phí nhân công thấp và lực lượng lao động trẻ, dồi dào. Lao động Việt Nam được đánh giá là cần cù, thông minh, chỉ cần đào tạo trong thời gian ngắn là có thể làm việc trong ngành. Lợi thế về lao động mang lại sức hút lớn cho Việt Nam, đặc biệt trong thu hút các đơn đặt hàng gia công.	***Thứ hai,*** Sản xuất xuất khẩu dệt may Việt Nam chủ yếu theo phương thức gia công cắt-may (65%), công đoạn có giá trị gia tăng gần như thấp nhất trong chuỗi sản xuất, do đó giá trị gia tăng thực thu được rất thấp (chỉ khoảng 2-5 %giá FOB sản phẩm).
Thứ ba, Chính phủ Việt Nam đang đẩy mạnh thực hiện các giải pháp tiến đến nâng cao tỷ lệ tự chủ trong nguyên vật liệu đầu vào của một số ngành xuất khẩu chủ lực, trong đó có dệt may.	***Thứ ba,*** nhìn chung các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam có quy mô nhỏ, tiềm lực tài chính yếu cũng như trình độ công nghệ còn hạn chế. Đây là điểm yếu cốt lõi của doanh nghiệp dệt may Việt Nam khi gia tăng cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài khi tham gia vào CPTPP trong thời gian tới.
Thứ tư, hiện Việt Nam tham gia 16 FTA, với trên 50 đối tác thương mại, trong đó có những thị trường xuất khẩu trọng điểm của dệt may Việt Nam (ví dụ EU, Nhật Bản...). Trong các FTA này, sản phẩm dệt may xuất khẩu của Việt Nam đều được hưởng ưu đãi thuế quan ở các mức độ khác nhau tùy thị trường và thời điểm. Đây là cơ hội để Việt Nam cải thiện sức cạnh tranh của các sản phẩm dệt may xuất khẩu, thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành dệt may, đồng thời hấp dẫn các đơn đặt hàng của các khách hàng nước ngoài cho các thị trường này.	***Thứ tư,*** chi phí vận tải, logistic của doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn ở mức cao vì trình độ các ngành này tại Việt Nam còn hạn chế. Các chi phí này đã đẩy giá thành hàng dệt may Việt Nam lên cao nhưng lại khó cắt giảm vì sự phụ thuộc vào các đối tác vận tải.
Cơ hội	**Thách thức**
Thứ nhất, ngành dệt may sẽ được hưởng lợi ích từ viêc gia tăng tiếp cận các thị trường lớn như Úc, Canada, Chile..; Khi đó thuế xuất giảm các doanh nghiệp dệt may sẽ cơ hội lớn xuất khẩu vào các thị trường này	***Thứ nhất,*** yêu cầu khắt khe của CPTPP là nguyên tắc xuất xứ. Bên cạnh đó là thách thức về xu hướng đầu tư rất nhanh và mạnh của các nhà đầu tư nước ngoài vào thị trường Việt Nam, khi đó các nhà đầu tư nước ngoài sẽ đầu tư mạnh vào Việt Nam, doanh nghiệp Việt Nam sẽ rơi vào thế khó khăn do yếu hơn về năng lực cạnh tranh. Khả năng hưởng ưu đãi thuế quan trong CPTPP phụ thuộc vào khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ đối với từng nhóm hàng dệt may

Thứ hai, CPTPP quy định thuế suất hầu hết các mặt hàng sẽ giảm về 0% trong vòng 7 năm và Việt Nam có thể nới lỏng đến 10 năm. Đây là cơ hội giúp doanh nghiệp dệt may Việt Nam đạt hiệu quả kinh tế cao đồng thời nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa.	***Thứ hai***, Xu thế gia tăng bảo hộ trên thế giới dưới nhiều dạng thức khác nhau, đặc biệt là nguy cơ lạm dụng các biện pháp chống bán phá giá/chống trợ cấp, cũng bắt đầu xuất hiện ở các nước CPTPP. Để được hưởng những lợi ích từ Hiệp định CPTPP, đầu tiên doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải vượt qua tác động hai mặt của việc giảm thuế quan, đó là hàng hoá từ các nước mạnh về dệt may sẽ tiến công vào thị trường Việt Nam với giá cả cạnh tranh nhờ lợi thế về năng suất cao.
Thứ ba, quy định về xuất xứ hàng hoá từ sợi trở đi sẽ tăng thu hút đầu tư nước ngoài đầu tư vào những khâu mà các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam vừa là đối tác vừa là đối thủ cạnh tranh với ngành dệt may của các nước này.	***Thứ ba***, các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam hiện nay vẫn sản xuất gia công, may đơn hàng theo mẫu mã và chất liệu đặt hàng của nước ngoài, năng suất lao động còn thấp. Do đó, sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường quốc tế vẫn còn yếu so với các doanh nghiệp nước ngoài. Nguy cơ mất cả thị trường nội địa và quốc tế vào tay các doanh nghiệp nước ngoài là có thể xảy ra.
Thứ tư, CPTPP là cơ hội để các doanh nghiệp dệt may tận dụng nguồn cung nguyên liệu, học hỏi công nghệ sản xuất và trình độ quản lý từ các nước nội khối để đẩy mạnh việc hợp tác cùng phát triển.	***Thứ tư,*** trong nội khối các nước CPTPP có nhiều nước mạnh về xuất khẩu hàng dệt may như Mexico, Peru, Malaysia. Ngành dệt may của các quốc gia này đều phát triển sớm hơn Việt Nam và có sự tự chủ về nguyên vật liệu đầu vào. Đây là một nguy cơ khi doanh nghiệp dệt may Việt Nam vừa là đối tác vừa là đối thủ cạnh tranh với ngành dệt may của các nước này.
Thứ năm, Đây là cơ hội để thay đổi thể chế tạo hiệu ứng và động lực cho doanh nghiệp dệt may phát triển. Lợi ích về về môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi đôi khi còn lớn hơn những lợi ích về kinh tế như cắt giảm thuế.	***Thứ năm***, Trong thời điểm hiện tại do những tác động tiêu cực của dịch viêm phổi cấp Covid 19 đối với tổng thể nền kinh tế trong đó có ngành dệt may về các mặt thiếu hụt nguồn vốn, thiếu hụt nguồn nguyên liệu, hàng hóa sản xuất không tiêu thụ và xuất khẩu được, hoạt động sản xuất không thực hiện hoặc thực hiện dưới mức công suất bình thường, không đủ nguồn thu để bù đắp chi phí....

6. Quan điểm và một số khuyến nghị thúc đẩy xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam khi tham gia CPTPP

6.1. Về mặt quan điểm

Trước tiên, Việt Nam cần xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện hiệu quả kế hoạch hành động thực hiện các FTAs, đặc biệt là CPTPP nhằm hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp trong việc tiếp cận thị trường.

- Tiếp tục triển khai đồng bộ, hiệu quả các hoạt động truyên truyền phổ biến thông tin tới cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng dưới nhiều hình thức khác nhau.

- Tiếp tục rà soát và sửa đổi hệ thống pháp luật để thực thi cam kết trong các FTA, đặc biệt là các FTA vừa có hiệu lực thực thi như CPTPP

- Cần tiếp tục đơn giản hóa, hiện đại hóa hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O), tổ chức thực hiện và theo dõi triển khai việc phân luồng doanh nghiệp trong quy trình cấp C/O ưu đãi, đẩy mạnh cấp C/O qua Internet.

Thứ hai, là Việt Nam cần xử lý tốt các vấn đề về phòng vệ thương mại, các vấn đề về hàng rào kỹ thuật trong hoạt động thương mại, đặc biệt là các quy định và tiêu chuẩn về môi trường, biến đổi khí hậu, lao động và xã hội đối với hàng xuất khẩu. Tăng cường các biện pháp chống gian lận xuất xứ để bảo vệ các ngành hàng, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam trước rủi ro.

Trong thời gian tới, để đối phó hiệu quả hơn đối với các vấn đề này, Việt Nam cần tiếp tục tập trung vào một số hoạt động như: Tăng cường công tác nghiên cứu, dự báo, cảnh báo đối với các biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) áp dụng lên hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, kể cả các vụ điều tra chống lẩn tránh biện pháp PVTM...; xây dựng và vận hành hiệu quả hệ thống cảnh báo sớm về PVTM nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong việc chủ động sử dụng và ứng phó hiệu quả với các biện pháp PVTM để bảo vệ lợi ích hợp pháp và chính đáng của mình; đẩy mạnh phổ biến, hướng dẫn, tư vấn doanh nghiệp cách thức ứng phó với các vụ kiện do nước ngoài khởi xướng.

Ngoài ra, cần chủ động phối hợp, kể cả đấu tranh với các cơ quan điều tra nước ngoài ngay từ giai đoạn điều tra ban đầu để bảo vệ lợi ích chính đáng của các doanh nghiệp Việt Nam, giảm thiểu tác động bất lợi của biện pháp. Đặc biệt, cần tăng cường công tác hậu kiểm tại tổ chức cấp C/O và các doanh nghiệp đề nghị cấp C/O. Chủ động phối hợp với cơ quan có thẩm quyền của nước nhập khẩu trong trường hợp có yêu cầu xác minh xuất xứ nhằm phát hiện và xử lý nghiêm các trường hợp mượn xuất xứ Việt Nam để tránh việc giả mạo xuất xứ.

Thứ ba, Việt Nam cần đổi mới toàn diện công tác xúc tiến thương mại hỗ trợ tiếp cận thị trường ngoài nước, tăng tỷ trọng của các hoạt động có tác dụng lâu dài như đào tạo kỹ năng, giảm tỷ trọng của các hoạt động chỉ có tác dụng nhất thời như hội chợ, triển lãm...

Cần đẩy mạnh hoạt động phát triển thương hiệu cho sản phẩm và doanh nghiệp xuất khẩu thông qua chương trình thương hiệu quốc gia nhằm quảng bá hình ảnh, quảng bá sản phẩm và xây dựng thương hiệu ngành hàng, sản phẩm xuất khẩu tại các thị trường xuất khẩu trọng điểm và có nhiều tiềm năng...

6.2. Một số khuyến nghị, giải pháp đối với ngành dệt may

6.2.1. Nhóm khuyến nghị về giải pháp chính sách

Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ dệt may (đặc biệt là công nghiệp dệt nhuộm) với các chính sách đồng bộ (về các cơ chế khuyến khích/hỗ trợ liên quan tới thuế, mặt bằng sản xuất, cơ sở hạ tầng logistics, tiêu chuẩn môi trường, điều kiện lao động....)

Có chính sách khuyến khích, hỗ trợ để các doanh nghiệp chuyển dần từ sản xuất gia

công sang các công đoạn khác có giá trị cao hơn trong chuỗi sản xuất hàng dệt may

Cải thiện chất lượng nguồn lao động (thông qua các cơ chế khuyến khích - hỗ trợ đào tạo nghề.

6.2.2. Một số giải pháp từ phía doanh nghiệp

Thứ nhất: doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp tục chủ động tìm hiểu kỹ về CPTPP theo các hướng như sau:

- Tìm hiểu cam kết thuế quan của từng nước thành viên CPTPP trong Phụ lục 2-D thuộc Chương 2 - Đối xử quốc gia và mở cửa thị trường hàng hóa của Hiệp định. Cần lưu ý là các cam kết trong CPTPP là cam kết tối thiểu của các nước thành viên. Trên thực tế, các nước có thể cắt giảm thuế quan cao hơn cam kết tùy nhu cầu. Do đó, để biết chính xác nhất mức thuế quan của một nước thành viên CPTPP áp dụng đối với từng mặt hàng dệt may Việt Nam thì doanh nghiệp cần kiểm tra biểu thuế quan ưu đãi theo CPTPP của nước đó áp dụng cho từng năm cụ thể.

- Ngoài ra, cần chú ý rằng với nhiều thị trường, Việt Nam đã có một hoặc một số FTA khác ngoài CPTPP. Do đó bên cạnh CPTPP, doanh nghiệp cần tìm hiểu cả các cam kết thuế quan trong các FTA khác liên quan để lựa chọn FTA có lợi nhất về thuế quan cho mình (cùng với điều kiện về xuất xứ thích hợp nhất).

- Tìm hiểu các quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ để được hưởng ưu đãi thuế quan CPTPP trong Chương 4 - Dệt may. Cần chú ý là các quy tắc xuất xứ đối với hàng dệt may trong CPTPP tương đối đặc thù và phức tạp, vì vậy doanh nghiệp cần đặc biệt chú ý tìm hiểu cụ thể để áp dụng chuẩn xác.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần tiếp tục nâng cao chất lượng ở các khâu từ sợi - dệt - nhuộm để tiến đến bước chân vào các thị trường khó tính. Tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hệ thống các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm phụ trợ cho doanh nghiệp ngành dệt may để ngày càng tự chủ trong hoạt động sản xuất kinh doanh theo các cam kết của Hiệp định CPTPP.

Thứ ba, các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam cần nghiên cứu để tiến đến vận hành quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn toàn cầu về nguyên liệu cho ngành dệt may theo hướng nguyên liệu hữu cơ, tức không qua công nghệ xử lý hóa chất, bảo đảm sức khỏe người tiêu dùng. Từ đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần đầu tư về vấn đề truy xuất nguồn gốc nguyên liệu cho sản phẩm xuất khẩu.

Thứ tư, cộng đồng doanh nghiệp dệt may phải chủ động chuyển dịch trong cách thức tổ chức sản xuất, dần tiến đến phải làm từ thiết kế, nguyên liệu trong nước thì mới lấy được lợi ích hiệu quả của hiệp định thương mại quan trọng này. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng phải xây dựng chuỗi liên kết hợp tác và triển khai hiệu quả các dự án, đầu tư với công nghệ theo hướng hiện đại và thân thiện với môi trường

Thứ năm, tiếp tục đẩy mạnh thu hút nguồn vốn FDI vào các khâu còn yếu trong quy trình sản xuất dệt may, da giày. Tuy nhiên, cũng cần phải lưu ý có sàng lọc đối với các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài theo hướng ưu tiên công nghệ tiên tiến, vì sản xuất nguyên liệu ngành dệt may nếu trong trường hợp không cẩn thận đem lại gánh nặng chi phí môi trường của xã hội rất lớn.

Đối với thị trường xuất khẩu: Thường xuyên theo dõi các động thái liên quan tới các biện pháp phòng vệ và các rào cản thị trường khác đối với hàng dệt may ở các thị trường xuất khẩu để có kế hoạch ứng phó kịp thời

Đối với thị trường nội địa: Có kế hoạch cụ thể để gia tăng thị phần trên thị trường nội địa thông qua các giải pháp về:

- Xây dựng đội ngũ thiết kế sản phẩm phù hợp thị hiếu khách hàng nội địa;

- Phát triển, quảng bá các thương hiệu sản phẩm cho khách hàng nội địa;

- Có quy trình sản xuất và kiểm soát chất lượng sản phẩm bảo đảm chất lượng sản phẩm tiêu thụ nội địa (tương tự như cơ chế kiểm soát chất lượng của khách hàng nước ngoài khi đặt hàng gia công).

6.2.3. Một số giải pháp cấp bách nhằm khôi phục sản xuất, tăng cường xuất khẩu của ngành dệt may sau địa dịch Covid 19

Đẩy mạnh thông qua nhập khẩu nguyên liệu để phục vụ cho sản xuất trong nước bằng các biện pháp như giảm thời gian, chi phí thông quan.

Có chính sách hỗ trợ về thuế, tín dụng đối với doanh nghiệp dệt may; Chính sách an sinh xã hội đối với công nhân làm trong lĩnh vực dệt may. Ngân hàng Nhà nước cần có điều chỉnh kịp thời Thông tư 01/2020/TT-NHNN về cơ cấu lại nợ đối với khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid 19; mức lãi suất mà các doanh nghiệp dệt may đề xuất là bằng 30% mức lãi suất hiện hành với thời gian vay từ 12- 24 tháng. Phần lớn các doanh nghiệp dệt may đang gặp khó khăn, việc trả nợ nên kéo dài thêm từ 18- 24 tháng. Cần đơn giản hóa các thủ tục hồ sơ về vay vốn, trả nợ trong điều kiện bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid 19. Giảm tỷ lệ ký quỹ, giảm phí thanh toán quốc tế khi doanh nghiệp dệt may tiến hành nhập khẩu nguyên liệu.

Cho phép giãn thời gian nộp thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng năm 2019, 2020 đến cuối quý IV năm 2020. Gia hạn hoặc miễn tiền thuê đất, phí xử lý môi trường trong thời gian nhà máy dừng sản xuất do dịch bệnh Covid 19. Cho phép miễn nộp kinh phí công đoàn năm 2020 đối với cả người lao động và người sử dụng lao động trong ngành dệt may.

Tiếp tục theo dõi chính sách hỗ trợ nền kinh tế của các thành viên CPTPP để Việt Nam có giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ xuất khẩu hàng dệt may cho phù hợp.

Nhanh chóng xúc tiến xuất khẩu sang thị trường các nước là thành viên của CPTPP.

Kết luận

Việt Nam tham gia CPTPP chưa được dài thì ngay trong đầu năm 2020 đã chịu tác động bởi dịch bệnh Covid 19 nên việc kỳ vọng xuất khẩu sang thị trường này trong ngắn hạn chưa cao, thậm chí có thể suy giảm do giảm cả tổng cầu, tổng cung. Nhưng nhìn về dài hạn thì với việc Việt Nam tham gia CPTPP có thể coi là cú huých đối với ngành dệt may trong việc đẩy mạnh xuất khẩu. Việc sử dụng mô hình SWOT phân tích ngành là dệt may cho thấy bên cạnh những cơ hội còn xuất hiện những thách thức không nhỏ; những điểm mạnh về lợi thế tự nhiên có sẵn tuy nhiên cũng bộc lộ những điểm yếu trong quản trị

ngành, quản trị doanh nghiệp. Một số khuyến nghị mang tính chất để tái cấu trúc ngành dệt may để Việt Nam không chỉ chủ động hội nhập sâu rộng đối với CPTPP mà còn đối với nhiều FTA thế hệ mới khác với Việt Nam./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (ngày 31/3/2020) : số 2282/BTC- CN về việc rà soát báo cáo đánh giá tác động của Covid 19 tới ngành trọng điểm của ngành Công Thương.
2. Đại học Kinh tế Quốc dân (3/4/2020): Báo cáo đánh giá tác động của Covid 19 tới nền kinh tế và các khuyến nghị chính sách.
3. Quyết định số 316/QĐ- TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 01 tháng 3 năm 2020 về phê duyệ Đề án "Xây dựng và vận hành hiệu quả Hệ thống cảnh báo sớm về phòng vệ thương mại"
4. Hoàng Anh Đức & Đỗ Đình Long (2019), 'Đánh giá tác động của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương đến kinh tế Việt Nam - Tiếp cận theo mô hình GTAP', http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/danh-gia-tac-dong-cua-hiep-dinh-doi-tac-toan-dien-va-tien-bo-xuyen-thai-binh-duong-den-kinh-te-viet-nam-tiep-can-theo-mo-hinh-gtap-63443.htm
5. Lê Thanh Tùng (2018), 'Tác động của CPTPP tới một số ngành kinh tế chủ lực của Việt Nam', VetnamReport 2018.
6. Thành Đạt (2019), 'CPTPP sẽ tác động thế nào tới từng ngành', http://baochinhphu.vn/Thi-truong/CPTPP-se-tac-dong-the-nao-toi-tung-nganh/357133.vgp
7. Các ấn phẩm về CPTPP xem tại: http://trungtamwto.vn/an-pham/14761-so-tay-doanh-nghiep-cptpp-va-nganh-det-may-viet-nam

TĂNG CƯỜNG KHẢ NĂNG THỰC THI BẢO HỘ PHẦN MỀM MÁY TÍNH ĐÁP ỨNG EVFTA

IMPROVE THE IMPLEMENTATION OF INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION FOR SOFTWARE TO MEET THE REQUIREMENTS IN EVFTA

ThS. Hàn Minh Phương

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập mạnh mẽ vào nền kinh tế thế giới, bảo hộ các quyền SHTT thường là điều kiện tiên quyết để các nhà đầu tư quốc tế chia sẻ bí mật công nghệ với các đơn vị được cấp phép. Phần mềm máy tính (PMMT) là tài sản vô hình với hàm lượng chất xám đậm đặc và tuổi thọ có thể rất ngắn nên sản phẩm PMMT rất dễ bị vi phạm bản quyền. Do đó, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) đối với PMMT là vấn đề đặc biệt quan trọng, là điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp phần mềm và ngành công nghiệp phần mềm nói chung có thể tồn tại và phát triển. Bài viết ra đời trong bối cảnh Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới (EVFTA) vừa được phê chuẩn bởi Hội đồng châu Âu ngày 30 tháng 3 năm 2020. EVFTA đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp trong ngành công nghiệp phần mềm nói riêng rất nhiều thách thức. Thông qua bài viết tác giả mong muốn cung cấp giải pháp phù hợp với cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam nhằm hỗ trợ thực thi tốt hơn bảo hộ PMMT trong bối cảnh yêu cầu bảo hộ SHTT ngày càng ra tăng trong EVFTA.

Từ khoá: *Bảo hộ, Phần mềm máy tính, Sở hữu trí tuệ, EVFTA*

Abtract

In the context of Vietnam's increasingly strong integration into the world economy, the protection of intellectual property rights is often a prerequisite for international investors to share technology secrets with licensing entities. Computer software (software) is an intangible asset, with a large amount of gray matter and a short lifespan, so they are very vulnerable to copyright infringement. Therefore, intellectual property protection for software is a very important issue and is a prerequisite for software enterprises and the software industry to exist and develop. The article was created in the context of the European-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) was just approved by the European Council on March 30, 2020. EVFTA brings to Vietnamese enterprises, in general, also the enterprises in the software industry, in particular, a lot of challenges. Through the article, the author wishes to provide solutions suitable for State agencies and Vietnamese enterprises to support the better enforcement of intellectual property protection for software in the context of increasing intellectual property protection requirements in EVFTA.

Keywords: *Protection, Computer Software, Intellectual Property, EVFTA*

Đặt vấn đề

Vai trò của bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) trong phát triển kinh tế, chuyển giao công nghệ và nâng cao tốc độ đổi mới, sáng tạo ngày càng được thừa nhận rộng rãi. Việc bảo hộ quyền SHTT tốt sẽ thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy nghiên cứu, phát triển và chuyển giao công nghệ tại các quốc gia đang phát triển. Các quyền SHTT cũng là nhân tố chính trong rất nhiều ngành kinh tế, đảm bảo tăng trưởng các hoạt động giá trị gia tăng và phát triển thương mại quốc tế. Trong các lĩnh vực liên quan có sử dụng công nghệ dễ bị sao chép như phần mềm máy tính, sản phẩm số, sản phẩm trực tuyến, bảo hộ quyền SHTT thường là điều kiện tiên quyết để các nhà đầu tư quốc tế chia sẻ bí mật công nghệ với các đơn vị được cấp phép tại các quốc gia đang phát triển. Việt Nam, một quốc gia đang phát triển, ngày càng hội nhập mạnh mẽ vào nền kinh tế thế giới thông qua việc gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO) và ký kết nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA). Gần đây nhất, ngày 30 tháng 03 năm 2020, Hội đồng Liên minh Châu Âu (EU) đã chuẩn y quyết định của Nghị viện Châu Âu, phê chuẩn Hiệp định Thương mại Tự do với Việt Nam (EVFTA). Trong đó, các cam kết bảo hộ quyền SHTT có những tiêu chuẩn cao hơn nhiều so với Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPS/ WTO). Tuy nhiên, Việt Nam là quốc gia có tỉ lệ vi phạm quyền SHTT hiện vẫn ở mức cao, trong khi đó thực thi bảo vệ quyền SHTT lại ở mức thấp. Vì vậy, để đảm bảo thực thi các cam kết trong lĩnh vực này với Việt Nam là một thách thức lớn, cần phải vượt qua thì Việt Nam mới có thể hội nhập toàn diện và phát triển bền vững trong dài hạn. Thông qua nghiên cứu, tác giả mong muốn cung cấp giải pháp phù hợp với cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam nhằm hỗ trợ thực thi tốt hơn bảo hộ quyền SHTT đối với PMMT gọi tắt là bảo hộ PMMT trong bối cảnh yêu cầu bảo hộ quyền SHTT ngày càng ra tăng trong EVFTA.

Tổng quan tình hình nghiên cứu

1. ITC, WIPO (2009), Những điều cần biết về sở hữu trí tuệ, tài liệu hướng dẫn dành cho doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ, Giấy phép số 110/GP-CXB Cục Xuất bản, Hà Nội.

Tài liệu của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) và Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) được biên soạn dưới dạng câu hỏi và trả lời về các vấn đề liên quan đến SHTT hướng đến các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ và các tổ chức hỗ trợ thương mại - giải thích các khái niệm và nguyên tắc cơ bản về sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, quyền tác giả, thông tin kinh doanh bí mật và chỉ dẫn địa lý. Tài liệu bao gồm các câu hỏi liên quan đến quyền sở hữu của người lao động, hợp đồng, chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) và chuyển giao công nghệ. Tài liệu cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của vấn đề SHTT khi soạn thảo chiến lược kinh doanh, kế hoạch tiếp thị và xuất khẩu và giải quyết vấn đề bảo hộ quyền SHTT ở nước ngoài; xem xét mối liên hệ giữa SHTT với các quy định về tiêu chuẩn và chất lượng, đóng gói và nhãn hàng, thương mại điện tử và ứng dụng công nghệ thông tin; xem xét vấn đề định giá và các khía cạnh liên quan đến tài chính của quyền SHTT; tập trung áp dụng các quy định của TRIPS.

2. ICC (2019), Thúc đẩy và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam, ICC- Phòng Thương mại quốc tế.

Báo cáo của Phòng thương mại quốc tế ICC,tổ chức kinh doanh đại diện lớn nhất, tiêu biểu nhất thế giới với hàng trăm nghìn công ty thành viên thuộc hơn 130 quốc gia. Quá trình phát triển kinh tế phải đi kèm với khả năng khuyến khích, thúc đẩy và duy trì đổi mới sáng tạo. Để tối ưu hóa giá trị của đổi mới sáng tạo, mỗi nền kinh tế cần tập trung xây dựng hệ thống pháp lý rõ ràng, trong đó ghi nhận vai trò của SHTT, đồng thời xác định và bảo hộ các quyền SHTT cho tác giả và các nhà phát minh. Báo cáo giới thiệu về giá trị của quyền SHTT và lý do cần xây dựng hệ thống thực thi bảo hộ quyền SHTT hiệu quả để thúc đẩy quá trình hội nhập của Việt Nam vào thị trường toàn cầu đồng thời trình bày tình trạng hàng giả và vi phạm bản quyền tại Việt Nam, tập trung vào các lĩnh vực chịu nhiều tác động, giải thích tại sao đây là thời điểm phù hợp để Việt Nam tiếp tục hợp tác với các đối tác thương mại và thông qua các kênh hợp tác quốc tế để hoàn thiện hệ thống bảo hộ quyền SHTT. Các tổ chức này luôn sẵn sàng hỗ trợ Việt Nam thực hiện các cải cách về chính sách và pháp lý. Báo cáo cũng trình bày toàn bộ các khuyến nghị chính sách, pháp lý nhằm hỗ trợ Việt Nam xây dựng hệ thống thực hiện bảo hộ quyền SHTT hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích kinh tế, xã hội.

3. Nguyễn Thị Thu Trang (2016), Rà soát pháp luật Việt Nam với các cam kết của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU về Sở hữu trí tuệ, Nhà xuất bản Công Thương , Hà Nội.

Báo cáo này được phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện với các phân tích về mức độ tương thích giữa pháp luật Việt Nam với các cam kết từ góc độ của doanh nghiệp và người sử dụng các sản phẩm trí tuệ, qua đó đề xuất giải pháp đảm bảo tuân thủ Hiệp định theo hướng có lợi nhất cho các doanh nghiệp và công chúng. Đây là rà soát nằm trong chuỗi rà soát pháp luật Việt Nam với các cam kết EVFTA trong 05 lĩnh vực quan trọng bao gồm Sở hữu trí tuệ, Đầu tư, Mua sắm công, Minh bạch, Hải quan và tạo thuận lợi thương mại do VCCI thực hiện trong khuôn khổ chương trình "Hệ thống pháp luật Việt Nam sẵn sàng để thực thi cam kết EVFTA" với sự hỗ trợ của Đại sứ quán Anh và Bắc Ai-len tại Việt Nam.

4. Trần Kiên (2018), *Bảo hộ chương trình máy tính theo pháp luật Việt Nam*, Tạp chí khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Luật học , Tập 34 , Số 4, 56-61.

Bài viết đi sâu phân tích các quy định của pháp luật Việt Nam về bảo hộ chương trình máy tính hay PMMT. Bài viết chỉ ra rằng, học tập kinh nghiệm và thực tiễn lập pháp quốc tế Việt Nam đã lựa chọn cách thức bảo hộ chương trình máy tính với tư cách là một đối tượng của quyền tác giả. Tuy nhiên, cách thức bảo hộ này cũng có những hạn chế, nhược điểm nhất định khiến cho việc bảo hộ không có được kết quả như mong đợi. Các thách thức đó đặt ra yêu cầu cần phải sửa đổi, bổ sung pháp luật hiện hành hoặc là tìm kiếm một mô hình, cách thức bảo hộ khác, phù hợp hơn, hiệu quả hơn để bảo vệ chương trình máy tính trong pháp luật Việt Nam.

5. IIPA (2018), *Special 301 Report On Copyright Protection And Enforcement*, International intellectual property alliance, Wasshington D.C.

Báo cáo đặc biệt 301 năm 2018 của Liên minh Sở hữu trí tuệ quốc tế (IIPA) về thực trạng bảo hộ và thực thi bản quyền của Việt Nam. Do tình trạng vi phạm bản quyền ngày càng nghiêm trọng và các rào cản tiếp cận thị trường dai dẳng làm thị trường hàng hóa và

dịch vụ sáng tạo ở Việt Nam bị cản trở nghiêm trọng. Nhận ra mức độ nghiêm trọng của vấn đề vi phạm bản quyền đang ngày càng gia tăng, Chính phủ Việt Nam đã thực hiện một số hành động nhất định. Tại thời điểm thực hiện báo cáo, Việt Nam đã cam kết phê chuẩn các Hiệp ước kỹ thuật số của WIPO, chính phủ Việt Nam cũng đã hỗ trợ việc thực hiện tốt các cam kết chính trị và nghĩa vụ quốc tế nhằm cải thiện và bảo vệ bản quyền trong môi trường kỹ thuật số, đối mặt với những thách thức vi phạm bản quyền khổng lồ và xóa bỏ các rào cản còn lại đối với thị trường sáng tạo của mình. Tuy nhiên những hành động này được khuyến nghị cần được thực thi một cách mạnh mẽ hơn, ví dụ như ban hành các hình phạt hành chính răn đe và thực hiện truy tố hình sự đối với người vi phạm (bắt đầu bằng các hoạt động vi phạm bản quyền trực tuyến lớn có trụ sở tại Việt Nam). Các vấn đề vi phạm bản quyền của Việt Nam cũng sẽ được giảm bớt nếu Việt Nam gỡ bỏ các rào cản tiếp cận thị trường rất hạn chế, như hạn chế người tiêu dùng Việt Nam truy cập vào nội dung hợp pháp, đẩy họ tới các giải pháp thay thế bất hợp pháp.

6. WIPO (2007), *International IP Protection of Software, history, purpose and challenges*, WIPO Asia Pacific Regional Seminar on Intellectual Property and Software in the 21st Centrury: Trends, Issues, Prospects.

Phát triển phần mềm trong những thập kỷ qua thể hiện một tốc độ thay đổi chưa từng thấy kể từ Cách mạng Công nghiệp. Phần mềm có sức lan tỏa, ảnh hưởng đến hầu hết mọi khía cạnh của cuộc sống con người ở mọi nơi trên thế giới. Từ góc độ quyền SHTT, thảo luận và tranh luận không chỉ tập trung vào cách bảo vệ phần mềm mà còn về vô số vấn đề phản ánh nhiều vai trò của phần mềm trong phân phối kỹ thuật số nội dung sáng tạo. Bài viết này tóm tắt một số vấn đề đó và cung cấp thông tin về các hoạt động hiện tại của WIPO giải quyết chúng.

Phương pháp nghiên cứu

Bài viết được thực hiện trên cơ sở sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp, thông qua tổng hợp và phân tích một số công trình nghiên cứu khoa học, báo cáo trong nước và quốc tế đăng tải trên các tạp chí khoa học uy tín và trên các website chính thức của các tổ chức Việt Nam và quốc tế về thương mại, SHTT như VCCI, ICC, IIPA, ITC, WIPO.

Những bài viết, báo cáo được sử dụng là cơ sở lý thuyết liên quan tới bảo hộ quyền SHTT, bảo hộ PMMT tại Việt Nam cũng như cung cấp các thông tin tham khảo về thực trạng đáp ứng của pháp luật Việt Nam trong Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới EVFTA. Các báo cáo cũng giúp tác giả có cơ hội đánh giá được thực trạng về vi phạm bản quyền PMMT tại Việt Nam để từ đó đưa ra được giải pháp phù hợp với cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam nhằm hỗ trợ thực thi tốt hơn bảo hộ PMMT trong bối cảnh yêu cầu bảo hộ quyền SHTT ngày càng ra tăng trong EVFTA.

Khái quát về Bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ và Bảo hộ phần mềm máy tính

Toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thế giới. Với sự phát triển của khoa học và công nghệ, thương mại thế giới đã xuất hiện thêm các hình thức thương mại hàng hóa, dịch vụ xuyên biên giới hoặc nói một cách khác "xóa nhòa biên giới quốc gia" làm giảm vai trò của các lợi thế quốc gia so với trước đây. Tuy nhiên sự bất bình đẳng về lợi ích kinh tế giữa các quốc gia, giữa các khu vực, tầng lớp,

thành phần xã hội trong mỗi quốc gia đã dẫn đến xu hướng chống toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại. Một số quốc gia thúc đẩy các doanh nghiệp dịch chuyển trở về nước mình, gia tăng lợi ích của quốc gia mình khiến xu hướng bảo hộ thương mại quay trở lại và diễn ra mạnh mẽ. Bảo hộ thương mại là thuật ngữ kinh tế học, theo đó quốc gia áp đặt thuế nhập khẩu cao hoặc áp dụng các hàng rào kỹ thuật (yêu cầu cao về chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ...) đối với một hoặc một số mặt hàng, dịch vụ mà mình có lợi thế để hạn chế nhập khẩu, bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa, dịch vụ của mình. Mục đích chính của các nước theo đuổi chủ nghĩa bảo hộ là kích thích nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa nội địa, góp phần vào tăng trưởng kinh tế của nước đó, đồng thời tránh được thâm hụt thương mại với các đối tác trong quan hệ trao đổi thương mại giữa hai bên.

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) hội tụ nhiều công nghệ mới, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, liên tục có những đột phá, ảnh hưởng không nhỏ tới phương thức tăng trưởng và phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới. CMCN 4.0 khiến ưu tiên trong đàm phán tự do hóa thương mại thế giới dịch chuyển từ mua bán hàng hóa vật chất sang mua bán dịch vụ xuyên biên giới. Đàm phán về tự do hóa thương mại không chỉ còn giới hạn ở cắt giảm thuế, mà quan tâm nhiều hơn đến các hàng rào kỹ thuật mới, công nghệ số, chủ quyền số, thông tin người dùng. Bảo hộ thương mại hiện nay với sự gia tăng các điều khoản pháp lý ràng buộc về SHTT trong các FTA song phương và đa phương đã gây sức ép cạnh tranh lớn đối với các ngành sản xuất trong nước của các quốc gia. Dự báo sắp tới với những biến động nhanh chưa từng có của thế giới (như đại dịch COVID-19), xu hướng bảo hộ thương mại sẽ diễn ra mạnh mẽ hơn với cường độ áp đặt bảo hộ thương mại ngày càng tăng.

Quyền SHTT là quyền của tổ chức, cá nhân đối với tài sản trí tuệ, bao gồm quyền tác giả và quyền liên quan đến quyền tác giả, quyền sở hữu công nghiệp và quyền đối với giống cây trồng. Bảo hộ quyền SHTT được hiểu là nhà nước sử dụng các phương thức pháp lý để bảo vệ quyền sở hữu các đối tượng SHTT của mình, chống lại mọi sự xâm phạm để giữ nguyên vẹn quyền sở hữu các đối tượng này. Quyền SHTT được bảo vệ bằng các biện pháp hành chính, dân sự và hình sự.

Chương trình máy tính hay PMMT là tập hợp các chỉ dẫn được thể hiện dưới dạng các mã lệnh, các mã, lược đồ hoặc bất kì dạng nào khác, khi gắn vào một phương tiện mà máy tính đọc được, có khả năng làm cho máy tính thực hiện được một công việc hoặc đạt được một kết quả cụ thể. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ với PMMT thuộc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, mà cụ thể đó chính là quyền tác giả.

Theo quy định của Pháp luật quốc tế, cụ thể Khoản 1 điều 10 Hiệp định TRIPS và điều 4 Hiệp ước của WIPO về quyền tác giả nêu rõ PMMT được bảo hộ như một tác phẩm văn học theo điều 2 của Công ước Berne. Hiệp định TRIPS là Điều ước quốc tế đa phương về sở hữu trí tuệ, thương mại trong lĩnh vực SHTT được ký kết vào ngày 15 tháng 12 năm 1993, có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01năm 1995, là một trong các hiệp định cơ bản của WTO. Hiệp định TRIPS được xây dựng dựa trên các điều ước quốc tế hiện hành về Sở hữu trí tuệ như Công ước Paris 1967, Công ước Berne 1971, Công ước Roma 1981 và Hiệp định Washington 1989. Hiệp ước hợp tác về sáng chế (PCT), quy tắc 39/67 (vi) cho phép loại trừ PMMT được cấp bằng sáng chế. Điều 52 Công ước châu Âu về sáng chế (EPC)

loại trừ khả năng PMMT được cấp bằng sáng chế. Vào năm 1985, Văn phòng sáng chế châu Âu (EPO) lại đề nghị loại bỏ hạn chế đã được nêu tại điều 52 EPC. Như vậy, mặc dù các nước trên thế giới bao gồm các quốc gia thành viên của EU, các quốc gia thành viên của WTO và WIPO áp dụng các mô hình bảo hộ pháp lý riêng đối với PMMT như quyền đặc biệt (ui generis right); quyền tác giả; các quy định về sáng chế (Trần Kiên, 2018), bảo hộ quyền tác giả đối với PMMT vẫn là quy phạm phổ biến hơn cả. Quyền tác giả được bảo hộ tự động ngay khi tác phẩm được tạo ra, hoặc ở một số nước, ngay khi tác phẩm được định hình dưới dạng vật chất bất kỳ (ITC, WIPO, 2009).

Đối với quyền tác giả, một chủ sở hữu quyền sẽ thực thi quyền như thế nào? Theo hướng dẫn của ITC và WIPO (ITC, WIPO, 2009), một nước đã phê chuẩn các công ước quốc tế trong lĩnh vực quyền tác giả và quyền liên quan do WIPO quản lý như Công ước Berne hoặc là thành viên của WTO và đã thực hiện nghĩa vụ theo Hiệp định TRIPS, tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả sẽ hưởng lợi từ việc bảo hộ tự động trong một số lượng lớn các quốc gia (hơn 150 nước). Tác giả của một sản phẩm được bảo hộ quyền tác giả có quyền cho phép hoặc ngăn cấm người khác sử dụng sản phẩm của mình. Các độc quyền được cấp đối với tác giả gốc của một tác phẩm được bảo hộ bởi quyền tác giả gồm ngăn cấm hoặc cho phép tái bản, phân phối, cho thuê, biểu diễn trước công chúng, sao chép, phát sóng, dịch. Với các tác phẩm sáng tạo được bảo hộ quyền tác giả cần có sự phân phối, truyền thông và đầu tư tài chính lớn để phổ biến, tác giả thường chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) các quyền đối với tác phẩm của mình cho các cá nhân hoặc công ty có khả năng tiếp thị tốt nhất các tác phẩm đó để nhận được thù lao. Những khoản thù lao thường được đưa ra phụ thuộc vào việc sử dụng thực tế các tác phẩm và do đó, được gọi chung là phí li-xăng. Nếu phát hiện ra người bất kỳ việc sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả mà không được phép, tác giả có thể thực thi quyền của mình bằng biện pháp hành chính và kiện ra tòa. Ở một số nước, biện pháp kiểm soát biên giới cũng được áp dụng nhằm ngăn chặn việc nhập khẩu các sản phẩm xâm phạm quyền tác giả. Ý kiến tư vấn của đại diện SHTT hoặc luật sư, cơ quan quản lý quyền tác giả, cơ quan hải quan sẽ là rất quan trọng bất cứ khi nào chủ sở hữu quyền phát hiện ra rằng sản phẩm của mình đang bị xâm phạm. Đối với đối tượng sử dụng các sản phẩm được bảo hộ quyền tác giả, cần có một hợp đồng về quyền sử dụng hay hợp đồng li-xăng. Nhìn chung, mọi hành vi sử dụng PMMT hoặc khai thác thương mại các quyền đều phải có hợp đồng li-xăng hoặc chuyển nhượng quyền từ chủ sở hữu. Khi cần có hợp đồng li-xăng, người dùng phải tìm hiểu liệu các quyền được quản lý bởi tổ chức quản lý tập thể hoặc do tác giả hoặc nhà sản xuất trực tiếp quản lý, và đàm phán hợp đồng li-xăng trước khi sử dụng hoặc khai thác sản phẩm vì những vụ kiện liên quan đến hành vi xâm phạm quyền tác giả có thể rất tốn kém. Những sản phẩm như PMMT đóng gói thường có li-xăng ngay khi mua. Các điều khoản và điều kiện của hợp đồng li-xăng thường có trong gói PMMT và PMMT có thể được trả lại nếu người dùng không đồng ý với những điều kiện và điều khoản có liên quan. Một số sản phẩm PMMT có thể bao gồm biện pháp bảo vệ bằng công nghệ ví dụ, mật mã, hệ thống tiếp cận có điều kiện để bảo vệ chúng khỏi việc sử dụng không được phép. Những hệ thống như vậy là các công cụ mà chủ sở hữu quyền có thể giới hạn sự tiếp cận cho những khách hàng chấp nhận các điều kiện nhất định cho việc sử dụng sản phẩm và thanh toán một khoản phí cho việc sử dụng đó.

Pháp luật hiện hành của Việt Nam bảo hộ quyền tác giả đối với PMMT theo luật về quyền tác giả của Việt Nam. Trong đó có thể đăng ký bảo hộ dưới dạng một tác phẩm, một sáng chế, bí mật kinh doanh, nhãn hiệu hoặc nếu PMMT đáp ứng được đủ các điều kiện để được bảo hộ dưới tất cả hình thức trên thì có thể đăng kí bảo hộ tập quyền sở hữu trí tuệ của PMMT. Cơ chế bảo hộ quyền tác giả đối với PMMT có một số đặc điểm chính như sau (Trần Kiên, 2018),:

- Theo cơ chế bảo hộ tự động, quyền tác giả đối với PMMT phát sinh kể từ khi PMMT được định hình dưới một hình thức vật chất nhất định mà không cần thêm bất cứ điều kiện nào khác, kể cả đăng ký. Phạm vi bảo hộ đối với PMMT bao gồm cả mã nguồn và mã máy.

- Chủ sở hữu quyền tác giả có thể đồng thời là tác giả hoặc một người khác, những người giao nhiệm vụ cho tác giả hoặc giao kết hợp đồng sáng tạo PMMT với tác giả. Chủ sở hữu quyền tác giả đối với PMMT cũng có thể là người được tác giả chuyển giao quyền tác giả hoặc được thừa kế quyền tác giả.

- Quyền tác giả đối với PMMT được pháp luật bảo hộ bao gồm quyền nhân thân (liên quan đến quyền yêu cầu nêu tên là tác giả của tác phẩm) và quyền tài sản. Các quyền tài sản này độc quyền do tác giả, chủ sở hữu quyền tác giả thực hiện hoặc cho phép người khác thực hiện.

- Pháp luật Việt Nam bảo hộ vô thời hạn các quyền nhân thân của tác giả, trừ quyền công bố. Đối với quyền công bố và các quyền tài sản khác thì thời hạn bảo hộ quyền tác giả là suốt cuộc đời tác giả và năm mươi năm tiếp theo năm tác giả chết; trường hợp tác phẩm có đồng tác giả thì thời hạn bảo hộ chấm dứt vào năm thứ năm mươi sau năm đồng tác giả cuối cùng chết. Giả sử PMMT bị khuyết danh, tức là không xác định được tác giả là ai thì thời hạn bảo hộ là bảy mươi lăm năm, kể từ khi tác phẩm được công bố lần đầu tiên. Hoặc khi các thông tin về tác giả xuất hiện thì thời hạn bảo hộ được tính theo thời hạn bảo hộ quyền tài sản thông thường.

- Luật quy định về việc tổ chức, cá nhân có quyền sử dụng hợp pháp bản sao PMMT có thể làm không quá một bản sao dự phòng, để thay thế khi bản sao đó bị mất, bị hư hỏng hoặc không thể sử dụng được. Ngoài ra, luật cũng hạn chế quyền cho thuê bản gốc hoặc bản sao PMMT khi bản thân chương trình đó không phải là đối tượng chủ yếu để cho thuê như PMMT gắn với việc vận hành bình thường các loại phương tiện giao thông cũng như các máy móc, thiết bị kĩ thuật khác.

Bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ trong EVFTA và thực trạng thực thi bảo hộ phần mềm máy tính tại Việt Nam

Bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ trong EVFTA

Việt Nam là quốc gia tích cực hội nhập, tham gia đàm phán, ký kết nhiều FTA thời gian qua. Đối với các FTA mới, hiện tại các doanh nghiệp đã và đang phải đối mặt với những quy định về SHTT và thực thi quyền SHTT, phải đối mặt với những hàng rào kỹ thuật mới ngày càng tinh vi hơn theo các quy định riêng của một số nước. Một trong các nghĩa vụ chính về quyền SHTT mà các nước lớn yêu cầu các nước nhỏ như Việt Nam phải tuân thủ trong các FTA gần đây tập trung vào nâng cao mức độ bảo hộ và kéo dài thời hạn

bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan cũng như siết chặt thực thi, đặc biệt là đối với quyền tác giả và quyền liên quan trong môi trường số (Ngô Tuấn Anh, 2019).

Việt Nam mới đây đã ký kết EVFTA sau khi tuyên bố hoàn tất đàm phán đầu tháng 12 năm 2015. Đây là một trong hai FTA thế hệ mới lớn nhất của Việt Nam dự kiến có hiệu lực từ tháng 5 năm 2020. Sau khi Hiệp định có hiệu lực thi hành, Việt Nam sẽ được hưởng nhiều lợi ích, đặc biệt là việc tiếp cận 500 triệu người tiêu dùng trong khối EU - thị trường chiếm khoảng 20% kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu toàn cầu (ICC, 2019). Tuy nhiên, một trong số các vấn đề thể chế được nhấn mạnh trong EVFTA là vấn đề SHTT, trong đó bao gồm một hệ thống các cam kết theo hướng tăng cường các tiêu chuẩn bảo hộ quyền SHTT. Châu Âu là khu vực xuất khẩu các sản phẩm SHTT hàng đầu thế giới, do đó có nhu cầu tăng cường bảo hộ các quyền SHTT. Về phía Việt Nam, là một nước đang phát triển, chỉ sở hữu một số lượng rất ít các sản phẩm SHTT so với đối tác EU, lại rất cần tiếp cận các sản phẩm SHTT phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế, khoa học, xã hội với chi phí thấp nhất có thể. Do vậy các cam kết này tạo ra những khó khăn nhất định trong khả năng tiếp cận rộng rãi các sản phẩm SHTT so với mức của pháp luật Việt Nam hiện hành.Trong báo cáo rà soát pháp luật Việt Nam với các cam kết của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-EU về sở hữu trí tuệ, nhóm các cam kết EVFTA về SHTT mà pháp luật Việt Nam chưa tương thích một phần hoặc toàn bộ đã chỉ ra một số điều chưa tương thích có liên quan tới lĩnh vực PMMT như: Chương 12 EVFTA Điều 4 - Quyền tác giả và các quyền liên quan; Điều 4.2 - Tác giả: Cam kết bảo hộ quyền độc quyền của tác giả trong sao chép tác phẩm trực tiếp hoặc gián tiếp; Cam kết bảo hộ quyền độc quyền của tác giả trong phân phối bản gốc hoặc bản sao tác phẩm; Cam kết bảo hộ quyền độc quyền của tác giả trong truyền đạt tác phẩm đến công chúng; Điều 4.9 - Bảo vệ thông tin quản lý quyền: Định nghĩa thông tin quản lý quyền; Cam kết áp dụng các bảo hộ liên quan đối với cả các bản sao tác phẩm, chương trình, bản ghi được truyền đạt đến công chúng (Nguyễn Thị Thu Trang, 2016). Trong đó, với quyền sao chép, pháp luật Việt Nam chỉ ghi nhận "quyền sao chép bằng bất kỳ phương tiện hay hình thức nào", mà không nêu rõ "sao chép trực tiếp hoặc gián tiếp, một phần hoặc toàn bộ tác phẩm" như trong EVFTA. Hoặc khi nhắc đến khái niệm "biện pháp kỹ thuật chống xâm phạm quyền", EVFTA có định nghĩa khá chi tiết trong khi pháp luật Việt Nam quy định chung chung "biện pháp kỹ thuật do chủ sở hữu quyền tác giả/quyền liên quan thực hiện để bảo vệ quyền tác giả/quyền liên quan của mình". Phần lớn các quy định chi tiết được cho là tương thích với cam kết EVFTA đều được quy định trong Nghị định chứ không phải trong Luật. Do đó, khi thực thi sẽ không bảo đảm căn cứ pháp lý. Về các loại hành vi quy định trong cam kết tại khoản 2 Điều 4.8, pháp luật Việt Nam cũng quy định về các hành vi hẹp hơn so với EVFTA. Pháp luật Việt Nam đã phù hợp với quy định của Hiệp định trong việc ghi nhận các loại quyền của tác giả, tuy nhiên cách quy định không chi tiết, đầy đủ bằng Hiệp định. Như vậy bên cạnh việc mang lại cơ hội như giúp doanh nghiệp hưởng mức bảo hộ SHTT cao hơn với thành quả đầu tư cho hoạt động sáng tạo, các cơ chế thực thi rất nghiêm khắc buộc các cơ quan quản lý phải rà soát chính sách kỹ lưỡng, các tổ chức, doanh nghiệp ở Việt Nam phải tìm hiểu rõ, nếu không thì sẽ chịu gánh nặng đối với các thủ tục kiểm soát, đặc biệt là có thể vướng vào tranh chấp, kiện tụng.

Thực trạng về vi phạm bản quyền phần mềm máy tính tại Việt Nam

Vi phạm bản quyền phần mềm máy tính.

Việt Nam hiện đứng 37/45 quốc gia được xếp hạng Chỉ số SHTT quốc tế do Phòng Thương mại Hoa Kỳ công bố và là một trong những quốc gia có tỉ lệ vi phạm bản quyền trực tuyến cao nhất trên thế giới. So với các quốc gia khác trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đứng thứ 2 về tỉ lệ vi phạm bản quyền PMMT, sau Indonesia với 84%, trong khi các quốc gia khác trong khu vực như Malaysia và Singapore có tỉ lệ vi phạm thấp hơn, tương ứng 53 và 30%. Giá trị thương mại của các PMMT bị vi phạm bản quyền tại Việt Nam được ước tính khoảng 598 triệu USD, tương đương khoản thất thu về thuế, phí không được nộp vào ngân sách thông qua các kênh (ICC, 2019).

Việc kinh doanh các bản sao trái phép các loại PMMT được thực hiện ngang nhiên và rộng rãi, đặc biệt là các doanh nghiệp buôn bán máy tính sao chép sẵn các PMMT bán cho khách hay cài đặt miễn phí bất cứ PMMT nào theo yêu cầu của khách hàng.

Việc sao chép, phổ biến trái phép các PMMT như các chương tình ứng dụng, trò chơi vi tính của các chủ sở hữu trong nước cũng như nước ngoài không nhằm mục đích kinh doanh diễn ra rộng rãi, công khai và được coi là chuyện bình thường. Theo dữ liệu từ Liên minh Phần mềm Doanh nghiệp quốc tế (BSA), 78% phần mềm cài trên các thiết bị máy tính cá nhân tại Việt Nam năm 2015 đều không có li-xăng. Tỉ lệ này năm 2013 là 81% (ICC, 2019).

Phần lớn các tổ chức, doanh nghiệp của Việt Nam hiện nay sử dụng các PMMT không có li-xăng trong hoạt động, sản xuất và kinh doanh của mình. Nhiều công ty, tổ chức xây dựng PMMT vi phạm bản quyền hoặc sử dụng bí mật thương mại cùng nhân viên của các tổ chức khác, nhất là cải biên, chuyển thể hay sao chép phần quan trọng các chương trình của nước ngoài và sử dụng các chương trình công cụ không có li-xăng. Theo bộ Văn hoá thể Thao và du lịch trong năm 2017, đã có hơn 2.4000 máy tính tại 63 doanh nghiệp phải chấp hành việc thanh tra, kiểm tra theo đơn yêu cầu xử lý xâm phạm quyền tác giả của chủ sở hữu. Trong đó, có 54 doanh nghiệp có hành vi sao chép chương trình PMMT của chủ sở hữu, sao chép chương trình PMMT mà không được phép của chủ sở hữu, xử lý vi phạm 1.65 tỷ đồng (Ngô Tuấn Anh, 2019).

Vi phạm bản quyền trong môi trường trực tuyến

Với khoảng 66% dân số sử dụng Internet và 84% thuê bao di động sử dụng điện thoại thông minh,Việt Nam là một thị trường tiềm năng và nhiều thách thức với các dịch vụ nội dung sáng tạo hợp pháp. Trong khi số lượng các nhà cung cấp nội dung số hợp pháp đang tăng dần mỗi ngày, Việt Nam vẫn gặp nhiều khó khăn trong quản lý tình trạng vi phạm bản quyền trực tuyến và qua mạng di động, bao gồm thông qua các kênh phát trực tuyến, trang web cho phép tải nội dung, mạng ngang hàng (P2P), trang web liên kết, trang web phát trực tiếp video, dịch vụ chia sẻ tệp của bên thứ ba, thị trường trực tuyến và mạng xã hội. Các trang mạng vi phạm bản quyền có số lượng người truy cập cao gấp 29 lần so với các trang chính thống (ICC, 2019).Tình trạng vi phạm bản quyền trực tuyến có hệ quả rất rõ ràng, khiến các nền tảng trực tuyến hợp pháp khó có thể cạnh tranh được với các trang mạng vi phạm bản quyền.

Như vậy, vấn đề vi phạm bản quyền PMMT nói chung vẫn diễn ra phổ biến. Hành vi vi phạm bản quyền xuất hiện ở tất cả các khâu liên quan tới PMMT như sản xuất, phân phối, quảng bá.

Thực trạng về xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với phần mềm máy tính và thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với phần mềm máy tính tại Việt Nam

Trước khi gia nhập WTO năm 2007, Việt Nam đã ban hành nhiều quy định pháp lý mới để tăng cường bảo hộ và thực thi các quyền SHTT theo yêu cầu của Hiệp định TRIPS. Theo đó, Bộ luật Dân sự (1995: 44-L/CTN (BLDS) (điều chỉnh 2005: 33/2005/QH11 và điều chỉnh 2015:33/2005/QH11), Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Thương mại, Luật Cạnh tranh và các văn bản hướng dẫn thực hiện liên quan đã tạo thành một khung pháp lý phù hợp để bảo hộ quyền SHTT theo tiêu chuẩn quốc tế (ITC,WIPO, 2009). Trong đó, Luật SHTT là nền tảng đưa hệ thống bảo hộ SHTT của Việt Nam đạt chuẩn mực theo TRIPS của WTO. Luật SHTT đã được Quốc hội thông qua năm 2005 (Luật số 50/2005/QH11) có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2006, được sửa đổi, bổ sung năm 2009 (Luật số 36/2009/QH12) và năm 2019 (Luật số 42/2019/QH14) là các văn bản pháp luật quan trọng, điều chỉnh các quan hệ xã hội liên quan đến loại tài sản đặc biệt - tài sản trí tuệ. Các văn bản hướng dẫn dưới luật để hướng dẫn thi hành luật này đối với các đối tượng quyền tác giả, quyền sở hữu công nghiệp.. hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật về thủ tục hành chính trong việc xử lý vi phạm, các thủ tục dân sự và hình sự theo Bộ luật tố tụng dân sự và Bộ luật tố tụng hình sự. Để hướng dẫn thi hành, Chính phủ đã ban hành một loạt các Nghị định và thông tư về SHTT, đặc biệt từ năm 2006 như nghị định 100/2006/NĐ-CP Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật Dân sự, Luật SHTT về quyền tác giả và quyền liên quan; Nghị định số 105/2006/NĐ-CP Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật SHTT và quản lý nhà nước về SHTT; Nghị định 47/2009/NĐ-CP quy định xử phạt hành chính về quyền tác giả, quyền liên quan; Nghị định số 22/2018/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2018 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT năm 2005 và luật sửa đổi, bổ sung một số điều của luật SHTT năm 2009 về quyền tác giả, quyền liên quan của Chính phủ. Việc xử lý vi phạm cũng được các cơ quan quản lý ban hành các văn bản liên quan như hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp trên Internet được quy định tại điều 10, điều 21 của thông tư 11/2015/TT-BKHCN và Thông tư 46/2014/TT-BCT của Bộ Công thương....

Đối với PMMT, Điều 747 khoản 1 BLDS đã xác định phần mềm máy tính là một loại hình tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả. Quyền tác giả bao gồm các quyền tài sản và quyền nhân thân được ghi nhận tại khoản 1, khoản 2 Điều 751 BLDS. Các quyền tài sản có thời hạn bảo hộ tính theo đời tác giả và 50 năm sau khi tác giả chết hoặc 50 năm kể từ thời điểm công bố Điều 776, 777, 779 BLDS. Điều kiện xác lập quyền tác giả, tác giả và chủ sở hữu bản quyền được quy định trong Điều 754 BLDS và Điều 6 Nghị định 76/CP, Điều 745 BLDS và Điều 2 Nghị định 76/CP, Điều 746 BLDS, Điều 3 Nghị định 76/CP. Luật SHTT ghi nhận các độc quyền kinh tế thuộc chủ sở hữu bản quyền tác giả theo hình thức khai thác, sử dụng: Quyền sao chép, tái tạo tác phẩm (bao gồm cả các bản sao trong bộ nhớ của máy tính); Quyền phân phối, phổ biến tác phẩm thông qua phát hành, bầy bán, biểu diễn, cho thuê; Quyền phát sóng (bao gồm cả việc đưa tác phẩm lên mạng Internet);

Quyền cho phép làm các tác phẩm phái sinh thông qua dịch, cải biên, chuyển thể...Ngoài ra, để chống việc xâm phạm một sản phẩm phần mềm, chủ sở hữu có thể vận dụng các quy định luật pháp khác để bảo vệ sở hữu của mình như đăng ký nhãn hiệu hàng hoá, kiểu dáng công nghiệp hay quyền tác giả để bảo hộ trình bầy đóng gói cho sản phẩm của mình, đăng ký sáng chế hay giải pháp hữu ích nếu PMMT là một bộ phận không thể tách rời của sáng chế và đặc biệt là các điều khoản của hợp đồng lao động với các lập trình viên làm thuê, hợp đồng li-xăng, về chống cạnh tranh không lành mạnh và bí mật thương mại. Điều 6, điều 7 Nghị định số 54/2000/NĐ-CP của chính phủ ngày 03 tháng 10 năm 2000 quy định bí mật kinh doanh và chủ sở hữu quyền đối với bí mật kinh doanh là tổ chức, cá nhân đã đầu tư để tạo ra và là bên thuê trong trường hợp bí mật kinh doanh được bên làm thuê hay bên thực hiện hợp đồng tạo ra. Như vậy các bí mật liên quan đến PMMT thuộc quyền sở hữu của bên đầu tư xây dựng PMMT đó và bên làm thuê không có quyền tiết lộ hay sử dụng để xây dựng các PMMT cho người chủ khác.

Ngoài các quy định của BLDS và Nghị định 76/CP, Bộ luật hình sự CHXHCN Việt nam năm 1999 cũng quy định một số hình phạt áp dụng trong các trường hợp vi phạm bản quyền mang tính chất nghiêm trọng. Đối với các trường hợp vi phạm bản quyền gây hậu quả nghiêm trọng hoặc đã bị xử phạt hành chính hay đã bị kết án mà chưa được xoá án tích mà lại vi phạm thì người vi phạm có thể bị xử lý hình sự theo Điều 131 "Tội xâm phạm quyền tác giả". Có thể nói các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực SHTT nói chung và PMMT nói riêng tương đối đầy đủ và càng ngày càng hoàn thiện.

Tuy nhiên, các quyền pháp lý chỉ thực sự hữu ích nếu chủ sở hữu quyền SHTT có thể thực thi quyền lợi của mình. Theo các chủ thể nắm giữ quyền, Việt Nam đã thực hiện nhiều biện pháp quan trọng về thực thi quyền SHTT nhằm hạn chế vi phạm bản quyền trong những năm gần đây, thể hiện thiện chí hợp tác với các chủ thể nắm giữ bản quyền trong các giải pháp thực thi và hoạt động đào tạo, nâng cao năng lực về thực thi quyền SHTT. Tuy nhiên, các giải pháp thực thi quyền SHTT vẫn còn hạn chế để ngăn ngừa và xử lý các hành vi vi phạm bản quyền. Về khía cạnh này, một số nhà quan sát quốc tế cho rằngViệt Nam vẫn chưa đảm bảo một số điều kiện cần thiết (IIPA, 2018). Trong ấn bản thứ 5 của bảng xếp hạng Chỉ số sở hữu trí tuệ toàn cầu (GIPI), hệ thống bảo hộ quyền SHTT của Việt Nam đứng thứ 35 trong 43 hệ thống pháp luật quốc gia. Việt Nam đạt điểm đánh giá khá thấp về sử dụng và thực thi quyền SHTT do thiếu các hướng dẫn pháp lý về đánh giá thiệt hại do vi phạm quyền SHTT trong khi các thủ tục khởi kiện lại rất phức tạp (IIPA, 2018). Báo cáo về bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở các nước thứ ba của Liên minh Châu Âu năm 2015 đã "xếp Việt Nam vào nhóm các quốc gia Ưu tiên mức 3" nhấn mạnh vào điểm yếu trong hệ thống thực thi quyền SHTT của Việt Nam, trong đó cơ cấu thực thi chưa được xây dựng rõ ràng trong khi các chế tài xử phạt hành chính/hình sự còn yếu(ICC, 2019).

Đối với PMMT, khi xây dựng, khai thác và sử dụng vẫn thường xảy ra các tình huống tranh chấp: Về quyền tác giả giữa các nhân viên lập trình và công ty phần mềm, về quyền đứng tên, nhận giải thưởng, quyền sở hữu, quyền cho phép chỉnh sửa, nâng cấp chương trình; Một cựu nhân viên làm thuê có thể sử dụng những gì thuộc các PMMT hay tài liệu của chủ cũ ? Người cựu nhân viên đó có được phép xây dựng một PMMT thực hiện

các chức năng như chương trình mà anh ta đã viết cho chủ cũ? Các sản phẩm PMMT được xây dựng bằng các chương trình công cụ như MS Windows, MS Visual Studio, AutoCAD, Coreldraw... không hợp pháp có bản quyền hay không? Phạm vi bảo hộ đến đâu? Những đối tượng nào như hiển thị trên màn hình, cấu trúc chương trình và file, hệ thống bảng chọn lệnh, các biểu tượng... được bảo hộ? Có thể phân tích ngược hay không một PMMT để tìm hiểu cách nó làm việc hay tương tác với các chương trình khác hoặc với phần cứng của máy tính? Thông tin nhận được có thể sử dụng để thiết kế PMMT mới hay không? Các vi phạm diễn ra không chỉ đối với các PMMT của nước ngoài mà còn đối với rất nhiều PMMT của các chủ thể trong nước như Vietkey, MTD2002, MISA, LEMON 3...

Như vậy, Việt Nam mới chỉ làm tốt việc xác lập quyền SHTT nói chung và quyền SHTT với PMMT nói riêng nhưng việc thực thi lại rất hạn chế.

Nguyên nhân của những hạn chế

Việt Nam là nước hội nhập muộn, vẫn là một nền kinh tế chuyển đổi, trình độ phát triển thấp, khoảng cách giữa đòi hỏi và năng lực thực tế của Việt Nam là không nhỏ. Nếu thực thi đầy đủ các cam kết về bảo hộ quyền SHTT thì người dân sẽ rất khó tiếp cận được với các sản phẩm có giá trị, góp phần nâng cao dân trí và khả năng tiếp cận khoa học công nghệ hiện đại của thế giới.

Chính phủ Việt Nam hiện thiếu năng lực thể chế để giải quyết các vấn đề liên quan đến quyền SHTT, đây cũng là rào cản lớn đối với việc thực thi quyền SHTT. Khác với nhiều quốc gia khác, việc bảo hộ quyền SHTT nói chung và quyền sở hữu PMMT tại Việt Nam chủ yếu được thực hiện bằng cách áp dụng các hình phạt hành chính với hành vi vi phạm trong khi các giải pháp khởi tố hình sự và dân sự gần như không bao giờ được áp dụng hoặc áp dụng không hiệu quả.

Số lượng vi phạm SHTT đã tăng lên rất nhanh trong khi năng lực của cơ quan thực thi bảo hộ quyền SHTT còn khá hạn chế ở cấp trung ương và địa phương. Các cơ quan quản lý thiếu cơ hội đào tạo, nguồn lực thực hiện. Đa phần tòa án và đội ngũ thẩm phán trong nước còn hạn chế về kinh nghiệm giải quyết các tranh chấp về quyền SHTT.

Trong khi đó, thực thi quyền SHTT đáp ứng yêu cầu của các FTA có thể phải xử lý hình sự một số vi phạm liên quan đến SHTT, đây là yêu cầu cao hơn pháp luật hiện hành của Việt Nam.

Giải pháp tăng cường khả năng thực thi bảo hộ phần mềm máy tính đáp ứng cam kết trong EVFTA

Có nhiều khó khăn với Việt Nam trong thực thi cam kết về bảo hộ SHTT. Tuy nhiên, khi hội nhập kinh tế quốc tế, thực thi quyền SHTT là một cam kết buộc phải thực hiện. Vi phạm quyền SHTT sẽ ngăn trở việc thu hút đầu tư nước ngoài, đặc biệt đối với những ngành công nghệ cao và sử dụng công nghệ cao. Với các các lĩnh vực, ngành thâm dụng công nghệ tập trung vào hoạt động nghiên cứu & phát triển, năng suất lao động và đổi mới sáng tạo ví dụ như công nghệ phần mềm, doanh nghiệp sẽ sẵn sàng hơn để đầu tư vào Việt Nam hoặc giới thiệu các thiết kế mới vì không còn lo sợ bị trộm cắp bản quyền. Để thu hút được đầu tư nước ngoài thì các nhà đầu tư phải yên tâm khi tài sản trí tuệ của họ được bảo vệ. Về phía doanh nghiệp Việt Nam, dưới góc độ là chủ thể sở hữu sẽ yên tâm

hơn trong quá trình sản xuất kinh doanh. Hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ có thể bảo vệ sản phẩm sáng tạo và sáng chế của chủ thể sở hữu, mang lại các độc quyền sử dụng đối với các tài sản vô hình đặc biệt là PMMT, mang lại quyền sở hữu đối với tác phẩm sáng tạo hoặc đổi mới, hạn chế phạm vi sao chép và bắt chước của đối thủ cạnh tranh một cách đáng kể. Nếu xảy ra tranh chấp, có thể giải quyết thuận lợi. Đây chính là những lợi ích dài hạn sẽ đạt được nếu Việt Nam nghiêm túc thực thi cam kết SHTT. Việt Nam cần hy sinh các lợi ích trước mắt nhằm đạt được sự phát triển bền vững và hội nhập toàn diện trong tương lai.

Sau đây là một số giải pháp với cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp nhằm hỗ trợ tổ chức, doanh nghiệp thực thi được tốt bảo hộ SHTT sở hữu trí tuệ đối với PMMT hay bảo hộ PMMT nhằm đáp ứng được các yêu cầu của các FTA nói chung và EVFTA nói riêng.

Thứ nhất là Về phía cơ quan nhà nước, Việt Nam sẽ phải sửa đổi, bổ sung nhiều văn bản pháp luật vì nhiều quy định của luật hiện hành chưa đáp ứng được yêu cầu rất cao của EVFTA, đặc biệt là các văn bản pháp lý liên quan tới bảo hộ và thực thi quyền SHTT với PMTT. Ví dụ: Bổ sung quy định vào Điều 28.14 và 35.7 Luật SHTT về các hành vi được đề cập tại cam kết khoản 2 Điều 4.8 Hiệp định hoặc cân nhắc bổ sung định nghĩa biện pháp kỹ thuật chống xâm phạm quyền vào Điều 4 Luật SHTT; Bổ sung các quy định cho phép cơ quan hải quan phối hợp làm việc với các chủ thể nắm giữ bản quyền; Xem xét sửa đổi Bộ luật Hình sự, trong đó quy định rõ tội danh liên quan đến SHTT và khung hình phạt với nội dung này.

Thứ hai là Việt Nam cần thực hiện các giải pháp như tăng cường đào tạo thêm đội ngũ thẩm phán và tập huấn kiến thức chuyên môn về các vấn đề liên quan đến quyền SHTT do khả năng thực thi quyền SHTT của chính các chủ thể sở hữu vẫn phụ thuộc phần lớn vào kinh nghiệm và năng lực của đội ngũ thực hiện tố tụng. Việt nam cần xem xét thành lập các tòa án chuyên trách để xử lý các vấn đề liên quan đến SHTT, PMMT, tăng cường hợp tác xuyên biên giới giữa các cơ quan thực thi trong nước và nước hoặc văn phòng SHTT của chính phủ các nước EU.

Thứ ba là Chính phủ Việt Nam cần có những biện pháp hỗ trợ hợp lý để khuyến khích và tạo lập thói quen sử dụng PMMT hợp pháp. Việt Nam đang gặp khó khăn trong việc giải quyết mâu thuẫn giữa nhu cầu sử dụng PMMT phục vụ mục tiêu tin học hoá hệ thống quản lý xã hội và phát triển giáo dục, đào tạo và việc tôn trọng, bảo vệ quyền tác giả PMMT. Các cơ quan quản lý nhà nước, TC xã hội, DN và một bộ phận lớn công chúng có nhu cầu sử dụng các PMMT thông dụng, trong khi giá bán các PMMT này lại khá cao so với mức thu nhập chung. Do vậy, song song với các hoạt động phổ biến, tuyên truyền chính sách, pháp luật của Nhà nước về bảo hộ quyền SHTT, bảo hộ PMMT thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, hội thảo, đào tạo, trong dài hạn, Chính phủ Việt Nam cần phải có các chính sách hỗ trợ về thuế không chỉ đối với các DN sản xuất phần mềm mà với cả các DN mua/bán phần mềm để từ đó khuyến khích các hãng sản xuất mua/bán các loại phần mềm máy tính thông dụng đưa ra các mức hỗ trợ, giảm giá hợp lý đối với các đối tượng tiêu dùng Việt Nam, góp phần tạo lập thói quen sử dụng PMMT hợp pháp.

Thứ tư là tổ chức, doanh nghiệp sử dụng PMMT, phải nhận thức được việc tuân thủ nghiêm túc vấn đề bản quyền PMMT là xu hướng tất yếu. Khi tổ chức, doanh nghiệp chưa đủ điều kiện thực hiện có thể thực hiện dần trong nhiều năm, bắt đầu từ các tổ chức,

doanh nghiệp lớn. Một giải pháp khác đó là phần mềm mã nguồn mở. Song, thực tế cho thấy ý tưởng này không hẳn là tối ưu bởi người trong nước vốn thụ động trong việc tiếp cận và ứng dụng công nghệ, khó chuyển đổi thói quen khi sử dụng các nền tảng phần mềm mới chưa kể những rắc rối của vấn đề tương thích giữa các phần mềm.

Về phía doanh nghiệp sản xuất phần mềm máy tính, việc chủ động và hợp tác trong việc bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mình trong sở hữu PMMT luôn đóng vai trò quan trọng, nếu không muốn nói là thiết yếu. Sự hợp tác tích cực từ phía các doanh nghiệp này nhằm đẩy mạnh hơn nữa việc làm trong sạch môi trường kinh doanh PMMT ở Việt Nam. Các chuyên gia tin học, các công ty tin học và phần mềm cần tích cực tham gia vào các quá trình xây dựng, hoàn thiện khung pháp lý, hệ thống thực thi, giám định chuyên môn vi phạm...Điều này đặc biệt quan trọng trong giai đoạn hiện nay khi Việt Nam tiến tới hoàn thiện khuôn khổ pháp lý về bảo hộ và thực thi quyền SHTT.

Ngoài ra, chính phủ có thể tăng cường áp dụng các giải pháp công nghệ như xây dựng cơ sở dữ liệu để quản lý thông tin quyền tác giả, quyền liên quan cho phép các tổ chức, doanh nghiệp luôn tiếp cận dễ dàng và khai thác thông tin hiệu quả.

Kết luận

Những hàng rào thuế quan và phi thuế quan mang hơi hướng bảo hộ ở các thị trường phát triển đang đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải không ngừng nâng cao khả năng cạnh tranh, khả năng thích ứng và đổi mới khoa học công nghệ. Hiệp định thương mại thế hệ mới như EVFTA mang lại cho Việt Nam nhiều thách thức hơn là những thuận lợi, đặc biệt trong lĩnh vực SHTT. Những thành tựu của CMCN 4.0 sẽ giúp giảm chi phí và cải thiện khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam nhưng để tiếp cận được công nghệ mới việc thực thi quyền SHTT trong môi trường số sẽ trở nên khó khăn hơn. Điều này yêu cầu Chính phủ phải nghiên cứu rất kỹ lưỡng để đề ra các chính sách và các biện pháp cho phép đảm bảo việc bảo hộ SHTT, bảo hộ PMMT được thực hiện thỏa đáng nhưng không ngăn cản sự phát triển khoa học công nghệ, đảm bảo được an ninh, bảo mật quốc gia, thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp trong ngành công nghiệp phần mềm nói riêng của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ICC (2019), Thúc đẩy và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam, ICC- Phòng Thương mại quốc tế.
2. IIPA (2018), Special 301 Report On Copyright Protection And Enforcement, International intellectual property alliance, Wasshington D.C.
3. ITC, WIPO (2009), Những điều cần biết về sở hữu trí tuệ, tài liệu hướng dẫn dành cho doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ, Giấy phép số 110/GP-CXB Cục Xuất bản, Hà Nội.
4. Ngô Tuấn Anh (2019), Những thách thức trong thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong bối cảnh hiện nay, Đại học Kinh tế quốc dân.
5. Nguyễn Thị Thu Trang (2016), Rà soát pháp luật Việt Nam với các cam kết của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU về Sở hữu trí tuệ, Nhà xuất bản Công Thương , Hà Nội.

6. Trần Kiên (2018), Bảo hộ chương trình máy tính theo pháp luật Việt Nam, Tạp chí khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Luật học , Tập 34 , Số 4, 56-61.
7. WIPO (2007), International IP Protection of Software, history, purpose and challenges, WIPO Asia Pacific Regional Seminar on Intellectual Property and Software in the 21st Centrury: Trends, Issues, Prospects.
8. Tài liệu trực tuyến
9. Công ty thư viện pháp luật (2006). Thư viện pháp luật. [Trực tuyến]: https://thuvienphapluat.vn/
10. Lê Quang Thuận (2019), Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới và tác động đối với kinh tế Việt Nam, Tạp chí tài chính [Trực tuyến]: http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/cac-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-the-he-moi-va-tac-dong-doi-voi-kinh-te-viet-nam-309171.html
11. Lê Quang Thuận và Nguyễn Thị Phương, Xu hướng bảo hộ thương mại trên thế giới và kiến nghị với Việt Nam, Tạp chí tài chính [Trực tuyến]: http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/xu-huong-bao-ho-thuong-mai-tren-the-gioi-va-kien-nghi-doi-voi-viet-nam-301021.html
12. Ngô Tuấn Anh, Nguyễn Cẩm Tú, Ngô Anh Thái (2019), Xu hướng mới trong bảo hộ thương mại trên thế giới và những khuyến nghị đối với Việt Nam, Tạp chí tài chính [Trực tuyến]: http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/xu-huong-moi-trong-bao-ho-thuong-mai-tren-the-gioi-va-nhung-khuyen-nghi-doi-voi-viet-nam-313435.html
13. Nguyễn Hoàn Thành, Luật sở hữu trí tuệ và bảo hộ phần mềm máy tính, [Trực tuyến]: https://thongtinphapluatdansu.edu.vn/2009/12/25/4227-2/
14. Quỳnh Như (2018), Bảo hộ phần mềm máy tính, Pháp lý khởi nghiệp, [Trực tuyến] Available at: https://khoinghiep.thuvienphapluat.vn/bai-viet/bao-ho-phan-mem-may-tinh-133.html
15. Văn phòng Luật Newvision Law (2017), Quyền sở hữu trí tuệ đối với phần mềm, [Trực tuyến]: https://dangkithuonghieu.org/quyen-huu-tri-tue-doi-voi-phan-mem.html

THÁCH THỨC ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG BÁN LẺ THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG

CHALLENGES TO VIETNAMESE ENTERPRISES IN DEVELOPING AN ENVIRONMENTAL-FRIENDLY RETAIL SYSTEM

TS. Nguyễn Bảo Ngọc

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trên cơ sở nghiên cứu trích dẫn, bài viết xác lập góc độ tiếp cận và các tiêu chí, tham số đánh giá hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường phù hợp với môi trường kinh doanh và điều kiện của doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Đồng thời qua hệ thống dữ liệu thứ cấp (từ báo cáo của Sở Công Thương, một số doanh nghiệp bán lẻ, kết quả nghiên cứu một số công trình khoa học chuyên ngành) và một số kết quả điều tra, phỏng vấn trong luận án tiến sĩ của tác giả, bài viết đánh giá mức độ đáp ứng các tiêu chí; chỉ ra những thách thức nội tại từ thực trạng tổ chức hệ thống và vận hành kinh doanh của hệ thống bán lẻ mà doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam phải đáp ứng, vượt qua. Từ đó nêu ra một số khuyến nghị, hàm ý giải pháp trong nâng cấp chất lượng tổ chức hệ thống và vận hành kinh doanh đáp ứng các tiêu chí của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường trong bối cảnh kinh doanh ở Việt Nam hiện nay và một số năm tiếp theo định hướng 2025 dưới tác động trực tiếp của các FTA thế hệ mới, xu thế bảo hộ thương mại quốc gia và chiến tranh thương mại của nước lớn.

Từ khóa: *Hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường; các tiêu chí, tham số đánh giá và thách thức nội tại trong phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường.*

Abstract

On the basis of citation research, the paper establishes the approaches, criteria and paremeters to evaluatue the environmentally - friendly retail system compatible with the business environment and conditions of Vietnamese retail enterprises. Via secondary data (extracted from the reports of Department of Industry and Trade, some retail enterprises, research outcomes of some research projects) and the findings of questionnaire surveys and interviews in her PhD dissertation, the author evaluates the parameters; identifies challenges that come from the internal organizational system and business operations of the retail system that Vietnamese retail enterprises have to overcome. On that basic, the author proposes some solutions to raise the quality of the organizational system and business operations to meet the criteria of an environmentally-friendly retail system amid the business context of Vietnam at present as well as the following years by 2025 under the direct impacts of new-generation FTAs, the protectionism of some countries and the trade war between powerful nations.

Keywords: *Evironmentally-friendly retail system; evaluation parameters and internal challenges in developing an environmentally-friendly retail system.*

Đặt vấn đề

Trong bối cảnh triển khai các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới; tái lập xu thế bảo hộ thương mại Quốc gia các nước lớn, dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 và để thực hiện mục tiêu chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2011÷2020 tầm nhìn đến năm 2030, ngành công thương Việt Nam phải hoạch định và thực thi chiến lược, chính sách, giải pháp phát triển bền vững; tổ chức và vận hành kinh doanh thương mại hiệu quả. Trong đó xây dựng, triển khai quản lý chuỗi cung ứng xanh với tiêu điểm là hệ thống bán lẻ đáp ứng các tiêu chuẩn thân thiện môi trường là giải pháp tiên quyết, có ý nghĩa quyết định đến thực hiện các mục tiêu trong bối cảnh kinh doanh mới này. Trong những năm gần đây mặc dù các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam (DNBL VN) đã nhận thức rõ vị trí quan trọng và triển khai phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường - yếu tố then chốt trên tầm quản trị chiến lược, chiến thuật và tác nghiệp theo mục tiêu tăng trưởng xanh của ngành và chương trình phát triển tiêu dùng bền vững. Tuy nhiên trong triển khai còn nhiều hạn chế và bất cập cá biệt còn mang tính hình thức phụ thuộc vào tư duy, năng lực của các nhà quản trị bậc cao của doanh nghiệp (DN). Điều này dẫn tới nhiều hệ lụy tác động tiêu cực đến môi trường, chất lượng cuộc sống và đến sự phát triển bền vững (về kinh tế, kinh doanh; về xã hội và bảo vệ môi trường) của DNBL và hệ thống kinh doanh thương mại. Với cách đặt vấn đề như trên trong giới hạn bài viết tác giả tập trung nghiên cứu các tác động đến môi trường từ tổ chức vận hành kinh doanh của hệ thống bán lẻ và đây là những thách thức chủ yếu mà DNBL VN phải triển khai đồng bộ các giải pháp trong phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường cũng như phát triển bền vững DN.

1. Các góc độ tiếp cận và tiêu chí đánh giá hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường

1.1. Các góc độ tiếp cận với hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường

Trong 15 năm vừa qua sau các nghiên cứu của EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản...về phát triển công nghiệp, thương mại và tiêu dùng bền vững chủ yếu với các nước phát triển và ở Việt Nam đã có khá nhiều các R&D phát triển chuỗi cung ứng và phân phối tiêu dùng sản phẩm xanh của Chính phủ, Bộ, Ngành (các quyết định của Thủ tướng; thông tư Bộ Công thương, Viện, Ngành; các dự án, chương trình cấp Nhà Nước, cấp Bộ có liên quan...), của các tổ chức nghiên cứu thực tiễn về tác động từ tổ chức và vận hành kinh doanh của hệ thống bán lẻ đến môi trường tiêu chuẩn của hệ thống phân phối thân thiện môi trường trong bối cảnh kinh doanh mới hiện nay theo tác giả là một trong những nội dung nghiên cứu về chuỗi cung ứng mà chưa được nghiên cứu chuyên sâu và toàn diện. Một số nghiên cứu này đã khẳng định vị trí, sự cần thiết và quan niệm về hệ thống phân phối xanh, hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường. Có hai quan niệm chủ yếu được nêu: (1) Hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường tiếp cận từ những tác động của các yếu tố đầu vào, đầu ra trong quá trình vận hành kinh doanh của hệ thống bán lẻ đến môi trường; (2) Hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường được tiếp cận từ cấu trúc hệ thống gồm các CHTV, các đơn vị kinh doanh chiến lược (SBU_s) theo mặt hàng/dịch vụ bán lẻ được công nhận là cơ sở bán lẻ thận thiện môi trường theo qui định của từng giai đoạn, từng quốc gia hoặc vùng lãnh thổ.

Trong nghiên cứu này từ Luật thương mại Việt Nam và từ quan điểm của một số nhà khoa học chuyên ngành như GS.TSKH Lương Xuân Quỳ, GS.TS Nguyễn Bách Khoa,

PGS.TS Lê Trịnh Minh Châu,...Hệ thống bán lẻ là một chỉnh thể tổ chức được quản lý tập trung thống nhất từ một trung tâm về cấu trúc gồm các cửa hàng thành viên và các đơn vị kinh doanh chiến lược (SBU_s) theo mặt hàng/dịch vụ bán lẻ - thị trường mục tiêu; về nội dung vận hành gồm các qui trình, phương pháp trang thiết bị và nhân sự được chuyển hóa dễ tiếp cận, dự trữ, bảo quản, chuẩn bị, trưng bày chào hàng và bán hàng tại các cơ sở bán lẻ nhằm đáp ứng thỏa mãn tối đa nhu cầu khách hàng mục tiêu qua đó DN đạt thành các mục tiêu kinh doanh, phát triển bền vững. Từ đó và trên cơ sở kế thừa hai quan niệm trên cũng như cân nhắc tới thực trạng, điều kiện triển khai của DNBL VN, tác giả chọn góc độ tiếp cận là "Hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường là một hệ thống trong đó toàn bộ quá trình vận hành hoạt động phân phối bán lẻ (hoạt động logistics đầu vào, logistics đầu ra, hoạt động marketing và bán lẻ) của toàn bộ hệ thống và tại CHTV tuân thủ luật, các qui định bảo vệ môi trường; quản lý năng lượng hiệu quả; thực hiện trách nhiệm xã hội nhằm giảm tối đa những tác động có hại đến môi trưởng, đảm bảo hiệu quả quá trình phân phối - bán lẻ cũng như việc quản lý, xử lý các chất thải từ quá trình phân phối bán lẻ và sau khi sử dụng sản phẩm".

Theo tiếp cận này, để phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường, các DNBL tập trung vào một số vấn đề quản trị trọng tâm sau:

- Xây dựng và vận hành hệ thống quản lý môi trường đồng thời với quản trị nâng cao hiệu quả truyền thông (với khách hàng, đội ngũ nhân sự và cộng đồng xã hội) về quản lý môi trường và hình ảnh của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường.

- Quản lý, sử dụng phù hợp nguồn năng lượng (điện, nước...), nguồn nhiên liệu tiết kiệm và hiệu quả; tối đa hóa sử dụng năng lượng tái tạo và nguồn nhiên liệu sạch. Đồng thời thực hành công nghệ kinh doanh sạch với hệ thống trang thiết bị có tác động bảo vệ môi trường.

- Xử lý tốt các yếu tố khí thải (khí hóa lỏng, khí nhà kính,,...) nước thải; chất thải rắn (giấy thủy tinh, chất dẻo tổng hợp, kim loại,...) nhất là các chất thải nguy hại (pin, dầu nhớt,...); tiếng ồn trong quá trình logistics, quá trình marketing bán hàng của DNBL và trong quá trình sử dụng hàng hóa của người tiêu dùng (NTD).

- Lựa chọn, phát triển danh mục mặt hàng bán lẻ là các sản phẩm xanh thân thiện môi trường, cụ thể là các sản phẩm: (1) Góp phần phục hồi tài nguyên năng lượng; (2) An toàn với môi trường và sức khỏe người sử dụng; (3) Đươc sản xuất từ nguyên liệu sinh thái có thể tái chế, tái sử dụng và khí thải bỏ không gây ô nhiễm môi trường.

- Triển khai các quá trình logistics (mua - dự trữ - bảo quản - vận chuyển - cung ứng hàng hóa cho các cơ sở bán lẻ và chuẩn bị - cung ứng hang hóa cho gian bán hàng) và quá trình marketing bán hàng cốt lõi tại CHTV (trưng bày truyền thông chào hàng, tạo bầu không khí cửa hàng, xúc tiến thương mại và bán lẻ hàng hóa,...) thân thiện môi trường, hạn chế tối đa chất thải và những tác động tiêu cực đến môi trường.

- Thực hiện trách nhiệm xã hội của DNBL trong bảo vệ quyền lợi khách hàng - người tiêu dùng (KH - NTD); trong tạo môi trường, điều kiện làm việc nâng cao thu nhập, đãi ngộ người lao động và mục tiêu các cổ đông (nếu có); trong thực hiện các mục tiêu và sự phát triển của công đồng xã hội.

1.2. Tiêu chí cơ bản và các tham số đánh giá mức độ thân thiện môi trường của hệ thống bán lẻ của doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

Trên cơ sở tiếp cận sâu vấn đề quản trị trọng tâm để phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường (đã nêu ở tiêu mục 1.1) kết hợp với tham khảo bộ tiêu chí đánh giá hệ thống phân phối xanh, từ một số công trình nghiên cứu như: chương trình bàn tròn bán lẻ Châu Âu, báo cáo quản lý môi trường hàng năm của Tập đoàn AEON của Nhật [2], báo cáo tổng kết đề tài khoa học công nghệ mã số 10.17 HĐ-KHCN/SX TDBV của Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách Công thương - Bộ Công thương [5], tác giả xác lập các tiêu chí, tham số đánh giá qua bảng 1 dưới đây.

Bảng 1: Tiêu chí đánh giá mức độ thân thiện môi trường của hệ thống bán lẻ

TT	Tiêu chí/Tham số đánh giá	Trị số đánh giá
1.	**Tổ chức bộ máy quản lý và phân bố nguồn lực thực hiện quản lý môi trường của DNBL**	**XAi**
1.1	Có bộ phận chuyên trách quản lý môi trường	XA_1
1.2	Định kì thực hiện theo dõi mức độ ô nhiễm môi trường và báo cáo kết quả	XA_2
1.3	Báo cáo kết quả bảo vệ môi trường hàng năm (tự viết báo cáo hoặc thuê ngoài)	XA_3
1.4	Kinh phí đầu tư được xác định phù hợp và sử dụng hiệu quả	XA_4
1.5	Phân bổ nguồn lực thực hiện theo dõi, báo cáo kết quả bảo vệ môi trường	XA_5
2.	**Tổ chức truyền thông nâng cao nhận thức về hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường**	**XB_i**
2.1	Tổ chức và truyền thông chiến lược tiêu dùng bền vững và hình ảnh hệ thống bán lẻ và sản phẩm bán lẻ thân thiện môi trường	XB_1
2.2	Truyền thông cảnh báo NTD những tác động đến môi trường trong tiêu dùng và bao bì bao gói sản phẩm bán lẻ	XB_2
2.3	Truyền thông nội bộ các qui định, các tiêu chuẩn và mức đạt được của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường	XB_3
2.4	Phối hợp với các tổ chức phi chính phủ, chính quyền các tổ chức chính trị-xã hội địa phương truyền thông phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường	XB_4
3.	**Sử dụng nguồn năng lượng, nhiên liệu, trang thiết bị thân thiện môi trường**	**XC_i**
3.1	Sử dụng tiết kiệm, hiệu quả nguồn năng lượng nhiên liệu (tổng chi phí sử dụng, chi phí sử dụng/doanh số bán, chi phí sử dụng/m^2 diện tích kinh doanh,...)	XC_1

3.2	Mức gia tăng tỉ lệ sử dụng năng lượng tái tạo và nhiên liệu sạch (tỉ lệ mức tăng trưởng sử dụng năng lượng mặt trời, năng lượng gió và nhiên liệu sạch trên tổng mức sử dụng năng lượng, nhiên liệu theo năm	XC_2
3.3	Sử dụng các hóa chất bảo quản hàng hóa an toàn không gây ô nhiễm môi trường	XC_3
3.4	Mức độ sử dụng nguyên liệu tự nhiên, nguyên liệu không tác động tiêu cực đến môi trường của các trang thiết bị (dự trữ, bảo quản, vận chuyển và trưng bày hàng hóa,...)	XC_4
4.	**Xử lý tốt khí thải, chất thải và tiếng ồn**	**XD_i**
4.1	Mức độ rò rỉ và xử lý khí thải lỏng	XD_1
4.2	Hiệu quả các giải pháp xủa lý khí thải nhà kính	XD_2
4.3	Các giải pháp xử lý đảm bảo các thông số nguồn nước sử dụng và nguồn nước thải	XD_3
4.4	Hiệu quả các giải pháp xử lý chất thải rắn (tỉ lệ gian sử dụng bao bì ni lông, bao bì kim loại, bao bì gỗ, thủy tinh)	XD_4
4.5	Hiệu quả các giải pháp xử lý chất thải nguy hiểm (pin, dầu nhớt, hóa chất độc hại)	XD_5
5.	**Phát triển danh mục mặt hàng bán lẻ xanh thân thiện môi trường**	**XE_i**
5.1	Dự báo tác động đến môi trường & sức khỏe NTD của mặt hàng bán lẻ và bao bì bao gói tiêu thụ	XE_1
5.2	Mức gia tăng tỉ lệ số lượng các sản phẩm gắn nhãn sinh thái trong tổng danh mục mặt hàng bán lẻ	XE_2
5.3	Mức gia tăng tỉ lệ doanh số bán các sản phẩm gắn nhãn sinh thái trong tổng doanh số bán lẻ/năm	XE_3
5.4	Đầu tư, phát triển mặt hàng mới là các sản phẩm trong ba nhóm sản phẩm xanh thân thiện môi trường	XE_4
6.	**Triển khai quá trình logistics (đầu vào & đầu ra) thân thiện**	**XG_i**
6.1	Mức đầu tư, phát triển nguồn hàng cung ứng các sản phẩm gắn nhãn sinh thái và sản phẩm thân thiện môi trường	XG_1
6.2	Mức hỗ trợ thông tin thị trường, kĩ thuật, sản xuất cho các nguồn hàng là DN nhỏ & vừa sản xuất, thiết kế sản phẩm thân thiện môi trường	XG_2
6.3	Xác định định mức dự trữ hợp lý, thực hiện các giải pháp bảo quản hàng hóa, dự trữ phù hợp đáp ứng các yêu cầu bảo vệ môi trường	XG_3
6.4	Tổ chức cung ứng và vận chuyển hàng hóa hiệu quả theo nhu cầu CHTV đảm bảo không gây tác động có hại đến môi trường	XG_4

6.5	Chuẩn bị hàng và cung ứng cho các nơi công tác tác bán hàng tại CHTV kịp thời, đáp ứng đủ số lượng, cơ cấu, chất lượng hàng hóa trưng bày, bán hàng và yêu cầu bảo vệ môi trường	XG_5
7.	**Triển khai quá trình marketing cốt lõi và bán hàng tại CHTV thân thiện môi trường**	**XH_i**
7.1	Xây dựng và triển khai phối thức chào hàng thị trường (mặt hàng bán lẻ - chào giá bán lẻ - dịch vụ khách hàng) đảm bảo khách hàng nhận dạng chính xác lợi ích của sản phẩm và dịch vụ bán lẻ	XH_1
7.2	Xác định địa điểm phân bố CHTV thuận tiện nhận biết, tiếp cận của khách hàng và cho quá trình nhập hàng	XH_2
7.3	Trưng bày, truyền thông chào hàng tại CHTV được tiêu chuẩn hóa đáp ứng các yêu cầu dễ nhận biết và lựa chọn chính xác hàng hóa theo nhu cầu của khách hàng	XH_3
7.4	Tạo bầu không khí CHTV năng động mang bản sắc riêng thu hút, hấp dẫn khách hàng và môi trường văn minh, hiện đại	XH_4
7.5	Triển khai đa dạng, hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại bán lẻ	XH_5
7.6	Triển khai các hình thức, phương pháp bán lẻ phù hợp và hiệu quả	XH_6
8.	**Thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của DNBL**	**XK_i**
8.1	Thực hiện đa dạng hình thức, chương trình bảo vệ quyền lợi NTD và các nhà cung cấp	XK_1
8.2	Thực hiện tốt các qui định, chương trình bảo vệ môi trường và nâng cao văn minh thương mại	XK_2
8.3	Chú trọng đào tạo nhân sự trong DN và nguồn nhân sự địa phương về nhận thức, kiến thức và kĩ năng trong quản lý, bảo vệ môi trường	XK_3
8.4	Thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo nâng cao kĩ năng cho đội ngũ nhân sự DN về công tác phòng tránh sự cố môi trường, phòng chống cháy nổ và quản lý chất thải rắn	XK_4
8.5	Có chính sách các điều kiện lao động và đã ngộ lao động (lương thưởng, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm y tế,...) phù hợp tuân thủ các qui định hiện hành	XK_5

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2. Thực trạng thị trường và mức đáp ứng các yêu cầu phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường của doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

2.1. Thực trạng thị trường và hệ thống bán lẻ

Quá trình thực các cam kết trong FTA thế hệ mới với tác động của xu thế bảo hộ thương mại, cuộc chiến thương mại các nước lớn thời gian qua, thị trường bán lẻ Việt Nam bị tác động được đánh giá là một trong những thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất thế giới. Với

tổng dân số khoảng hơn 94 triệu người, cơ cấu dân số trẻ chiếm tỷ trọng lớn (trên 60%); tốc độ đô thị hóa cao, thu nhập bình bình quân người tăng khá nhanh đến năm 2018 đạt 2.587USD/người/năm và như nhiều dự báo tốc độ tăng thu nhập bình quân người tăng khoảng 10,5%/người/năm giai đoạn 2015÷2020, tăng từ 11,5%÷12,5%/người/năm giai đoạn 2021÷2025; qui mô thị trường bán lẻ đạt khoảng 179 tỷ USD năm 2020, khoảng 200 tỷ USD năm 2025 trong đó thị phần thực hiện của hệ thống bán lẻ hiện đại đến năm 2018 đạt xấp xỉ 30% (thấp hơn so với nhiều nước trong khu vực ASEAN như Philipines - 33%; Thailand - 34%; Malaysia - 60% và Singapore - 90%,...) đã tạo những tiền đề thuận lợi cho thu hút, phát triển hệ thống bán lẻ của các Tập đoàn, Hãng, DNBL trong ngoài nước đồng thời cũng tạo ra nhiều thách thức lớn hơn nhất là với các DNBL VN.

Trong 10 năm vừa quan, hệ thống thương mại bán lẻ đã có những phát triển vượt bậc về qui mô và năng lực cung ứng dịch vụ bán lẻ hàng hóa, thỏa mãn cao hơn nhu cầu tiêu dùng và góp phần thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của Việt Nam trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, cụ thể:

- Hệ thống thương mại bán lẻ được phát triển và thực hiện theo hai tuyến khá độc lập và đan xen của hai hệ thống gồm hệ thống bán lẻ hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện ích, cửa hàng chuyên doanh) và hệ thống thương mại truyền thống (cửa hàng thương mại truyền thống, hợp tác xã thương mại, chợ và bán hàng rong). Trong đó ghi nhận sự phát triển của trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện ích; qui hoạch, phát triển hệ thống chợ; phát triển thương mại điện tử (B2C, C2C) đã tác động không chỉ thay đổi diện mạo mà quan trọng là mức tăng năng lực cung ứng dịch vụ của hệ thống bán lẻ. Xu thế hình thành và vận hành kinh doanh theo mô hình chuỗi (chuỗi siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện ích, chuỗi cửa hàng chuyên doanh) và quá trình nâng cấp cửa hàng thương mại truyền thống, chuyển đổi mô hình quản lý hệ thống chợ theo mô hình DN,...đã cho thấy trình độ tổ chức hệ thống được nâng cao phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế và thực hiện mục tiêu nâng cao văn minh thương mại bán lẻ.

- Hạ tầng thương mại bán lẻ được đầu tư phát triển không chỉ cho thấy sự phát triển nhanh về số lượng (hệ thống bán lẻ cả nước đến năm 2020 có từ 180÷190 trung tâm thương mại trong đó chú trọng đến trung tâm thương mại cấp vùng, cấp Tỉnh/Thành phố; 1200÷1700 siêu thị các cấp; 157÷170 trung tâm mua sắm; 12.000÷14.000 cửa hàng tiện ích theo mô hình chuỗi; trên 2,2 triệu hộ kinh doanh với các cửa hàng có qui mô nhỏ, siêu nhỏ và qui hoạch, nâng cấp toàn bộ hệ thống chợ (chợ đầu mối bán buôn, chợ dân sinh bán lẻ)) mà còn cho thấy năng lực cung ứng của hệ thống bán lẻ được nâng cao, trình độ phục vụ theo định hướng nâng cao văn minh thương mại.

- Sự phát triển và mở rộng xâm nhập thị trường bán lẻ Việt Nam của một số tập đoàn bán lẻ đa quốc gia (AEON, 7-Eleven, GS25; Circle K; Ministop,...) và của một số DN trong nước (Vincommerce, Saigon co.op, Hapro,..) một mặt tác động thay đổi bộ mặt hệ thống bán lẻ hiện đại và nâng cao năng lực kinh doanh, phục vụ của hệ thống bán lẻ mặt khác cũng tạo ra một thị trường bán lẻ cạnh tranh gay gắt và khốc liệt hơn đòi hỏi các DNBL VN cũng phải mở rộng qui mô, đổi mới tổ chức hoạt động kinh doanh nâng cao năng lực cung ứng hàng hóa và dịch vụ khách hàng để thỏa mãn tốt hơn nhu cầu. Đây là vấn đề còn nhiều bất cập trong thực hiện do các DNBL VN chủ yếu có qui mô nhỏ, bị giới hạn về nguồn lực, vị thế thấp trên thị trường.

- Thương mại điện tử tăng trưởng khá nhanh năm 2016 đạt doanh thu bán lẻ 4 tỷ USD và tốc độ tăng bình quân từ 30÷45%/năm giai đoạn 2016÷2020, đến năm 2020 như dự báo sẽ đạt doanh thu 10 tỷ USD cùng với quá trình đầu tư hạ tầng, ứng dụng thành tựu công nghệ thông tin trong thực hiện hoạt động bán lẻ và các dịch vụ chăm sóc khách hàng là một đặc trưng phát triển của hệ thống thương mại bán lẻ thời gian qua.

Bên cạnh những kết quả đạt được trên sự phát triển và vận hành hệ thống bán lẻ của các DN Việt Nam thời gian qua cũng bộ lộ nhiều hạn chế và bất cập mà điển hình là:

- Hệ thống bán lẻ Việt Nam phát triển không đều giữa thị trường đô thị và nông thôn ngoại trừ một vài DN có qui mô lớn (Vincommerce, Saigon co.op, Hapro,..). Hệ thống bán lẻ của DN Việt Nam được phát triên thiếu luận cứ khoa học, thực tiễn và thiều tính liên kết trong toàn hệ thống và vận hành thiếu tính chuyên nghiệp.

- Lực lượng tham gia phát triển hệ thống bán lẻ kể cả với hệ thống bán lẻ hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện ích, cửa hàng chuyên doanh) hầu hết là các DN nhỏ, giới hạn nguồn lực (nhân lực, vật lực, tài lực) và vị thế trên thị trường thấp vì vậy hệ thống bán lẻ được phát triển thiếu tính đồng bộ dẫn tới năng lực cung ứng dịch vụ bán lẻ thấp, chất lượng triển khai các hoạt động phân phối bán lẻ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng chưa kịp thời, mức độ đáp ứng thấp hơn so với các DNBL FDI.

- Chất lượng phối thức chào hàng thị trường; chất lượng vận hành các quá trình logistic và quá trình marketing bán lẻ ở đẳng cấp chất lượng trung bình yếu, trung bình và/hoặc trung bình khá, chưa đáp ứng trong thực hiện các mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ bán lẻ, văn minh thương mại, chưa góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng xanh của ngành và các yêu cầu phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện, bảo vệ môi trường.

- Mặc dù hệ thống thương mại truyền thống nói chung, hệ thống chợ và các cơ sở bán lẻ nhỏ của tư nhân nói tiêng đã được qui hoạch, nâng cấp chất lượng hạ tầng, cơ sở vật chất nhưng chất lượng tổ chức, quản lý, vận hành còn khá nhiều bất cập đã tác động giảm hiệu lực, kết quả kinh doanh và vẫn gây ra những tác động có hại đến môi trường, đến sức khỏe cộng đồng.

- Mặc dù hệ thống quản lý Nhà nước về kinh doanh bán lẻ trung ương, địa phương và bản thân hầu hết các DNBL đã tăng cường truyền thông nâng cao nhận thức khách hàng, đào tạo nâng cao kĩ năng cho nhân viên về tiêu dùng bền vững, vận hành kinh doanh bán lẻ thân thiện môi trường tuy nhiên hiệu quả sử dụng một số hình thức phương pháp còn có những vướng mắc bất cập, chưa tương xứng với mức độ đầu tư và hiệu quả theo mục tiêu chương trình.

- Hệ thống trang thiết bị và công nghệ bán lẻ mặc dù đã được đổi mới, nâng cấp chất lượng; nguồn năng lượng nhiên liệu được sử dụng đạt mức tiết kiệm hơn tuy nhiên chủ yếu ở hầu hết cửa hàng của DN Việt Nam trang thiết bị và công nghệ ở trình độ trung bình còn thấp nhưng mức sử dụng nguồn năng lượng điện, nước, nhiên liệu thì cao hơn so với cơ sở bán lẻ của các DN nước ngoài.

2.2. Thực trạng mức đáp ứng các tiêu chí hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường của các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

Qua các dữ liệu, số liệu thứ cấp trong các báo cáo về phát triển hệ thống bán lẻ,

kênh phân phối sản phẩm thân thiện môi trường của Sở ngành, của Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng [1]; điều tra trong báo cáo tổng kết đề tài khoa học công nghệ mã số 10.17 HĐ-KHCN/SX TDBV của Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách Công thương - Bộ Công thương [5] và một số kết quả khảo sát, phỏng vấn trực tiếp trong luận án tiến sĩ của tác giả tại một số DNBL chuỗi cửa hàng tiện ích trên địa bàn Thành phố Hà Nội [6] theo các tham số/chỉ tiêu trong 8 nhóm tiêu chí đánh giá cho phép rút ra một số nhận xét, đánh giá sau:

+ **Với nhóm tiêu chí 1**: Ở bộ phận khá lớn DNBL VN (gần 75%) đã thực hiện một số hoạt động theo dõi mức độ ô nhiễm môi trường và có phân bố các nguồn lực để thực hiện, tuy nhiên mức độ theo dõi chưa thường xuyên. Công tác phòng chống cháy, nổ; phòng tránh sự cố môi trường và quản lý chất thải đã được quan tâm đưa vào phương hướng hoạt động kinh doanh nhưng hiệu quả thực hiện còn thấp, cá biệt còn rất thấp. Khá nhiều DN chưa hoặc xây dựng chưa kịp thời báo cáo kết quả, đánh giá tác động đến môi trường; một số DN không tự xây dựng báo cáo mà thuê các đơn vị tư vấn xây dựng vì vậy chưa đáp ứng được tính kịp thời và làm tăng chi phí cho hoạt động này. Tổng kinh phí và tỉ lệ trên doanh thu thực chi cho các hoạt động quản lý môi trường hàng năm hầu như không được công bố và đánh giá hiệu quả đầu tư.

+ **Với nhóm tiêu chí 2**: Trong thời gian qua, các DNBL VN đã chú trọng đến truyền thông với người tiêu dùng, với đội ngũ nhân sự của DN về tiêu dùng bền vững và thực hành bán lẻ thân thiện với môi trường. Nhiều DNBL thường xuyên tổ chức các phong trào bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Ví dụ: không kinh doanh và tiêu dùng thực phẩm bẩn, các sản phẩm sử dụng lông thú, các sản phẩm gây béo phì,...) tuy nhiên việc thông báo/cảnh báo với người tiêu dùng những tác động có hại đến môi trường của sản phẩm nhất là sau khi sử dụng, thải bỏ chưa được quan tâm đúng mức, mật độ tổ chức và hiệu lực truyền thông thấp. Một số DN có tổ chức đối thoại trực tiếp với người tiêu dùng những chỉ mang tính chất hình thức, các thông tin tiếp cận được hầu như chưa giải quyết triệt để những khiếu nại, phàn nàn của người tiêu dùng về những tác động của sản phẩm, của kinh doanh bán lẻ đến môi trường, đến sức khỏe người tiêu dùng.

Trong truyền thông nhiều DNBL đã phối hợp với tổ chức phi chính phủ và chính quyền địa phương để thực hiện truyền thông với khách hàng và công đồng xã hội. Đặc biệt một số DN nhất là các DN có qui mô khá lớn (như Vincommerce, Saigon co.op, Hapro,..) đã chú trọng đến truyền thông cho độ ngũ nhân sự nhất là các nhân viên trực tiếp bán lẻ về vị trí, tầm quan trọng của tiêu dùng bền vững và kinh doanh bán lẻ thân thiện môi trường.

+ **Với nhóm tiêu chí 3**: Bộ phận khá lớn DNBL VN (gần 80%) đã quan tâm, xác định vị trí quan trọng của quản lý, sử dụng nguồn năng lượng, nhiên liệu và đầu tư mới trang thiết bị kinh doanh để bảo vệ môi trường. Phần lớn DN đã theo dõi và đo lường mức tiêu hao năng lượng điện, nước, nhiên liệu và thực hiện có hiệu quả một số giải pháp tiết kiệm năng lượng chiếu sáng, tiết kiệm nguồn nước và sử dụng các thiết bị tiết kiệm nhiên liệu vì vậy tổng mức tiêu hao năng lượng điện, nước/m^2 diện tích kinh doanh, chi phí nhiên liệu/thiết bị đã được tiết giảm. Tuy nhiên việc sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, nhiên liệu sạch được quan tâm chưa đúng mức hầu như chưa hoặc thực hiện với tỉ trọng thấp mà nguyên nhân chủ yếu là do kinh phí đầu tư ban đầu lớn, lắp đặt và vận hành khá phức tạp.

Trong đầu tư mới và thay thế đổi mới trang thiết bị kinh doanh ở hầu hết các DNBL VN thời gian qua được triển khai theo định hướng nâng cấp chất lượng trình độ cơ sở vật chất kĩ thuật và công nghệ kinh doanh bán lẻ; chú trọng đến các loại trang thiết bị được sản xuất từ các nguyên liệu thân thiện môi trường bảo vệ sức khỏe cho khách hàng, người lao động của DN và đáp ứng các yêu cầu nâng cao văn minh thương mại bán lẻ. Tuy nhiên do nguồn vốn đầu tư còn khá thấp vì vậy một bộ phận trang thiết bị kinh doanh được sử dụng thời gian dài, chậm thay thế đổi mới có thể gây ra các tác động có hại đến môi trường và sức khỏe người sử dụng, ví dụ như các trang thiết bị kim loại bị rỉ sét, gỗ bị mục, mối mọt,...

+ Với nhóm tiêu chí 4: Do nhận thức rõ vị trí đặc biệt quan trọng và mức tác động đến môi trường của các chất thải từ hàng hóa, quá trình bán lẻ và sau sử dụng hàng hóa nên hầu hết các DNBL VN (trên 80%) đã thực hành nhiều giải pháp để quản lý và xử lý các chất thải này.

- Hầu hết các DN đã thực hành các giải pháp để giảm thiểu rò rỉ khí hóa lỏng (nhất là rò rỉ khí hóa lỏng từ các thiết bị bảo quản đông lạnh, hệ thống điều hòa không khí) và một số giải pháp giảm phát thải khí thải (chủ yếu là CO_2) từ hiệu ứng nhà kính. Tuy nhiên do chưa đo lường và đánh giá hiệu quả thực hiện các giải pháp này vì vậy tỉ lệ thải có hại nói chung, khí CO_2 (theo đánh giá cơ quan quản lý nhà nước về môi trường); ở nhiều thời điểm kiểm tra chưa đáp ứng các yêu cầu theo qui định và ở mức độ cảnh báo.

- Một số bộ phận khá lớn DN đã tiến hành phân loại chất thải rắn phát sinh theo nguồn gốc như: giấy và cát tông, gỗ, chất dẻo tổng hợp và túi ni lông, các chất thải hữu cơ; các chất thải độc hại và thực hành xử lý thông qua hợp đồng thu gom, vận chuyển xử lý với các đơn vị chức năng. Nhiều DN đã khuyến khích thậm chí bắt buộc sử dụng túi đựng hàng nhiều lần thay thế cho túi ni lông sử dụng một lần. Tuy nhiên vẫn còn tồn tại những DN hầu như chưa thực hành các giải pháp để xử lý, tái chế, tái sử dụng chất thải rắn một cách hiệu quả.

- Một bộ phận DN đã nhận thức và đầu tư, xử lý nước thải đáp ứng các qui định bảo vệ môi trường như: đã đo lường trọng lượng nước thải (mức cao nhất, thấp nhất) và đầu tư công nghệ xử lý, kiểm tra nước thải trước khi xả vào hệ thống nước thải chung của địa phương. Tuy nhiên ở một số thời điểm kiểm tra các thông số của nước thải như: độ PH, BOD, COD, TSS, kim loại nặng, chất rắn hòa toan, khoáng,...còn vượt giới hạn theo tiêu chuẩn Việt Nam.

- Ô nhiễm tiếng ồn từ sự vận hành hệ thống thiết bị kinh doanh của các DNBL nhất là từ hoạt động của hệ thống điều hòa (lạnh, nóng), từ các thiết bị vận chuyển cung ứng hàng hóa, từ các hoạt động của chính khách hàng,...đang là vấn đề cần được quan tâm. Nhưng điều đáng tiếc tại hầu hết các DNBL VN chưa thực hiện đồng bộ, hiệu quả các giải pháp để đo lường, giảm thiểu tiếng ồn và xử lý ô nhiễm tiếng ồn.

+ Với nhóm tiêu chí 5: Hầu hết DNBL VN đã quan tâm đến phát triển danh mục mặt hàng bán lẻ thân thiện với môi trường, mặt hàng gắn nhãn hiệu xanh. Mặc dù tỉ trọng của ba nhóm sản phẩm (sản phẩm gắn nhãn sinh thái, sản phẩm hữu cơ, sản phẩm sử dụng năng lượng hiệu quả) còn chiếm tỉ lệ thấp nhưng nhiều DN luôn sẵn sàng và đã dành riêng khu vực trưng bày, bán sản phẩm các sản phẩm này. Trên 50% DN đã chú

trọng đến phát triển các sản phẩm gắn nhãn sinh thái của Việt Nam, các sản phẩm hữu cơ và khoảng 40% DN chú trọng đến phát triển sản phẩm sử dụng tiết kiệm, hiệu quả năng lượng. Tuy nhiên đối với sản phẩm gắn nhãn sinh thái, tỉ trọng sản phẩm gắn nhãn sinh thái của các tổ chức bán lẻ quốc tế (Ví dụ như của EU, Nhật bản,...) còn rất thấp kể cả tại thị trường các đô thị lớn; đối với sản phẩm hữu cơ (nông sản rau quả hữu cơ, thủy sản sạch, đồ gỗ thân thiện môi trường,...) do giá thành sản xuất khá cao và cao vì vậy doanh số bán có tăng nhưng tỉ trọng trong doanh số bán còn thấp; đối với các sản phẩm sử dụng năng lượng hiệu quả, mức sẵn sàng của một số bộ phận lớn DNBL VN chỉ đạt mức độ trung bình và trung bình yếu.

+ Với nhóm tiêu chí 6: Thực hiện hoạt động logistics (đầu vào, đầu ra) thân thiện môi trường đã được các DNBL VN chú trọng. Nhiều DN đã thực hiện một số giải pháp đem lại kết quả và đạt hiệu ứng tốt, cụ thể:

- Trong tổ chức nguồn cung ứng hàng hóa, các DN có qui mô khá, lớn đã chú trọng phát triển cơ sở sản xuất tự cung ứng các nhãn hiệu hàng riêng thân thiện môi trường và thường xuyên chia sẻ cung ứng các thông tin để các cơ sở nguồn hàng điều chỉnh, thực thi quyết định sản xuất phù hợp với nhu cầu tiêu dùng đảm bảo cung ứng các sản phẩm thân thiện môi trường, bảo vệ sức khỏe người sử dụng.

- Đã chú trọng đến xác lập định mức hàng hóa dự trữ hợp lý và thực hành các giải pháp bảo quản, vận chuyển, giao hàng dựa trên công nghệ, trang thiết bị, nguyên nhiên liệu sạch để bảo vệ môi trường đồng thời xử lý tốt khí thải, chất chất của quá trình.

- Trong chuẩn bị và tổ chức cung ứng hàng hóa cho gian bán hàng, nơi công tác bán hàng bên cạnh đảm bảo đủ về số lượng, đáp ứng các yêu cầu trưng bày - bán hàng; đã chú trọng đến các giải pháp xử lý tác động có hại cho môi trường sức khỏe khách hàng và nhân viên bán hàng, phục vụ khách hàng.

Tuy nhiên có thể đánh giá chung mức độ đáp ứng tiêu chí về thực hiện hoạt động logistics thân thiện môi trường của DNBL VN mặc dù cấp chất lượng triển khai đã được nâng cao một bước nhưng chỉ được đánh giá ở mức trung bình, trung bình yếu, còn thấp hơn khá nhiều so với các DNBL của các Tập đoàn bán lẻ quốc tế ngay tại thị trường nội địa hiện nay.

+ Với nhóm tiêu chí 7: Các DNBL VN đã chú trọng và đạt được nhiều thành tựu trong thực hiện hoạt động marketing và bán lẻ cốt lõi, đáp ứng kịp thời với mức thỏa mãn cao hơn nhu cầu của người tiêu dùng cũng như các yêu cầu bảo vệ môi trường, phát triển tiêu dùng và kinh doanh bán lẻ bền vững, cụ thể:

- Phối thức chào hàng thị trường với cấu trúc mặt hàng bán lẻ - chào giá bán lẻ - dịch vụ khách hàng được đề xuất theo định hướng gia tăng giá trị cung ứng (hay lợi ích mà khách hàng nhận được) và được triển khai tuy chưa định vị rõ nét trong tâm trí khách hàng nhưng cũng cho thấy các DN rất quan tâm đến giá trị phối thức chào hàng thị trường và sự phát triển bền vững của nó. Nghĩa là phối thức chào hàng thị trường vừa phải vừa đảm bảo giá trị cung ứng đủ lớn, khác biệt có tính cạnh tranh vừa đảm bảo phù hợp, thận thiện, bảo vệ môi trường và các khách hàng của DN.

- Các hoạt động qui hoạch mặt bằng, trưng bày truyền thông chào hàng và triển khai các công cụ xúc tiến thương mại bán lẻ tạo bầu không khí tại các CHTV mặc dù chất lượng triển khai chưa đồng đều giữa các CHTV của các DN và giữa các hệ thống bán lẻ của các DN nhưng cũng cho thấy mức độ hấp dẫn, thu hút khách hàng cao hơn; mức độ năng động, thân thiện môi trường và trình độ văn minh phục vụ được nâng cao.

- Công nghệ bán lẻ truyền thống được nâng cấp chất lượng triển khai, các công nghệ bán tiến bộ được lựa chọn, áp dụng phù hợp đáp ứng hơn các mục tiêu tiêu dùng bền vững và tăng trưởng xanh kinh doanh bán lẻ.

Bên cạnh những thành tựu trên trong thực hiện ở hầu hết các DNBL VN cũng còn nhiều tồn tại, bất cập trên tất cả các khâu của quá trình đề xuất, kiến tạo, chuyển tải và thực hiện giá trị cung ứng cho khách hàng mục tiêu dẫn tới chất lượng triển khai các hoạt động marketing và bán lẻ của DNBL VN chỉ được đánh giá xếp loại từ trung bình yếu đến trung bình khá (trong đó một số chợ và cửa hàng thương mại tư nhân đạt mức độ yếu kém) và thấp hơn khá nhiều so với hệ thống bán lẻ có yếu tố nước ngoài còn có tác động có hại đến môi trường và người tiêu dùng. Điều này đặt ra các yêu cầu cấp thiết có ý nghĩa đặc biệt quan trọng thực hiện mục tiêu chiến lược tăng trưởng tiêu dùng bền vững và phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường của Việt Nam hiện nay.

+ Với nhóm tiêu chí 8: Các DNBL VN đã nhận thức rõ vị trí thực hiện trách nhiệm xã hội trong phát triển hệ thống bán lẻ bền vững, thân thiện môi trường. Vì vậy nhiều DN đã thực hiện và đạt được kết quả: (1) Quan tâm đến đào tạo phát triển nguồn nhân lực trong DN và tại địa phương các vấn đề về môi trường như: thường xuyên tổ chức tập huấn, bồi dưỡng nâng cao nhận thức trình độ và kỹ năng về quản lý môi trường, phòng chống cháy nổ, quản lý chất thải,...; (2) Thực hành các chính sách sử dụng và đãi ngộ người lao động tuân thủ các qui định hiện hành tạo động cơ, mục đích làm việc vì môi trường xanh, sạch và văn minh thương mại hiện đại mang bản sắc văn hóa của Việt Nam; (3) Triển khai đa dạng, phù hợp và hiệu quả các phong trào, các chương trình hành động thể hiện trách nhiệm xã hội với cộng đồng và trách nhiệm xã hội trong bảo vệ quyền lợi của khách hàng cũng như trách nhiệm với đội ngũ nhân sự và cổ đông của DN.

Bên cạnh những kết quả đáng khích lệ và phát huy trên, các DNBL VN cần chú trọng hơn đến lựa chọn các công cụ, hình thức và hiệu quả triển khai các hoạt động thể hiện trách nhiệm của DN nhất là trong đào tạo, sử dụng và đãi ngộ người lao động để thu hút, phát triển bền vững đội ngũ nhân sự, giữ gìn và phát triển nhân tài kinh doanh.

3. Thách thức chủ yếu và một số khuyến nghị

3.1. Đánh giá chung và thách thức chủ yếu

Qua phân tích mức độ đáp ứng tám tiêu chí của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường nêu trên cho phép xác định các thách thức nội tại chủ yếu từ thực trạng tổ chức hệ thống và vận hành kinh doanh hệ thống bán lẻ của DNBL VN gồm:

- Các DNBL VN đã nhận thức được tầm quan trọng, sự cần thiết phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường với những nội dung trọng tâm là: thiết lập và vận hành cơ cấu tổ chức quản lý môi trường; tăng cường truyền thông về tiêu dùng bền vững và phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường; quản lý năng lượng, nhiên liệu và

phát triển trang thiết bị kinh doanh thân thiện môi trường; phát triển mặt hàng bán lẻ, triển khai các hoạt động logistics và các hoạt động marketing bán lẻ hiệu quả, thân thiện môi trường, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng; thực hiện trách nhiệm xã hội của DN. Đây cũng chính là những thách thức từ nội tại trong tổ chức hệ thống và vận hành kinh doanh hệ thống bán lẻ của DNBL VN còn giới hạn về qui mô, nguồn lực để khai thác thời cơ phát triển bền vững DN trong bối cảnh kinh doanh thị trường bán lẻ Việt Nam hiện nay và một số năm tiếp theo.

- Mặc dù đang ở giai đoạn đầu nhưng thực trạng triển khai các nội dung quản trị trọng tâm, các tiêu chí của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường cũng đạt được kết quả với thành công/điểm mạnh ban đầu rất quan trọng và chỉ ra những tồn tại bất cập trong đáp ứng các tiêu chí phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường mà quan trọng nhất là chưa xác định phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường là sứ mạng, mục tiêu, là yếu tố then chốt trong chương trình hành động, tổ chức, quản lý và kinh doanh phù hợp, hiệu quả của DNBL VN. Những hạn chế bất cập đã được chỉ ra so với các tiêu chí của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường dưới tác động của môi trường kinh doanh trong hội nhập quốc tế và xu thế bảo hộ thương mại quốc gia đòi hỏi các DNBL VN phải xác lập và thực thi đồng bộ các giải pháp trước mắt, giải pháp dài hạn trong nâng cấp chất lượng triển khai các yếu tố/thành phần đáp ứng theo các tiêu chuẩn, tiêu chí qui định phát triển hệ thống bán lẻ đến năm 2025 tầm nhìn 2030.

3.2. Một số khuyến nghị, hàm ý giải pháp

** Đối với các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam:*

+ Nâng cao nhận thức của DN và đội ngũ nhân sự về tầm quan trọng động lực, những rào cản trong phát triển hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường và xác lập, phân bổ nguồn lực phù hợp để thực hiện.

+ Khẳng định vị thế và nâng cao hiệu quả truyền thông nâng cao nhận thức của nhà cung ứng, người tiêu dùng và cộng đồng xã hội về tiêu dùng sản phẩm thân thiện môi trường, địa điểm bán lẻ đạt tiêu chuẩn, tiêu chí hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường.

+ Thiết lập hệ thống quản lý môi trường, thường xuyên theo dõi quan trắc và báo cáo công khai kịp thời kết quả quản lý môi trường cũng như phương hướng và giải pháp triển khai thời gian tới.

+ Quản lý năng lượng (điện, nước), nhiên liệu hiệu quả; tối đa hóa sử dụng năng lượng tái tạo, nhiên liệu sạch trong tổ chức triển khai quá trình cung ứng bán lẻ của DN.

+ Nhận dạng và vận dụng hiệu quả các phương pháp xử lý khí thải nói chung và khí thải từ hiệu ứng nhà kính đảm bảo các thông số môi trường và tỉ lệ khí CO_2. Quản lý, xử lý tập trung các chất thải rắn và nguồn nước thải đảm bảo tiêu chuẩn, thông số theo qui định nguồn nước thải khi xả vào hệ thống nước thải chung của địa phương và xử lý tiếng ồn trong môi trường mua sắm trải nghiệm tại các CHTV.

+ Sử dụng công nghệ và trang thiết bị bảo quản, vận chuyển, chuẩn bị, cung ứng; trưng bày và bán hàng thân thiện môi trường, không tác động có hại đến sức khỏe khách hàng và nhân viên công tác.

+ Gia tăng phù hợp, tối đa các sản phẩm bán lẻ thân thiện môi trường; các sản phẩm gắn nhãn sinh thái của VN, của các Hãng, khu vực quốc tế; các sản phẩm hữu cơ; các sản phẩm tiết kiệm năng lượng trong sử dụng.

+ Quản lý giảm đến mức tối đa các ô nhiễm môi trường trong thực hiện các hoạt động logistics và các hoạt động marketing bán lẻ gia tăng hiệu quả chuỗi cung ứng giá trị mặt hàng và dịch vụ bán lẻ của toàn hệ thống và ở từng CHTV.

+ Đa dạng hóa chương trình với các hình thức và phương pháp triển khai hiệu quả các hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội, bảo bệ quyền lợi người tiêu dùng, đội ngũ nhân sự của DN và của cộng đồng xã hội.

** Đối với hệ thống quản lý Nhà nước*

+ Tăng cường truyền thông đến các DN, người tiêu dùng và cộng đồng xã hội về chương trình tiêu dùng bền vững về phát triển chuỗi cung ứng giá trị sản phẩm và hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường.

+ Hỗ trợ bồi dưỡng đào tạo, nâng cao trình độ đội ngũ lãnh đạo quản lý, kĩ năng đội ngũ nhân DNBL về quản lý môi trường; cập nhật các phương pháp, tình hình biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, các giải pháp phòng chống sự cố môi trường và xử lý chất thải, chất thải có hại.

+ Tạo điều kiện phù hợp với luật pháp và qui định quốc tế để các DNBL thực hiện các chiến dịch truyền thông, quảng bá, khuyến khích tiêu dùng bền vững và tiêu dùng xanh, đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm thận thiện môi trường và xử lý tốt các chất thải sau sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng.

+ Tạo môi trường khuyến khích DNBL nói chung, DNBL VN nói riêng cải thiện, nâng cao mức độ đáp ứng các tiêu chí của hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường nhất là trong vận hành quá trình logistics, quá trình marketing bán lẻ xanh; thực hiện trách nhiệm xã hội với khách hàng và cộng đồng của DN phù hợp với thực trạng nguồn lực và vị thế của DNBL VN.

+ Các Hiệp hội ngành hàng, Hiệp hội DNBL, Hiệp hội người tiêu dùng trung ương và địa phương cần chú trọng thực hành các giải pháp thể hiện vai trò của hiệp hội trong triển khai chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển tiêu dùng bền vững, tăng trưởng xanh của ngành công thương, của chuỗi cung ứng giá trị và hệ thống bán lẻ thân thiện môi trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo của Sở Công thương của Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵn: phát triển hệ thống bán lẻ, kênh phân phối sản phẩm thân thiện môi trường
2. Báo cáo tổng kết hành động và sáng kiến năm 2015 của Tập đoàn AEON (Nhật Bản)
3. Đỗ Thị Bình (2020), *Nghiên cứu mức độ chủ động trong chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam*, Tạp chí khoa học thương mại số 137+138/2020, trang 61-71.
4. Nguyễn Bình Minh (2016), *Chuỗi cung ứng xanh - Giải pháp kinh doanh bền vững, thân thiện với môi trường*, Tạp chí môi trường số 2/2016.

5. Phạm Nguyên Minh (2018), Xây dựng hệ thống tiêu chí, chỉ tiêu đánh giá và cấp chứng nhận hệ thống phân phối bán lẻ xanh, Báo cáo tổng kết đề tài khoa học công nghệ mã số 10.17 HĐ-KHCN/SX TDBV, Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách Công thương - Bộ Công thương
6. Nguyễn Bảo Ngọc (2019), *Quản trị marketing của một số chuỗi cửa hàng tiện tích trên địa bàn Thành phố Hà Nội*, Luận án tiến sĩ - Trường Đại học Thương Mại
7. Job Dubihlela & Tandiswa Ngxukumeshe (2016), *Eco-friendly retail product attribites, customer attributes and the repurchase intentions of South African Conumers*, International Business & Economics Research Journal, July/August 2016, Volume 15 - number 4.
8. Kim, K. (2018), *Proactive versus reactive corporate environmental practices and environmental performance*, *Sustainability (Switzerland)*, 10(1). https://doi.org/10.3390/su10010097
9. Merle Naidoo & Alexandors Gasparotos (2018), *Corporate environmental substainability in the retail sector: Drivers, strategies and performance measurement*, Journal of Cleaner Production 203 (2018), page 125-142.

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO EU - VIỆT NAM (EVFTA) - CƠ HỘI ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA QUA KÊNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

EU - VIETNAM FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) - OPPORTUNITIES TO PROMOTE THE EXPORT OF GOODS THROUGH E-COMMERCIAL CHANNELS FOR VIETNAM ENTERPRISES

NCS Lê Thị Hoài

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

EVFTA đã chính thức được ký kết, mở ra cánh cửa mới và tạo động lực cho sự phát triển kinh tế Việt Nam nói chung và thương mại điện tử nói riêng. Trong khi đó, xu hướng chuyển đổi từ kinh doanh truyền thống sang các nền tảng số đang ngày càng trở nên phổ biến và được coi là giải pháp hữu hiệu giúp các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận nhập và mở rộng thị trường xuất khẩu trong bối cảnh Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng với nền kinh tế thế giới. Thông qua các kênh hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến như các sàn thương mại điện tử Amazon, Alibaba..., các nhà sản xuất, doanh nghiệp Việt Nam sẽ tăng phạm vi tiếp cận khách hàng, có thể lựa chọn được thị trường/đối tác xuất khẩu trực tiếp, không qua trung gian và giảm thiểu nguy cơ từ các rào cản thương mại.

EVFTA có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay, chứa đựng nhiều cơ hội và theo đó là không ít những thách thức cho thị trường thương mại điện tử Việt Nam trong thời gian tới khi hiệp định này chính thức có hiệu lực.

Từ khóa: *EVFTA, Thương mại điện tử, Cơ hội, Việt Nam, rào cản thương mại, EU*

Abstract

EVFTA has been officially signed, open the new way and create a driving force for Vietnam's economic and e-commerce field to development. Meanwhile, the trend of switching from traditional business to digital platforms is becoming more and more popular and is considered an effective solution to help Vietnamese businesses access and expand export markets in the context of Vietnam is increasingly deeply and deeply integrated with the world economy. Through online export support channels such as Amazon, Alibaba, etc., Vietnamese manufacturers and businesses will increase the reach of customers and select markets/partner direct export, without intermediaries and minimize the risk from trade barriers.

EVFTA has a wide range of commitments and the highest level of commitment of Vietnam so far, containing many opportunities and therefore many challenges for Vietnam's e-commerce market in the next time, when this agreement is officially takes effect.

Keywords: *EVFTA, e-commerce, VietNam, trade barrier, opportunity, business, EU*

1. Đặt vấn đề

Liên minh Châu Âu - EU hiện là đối tác thương mại lớn thứ ba và là một trong hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch thương mại hai chiều đã tăng hơn 14 lần, từ mức 4.1 tỷ USD năm 2000 lên hơn 56.45 tỷ USD năm 2019; trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào EU tăng hơn 14,8 lần (từ 2.8 tỷ USD lên hơn 41.5 tỷ USD) và nhập khẩu vào Việt Nam từ EU tăng gần 11,5 lần (1.3 tỷ USD lên 14.9 tỷ USD). Các nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang EU là giày dép, dệt may, cà phê, đồ gỗ, hải sản, nông phẩm, đồ uống...

Việc ký kết EVFTA ngày 30/6/2019 vừa qua là một bước đi quan trọng trong tiến trình chủ động hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta. Hơn nữa, Hiệp định này được ký kết trong bối cảnh kinh tế - thương mại toàn cầu đang đứng trước những thách thức to lớn từ cạnh tranh chiến lược và xung đột thương mại giữa Mỹ - Trung Quốc, sự nổi lên của chủ nghĩa bảo hộ, chủ nghĩa đơn phương và yêu cầu cải tổ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) nhằm thích ứng hơn với sự phát triển mạnh mẽ của toàn cầu hoá, kinh tế số và thương mại điện tử. Khi EVFTA có hiệu lực, EU cam kết xóa bỏ thuế quan ngay đối với hàng hóa của Việt Nam thuộc 85,6% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương trên 70% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Sau 07 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%. Hàm lượng nội địa và nguồn gốc xuất sứ nguyên, phụ liệu phải bảo đảm (hạt điều, đồ gỗ, dệt may, da giày...). Như vậy, có thể nói gần 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau một lộ trình ngắn. Cho đến nay, đây là mức cam kết cao nhất mà một đối tác dành cho ta trong các hiệp định FTA đã được ký kết. Lợi ích này đặc biệt có ý nghĩa khi EU liên tục là một trong hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của ta hiện nay. Các chuyên gia kinh tế cho rằng, các doanh nghiệp Việt Nam có thể khai thác các lợi thế từ Hiệp định EVFTA bằng xuất khẩu trực tuyến.

Vậy Hiệp định EVFTA sẽ đem lại cho các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam những lợi thế gì?Các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam phải đối mặt với những khó khăn thách thức nào?Và họ cần phải làm gì để có thể tận dụng được những lợi thế từ EVFTA?Để trả lời những câu hỏi trên, với phương pháp nghiên cứu định tính và tại bàn, bài viết tập trung vào ba phần chính: Thứ nhất, bài viết đưa ra những khái quát về EVFTA và cam kết về thương mại điện tử trong EVFTA. Phần thứ hai, bài viết tập trung phân tích những cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hóa qua kênh thương mại điện tử khi Hiệp định EVTFA có hiệu lực. Và phần cuối cùng, bài viết đưa ra một số khuyến nghị giúp các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam có thể tận dụng tối đa những cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường EU trong thời gian tới.

2. Khái quát về EVFTA và các nội dung liên quan đến thương mại hàng hóa và thương mại điện tử Việt Nam- EU

2.1. Khái quát về EVFTA

Hiệp định EVFTA được khởi động và kết thúc đàm phán trong bối cảnh quan hệ

song phương Việt Nam-EU ngày càng phát triển tốt đẹp, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế-thương mại. EVFTA là một Hiệp định toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU, trong đó cũng đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển giữa hai bên.

Hiệp định này được Thủ tướng Chính phủ Việt Nam và Chủ tịch EU đồng ý khởi động đàm phán từ tháng 10 năm 2010 và bắt đầu chính thức khởi động đàm phán vào tháng 6 năm 2012. Sau hơn 7 năm với 14 vòng đàm phán, đến tháng 12/2015 hai bên đã cơ bản kết thúc việc đàm phán các nội dung của Hiệp định theo đúng lịch trình dự kiến, và bắt đầu rà soát pháp lý để chuẩn bị cho việc ký kết Hiệp định. Tháng 6 năm 2018, Việt Nam và EU đã chính thức thống nhất việc tách riêng EVFTA thành hai hiệp định gồm Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) và Hiệp định Bảo hộ đầu tư (IPA); chính thức kết thúc toàn bộ quá trình rà soát pháp lý Hiệp định EVFTA; và thống nhất toàn bộ các nội dung của Hiệp định IPA. Ngày 30/06/2019, tại Hà Nội, Việt Nam và EU đã chính thức ký kết EVFTA và IPA, chính thức mở ra một thời kỳ mới trong quan hệ song phương Việt Nam - EU sau 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao. Trong tiến trình phê chuẩn 2 Hiệp định này, về thủ tục nội bộ của EU, sau khi được Nghị viện châu Âu phê chuẩn (12/02/2020), Hiệp định EVFTA cần được Hội đồng châu Âu phê duyệt để có hiệu lực. Về phía Việt Nam, sau khi được Quốc hội Việt Nam thông qua, EVFTA sẽ ngay lập tức có hiệu lực.

Hiệp định EVFTA là một hiệp định hiệp định thương mại thế hệ mới toàn diện, có mức độ cam kết sâu rộng, toàn diện, bao quát các lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư và các vấn đề phát triển bền vững.

Hiệp định gồm 17 Chương, 2 Nghị định thư và một số biên bản ghi nhớ kèm theo với các nội dung chính là: thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm của Chính phủ, sở hữu trí tuệ, thương mại và Phát triển bền vững, hợp tác và xây dựng năng lực, các vấn đề pháp lý-thể chế.

Nếu được đưa vào thực thi, EVFTA sẽ là cú hích rất lớn cho xuất khẩu của Việt Nam, giúp đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng nông, thủy sản cũng như những mặt hàng Việt Nam vốn có nhiều lợi thế cạnh tranh. Những cam kết dành đối xử công bằng, bình đẳng, bảo hộ an toàn và đầy đủ cho các khoản đầu tư và nhà đầu tư của nhau trong Hiệp định IPA cũng sẽ góp phần tích cực vào việc xây dựng môi trường pháp lý và đầu tư minh bạch, từ đó Việt Nam sẽ thu hút nhiều nhà đầu tư hơn đến từ EU và các nước khác.

Về mặt chiến lược, việc đàm phán và thực thi các Hiệp định này cũng gửi đi một thông điệp tích cực về quyết tâm của Việt Nam trong việc thúc đẩy sự hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới trong bối cảnh tình hình kinh tế - chính trị đang có nhiều diễn biến phức tạp và khó đoán định. Mặt khác, EVFTA được ký kết sẽ tạo thành một hệ thống quan hệ thương mại tự do toàn diện và ổn định giữa Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại lớn trên thế giới, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tránh sự phụ thuộc của vào một khu vực cụ thể.

2.2. Các nội dung liên quan đến thương mại hàng hóa và thương mại điện tử trong EVFTA

2.2.1. Các nội dung liên quan đến thương mại hàng hóa

Cam kết mở cửa thị trường hàng hóa của EU

Đối với xuất khẩu của Việt Nam, ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau bảy năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Đối với 0,3%kim ngạch xuất khẩu còn lại (bao gồm: 1 số sản phẩm gạo,ngô ngọt, tỏi, nấm, đường và các sản phẩm chứa hàm lượng đường cao,tinh bột sắn, cá ngừ đóng hộp), EU cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%.

Như vậy, có thể nói gần 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau một lộ trình ngắn. Cho đến nay, đây là mức cam kết cao nhất mà một đối tác dành cho ta trong các hiệp định FTA đã được ký kết.Lợi ích này đặc biệt có ý nghĩa khi EU liên tục là một trong hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của ta hiện nay.

Bảng 1: Tổng hợp cam kết mở cửa của EU đối với một số nhóm hàng hóa quan trọng của Việt Nam

Nhóm hàng	**Cam kết thuế quan của EU dành cho Việt Nam**
Nhóm hàng Nông - thủy sản	
Thủy sản (trừ cá ngừ đóng hộp và cá viên)	Xóa bỏ ngay khoảng 50% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực. 50% số dòng thuế còn lại được xóa bỏ theo lộ trình từ 3 đến 7 năm. Áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với cá ngừ đóng hộp và vá viên lần lượt là 11.500 tấn và 500 tấn.
Gạo	Áp dụng cơ chế hạn ngạch thuế quan, lượng nhập khẩu trong hạn ngạch được hưởng mức thuế 0%. Tổng hạn ngạch là 80.000 tấn, cụ thể: Gạo chưa xay xát: hạn ngạch 20.000 tấn Gạo xay xát: hạn ngạch 30.000 tấn Gạo thơm: hạn ngạch 30.000 tấn Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu đối với gạo tấm sau 5 năm, và các sản phẩm từ gạo sau 3-5 năm.
Cà phê	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Đường	Áp dụng hạn ngạch thuế quan với mực là 10.000 tấn đường trắng và 10.000 tấn sản phẩm chứa trên 80% đường
Mật ong tự nhiên	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực

Sản phẩm rau củ quả tươi và chế biến, nước hoa quả, hoa tươi	Xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực
Các hàng nông sản khác	Một số sản phẩm được áp dụng cam kết về hạn ngạch thuế quan của EU dành cho Việt Nam: Trứng gia cầm đã qua chế biến: 500 tấn Tỏi: 5.000 tấn Tinh bột sắn: 30.000 tấn Nấm: 350 tấn Cồn etylic:c 1.000 tấn Một số sản phẩm hóa chất (mannitol, sorbitol, dextrins.....) 2.000 tấn
Nhóm hàng công nghiệp	
Dệt may	Xóa bỏ 42,5% số dòng thuế ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực. Số còn lại sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu theo lộ trình từ 3-7 năm.
Giày dép	37% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực. Số còn lại sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu theo lộ trình từ 3-7 năm.
Gỗ và sản phẩm gỗ	Khoảng 83% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi hiệp định có hiệu lực. Số còn lại (gồm ván dăm, ván sợi và gỗ dán...) sẽ được xóa bỏ thuế theo lộ trình từ 3 đến 5 năm.
Máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	74% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Các sản phẩm còn lại sẽ được xóa bỏ thuế theo lộ trình từ 3 đến 5 năm.
Một số sản phẩm khác	Một số mặt hàng sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực như sản phẩm nhựa, điện thoại các loại và linh kiện, túi xách, ví, vali, mũ, ô dù...

Nguồn: Trích chương 2, Hiệp định EVFTA - Trung tâm WTO và hội nhập - Bộ Công Thương

Cam kết mở cửa thị trường hàng hóa của Việt Nam

Đối với hàng xuất khẩu của EU, Việt Nam cam kết sẽ xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực với 48,5% số dòng thuế (chiếm 64,5% kim ngạch nhập khẩu). Tiếp đó, sau bảy năm, 91,8% số dòng thuế tương đương 97,1% kim ngạch xuất khẩu từ EU được Việt Nam xóa bỏ thuế nhập khẩu. Sau mười năm, mức xóa bỏ thuế quan là khoảng 98,3% số dòng thuế (chiếm 99,8% kim ngạch nhập khẩu). Đối với khoảng 1,7% số dòng thuế còn lại của EU, ta áp dụng lộ trình xóa bỏ thuế nhập khẩu dài hơn mười năm hoặc áp dụng hạn ngạch thuế quan theo cam kết WTO (như thuốc lá, xăng dầu, bia, linh kiện ô tô, xe máy).

Bảng 2. Tổng hợp cam kết mở cửa của Việt Nam đối với một số nhóm hàng hóa quan trọng của EU

Nhóm hàng	Cam kết thuế quan của Việt Nam dành cho EU
Máy móc thiết bị	Xóa bỏ 61% dòng thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Thuế nhập khẩu của số còn lại sẽ được đưa về 0% sau lộ trình tối đa 1 năm
Ô tô nguyên chiếc và linh kiện, phụ tùng ô tô, xe máy	Ô tô phân khối lớn trên 2500 cm3 đối với xe chạy dầu Diesel, trên 3000cm3 đối với xe chạy xăng) sẽ có thuế nhập khẩu về 0% sau 9 năm. Các loại ô tô khác được áp dụng lộ trình cam kết giảm thuế trong vòng 10 năm. Các loại phụ tùng ô tô sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau 7 năm Xe máy thường và xe máy trên 150cm3 sẽ có thuế nhập khẩu 0% sau lần lượt là 10 năm và 7 năm.
Đồ uống có cồn	Rượu vang và rượu mạnh sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau 7 năm, với bia là 10 năm.
Các loại thịt sống	Thịt lợn đông lạnh sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau 7 năm, các loại thịt lợn khác là sau 9 năm. Thịt gà sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau 10 năm. Thịt bò: sau 3 năm
Dược phẩm	Khoảng 71% các sản phẩm dược từ EU sẽ có thuế nhập khẩu 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Phần còn lại sẽ được xóa bỏ thuế theo lộ trình từ 5 đến 7 năm.
Hóa chất và sản phẩm hóa chất	Khoảng 70% nhóm sản phẩm này sẽ được xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Phần còn lại sẽ có thuế 0% sau lộ trình tối đa 7 năm.
Nguyên phụ liệu dệt may, da giày	Khoảng 80% nhóm hàng này sẽ có mức thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Phần còn lại sau lộ trình 3 đến 5 năm.
Sữa và sản phẩm từ sữa	Khoảng 44% sản phẩm nhóm này sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực, hoặc sau 3 năm. Phần còn lại sẽ có mức thuế 0% sau 5 năm.
Xăng dầu	Thuế suất nhập khẩu sẽ được xóa bỏ sau 10 năm.

Nguồn: Trích chương 2, Hiệp định EVFTA - Trung tâm WTO và hội nhập - Bộ Công Thương

2.2.2. Các nội dung liên quan đến thương mại điện tử

Để phát triển thương mại điện tử (TMĐT) giữa Việt Nam và EU, hai bên cam kết không đánh thuế nhập khẩu đối với giao dịch điện tử. Hai bên cũng cam kết hợp tác thông qua việc duy trì đối thoại về các vấn đề quản lý được đặt ra trong TMĐT, bao gồm:

- Công nhận các chứng thực chữ ký điện tử được cấp cho công chúng và tạo thuận lợi cho các dịch vụ chứng thực qua biên giới;

- Trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ trung gian trong việc truyền dẫn hay lưu trữ thông tin;

- Ứng xử với các hình thức liên lạc điện tử trong thương mại điện tử không được sự cho phép của người nhận (như thư điện tử chào hàng, quảng cáo...);

- Bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch điện tử.

- Hai bên cũng sẽ hợp tác trao đổi thông tin về quy định pháp luật trong nước và các vấn đề thực thi liên quan.

2.3. Tác động của Hiệp định EVFTA đối với kinh tế Việt Nam

Trước hết, cam kết mở cửa thị trường mạnh mẽ trong Hiệp định EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam - EU, giúp mở rộng hơn nữa thị trường cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Với cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới gần 100% biểu thuế và giá trị thương mại mà hai bên đã thống nhất, cơ hội gia tăng xuất khẩu cho những mặt hàng Việt Nam có lợi thế như dệt may, da giày, nông thủy sản (kể cả gạo, đường, mật ong, rau củ quả), đồ gỗ, v.v. là rất đáng kể. Mức cam kết trong EVFTA có thể coi là mức cam kết cao nhất mà Việt Nam đạt được trong các FTA đã được ký kết cho tới nay. Điều này càng có ý nghĩa khi hiện nay, mới chỉ hơn 42% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU được hưởng mức thuế 0% theo Chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP).

Theo nghiên cứu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hiệp định EVFTA sẽ giúp kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng thêm khoảng 20% vào năm 2020; 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 so với không có Hiệp định. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ EU cũng tăng nhưng với tốc độ thấp hơn xuất khẩu, cụ thể là khoảng 15,28% vào năm 2020; 33,06% vào năm 2025 và 36,7% vào năm 2030. Về mặt vĩ mô, EVFTA góp phần làm GDP của Việt Nam tăng thêm ở mức bình quân 2,18-3,25% (năm 2019-2023); 4,57-5,30% (năm 2024-2028) và 7,07-7,72% (năm 2029-2033).

Ngoài ra, những cam kết về dịch vụ - đầu tư, mua sắm chính phủ cũng như những quy định cụ thể về mở cửa thị trường và biện pháp kỹ thuật trong một số lĩnh vực cụ thể cũng sẽ tạo cơ hội cho doanh nghiệp, sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của EU tiếp cận được thuận lợi hơn thị trường gần 100 triệu dân của Việt Nam, đồng thời giúp người tiêu dùng Việt Nam được tiếp cận nguồn cung các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao từ EU trong các lĩnh vực như dược phẩm, chăm sóc sức khỏe, xây dựng hạ tầng và giao thông công cộng...

Bên cạnh đó, những cam kết về quản trị nhà nước sẽ đảm bảo một môi trường kinh doanh và pháp lý ổn định, thông thoáng cho nhà đầu tư của cả hai bên nói chung và các doanh nghiệp, nhà đầu tư từ EU nói riêng. Hiệp định này cũng giúp thúc đẩy quan hệ giữa EU với từng nước ASEAN nói riêng và cả khối ASEAN nói chung, tạo tiền đề hướng tới việc thảo luận một Hiệp định FTA giữa EU và ASEAN trong tương lai.

2.4. Lợi ích của Thương mại điện tử với hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam

Sự bùng nổ của internet và các thiết bị điện tử đang tạo ra những cơ hội lớn cho các doanh nghiệp của Việt Nam trong việc tiếp cận khách hàng trên toàn thế giới. Thương mại điện tử không chỉ hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua các rào cản địa lý để tìm kiếm khách hàng, mà còn giúp giảm bớt chi phí cho các doanh nghiệp. TMĐT đang là xu hướng phát triển tất yếu, cần được các doanh nghiệp Việt Nam chớp lấy để mở rộng hoạt động xuất khẩu và tận dụng tối đa cơ hội từ EVFTA mang lại.

2.4.1. Tiếp cận thị trường toàn cầu

TMĐT không bị giới hạn bởi khoảng cách về địa lý và thời gian, doanh nghiệp có thể kết nối với khách hàng ở bất kỳ đâu, bất kỳ thời gian nào, mở ra một lối đi mới cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc tiếp cận thị trường toàn cầu bằng cách tìm đối tác nước ngoài thông qua các sàn giao dịch TMĐT và bán hàng trực tiếp tới tay người tiêu dùng ở nước ngoài. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tham gia xuất khẩu trực tuyến thông qua các sàn TMĐT. Theo Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2019 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (Vecom), rất nhiều doanh nghiệp đã tích cực tận dụng lợi ích của TMĐT trong việc trao đổi, tìm kiếm thông tin. Trong năm 2018, có tới 35% doanh nghiệp đã thiết lập quan hệ kinh doanh với đối tác nước ngoài qua kênh trực tuyến, 12% tham gia các sàn TMĐT và 44% trong đó có website riêng.

Đến thời điểm này, hàng loạt tên tuổi lớn trong lĩnh vực TMĐT đã đầu tư vào Việt Nam như: Alibaba, Tenceni, Ebay, Amazon... Đây được cho là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu qua kênh TMĐT.

Hiệp định thương mại tự do EU - Việt Nam đã được ký kết được đánh giá là một cú hích lớn cho Xuất khẩu Việt Nam trong giai đoạn 2016 - 2020. Cùng với các hiệp định thương mại tự do khác đã đang và sẽ mở đường cho Việt Nam bước vào một sân chơi mới với đòn bẩy để phát triển, thay đổi cải cách, tạo ra môi trường kinh doanh minh bạch qua đó tạo cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu vươn ra thị trường toàn cầu. Thương mại điện tử sẽ trở thành công cụ hữu hiệu và thông minh giúp các doanh nghiệp này tiến gần hơn với thị trường quốc tế.

2.4.2. Tiết kiệm thời gian và chi phí

TMĐT giúp các doanh nghiệp xuất khẩu nâng cao hiệu quả ở tất cả các khâu từ marketing, xúc tiến thương mại, tới giao dịch và thực hiện hợp đồng, thanh toán, thủ tục hải quan và các thủ tục với các cơ quan quản lý nhà nước khác...thông qua việc tiết kiệm rất nhiều các khoản chi phí. Bằng việc đầu tư cho website bán hàng của doanh nghiệp và tham gia các sàn giao dịch TMĐT quốc tế, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có thể tiết kiệm thời gian trong việc kết nối tìm kiếm khách hàng, tiết kiệm nhân lực, giảm sai sót, minh bạch về thủ tục và tăng khả năng cạnh tranh; tiết kiệm chi phí marketing, chi phí bán hàng, chi phí thiết lập kênh phân phối, chi phí nghiên cứu thị trường, chi phí quản lý và vận hành doanh nghiệp; giảm chi phí giấy tờ, chi phí in ấn, chi phí chia sẻ thông tin, gửi văn bản; tiết kiệm thời gian thực hiện đơn hàng, thời gian và chi phí giới thiệu sản phẩm mở rộng thị trường ra nước ngoài...Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam có thể học hỏi được nhiều kinh nghiệm quý báu trong kinh doanh điện tử từ các doanh nghiệp TMĐT hàng đầu thế giới mà gần như không mất chi phí. Với việc tiết kiệm được một khoản chi phí đáng kể sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu qua kênh TMĐT có thể tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, là yếu tố quan trọng đảm bảo sự thành công của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam khi EVFTA có hiệu lực.

3. Cơ hội từ EVFTA cho thương mại điện tử Việt Nam

EU là khu vực chiếm tỷ trọng lớn trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và châu Âu. Quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã phát triển rất nhanh chóng và hiệu quả, từ năm

2000 đến năm 2019, kim ngạch quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã tăng hơn 13,7 lần, từ mức 4,1 tỷ USD năm 2000 lên 56,45 tỷ USD năm 2019; trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào EU tăng 14,8 lần (từ 2,8 tỷ USD lên 41,54 tỷ USD) và nhập khẩu vào Việt Nam từ EU tăng hơn 11,4 lần (1,3 tỷ USD lên 14,90 tỷ USD).

Dữ liệu từ Tổng cục hải quan cũng cho thấy, năm 2019, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và EU đạt trên 56,45 tỷ USD, tăng 1,11% so với cùng kỳ năm 2018, trong đó xuất khẩu đạt trên 41,54 tỷ USD (ngang bằng với kim ngạch xuất khẩu sang Trung Quốc) và nhập khẩu đạt 14,90 tỷ USD (tăng 6,84%). Các thị trường có giá trị xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD trong năm 2019 là Hà Lan (6,88 tỷ USD, giảm 2,89% so năm 2018), Đức (6,56 tỷ USD, giảm 4,63%), Anh (5,76 tỷ USD, giảm 0,38%), Pháp (3,76 tỷ USD, giảm 0,01%), Italia (3,44 tỷ USD, tăng 18,46%), Áo (3,27 tỷ USD, giảm 19,93%), Tây Ban Nha (2,72 tỷ USD, tăng 3,38%), Bỉ (2,55 tỷ USD, tăng 5,83%), Ba Lan (1,50 tỷ USD, tăng 12,42%) và Thụy Điển (1,18 tỷ USD), tăng 2,39%).

Có thể nói, EU là thị trường xuất khẩu rất tiềm năng cho các doanh nghiệp Việt Nam. Bên cạnh đó, với thế mạnh của mình, thương mại điện tử đem đến cho doanh nghiệp rất nhiều lợi ích to lớn như tăng khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu một cách nhanh chóng với chi phí thấp, tiết kiệm đáng kể thời gian chi phí cho doanh nghiệp, đặc biệt là khi tình hình dịch bệnh COVID-19 đang rất phức tạp như hiện nay thì việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa qua kênh thương mại điện tử lại càng trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Hiệp định thương mại tự do EU - Việt Nam được ký kết và có hiệu lực sẽ đem đến nhiều cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa qua kênh thương mại điện tử, cụ thể:

- *Mức cam kết xóa bỏ thuế suất xuất khẩu cao:* Theo cam kết EU dành cho Việt Nam, gần như 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ được xóa bỏ thuế trong một lộ trình ngắn. Bên cạnh đó, thuế xuất khẩu thông qua giao dịch điện tử cũng cam kết được xóa bỏ, cộng với việc EU là thị trường có trình độ dân trí cao và công nghệ phát triển, sẽ tạo ra lợi thế lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU thông qua thương mại điện tử.

- *Tăng khả năng cạnh tranh cho hàng hóa Việt Nam*: Khi được giảm phần lớn các dòng thuế xuất khẩu và không thu các loại phí giao dịch điện tử sẽ góp phần làm giảm chi phí sản xuất nói chung, từ đó giá sản phẩm cũng được giảm theo, điều này sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam tăng khả năng cạnh tranh về giá của hàng hóa Việt Nam tại thị trường quan trọng này. Ngoài ra, EVFTA cũng tạo ra lợi thế cạnh tranh trong ngắn và trung hạn cho Việt Nam so với các quốc gia trong khu vực ASEAN tại thị trường EU. Hiện nay trong khu vực ASEAN mới chỉ có Singapore và Việt Nam đã ký kết hiệp định thương mại tự do với EU, còn các quốc gia khác, tiến trình đàm phán đang tạm dừng hoặc chậm lại. Như vậy trong vòng từ 3-7 năm tới việc được hưởng thuế xuất khẩu sang EU thấp hơn cùng với các cơ chế tạo thuận lợi ưu đãi thương mại từ EVFTA sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế cạnh tranh hơn hẳn các nước ASEAN tại thị trường khó tính này.

- *Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu được hưởng thuế suất thấp hoặc 0% rất đa dạng*, từ các nhóm hàng công nghiệp cho đến các nhóm hàng nông, thủy, hải sản, và dịch vụ (như tài chính - ngân hàng, du lịch, vận chuyển hàng không... phát triển theo trong đó đặc biệt

có các sản phẩm chủ lực của Việt Nam như dệt may, thủy sản, nông sản. Bên cạnh đó, cơ cấu hàng hóa của Việt Nam và EU mang tính bổ sung cao, tương hỗ lẫn nhau nên ít có cạnh tranh trực tiếp cho hàng hóa Việt Nam tại thị trường EU. Ngược lại sẽ tạo ra những ngành hàng Việt Nam có lợi thế và là cơ hội vàng cho nền kinh tế Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19 dự báo sẽ có những ảnh hưởng khó lường đến nền kinh tế toàn cầu, trong đó có Việt Nam.

- *Thúc đẩy nỗ lực tái cấu trúc nền kinh tế, tái cấu trúc thị trường:* tác động kép của COVID-19 và EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy những nỗ lực tái cấu trúc nền kinh tế, tái cấu trúc không gian thị trường của nền kinh tế Việt Nam (đặc biệt là trong các lĩnh vực như tài chính - ngân hàng, chi tiêu công, nông nghiệp - nông thôn) theo hướng tăng cường tính tự chủ, giảm lệ thuộc vào các thị trường nước ngoài, tận dụng thế mạnh của thương mại điện tử và nâng cấp Việt Nam trong các chuỗi giá trị toàn cầu. Bên cạnh đó, EVFTA còn tạo sức ép cải thiện thể chế và môi trường kinh doanh theo hướng phù hợp với môi trường kinh doanh số, do đó kỳ vọng tạo ra những tác động tích cực trong trung và dài hạn. Đối với các mặt hàng nông sản, khi EVFTA có hiệu lực thuế các mặt hàng này sẽ giảm đáng kể, điều này mang lại nhiều lợi ích, tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp. Theo thống kê của trung tâm WTO và hội nhập - Bộ Công thương, EU là thị trường lớn với lượng nhập khẩu nông sản khoảng 150 tỷ USD, trong khi kim ngạch xuất khẩu ngành nông nghiệp Việt Nam sang EU mới đạt 5 tỷ USD. Cùng với đó, thu nhập người dân EU cao nhất thế giới họ sẵn sàng mua hàng có chất lượng, tiêu chuẩn cao. Đây là cơ hội tốt để ngành nông nghiệp Việt Nam chuyển mình không chỉ về số lượng mà cả chất lượng.

- *Thúc đẩy phát triển ngành du lịch trực tuyến:* EVFTA đang mở ra nhiều điều kiện thuận lợi cho ngành du lịch Việt Nam khai thác, triển khai và mở rộng hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch trực tuyến thông qua những cam kết, ưu đãi mở cửa thông thoáng đối với các loại hình dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, đại lý du lịch, điều hành tour, dịch vụ hướng dẫn du lịch. Các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đang đứng trước cơ hội rất lớn để khai thác các thế mạnh thị trường, thu hút đầu tư, hợp tác kinh doanh hai chiều trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là du lịch trực tuyến để thích ứng với những tác động xấu tới ngành du lịch bởi đại dịch COVID-19. Hiệp định lịch sử này được kỳ vọng sẽ mang tới những tín hiệu lạc quan; hướng đi mới bền vững cho ngành công nghiệp không khói của Việt Nam.

- *Tạo cơ hội cho các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam tham gia chuỗi cung ứng số toàn cầu:* Hiện, các nước tham gia Hiệp định EVFTA chiếm khoảng 22% GDP toàn cầu. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, tổng kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và EU đạt khoảng 38 tỷ USD tính đến hết tháng 11/2019. Với quy mô GDP và kim ngạch thương mại này, việc tham gia hiệp định EVFTA sẽ mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp TMĐT nói riêng khi chuỗi cung ứng mới hình thành, là điều kiện quan trọng để nâng tầm trình độ phát triển của nền kinh tế, tăng năng suất lao động, giảm dần việc gia công lắp ráp, tham gia vào các công đoạn sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn, từ đó bước sang giai đoạn phát triển các ngành điện tử, công nghệ cao, sản phẩm nông nghiệp xanh... Đây là cơ hội rất lớn để nâng tầm nền kinh tế và đưa các doanh nghiệp Việt Nam trở thành mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng số toàn cầu trong 5 - 10 năm tới.

4. Gợi ý một số giải pháp

Để các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng tối đa những cơ hội mà EVTFA mang lại để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa vào thị trường EU thông qua kênh thương mại điện tử khi EVFTA có hiệu lực, theo tác giả, cần có sự tham gia của cả hệ thống chính trị cùng với các doanh nghiệp Việt Nam.

4.1. Về phía Nhà nước

- Tiếp tục cải cách thể chế sâu và rộng hơn nữa so với mức độ cam kết, cải thiện môi trường kinh doanh thông thoáng hơn, thân thiện hơn sẽ mở rộng không gian phát triển cho nền kinh tế Việt Nam. Nỗ lực cải cách thể chế thời hội nhập phải tiếp tục củng cố những nền tảng cạnh tranh minh bạch và công bằng; phát triển bền vững, bảo đảm hài hòa các mục tiêu kinh tế, xã hội, môi trường; hỗ trợ doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa; thúc đẩy liên kết, phát triển công nghiệp hỗ trợ, tạo ra hệ sinh thái cộng sinh cùng có lợi giữa các doanh nghiệp nước ngoài với doanh nghiệp trong nước.

- Tiếp tục hoàn thiện và sửa đổi hệ thống pháp luật, đặc biệt là pháp luật liên quan đến các giao dịch điện tử để tạo hành lang pháp lý an toàn bảo vệ các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang EU thông qua thương mại điện tử. Đồng thời, cũng phải phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế về kinh doanh điện tử, sở hữu trí tuệ và cơ chế giải quyết tranh chấp thương mại.

- Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam về cơ hội xúc tiến đầu tư, thông tin thị trường, đồng thới với đó là minh bạch về thuế, phí và đặc biệt tạo điều kiện để các doanh nghiệp vượt qua hàng rào thuế quan, các rào cản kỹ thuật và phi kỹ thuật quy định trong hiệp định. Phối hợp với các doanh nghiệp trong việc xây dựng các giải pháp tận dụng cơ hội và đẩy lùi các thách thức từ Hiệp định.

4.2. Về phía doanh nghiệp

- Không ngừng nỗ lực nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp thông qua việc đầu tư đổi mới cơ sở hạ tầng công nghệ, chất lượng sản phẩm dịch vụ. Chủ động tái cơ cấu tổ chức và cấu trúc các thị trường, đối tác, nhà cung ứng... để phù hợp hơn với môi trường kinh doanh số cũng như các quy định của Hiệp định. Các doanh nghiệp tự mình phải nỗ lực vươn lên, định hình cho mình những chiến lược kinh doanh điện tử hiệu quả, đổi mới mô hình kinh doanh và đưa ra những giải pháp mới trong việc tạo ra những sản phẩm xuất khẩu có chất lượng cao và sáng tạo, đủ sức cạnh tranh với các đối tác trong và ngoài nước.

- Chủ động tìm hiểu về các cam kết của Hiệp định, các cơ hội thị trường liên quan đến ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp mà EVFTA mang lại, đặc biệt là các ưu đãi về thuế, các rào cản kỹ thuật và phi kỹ thuật để nắm bắt các cơ hội xuất khẩu hàng hóa cũng như đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường EU, các quy định của Hiệp định về chất lượng hàng hóa, hàm lượng nội địa hóa của các loại hàng hóa.

- Tăng cường liên kết liên doanh để hình thành các liên minh TMĐT có đủ năng lực, sức mạnh và khả năng cạnh tranh với các doanh nghiệp trong liên minh Châu Âu và các quốc gia khác. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần sát cánh với các cơ quan Chính phủ trong những nỗ lực thực thi EVFTA.

- Tăng cường tham gia và hợp tác với các sàn giao dịch điện tử quốc tế như Alibaba, Ebay, Amazon...các doanh nghiệp Việt Nam có thể tìm kiếm được đối tác kinh doanh, các nhà đầu tư nước ngoài với chi phí thấp, nhanh chóng và hiệu quả cao.

- Đầu tư đào tạo nâng cao trình độ ngoại ngữ và kỹ năng sử dụng internet cho đội ngũ nhân sự, giúp họ có thể sử dụng thành thạo các phần mềm thương mại điện tử cũng như kỹ năng giao tiếp với đối tác nước ngoài, kỹ năng soạn thảo và thương thảo các hợp đồng điện tử cũng như quản trị mối quan hệ đối tác điện tử.

Có thể nói, trong bối cảnh tình hình thế giới đang có nhiều diễn biến phức tạp như đã nói trên, việc ký kết Hiệp định EVFTA vừa là động lực, vừa là mục tiêu và cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào mạng lưới thương mại tự do toàn cầu. Đồng thời với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ nói chung và các ứng dụng kinh doanh số như hiện nay vừa tạo ra động lực và vừa tạo ra áp lực thúc đẩy việc xuất khẩu hàng hóa Việt Nam vào thị trường Châu Âu và tiến tới là nhiều thị trường khác trên thế giới thông qua kênh thương mại điện tử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Tuấn Anh (2020), Dự báo 2020: Phá hủy tái thiết - *Cơ hội của Việt Nam trong các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới*, NXB Thông tấn xã Việt Nam.
2. Trung tâm WTO và hội nhập - Bộ Công thương (2017), Văn kiện Hiệp định EVFTA, EVIPA và các Tóm tắt từng chương, NXB Công Thương.
3. Phạm Thị Dự (2017), Cơ hội và thách thức đối với lĩnh vực thương mại hàng hóa của Việt Nam khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, Tạp chí Công thương, số 7 năm 2017.
4. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam, Báo cáo chỉ số TMĐT 2019.
5. Bài viết: Cơ hội vàng từ Hiệp định EVFTA: Việt Nam cần làm gì để tận dụng? Tạp chí tài chính ngày 17 tháng 2 năm 2020, http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/co-hoi-vang-tu-hiep-dinh-evfta-viet-nam-can-lam-gi-de-tan-dung-319008.html, ngày truy cập 25 tháng 3 năm 2020.
6. Bài viết: EVFTA: Cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp Việt Nam, tạp chí tài chính ngày 14 tháng 2 năm 2020, http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/evfta-co-hoi-va-thach-thuc-cho-doanh-nghiep-viet-nam-318898.html, ngày truy cập 25 tháng 3 năm 2020.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM KHI THỰC HIỆN CÁC QUY ĐỊNH VỀ LAO ĐỘNG Ở MỘT SỐ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Thực hiện các quy định về lao động trong một số Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới mà Việt Nam là thành viên đã mở ra nhiều cơ hội lớn, song đi cùng với đó là những khó khăn, thách thức gặp phải trong quá trình thực thi các quy định về lao động. Theo đó, bài viết tập trung phân tích một số nội dung về FTA thế hệ mới; các quy định về lao động trong một số FTA thế hệ mới mà Việt Nam là thành viên. Đồng thời, bài viết cũng chỉ ra các cơ hội và thách thức của Việt Nam trong thực hiện các quy định này; qua đó, đưa ra một số khuyến nghị đối với Nhà nước, doanh nghiệp và với chính người lao động nhằm hạn chế những bất lợi và tối đa hóa những lợi ích cho Việt Nam; giúp Việt Nam hoàn thiện thể chế, hoàn thiện khung pháp lý; tiếp cận các tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa hiện nay.

Từ khóa: *Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA), Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, Quy định về lao động*

Abstract

That implementation of labor commitments in the "new generation free trade agreements" FTAs - Vietnam is a member - has opened up huge opportunities. Nevertheless, there have been a number of difficulties and challenges that Vietnam encountered in the process of enforcing the regulations on labor simultaneously. Accordingly, the article focuses on analyzing some contents of the "new generation" FTAs, the regulations on labor in the "new generation" FTAs which Vietnam is a member. At the same time, the article also points out the opportunities and challenges of Vietnam in the implementation of these rules, thereby offers a number of recommendations to the State, the enterprises together with the workers in order to limit the disadvantages and maximize the benefits for Vietnam. Another advantage is to help Vietnam amend the institutional, legal framework and access to the standards and international practices in the context of integretion and globalization today.

Keywords: *CPTPP, EVFTA, "new generation" FTAs, regulations on labor*

1. Đặt vấn đề

Vấn đề lao động trong nền kinh tế toàn cầu với sự gia tăng các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới có cam kết về lao động đang trở thành chủ đề nổi bật ở nhiều các diễn đàn quốc gia và quốc tế. Nội dung các cam kết về lao động, cơ chế thực thi và giải

quyết tranh chấp,... được thúc đẩy với các quy định ngày càng cụ thể, chặt chẽ hơn trong các thỏa thuận. Tính đến thời điểm 4/2020, Việt Nam đã đàm phán, ký kết và thực thi 16 FTA với gần 60 đối tác; trong đó Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) là hai Hiệp định mà Việt Nam tham gia có những quy định rất chặt chẽ về lao động. Các quy định về lao động của các FTA thế hệ mới này có hiệu lực sẽ mở ra cho Việt Nam những cơ hội mới song lại tác động mạnh và đòi hỏi Việt Nam phải điều chỉnh luật, chính sách về các vấn đề phi thương mại như: Quyền của người lao động, tiêu chuẩn lao động, nghiêm cấm sử dụng lao động cưỡng bức, xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp,...

Bài viết trên cơ sở tổng hợp và phân tích từ các nguồn dữ liệu thứ cấp, có thể khẳng định nghiên cứu về những cơ hội và thách thức đối với quá trình thực thi các quy định về lao động của Việt Nam trong một số FTA thế hệ mới là cần thiết, có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn.

2. Tổng quan tài liệu và phương pháp nghiên cứu

Các nghiên cứu về các FTA thế hệ mới, tiêu chuẩn lao động hay các cam kết về lao động trong các Hiệp định này đã thu hút được sự quan tâm của rất nhiều các học giả, nhà nghiên cứu trong thời gian qua. Qua tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến vấn đề của bài viết, tác giả nhận thấy: (1) Các nghiên cứu về lao động, tiêu chuẩn lao động đa dạng, phong phú; (2) Các nghiên cứu khẳng định tầm quan trọng của tiêu chuẩn lao động trong nền kinh tế toàn cầu, tiêu chuẩn lao động cao tạo ra lợi thế so sánh cho quốc gia và đóng góp cho phát triển kinh tế; (3) Các nghiên cứu khẳng định việc gắn lao động với thương mại thông qua các FTA, FTA thế hệ mới đã trở thành xu hướng và việc đưa các tiêu chuẩn lao động vào FTA, FTA thế hệ mới cùng với các điều kiện thực hiện phản ánh tầm quan trọng của tiêu chuẩn lao động trong bối cảnh hội nhập kinh tế.

Theo đó, để phân tích, đánh giá và nhận diện được một cách rõ nét hơn những cơ hội và thách thức đối với quá trình thực thi các quy định về lao động của Việt Nam trong một số FTA thế hệ mới; tác giả sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp thu thập từ các tài liệu sách, tạp chí, kỷ yếu hội thảo khoa học chuyên đề và một số tổng luận về tăng trưởng kinh tế Việt Nam các năm 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Khái quát các quy định về lao động trong các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

3.1.1. Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

Hiệp định thương mại tự do (FTA) là một thỏa thuận giữa hai hay nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ nhằm mục đích tự do hóa thương mại về một hoặc một số nhóm mặt hàng bằng việc cắt giảm thuế quan, có các quy định tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa, dịch vụ và đầu tư giữa các thành viên bên cạnh việc tiếp tục duy trì chế độ thuế quan độc lập với hàng nhập khẩu từ các quốc gia bên ngoài FTA.

Khái niệm FTA thế hệ mới được mở rộng hơn và có khả năng tác động đến thể chế với phạm vi lớn hơn các FTA truyền thống (bao gồm cả các lĩnh vực phi thương mại như

môi trường, lao động, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ,...), mức độ sâu hơn với các cam kết về thuế của cả lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ và yêu cầu thực thi cao hơn.

Để phân biệt FTA thệ hệ mới, thường căn cứ vào một số đặc điểm sau:

(1) Mức độ tự do hóa thương mại: Các thỏa thuận trong FTA thế hệ mới thường xóa bỏ phần lớn hàng rào thuế quan (nền kinh tế của các bên liên quan có độ mở cao, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ,... cơ bản được tự do luân chuyển trong phạm vi không gian các quốc gia thành viên FTA).

(2) Phạm vi cam kết: Các FTA thế hệ mới là những hiệp định toàn diện, không chỉ bó hẹp trong thương mại và đầu tư như các FTA truyền thống mà còn bao gồm các nội dung tuy không phải là thương mại trực tiếp nhưng có liên quan đến thương mại như đấu thầu, môi trường, sở hữu trí tuệ, lao động nhằm tạo môi trường kinh doanh minh bạch và cạnh tranh công bằng giữa các thành viên.

(3) Cam kết linh hoạt: Nếu như trong FTA truyền thống lộ trình cắt giảm thuế thường kéo dài không quá 10 năm, thì trong các FTA thế hệ mới lộ trình được đẩy nhanh hơn. Thông thường lộ trình cắt bỏ hàng rào thuế quan được áp dụng trong vòng 5 - 10 năm, (trừ một số mặt hàng nhạy cảm có lộ trình trên 10 năm hoặc áp dụng biện pháp hạn ngạch thuế quan).

(4) Các FTA thế hệ mới áp dụng cơ chế pháp lý mới trong giải quyết các tranh chấp phát sinh. Các FTA thế hệ mới nêu rất rõ quy chế giải quyết tranh chấp bằng việc Nhà nước kiện Nhà nước hoặc nhà đầu tư kiện Nhà nước mà các FTA thế hệ cũ không có.

(5) Cơ chế giám sát của các FTA thế hệ mới có yêu cầu cao hơn, chặt chẽ hơn trong quá trình thực thi. Các thảo thuận của FTA cho phép bên nhập khẩu tạm ngừng ưu đãi thuế quan nếu phát hiện có gian lận xuất xứ hoặc nước xuất khẩu không hợp tác xác minh xuất xứ một cách có hệ thống.

3.1.2. Nội dung các quy định về lao động vào các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

- Quy định trực tiếp về lao động

Các quy định trực tiếp về lao động là các nội dung liên quan đến việc cải thiện, bảo vệ, thực hiện, thúc đẩy quyền cơ bản của người lao động hoặc các tiêu chuẩn lao động cũng như cải thiện điều kiện sống và làm việc của công dân hoặc thực hiện theo định nghĩa của ILO về việc làm thỏa đáng (decent works). Nhìn chung, các cam kết lao động trong các FTA đều nhắc lại cam kết của ILO, trong đó phần lớn cam kết nằm ở mức độ tối thiểu thông qua việc dẫn chiếu các nguyên tắc và quyền cơ bản; đặc biệt về tự do công đoàn và quyền người lao động thương lượng tập thể, hạn chế sử dụng lao động trẻ em và nghiêm cấm sử dụng lao động cưỡng bức,... Như vậy, có thể thấy cam kết trong Tuyên bố năm 1998 của ILO đã trở thành nội dung cố định trong phần lớn các hiệp định được ký kết. Bên cạnh đó, khá nhiều hiệp định đã thiết lập thêm các nghĩa vụ liên quan tới điều kiện làm việc có thể chấp nhận được về tiền lương tối thiểu, số giờ làm việc, sức khỏe, vấn đề an toàn cũng như các nghĩa vụ trong bối cảnh quyền của người lao động được nhận thức có chủ ý. Ngoài ra, một số FTA thé hệ mới còn tiếp cận lao động dựa trên định nghĩa về việc làm thỏa đáng được phát triển bởi ILO.

- Quy định đảm bảo thực thi

Để đảm bảo những quy định trực tiếp về lao động được thi hành một cách hiệu quả trong thực tiễn, các hiệp định đã có những quy định cụ thể về nội dung này. Các điều khoản đảm bảo quá trình thực thi các quy định về lao động được chia thành ba nhóm: Nhóm 1 - nhóm những điều khoản thực thi mang tính chất điều kiện; Nhóm 2 - nhóm những điều khoản thực thi mang tính chất khuyến khích; Nhóm 3 - nhóm cơ chế giải quyết tranh chấp. Cụ thể:

Quy định thực thi mang tính chất điều kiện

Những quy định này thường bao gồm những yêu cầu về tiêu chuẩn lao động liên quan tới những hệ quả về kinh tế dưới hình thức trừng phạt hoặc ưu đãi, đặc biệt, trong một số trường hợp có thể bao gồm cả những lợi ích khác như việc hợp tác kỹ thuật. Thông qua những điều khoản đó, các hiệp định thương mại tự do cho phép các quốc gia thành viên hưởng những ưu đãi nhất định để tuân thủ những tiêu chuẩn lao động, ví dụ như dưới hình thức nhượng bộ thương mại bổ sung hoặc ngược lại, nếu xảy ra vi phạm những quy định về lao động có thể dẫn tới việc các bên thu hồi những lợi ích thương mại có được từ các hiệp định như ưu đãi thuế quan, hoặc phải sử dụng đến những cơ chế trừng phạt phi thương mại (phạt tiền hoặc giảm bớt hỗ trợ kỹ thuật).

Quy định thực thi mang tính chất khuyến khích

Những quy định thực thi mang tính chất khuyến khích đều được ghi nhận trong phần lớn các FTA thế hệ mới và chiếm khoảng 60% tổng số quy định về lao động trong những hiệp định đó. Khác với những điều khoản thực thi mang tính chất điều kiện, những điều khoản này không đặt ra vấn đề trừng phạt hoặc ưu đãi về mặt kinh tế như một cơ chế thực thi, mà thay vào đó thực thi dựa trên những cam kết về khuôn khổ thể chế để thực hiện hoạt động hợp tác, phối hợp, cũng như những cơ chế giám sát và đối thoại có sự tham gia của các chủ thể phi nhà nước nhằm mục đích nâng cao năng lực quốc gia. Trong nhóm điều khoản này, bên cạnh những quy định không ràng buộc, có những quy định bao gồm những nghĩa vụ pháp lý bắt buộc, trong đó có thể có nghĩa vụ dễ thấy trước được là việc đảm bảo thực thi thông qua một khuôn khổ thể chế và thủ tục pháp lý toàn diện.

Cơ chế giải quyết tranh chấp

Cơ chế giải quyết tranh chấp trao quyền cho một quốc gia tham gia hiệp định khiếu nại một quốc gia thành viên không tuân thủ việc bảo vệ quyền lao động của công dân. Những khiếu nại này được giải quyết bằng cách tham vấn giữa các chính phủ hoặc đưa vấn đề đến một hội đồng giải quyết tranh chấp quốc tế trung lập, xác định xem có xảy ra vi phạm hay không, thậm chí có thể xác định một số doanh nghiệp vi phạm để đưa ra những hành động cần thiết ở cấp độ doanh nghiệp. Mặc dù cơ chế này chỉ áp dụng đối với các tranh chấp giữa các quốc gia nhưng hầu hết các quy định cũng quy định cơ chế khiếu nại. Nếu hội đồng xác định có tồn tại sự không tuân thủ, bên khiếu nại có thể rút lại lợi ích thương mại từ phía bên vi phạm hoặc thực hiện các biện pháp thích hợp khác cho đến khi bên vi phạm tuân thủ cam kết về lao động, thông thường bằng cách cải thiện việc thi hành luật lao động.

3.2. Quy định về lao động trong một số hiệp định thương mại tự do thế hệ mới mà Việt Nam là thành viên

3.2.1. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)

Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) là một FTA thế hệ mới có 11 nước thành viên. Về cơ bản, Hiệp định CPTPP giữ nguyên nội dung của Hiệp định TPP (gồm 30 chương và 9 phụ lục) nhưng cho phép các nước thành viên tạm hoãn 20 nhóm nghĩa vụ để bảo đảm sự cân bằng về quyền lợi và nghĩa vụ của các nước thành viên trong bối cảnh Hoa Kỳ rút khỏi Hiệp định TPP. 20 nhóm nghĩa vụ tạm hoãn này bao gồm 11 nghĩa vụ liên quan tới Chương Sở hữu trí tuệ, 2 nghĩa vụ liên quan đến Chương Mua sắm của Chính phủ và 7 nghĩa vụ còn lại liên quan tới 7 Chương là Quản lý hải quan và Tạo thuận lợi Thương mại, Đầu tư, Thương mại dịch vụ xuyên biên giới, Dịch vụ Tài chính, Viễn thông, Môi trường, Minh bạch hóa và Chống tham nhũng. Tuy nhiên, toàn bộ các cam kết về mở cửa thị trường trong Hiệp định TPP vẫn được giữ nguyên trong Hiệp định CPTPP.

Bên cạnh đó, các thành viên CPTPP phải tự chứng minh họ tuân theo những tiêu chuẩn của ILO, đó là quyền tự do liên kết và quyền thương lượng tập thể; xóa bỏ lao động cưỡng bức; xóa bỏ lao động trẻ em và cấm các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất; loại bỏ sự phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp. Thêm vào đó, các thành viên tham gia Hiệp định này cũng đều thống nhất có luật quy định mức lương tối thiểu, số giờ làm việc, an toàn và sức khỏe nghề nghiệp, đặc biệt những cam kết này áp dụng cả với các khu chế xuất. Trong chương lao động của CPTPP, quyền công đoàn đã được xác định là một quyền dân sự - kinh tế, chứ không phải là một quyền chính trị.

Các nước thành viên có nghĩa vụ đảm bảo trong pháp luật nội địa và thực thi những nguyên tắc về quyền lao động thuộc hai nhóm sau: (1) Nhóm những nguyên tắc trong Tuyên bố của ILO năm 1998 và (2) Nhóm các nguyên tắc về điều kiện lao động "chấp nhận được". Những nguyên tắc trên được coi như những tiêu chuẩn lao động "cốt lõi" và nhận được sự đồng thuận trên toàn thế giới. Theo đó, với tư cách là thành viên, Việt Nam đã phê chuẩn 22/189 Công ước của ILO.

Để đảm điều kiện lao động tốt nhất cho người lao động, Việt Nam đã chủ động phê chuẩn 6 công ước cơ bản của ILO, bao gồm các công ước số 29, 98, 100, 111, 138 và 182. Với 2 công ước cơ bản còn lại là công ước số 87 và 105, Việt Nam đã và đang nghiên cứu và chuẩn bị trình cơ quan có thẩm quyền phê chuẩn Công ước 105 vào năm 2020 và Công ước 87 vào năm 2023.

Việt Nam đã phê chuẩn Công ước 98, bao gồm các nội dung cơ bản: Bảo vệ người lao động và công đoàn trước các hành vi phân biệt đối xử, chống công đoàn của người sử dụng lao động; Bảo vệ tổ chức của người lao động không bị can thiệp, thao túng bởi người sử dụng lao động; Những biện pháp thúc đẩy thương lượng tập thể tự nguyện, thiện chí. Theo Điều 1 của Công ước này, người lao động phải được hưởng sự bảo vệ thích đáng trước mọi hành vi phân biệt đối xử chống lại việc làm của họ. Hiện nay, vấn đề đại diện, bảo vệ một cách hiệu quả quyền và lợi ích của người lao động, không bị người sử dụng lao động can thiệp và phân biệt đối xử nhằm vô hiệu hóa hoặc làm suy yếu khả năng đại diện, bảo vệ cho quyền lợi của người lao động cũng được đề cập và quy định rõ ràng. Đồng thời phải đề cao nghĩa vụ thương lượng, thiện chí của người sử dụng lao động khi tiến hành thương lượng tập thể với tổ chức của người lao động về tiền lương và các điều kiện lao động khác cho người lao động.

Về quyền tự do hiệp hội, Công ước số 87 đã ghi nhận nguyên tắc rằng người lao động và người sử dụng lao động, không phân biệt dưới bất kỳ hình thức nào đều không phải xin phép trước mà vẫn có quyền được tổ chức và gia nhập các tổ chức theo sự lựa chọn của cá nhân, với một điều kiện duy nhất là phải tuân theo Điều lệ của chính tổ chức đó. Tại Việt Nam, điều này có nghĩa tổ chức của người lao động tại cơ sở có thể lựa chọn gia nhập Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam hoặc đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền để được chính thức hoạt động. Tổ chức đó sẽ chỉ được hoạt động sau khi được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp nhận đăng ký theo một quy trình minh bạch và được quy định cụ thể trong các văn bản quy phạm pháp luật. Tổ chức của người lao động, sau khi hoàn tất thủ tục nói trên, sẽ có một số quyền tự chủ nhất định phù hợp với quy định của ILO và pháp luật Việt Nam.

Mục đích hoạt động của tổ chức đại diện người lao động phải là để đại diện, bảo vệ cho các quyền và lợi ích của người lao động tại doanh nghiệp mà họ làm việc thông qua các hình thức được quy định trong pháp luật bao gồm đối thoại, thương lượng tập thể, đình công và các hành động tập thể khác trong quan hệ lao động. Các tổ chức của người lao động không được phép tiến hành bất cứ hoạt động nào có khả năng xâm hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội cũng như không được tham gia bất cứ hoạt động nào ngoài tôn chỉ mục đích phù hợp với quy định của ILO và đã đăng ký với cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.

Công ước số 105 năm 1957 về xóa bỏ lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc đã ghi nhận rằng mọi nước thành viên của ILO phê chuẩn Công ước này cam kết bãi bỏ lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc, và cam kết không sử dụng bất kỳ hình thức nào của loại lao động đó (Điều 1). Công ước số 105 là một trong những công ước cơ bản của ILO, là văn bản pháp luật quốc tế rất quan trọng về việc xóa bỏ lao động cưỡng bức. Có thể thấy, việc phê chuẩn Công ước 105 có ý nghĩa rất quan trọng đối với Việt Nam trong giai đoạn Việt Nam đang hội nhập kinh tế quốc tế; phù hợp với xu thế tiến bộ chung của thế giới, thể hiện những cam kết quốc tế của Việt Nam nhằm giải quyết những vấn đề liên quan đến lao động của Việt Nam và cộng đồng quốc tế.

Như vậy, tính đến tháng 6 năm 2019, liên quan tới việc thực thi các nghĩa vụ trong Chương lao động, Việt Nam đã đạt được thỏa thuận với các nước CPTPP (tại các Thư song phương) về các nội dung sau:

- Việt Nam phải thực hiện ngay các nghĩa vụ trong Chương lao động ngay khi CPTPP có hiệu lực với Việt Nam

- Trong vòng 03 năm kể từ khi CPTPP có hiệu lực với Việt Nam, các nước cam kết không áp dụng trừng phạt thương mại đối với Việt Nam nếu họ có khiếu kiện Việt Nam theo Cơ chế giải quyết tranh chấp cấp Nhà nước trong CPTPP về việc vi phạm nghĩa vụ Chương lao động;

- Liên quan tới các nghĩa vụ về tự do liên kết và công nhận một cách thực chất quyền thương lượng tập thể, trường hợp có khiếu kiện Việt Nam, các nước cam kết:

+ Trong vòng 05 năm kể từ khi CPTPP có hiệu lực với Việt Nam: Không sử dụng tới các biện pháp ngừng nhượng bộ trong CPTPP ;

+ Trong vòng từ năm thứ 5 đến năm thứ 7 kể từ khi CPTPP có hiệu lực với Việt Nam: Sẽ xem xét việc có áp dụng biện pháp trừng phạt thương mại không trong khuôn khổ Hội đồng lao động của CPTPP .

Tóm lại, là thành viên và phê chuẩn Hiệp định CPTPP, bên cạnh mặt thuận lợi, lợi ích và cơ hội mang lại, có không ít những thách thức đặt ra đối với Việt Nam. Để được hưởng chính sách thuế và các lợi ích khác của Hiệp định CPTPP mà Việt Nam đã cam kết, Việt Nam sẽ phải điều chỉnh, sửa đổi một số quy định pháp luật về thương mại, hải quan, sở hữu trí tuệ, lao động, công đoàn,... cho tương thích và Quốc hội Việt Nam sẽ thông qua các luật đó. Đây là các điều khoản mới mà các FTA thế hệ trước đó chưa đề cập, nghĩa là không đưa các điều khoản về quyền của người lao động vào trong quy trình giải quyết khiếu nại, nhưng Hiệp định CPTPP thì quy định này đã được cụ thể bằng văn bản.

3.2.2. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA)

Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 28 nước thành viên Liên minh châu Âu (EU). EU hiện đang là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam với kim ngạch hai chiều năm 2019 đạt 56,45 tỷ USD, trong đó xuất khẩu đạt 41,5 tỷ USD, nhập khẩu từ EU đạt 14,9 tỷ USD. EVFTA là một Hiệp định toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và EU, trong đó cũng đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển giữa hai bên; đồng thời phù hợp với các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO).

Hiệp định gồm 17 Chương, 2 Nghị định thư và một số biên bản ghi nhớ kèm theo với các nội dung chính là: thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm của Chính phủ, sở hữu trí tuệ, thương mại và Phát triển bền vững, hợp tác và xây dựng năng lực, các vấn đề pháp lý - thể chế.

Khác với CPTPP, những quy định về lao động trong Hiệp định EVFTA không nằm trong một chương riêng biệt, mà là một nội dung trong chương Thương mại và Phát triển bền vững. Hai mục tiêu chính của chương này bao gồm: (1) Thúc đẩy sự hỗ trợ lẫn nhau về thương mại, đầu tư và chính sách lao động và (2) Đảm bảo rằng thương mại và đầu tư tăng trưởng sẽ không làm giảm việc bảo vệ người lao động.

Về quy định trực tiếp về lao động, có thể thấy, không riêng hiệp định thương mại tự do với Việt Nam, mà còn đối với nhiều đối tác ở Đông Nam Á khác, hiệp định thương mại song phương trong đó một bên là EU không đặt ra những tiêu chuẩn hay biện pháp mới mà chỉ tái khẳng định lại những cam kết quốc tế tương ứng trước đó. Thông qua EVFTA, EU và Việt Nam cùng thừa nhận những tiêu chuẩn và thỏa thuận quốc tế về lao động, bao gồm những tiêu chuẩn lao động đặt ra bởi ILO. Những tiêu chuẩn đó nằm trong Tuyên bố về các nguyên tắc và quyền cơ bản trong lao động năm 1998, và những văn kiện liên quan, cụ thể gồm: (1) Tự do hiệp hội và công nhận của quyền thương lượng tập thể, (2) Loại bỏ tất cả các hình thức lao động cưỡng bức hoặc bắt buộc, (3) Bãi bỏ lao động trẻ em, (4) Không

phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp. Bên cạnh đó, EU và Việt Nam cam kết sẽ xem xét việc phê chuẩn các công ước khác của ILO phù hợp với hoàn cảnh hai bên.

Về quy định đảm bảo thực thi, với quy định này, EU không đặt ra bất kỳ quy định nào mang tính chất điều kiện, thay vào đó, tập trung vào các quy định thực thi mang tính chất khuyến khích và cơ chế giải quyết tranh chấp. Giải quyết tranh chấp về lao động trong EVFTA không áp dụng quy định tại Chương Giải quyết tranh chấp, trừ Phụ lục I về Thủ tục giải quyết tranh chấp trong trường hợp chưa xây dựng được thủ tục giải quyết tranh chấp riêng cho lĩnh vực lao động. Quá trình này được tiến hành thông qua việc tham vấn và gây áp lực chính trị mà không đưa ra bất kỳ biện pháp trừng phạt hoặc đình chỉ lợi ích thương mại cho đối phương.

Hiệp định EVFTA có hiệu lực với các cam kết kèm theo giúp các vấn đề về cải cách thể chế, chính sách pháp luật, môi trường kinh doanh có những thay đổi rõ rệt; các nguyên tắc trong phát triển thương mại của Việt Nam được đẩy lên một tầm cao mới. Tuy nhiên, bên cạnh đó những khó khăn, thách thức mà Việt Nam phải đối mặt khi thực hiện các cam kết của EVFTA cũng không ít, đặc biệt là những khó khăn khi thực hiện các cam kết về tiêu chuẩn lao động. Đánh giá về mức độ tác động của các cam kết lao động trong EVFTA, vấn đề lo ngại của trong thực tế của Việt Nam, đó là sự vi phạm về các tiêu chuẩn lao động: Phổ biến nhất là người lao động làm thêm quá số giờ quy định; doanh nghiệp thực hiện không đúng về thời gian nghỉ; môi trường làm việc, vệ sinh an toàn lao động; doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến quyền lợi của người lao động, không tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế đầy đủ, chưa hỗ trợ lao động nữ nơi làm việc và nuôi con nhỏ,...Theo đó, thực hiện các cam kết về lao động của EVFTA là cơ hội tạo điều kiện cho Việt Nam hiện đại hóa hệ thống pháp luật lao động và quan hệ lao động. Việc thông qua Bộ luật Lao động sửa đổi vào tháng 11 năm 2019 đã đưa khung pháp lý của đất nước tiệm cận hơn với các công ước cơ bản của ILO, tạo ra một môi trường pháp lý cần thiết cho quan hệ lao động và quan hệ việc làm hiện đại của Việt Nam.

Nhận xét chung

Cả hai Hiệp định CPTPP và EVFTA đều dẫn chiếu và yêu cầu các nước thành viên thực hiện Tuyên bố năm 1998 của ILO. Tuy nhiên, ở mỗi Hiệp định mức độ ràng buộc đối với cam kết lại khác nhau. Đối với CPTPP yêu cầu về lao động là những điều kiện ràng buộc chặt chẽ, trong khi đối với EVFTA tính chất của cam kết mức độ ràng buộc ít hơn và mang tính khuyến khích nhiều hơn. (xem bảng 1)

Bảng 1. So sánh các quy định về lao động trong hai Hiệp định CPTPP và EVFTA

STT	*Tiêu chí*	*CPTPP*	*EVFTA*
1.	Phạm vi cam kết	Không giới hạn	Không giới hạn
2.	Ngành nghề cam kết	Không giới hạn	Không giới hạn
3.	Quy định trực tiếp dẫn chiếu tới Tuyên bố 1998 của ILO	Dẫn chiếu trực tiếp	Dẫn chiếu trực tiếp
4.	Quy định trực tiếp liên quan đến việc làm thỏa đáng	Có	Không rõ ràng, mang tính chất hứa hẹn

5.	Quy định mang tính chất điều kiện	Có	Không
6.	Quy định mang tính chất khuyến khích	Cam kết không vi phạm, hợp tác, có thể đo lường được kết quả, giám sát độc lập, đảm bảo tính bổ sung và tăng cường minh bạch, thành lập Hội đồng lao động	Cam kết không vi phạm, hợp tác, giám sát, thành lập Ủy ban chuyên về thương mại và phát triển bền vững
7.	Cơ chế giải quyết tranh chấp	Thông qua đối thoại, tham vấn, có thể sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp chung	Thông qua tham vấn và gây áp lực chính trị, không sử dụng cơ chế chung

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ các quy định về lao động trong hai Hiệp định CPTPP và EVFTA)

Như vậy, để được hưởng các lợi ích về thương mại, chắc chắn Việt Nam sẽ phải thực hiện các quy định, cam kết về lao động trong của các hiệp định này, từng bước thúc đẩy các tiêu chuẩn lao động trong nước ngang bằng với tiêu chuẩn lao động quốc tế.

3.3. Cơ hội và thách thức đối với Việt Nam

Nhìn lại năm 2019, có thể khẳng định Việt Nam tham gia các FTA thế hệ mới với các quy định về lao động trong CPTPP và EVFTA góp phần đánh dấu giai đoạn mới của hội nhập quốc tế, sâu rộng và toàn diện. Tuy còn đặt ra không ít khó khăn, thách thức song về tổng thể, thực hiện các cam kết này sẽ đem lại nhiều lợi ích to lớn cho Việt Nam ở nhiều góc độ như tăng cường quan hệ hợp tác giữa Việt Nam với các nước đối tác cũng như các lợi ích cụ thể về thương mại, đầu tư, tăng trưởng, việc làm và phát triển bền vững.

3.3.1. Cơ hội

- Cơ hội về cải cách trong nước về thể chế lao động

Việc triển khai các FTA thế hệ mới và thực hiện các cam kết về lao động là cơ hội để Việt Nam thực hiện chủ trương hoàn thiện hệ thống pháp luật, minh bạch và tiệm cận với các chuẩn mực quốc tế. Trong lĩnh vực lao động, Quốc hội nước ta đã thông qua Bộ luật Lao động sửa đổi vào tháng 11 năm 2019, với nhiều bổ sung, điều chỉnh quan trọng về quan hệ lao động và bảo vệ quyền lợi của người lao động được cộng đồng quốc tế đánh giá là thực thi nghiêm túc, hiệu quả cam kết của Việt Nam trong các hiệp định EVFTA và CPTPP, góp phần cải thiện vấn đề việc làm và quan hệ lao động của Việt Nam, tạo nền tảng vững chắc cho hội nhập quốc tế và thương mại công bằng.

- Cơ hội phát triển quan hệ thương mại với các nước phát triển và tạo thêm nhiều việc làm, tăng thu nhập cho người lao động

Thực hiện các quy định về lao động sẽ tạo ra một khu vực tự do thương mại lớn trên thế giới; tạo thêm nhiều việc làm, đặc biệt là những ngành Việt Nam có lợi thế về

nhân lực và chi phí lao động như, dệt may, da giày, sản xuất đồ gỗ, chế biến thực phẩm, cà phê,...Thêm vào đó, tiền lương của người lao động sẽ được cải thiện, đặc biệt trong doanh nghiệp có vốn đầu tư ở nước ngoài. Ví dụ như đối với dệt may, trong vòng 5 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế quan với 77,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, 22,7% kim ngạch còn lại sẽ được xóa bỏ sau 7 năm. Như vậy, các ngành sản xuất, nuôi trồng này sẽ có cơ hội tăng trưởng và mở rộng quy mô, từ đó sẽ tăng nhu cầu về nguồn nhân lực. Theo đó, để chuẩn bị cho việc tận dụng các ưu đãi trong Hiệp định, các doanh nghiệp sản xuất đã có kế hoạch cho sự mở rộng quy mô và tăng cường nguồn lực từ trước. Theo dự báo của Viện Khoa học, Lao động và Xã hội; Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, Hiệp định CPTTP, EVFTA có hiệu lực, lực lượng lao động trong một số ngành sẽ tăng, ví dụ như trong ngành khai khoáng tăng khoảng 3,41%/năm; dệt tăng 1,53%/năm; may mặc tăng nhẹ khoảng 0,38%/năm. Một số ngành khác có mức tăng lao động hằng năm cao hơn hiện nay như vận tải đường thủy (3,7%); sản xuất kim loại (2,65%), sản xuất máy móc thiết bị (2,49%).

Không chỉ số lượng việc làm tăng lên mà dự kiến thu nhập của người lao động cũng sẽ được cải thiện trong giai đoạn 2020 - 2035, trong đó tăng cao nhất là nhóm lao động có tay nghề thấp. Mức lương bình quân của lao động Việt Nam dự kiến tăng thêm 3% nhờ tác động từ các cam kết về lao động của các Hiệp định này. Bên cạnh đó, người lao động Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội để cạnh tranh và nâng cao tay nghề. Thị trường các nước thành viên trong Hiệp định CPTPP và EU đặt ra nhiều yêu cầu về chất lượng sản phẩm cũng như quy trình sản xuất khắt khe. Áp lực này sẽ được doanh nghiệp chuyển sang cho người lao động, tạo cơ hội cho người lao động học hỏi trao đổi kinh nghiệm hoặc buộc người lao động phải tự mình cọ xát nâng cao tay nghề.

3.3.2. Thách thức

Bên cạnh những cơ hội to lớn được mở ra thì còn rất nhiều khó khăn, thách thức đặt ra cho Việt Nam khi thực hiện các quy định về lao động trong Hiệp định CPTPP và EVFTA.

- Về sửa đổi, bổ sung pháp luật

Việc sửa đổi, bổ sung pháp luật để đảm bảo tiêu chuẩn lao động cốt lõi của Việt Nam gặp nhiều khó khăn vì những lý do sau:

Một là, quan hệ lao động là lĩnh vực mới cùng với hạn chế về nhận thức của các bên quan hệ lao động, các nhà làm luật và các cơ quan liên quan tham gia trong quá trình sửa đổi pháp luật, nói riêng, và nhận thức xã hội, nói chung, còn hạn chế, từ đó dẫn tới việc xây dựng hệ thống pháp luật chưa chuẩn và thực tế là rất nhiều quy định pháp luật chưa thực hiện được bao lâu đã thấy bất cập.

Hai là, pháp luật Việt Nam áp dụng hệ thống dân luật trong khi các vấn đề lao động rất đa dạng và phong phú, vì vậy sửa đổi, bổ sung pháp luật không theo kịp với thay đổi trên thị trường lao động.

- Về thực tiễn thực hiện

Việt Nam là nước đang phát triển, quá độ sang nền kinh tế thị trường, nên việc thực

hiện pháp luật lao động còn nhiều kẽ hở; các vi phạm pháp luật lao động diễn ra khá phổ biến. Cụ thể:

Vấn đề tiền lương, đãi ngộ, điều kiện làm việc, giờ làm việc

Theo Khảo sát của Viện Công nhân và Công đoàn, tiền lương cơ bản của lao động Việt Nam trong các ngành dao động từ 3,8 - 5,2 triệu đồng/tháng. Mức lương này mới đáp ứng được 75 - 80% mức sống tối thiểu, vì vậy, tiền lương Việt Nam so với các nước trong khu vực được đánh giá là thấp. Trên thực tế, mức lương trung bình của Việt Nam đứng thứ 6 trong khu vực, xếp sau Singapore, Brunei, Malaysia, Thái Lan và Philippines và mức lương trung bình của lao động Việt Nam chỉ bằng một nửa mức lương trung bình của lao động Thái Lan.

Trong các ngành như dệt may, da giày, điện tử,... người lao động phải tăng ca nhiều để bổ sung thu nhập cho chi tiêu hàng ngày, lên tới 49 - 66 giờ /tuần, ở mức cao so với các quốc gia trong khu vực. Thực tế vẫn có tới 60% các doanh nghiệp không đảm bảo trả lương đầy đủ cho người lao động dưới nhiều hình thức: chấm công sai, cắt giảm lương khi người lao động vi phạm các lỗi như đi làm muộn, mang đồ ăn vào nơi làm việc, nghỉ không xin phép (nghỉ xin phép qua điện thoại không được chấp nhận), giảm đơn giá sản phẩm khi người lao động làm quen tay, hoặc tính nhầm lương,...

Doanh nghiệp sử dụng nhiều biện pháp để buộc người lao động "Tự nguyện" làm thêm giờ (vì quy định pháp luật là người lao động phải tự nguyện làm thêm giờ) như: gắn việc ưu ái cơ hội học tập, đào tạo, nâng cao cao trình độ chuyên môn, tay nghề hoặc được ưu ái hơn trong công việc nếu đồng ý làm thêm giờ, nhưng đi kèm với các ưu ái đó là hoàn thành định mức sản phẩm/ngày; phải làm đơn hàng gấp; dọa cắt giảm phụ cấp, dọa đuổi việc, hoặc chuyển sang bộ phận khác,... Tuy nhiên, cũng vẫn còn tồn tại thực trạng tại nhiều doanh nghiệp, nhiều người lao động mặc dù biết các quy định của pháp luật nhưng lại đồng ý thỏa thuận với người sử dụng lao động và tự nguyện làm thêm giờ vượt quá khả năng tái tạo sức lao động để có thêm thu nhập và nhiều cơ hội việc làm tại doanh nghiệp.

Vấn đề an toàn vệ sinh lao động

Theo thống kê, năm 2017, trên toàn quốc đã xảy ra 8.956 vụ tai nạn lao động (TNLĐ) làm 9.173 người bị nạn (bao gồm cả khu vực có quan hệ lao động và khu vực người lao động làm việc không theo hợp đồng lao động), trong đó: Số vụ TNLĐ chết người: 898 vụ; Số vụ TNLĐ có hai người bị nạn trở lên: 101 vụ; Số người chết: 928 người; Số người bị thương nặng: 1.915 người; Nạn nhân là lao động nữ: 2.727 người. Một số nguyên nhân được xác định là do doanh nghiệp không đảm bảo tuân thủ các quy định về an toàn lao động như: không tổ chức huấn luyện an toàn, vệ sinh lao động; không trang bị phương tiện bảo hộ cho người lao động; không thực hiện quan trắc môi trường, đo lường các yếu tố gây hại tại nơi làm việc; không kiểm tra định kỳ kỹ thuật an toàn cho máy và các thiết bị,... Về bệnh nghề nghiệp, môi trường lao động ở Việt Nam bị ô nhiễm. Theo thống kê của Cục Quản lý Môi trường Y tế, có 14,26% số mẫu đo môi trường vượt tiêu chuẩn vệ sinh cho phép; các yếu tố có tỷ lệ mẫu vượt tiêu chuẩn cho phép cao nhất là ồn (22,16%), phóng xạ (20%) và ánh sáng (15,28%), bụi (11,3%). Theo Cục An toàn Lao động Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Việt Nam hiện có 30.000 người lao động mắc bệnh nghề nghiệp, như bệnh bụi phổi, điếc do tiếng ồn, nhiễm độc benzen; bệnh do tia X;

sạm da nghề nghiệp, viêm da,... Tuy vậy, cho đến nay, mới có 30 bệnh nghề nghiệp được công nhận, trong khi rất nhiều loại bệnh trong lao động chưa được nghiên cứu và được công nhận bệnh nghề nghiệp để có biện pháp bảo vệ người lao động.

Vấn đề đào tạo nghề

Theo đánh giá, năng suất lao động ở Việt Nam thấp, chỉ bằng 1/16 so với Singapore và bằng một nửa so với Philipines. Một trong những nguyên nhân của năng suất lao động thấp là do chất lượng đào tạo nghề còn thấp, đào tạo không phù hợp với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp, dẫn đến lãng phí nguồn nhân lực. Còn nhiều học sinh, sinh viên sau khi tốt nghiệp không có việc làm hoặc làm việc không đúng chuyên ngành đã học. Theo một nghiên cứu mới đây của Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế - xã hội quốc gia, tỷ lệ các doanh nghiệp phàn nàn về kỹ năng công nhân được đào tạo tại trường không phù hợp với những kỹ năng mà doanh nghiệp cần rất lớn. Có đến 65% chủ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cho rằng, những kỹ năng mà trường dạy nghề và trung học chuyên nghiệp đào tạo không đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp. Không ít doanh nghiệp phải tự đào tạo hoặc đào tạo lại lao động theo hình thức vừa học, vừa làm; lực lượng lao động đã qua đào tạo chuyên nghiệp - trình độ từ cao đẳng trở lên có tỷ lệ thất nghiệp cao, chiếm 27,2% trong tổng số lao động thất nghiệp.

Vấn đề bảo vệ việc làm

Bảo vệ việc làm cho người lao động đang nổi lên là vấn đề đáng quan tâm hiện nay. Theo báo cáo của Bảo hiểm xã hội (BHXH) Việt Nam năm 2019, cả nước hiện có khoảng 8.000 doanh nghiệp đang "mất tích", nợ BHXH khoảng 2.000 tỉ đồng, làm cho nhiều người lao động rơi vào tình trạng mất việc làm. Một hiện tượng nữa xuất hiện trên thị trường lao động và có thể gia tăng trong thời gian tới là tình trạng mất việc của người lao động ở độ tuổi 35 làm việc trong ngành lao động như dệt may, da giày,.... Người lao động đến tuổi 35 có sức khỏe giảm sút, giảm thị lực, thính lực, tay chân yếu, lưng yếu do ngồi hoặc đứng lâu và vì mức lương trả theo sản phẩm, vì làm việc quá nhiều, làm việc hết công suất để có mức lương đảm bảo cuộc sống,... và do đó, bị giảm năng suất lao động. Bên cạnh đó, cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang đặt ra thách thức về khả năng máy móc thay thế cho con người trong tương lai gần, đặc biệt trong các ngành kỹ năng thấp, nhiều lao động như dệt may, da giày, điện tử,... cũng là nguy cơ tác động mạnh đến bảo vệ việc làm cho người lao động ở Việt Nam.

Vấn đề lao động trẻ em và lao động cưỡng bức

Có thể thấy, việc kiểm soát tình trạng lao động trẻ em và lao động cưỡng bức ở Việt Nam hiện nay rất khó. Mục tiêu của Việt Nam là nỗ lực để xóa bỏ lao động trẻ em, tuy nhiên, do tình trạng nghèo đói, thiếu hiểu biết về quyền trẻ em của người dân, nhất là ở khu vực nông thôn, dẫn đến vẫn còn vấn đề về sử dụng lao động trẻ em, như ở các làng nghề, các hộ kinh doanh cá thể, kinh tế gia đình,... và chưa ngăn ngừa được toàn diện các hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất như trẻ em làm công việc độc hại, trẻ em là nạn nhân của lạm dụng tình dục, trẻ em nghiện ma túy, trẻ em là nạn nhân của buôn bán người,... Xu hướng gia tăng của nền kinh tế phi chính thức trên thế giới, nói chung, và ở Việt Nam, nói riêng, cho thấy nguy cơ tiềm ẩn về sử dụng lao động trẻ em. Về lao động cưỡng bức, mặc dù pháp luật Việt Nam nghiêm cấm lao động cưỡng bức, song chưa xác định rõ các yếu tố

để nhận diện lao động cưỡng bức như quy định của quốc tế, bao gồm lạm dụng tình trạng yếu thế của người lao động, lừa dối người lao động, hạn chế đi lại, cô lập người lao động, hăm dọa và đe dọa, giữ giấy tờ tùy thân, khấu trừ lương, gán nợ, bạo lực thân thể và bạo lực tình dục, hay điều kiện sống và làm việc bị ngược đãi, làm thêm giờ quá mức, nên rất khó nhận diện được lao động cưỡng bức trong thực tế thi hành pháp luật.

4. Một số khuyến nghị

Trên cơ sở các nội dung phân tích ở trên, để tối đa lợi ích từ những cơ hội mà các FTA thế hệ mới đem lại, hạn chế những khó khăn, thách thức đặt ra trong thực hiện các quy định về lao động, Việt Nam rất cần sự nỗ lực đến từ nhiều phía: Nhà nước, tổ chức đại diện người lao động, doanh nghiệp. Bài viết đề xuất một số khuyến nghị, cụ thể:

- Đối với Nhà nước

Một là, cần tiếp tục hoàn thiện pháp luật nội địa để phù hợp với các cam kết quốc tế và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước và thực thi luật lao động trong nước. Cách thức vận hành của thiết chế này cũng cần được thiết kế phù hợp để đảm bảo khả năng chỉ đạo thống nhất việc thực thi trên thực tế.

Hai là, tăng cường tính minh bạch và hợp tác cùng các chủ thể phi nhà nước. Để vượt qua những hạn chế về thể chế để giải quyết các vấn đề về lao động phát sinh, Việt Nam cần tăng cường tính minh bạch và quản lý hiệu quả trong lao động. Ngoài ra, Việt Nam cần từng bước thiết lập các cuộc đối thoại thường xuyên và thực tiễn hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan khác nhau như doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ,... trong lĩnh vực lao động.

Ba là, nâng cao năng lực của cơ quan thanh tra lao động, bảo đảm kiểm soát tốt việc thực thi pháp luật lao động của người sử dụng lao động, xử lý nghiêm minh, kiên quyết, có hiệu quả đối với những doanh nghiệp cố tình vi phạm pháp luật lao động.

Thứ tư, thúc đẩy đối thoại, thương lượng ký kết thỏa ước lao động tập thể: Công đoàn cơ sở cần chủ động đề xuất các nội dung và yêu cầu người sử dụng lao động tiến hành thương lượng tập thể và ký kết thỏa ước lao động tập thể; bảo đảm quyền và lợi ích của người lao động. người sử dụng lao động duy trì việc đối thoại thường xuyên nhằm cung cấp thông tin, chia sẻ những khó khăn cũng như những thành quả của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh; phát huy vai trò trách nhiệm, ý thức tổ chức kỷ luật, sáng tạo của người lao động, tăng cường sự hợp tác giữa người lao động với người sử dụng lao động, xây dựng môi trường lao động thân thiện, lành mạnh.

- Đối với tổ chức đại diện người lao động

Thứ nhất, cần tiếp tục đổi mới tổ chức, hoạt động của Công đoàn Việt Nam, đáp ứng yêu cầu của tình hình mới; tạo điều kiện về nguồn lực đủ mạnh để thực hiện hiệu quả các hoạt động đại diện, chăm lo, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng người lao động, thu hút người lao động và tổ chức của người lao động tại doanh nghiệp tham gia Công đoàn Việt Nam.

Thứ hai, Công đoàn Việt Nam cần khẳng định vai trò, vị trí, ưu thế của mình, trong tổ chức và hoạt động. Là một tổ chức trong hệ thống chính trị, dưới sự lãnh đạo của Đảng, có nhiều thuận lợi để thực hiện sứ mệnh trong việc đại diện và bảo vệ quyền và lợi ích của

người lao động. Vì vậy Công đoàn Việt Nam cần đổi mới cơ cấu tổ chức và nội dung hoạt động của các cấp công đoàn trong hệ thống, bảo đảm tính liên kết thống nhất giữa các công đoàn ngành theo chiều dọc từ Trung ương đến địa phương và cơ sở với sự kết hợp quản lý theo chiều ngang trên từng địa bàn, lãnh thổ, khu công nghiệp.

- Đối với doanh nghiệp

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần tìm hiểu, cập nhật những kiến thức pháp luật các quy định trong Hiến pháp, pháp luật lao động hiện hành và các cam kết quốc tế về lao động. Đồng thời, doanh nghiệp cũng phải có bộ phận chức năng tích cực nghiên cứu, giám sát các hoạt động của các tổ chức đại diện người lao động trong doanh nghiệp mình có phù hợp với tôn chỉ, mục đích và phương thức hoạt động đã được đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong việc thực thi quyền đại diện, bảo vệ cho các quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động tại doanh nghiệp nơi họ làm việc hay không.

Thứ hai, doanh nghiệp cần thay đổi tư duy, buộc phải tuân thủ pháp luật để tránh bị điều tra, bị kiện, bị xử phạt, đầu tư nâng cao các yêu cầu về an toàn lao động, tiền lương, vệ sinh lao động, cùng với cơ chế giám sát và chế tài khác, những chi phí để xây dựng, phát triển văn hóa doanh nghiệp để được tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu khu vực và quốc tế. Doanh nghiệp phải thực sự nhận thức được người lao động là "tài sản, nguồn lực vô giá", tự giác thực hiện đúng các quy định, bảo đảm cuộc sống của người lao động để họ tin tưởng, nỗ lực cống hiến, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, có thu nhập ổn định, gắn bó với doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

Thứ ba, nâng cao vai trò của tổ chức đoàn thể trong lĩnh vực lao động và trong đời sống xã hội; Tạo điều kiện để tổ chức đại diện người sử dụng lao động độc lập thực sự, không bị phụ thuộc vào Nhà nước, hoạt động hiệu quả để cộng đồng doanh nghiệp phát triển bền vững. Tổ chức công đoàn cơ sở, công đoàn ngành cần phải hoạt động độc lập có hiệu quả, không phụ thuộc vào người sử dụng lao động; thực hiện được chức năng bảo vệ và đại diện quyền, lợi ích hợp pháp chính đáng của người lao động; quyền kiểm tra, giám sát hoạt động của doanh nghiệp.

5. Kết luận

Trong bối cảnh gia tăng xu hướng bảo hộ và căng thẳng thương mại, việc ký kết và thực thi hai Hiệp định CPTPP, EVFTA, đặc biệt với việc cam kết thực hiện các quy định về lao động đã khẳng định chủ trương nhất quán của Việt Nam về tiếp tục đổi mới kinh tế, hội nhập quốc tế và ủng hộ tự do hóa thương mại theo hướng mở, minh bạch, dựa trên luật lệ, đồng thời góp phần duy trì động lực hội nhập, liên kết kinh tế tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Tuy nhiên, về mặt thực tiễn, còn tồn tại nhiều thách thức trong quá trình thực thi các cam kết, quy định này. Theo đó, để tận dụng tốt nhất lợi ích từ các hiệp định thương mại cũng như khắc phục những thách thức đang tồn tại, Việt Nam cần có những biện pháp toàn diện để các văn bản pháp luật và thực tiễn thi hành phù hợp với các cam kết quốc tế. Và để thực hiện được điều này, rất cần sự phối hợp chặt chẽ, nâng cao năng lực của cả ba chủ thể Nhà nước, doanh nghiệp và người lao động; trong đó đặc biệt chú trọng tới vai trò dẫn dắt của Nhà nước trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương (2016), Nghị quyết số 06-NQ/TW ngày 05/11/2016 về thực hiện có hiệu quả tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, giữa vững ổn định chính trị-xã hội trong bối cảnh nước ta tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới
2. Hà Công Anh Bảo (2019), Kinh nghiệm quốc tế về tham gia các FTA thế hệ mới đối với Việt Nam, Tạp chí tài chính
3. Chính phủ (2018), Nghị định số 157/2018/NĐ-CP ngày 16/11/2018 quy định mức lương tối thiểu vùng đối với người lao động làm việc theo hợp đồng lao động
4. Bùi Trường Giang (2010), Hướng tới chiến lược FTA của Việt Nam - cơ sở lý luận và thực tiễn Đông Á, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội
5. Nguyễn Ngọc Hà (2019), Một số thách thức khi thực thi các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới của Việt Nam từ việc chuyển hóa điều ước vào pháp luật trong nước, Tạp chí Khoa học pháp lý Việt Nam
6. Trần Thị Bích Nhân, Đỗ Thị Minh Hương (2019), Cơ hội và thách thức khi thực thi các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, Tạp chí tài chính
7. Phạm Trọng Nghĩa (2014), Thực hiện các công ước cơ bản của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) tại Việt Nam, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội
8. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 2528/QĐ-TTg ngày 31/12/2015 về việc phê duyệt kế hoạch gia nhập các công ước của Liên hợp quốc và của Tổ chức Lao động quốc tế trong lĩnh vực lao động - xã hội giai đoạn 2016-2020

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS HUE UNIVERSITY

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

CHỦ ĐỀ

- CÁC CHỦ ĐỀ LIÊN QUAN KHÁC

TOPIC

- OTHER RELEVANT TOPICS

INTELLECTUAL CAPITAL, DIGITALIZATION, FINANCIAL PERFORMANCE AND THE COVID-19
VỐN TRÍ TUỆ, SỐ HÓA, HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH VÀ COVID-19

Marcellin Yovogan

Sofia University

Abstract

The main objective of this paper is to apply the value-added intellectual capital coefficient (VAIC^{TM}) developed by Pulic (1998) to selected firms operating in three different industries. The model has been widely tested by scholars in various economic sectors to assess intellectual capital efficiency. It's also criticized and supported. In this paper, the impact of IC on firm's financial performance has business explored and is in the line with many previous studies. It emphasizes the effect of the covid-19 on both intellectual capital and the financial performance

The results confirm the possible existence of a relationship between IC efficiency and firm financial profitability, but the impact of the coronavirus is less obvious. This could be explained by the use data from the first quarter of the year, when there wasn't yet the lockdown of the economy, and the second quarter accounts were not yet published at the time of submission of the paper.

Keywords: *Intellectual capital, Profitability ratios, ROA, ROE and Covid-19*

JEL: G30; G32

Tóm tắt

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là áp dụng hệ số vốn trí tuệ giá trị gia tăng (VAIC^{TM}) do Pulic (1998) phát triển vào một số doanh nghiệp trong ba ngành khác nhau. Mô hình này được nhiều học giả kiểm nghiệm trong các ngành kinh tế khác nhau để đánh giá hiệu quả vốn trí tuệ. Mô hình này cũng được nhiều người chỉ trích và ủng hộ. Trong bài viết này, tác động của vốn trí tuệ đối với hiệu quả tài chính của doanh nghiệp được tìm hiểu và tương ứng với nhiều nghiên cứu trước. Bài viết tập trung vào tác động của Covid-19 đối với cả vốn trí tuệ và hiệu quả tài chính.

Kết quả nghiên cứu khẳng định khả năng tồn tại mối quan hệ giữa hiệu quả vốn trí tuệ và lợi nhuận tài chính của doanh nghiệp, nhưng tác động của virus Corona không thực sự rõ ràng. Điều này có thể là do nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ quý đầu năm nay, khi nền kinh tế chưa bị ngưng trệ và dữ liệu quý hai chưa được công bố tại thời điểm tác giả gửi bài viết này.

Từ khóa: *Vốn trí tuệ, Tỷ suất lợi nhuận, ROA, ROE và Covid-19*

Introduction

Intellectual capital has been and continue to be an important research topic for many scholars, whatever with financial, accounting or general management backgrounds.

The main objective of this paper is to explore what could be the impact of the pandemic situation of coronavirus the value of intellectual capital and its relationship with the profitability of firms operating in specific industries.

As the valuation of intellectual capital varies according to researchers and context, I use the VAIC (value added intellectual capital) developed by Pulic (1998 and 2000).

The ROA (Return on total assets) and operating profit to total assets (EBIT/TA) are indicators used to measure the financial profitability. The study covers the period 2009- and the first semester of 2020, where the information is available, in order to highlight the changes in profitability due to the impact of the coronavirus.

Three companies operating in three different industries have been selected respectively the pharmaceutical, tourism and the manufacturing. The companies in the pharmaceutical and tourist industries are the majors in their industry.

The paper consists of 3 sections. The concepts of intellectual capital and profitability are defined in the first section, the data collection and method of the research are explained in section 2 and the findings and results are clarified in section 3. The paper is finalized with discussion and conclusion.

1. Definition and theoretical background

1.1. Understanding intellectual capital

The measurements, valuation or nature of intellectual capital have been of an interesting topic of research by many scholars. Journals, scientific reviews, workshops and many conferences are devoted to understanding intellectual capital and its impact on various aspects of the economic development, businesses, political organization, societies, firm profitability, etc…

1.1.1. Definitions

For Lev (2001) Intellectual capital items are difficult to define, categorise, and measure in financial statements. Lev and Zarowin (1999), Gelb (2002), Lev (2001) and Zambon (1999) have highlighted the limits of the traditional external accounting and how it impairs the usefulness of accounting disclosure, especially in intangibles-intensive firms. According Lev & Zambon (2003), Zambon (2016) intellectual capital requires different measurement, communication and interpretation tools and methods that involve "the adoption of a different and more comprehensive conceptual view of organizational dynamics"

Intellectual capital based on the above, can be defined as the use of human being to generate intangible asset in a business or organization.

Despite the differences between scholars, an in-depth analysis of the current definitions of intellectual capital in the literature, allows arriving at the conclusion that, intellectual capital is based on knowledge, it is intangible and brings value to the business.

In summary, the definitions of intellectual capital may be classified into two categories:

The first category emphasizes the capability of intellectual capital of generating and increasing the market value of the company (Edvinsson, Malone, 1997), and so transforming the way of creating value by the business. Instead of the use of huge amount of tangible assets in the production process, it is therefore important and vital for the

business to introduce a much "smarter" capital, capable of creating value; or knowledge, that can be converted into value (Black, Lynch, 1996); (Kasarova et al. 2010). As stated by Stewart (1997), intangible assets interact with tangible and financial assets, to generate economic growth and market value, which is able in return to create sustainable competitive advantage for the business.

A second category of definitions emphasizes the structure and content of intellectual capital as a corporate asset (Bontis, 2001). For Bradley and Albert (1996), Intellectual capital represents knowledge and intangible assets transformed into useful resources.

1.1.2. Intellectual capital: the valuation methods

Enormous methods have been used and applied by scholars in the process of valuation of intellectual capital, each with its advantages and disadvantages (Sydler, Haefliger and Pruksa, 2014), and many firms have developed their own measurement models, among which, the most popular are:

- Skandia navigator
- Ericsson's cockpit communicator,
- Celemi's intangible assets monitor,
- Ramboll's holistic company model
- and Bates Gruppen Company IQ measurement system.

The intellectual capital valuation methods used can be summarized as follows:

Market Capitalization Methods

- The Invisible Balance Sheet
- Market-to-Book Value
- Investor assigned market value (IAMV™)
- Tobin's q

Return on Assets Methods

- Economic Value Added (EVA™)
- Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)
- Calculated Intangible Value (CIV)
- Knowledge Capital Earnings

ScorecardMethods

- Human Capital Intelligence
- Balanced Scorecard
- Skandia Navigator™
- IC Index™
- Intangible Asset Monitor (IAM)
- Knowledge Audit Cycle
- Value Chain Scoreboard™
- Meritum Guidelines
- Danish Guidelines
- Topplinjen/Business IQ
- Holistic Value Approach (HVA)*
- IC Rating™*
- Measuring and Accounting IC (MAGIC)*
- Knowledge Assets Map*

Direct Intellectual Capital Methods

- Technology Broker (IC Audit)
- Citation-Weighted Patents
- Human Resource Costing & Accounting (HRCA)
- Inclusive Valuation Methodology (IVM™)
- Accounting for the Future (AFTF)
- HR statement
- The Value Explorer™
- Intellectual Asset Valuation
- Total Value Creation (TVC™)
- FinancialMethod of Intangible Assets Measuring (FiMIAM)*

* Methods were added to the original Sveiby 2004 list from other sources.
Source: Sveiby 2004; Pike and Roos 2000; http://www.intellectualcapital.se, MAGIC 2004; Rodov and Leliaert 2002; Marr et al. 2004

In the scope of this paper, I applied the VAIC^{TM} (Value added intellectual capital coefficient) developed by Pulic (1998), which is one of the returns on assets methods.

Intellectual capital efficiency can be calculated as the difference between net sales and all inputs, except labor expenses divided by total labor expenses. According to the model, the higher the result the more efficiently, the business is using intellectual capital.

Then the value added by the intellectual capital can be calculated with the simple formula

$$\frac{\text{Sales} - \text{total inputs} + \text{labor costs}}{\text{Labor costs}}$$

Taking into account, the three components methods, the value-added intellectual capital is calculated using the following formula:

VAIC^{TM} = ICE+CEE, where:

- ICE (Intellectual capital efficiency coefficient) is the sum of Human capital efficiency coefficient (HCE) and Structural capital efficiency coefficient (SCE).

- CEE is the capital employed efficiency coefficient, which according to the model should give how efficiently, the business is using its long-term available resources to generate profitability**.**

Replacing all the component in the initial ratio, the VAIC formula is derived as:

VAIC^{TM} = HCE+SCE+CEE

1.1.3 Determining the 3 elements of intellectual capital efficiency

Human capital efficiency.

Human capital plays an important role in the model. It's the key resource, which generate value added in the firm and is considered as an investment rather than an operating expense in an accounting perspective. Human capital is calculated as the sum all personal expenses and related expenses, including salaries, insurance, pensions, bonuses, training and any other cost allocate to the personnel. This information could be found in the accounts published by firms. This definition of human capital is in the line with scholars. According to Bisogno et al. (2017), "human capital refers to all aspects involving human resources, like knowledge, skill and experience owned and used by individuals".

Human capital efficiency can be calculated as a ratio using the formula: HCE $= \frac{VA}{HC}$, where

VA is the value added generated by the business and HC- personnel related expenses for the period of study

VA = Earnings before interest, depreciation and amortization + human capital

The structural capital efficiency (SCE) is calculated as $\frac{SC}{VA}$, where SC= VA-HC

The capital employed efficiency ratio could be calculated as**:** $\boldsymbol{CEE} = \frac{VA}{CE}$, where CE is the amount of Capital Employed (CE) = Equity + Long-term interest-bearing debts

The physical and financial capital operate interactively during the valuation process. In such, the complete picture of the value process of the business, using its

resources could be determined by calculating the capital employed efficiency

Finally, the value-added intellectual capital as the some of the human capital efficient (HCE), the structural capital efficiency (SCE) and the capital employed efficiency (CEE) is calculated as follows:

$$VAIC^{TM} = \mathbf{HCE + SCE + CEE} = \frac{VA}{HC} + \frac{sc}{VA} + \frac{VA}{CE}$$

1.2. Measuring profitability

The method used to measure profitability is important for the interpretation of the results. Two indicators of profitability are applied in this study: the **ROA** calculated as EBIT (earnings before interest and tax) to total assets and the **ROE** measured as the net profit after tax to total equity. I estimated that these measurements of profitability could give an in-depth understanding of the activity of the business through the period of study. I also assumed that the data derived from the published accounts are accurate.

$$\mathbf{ROA = (Return\ on\ assets) = \frac{EBIT}{Total\ assets}}$$

$$\mathbf{ROE\ (Net\ profit\ to\ equity) = \frac{Net\ Profit\ after\ tax}{Total\ Equity}}$$

Mainly, the use of the two profitability measurements would highlight the overall value generated by the business through the ROA, while, the ROE will give insight of profitability, which could remain to shareholders in line with many scholars (Tan, H.P., Plowman, D and Hancock, P., 2007; Ozkan, N., Cakan S. and Kayacan, M., 2017; Joshi, M. al., 2013).

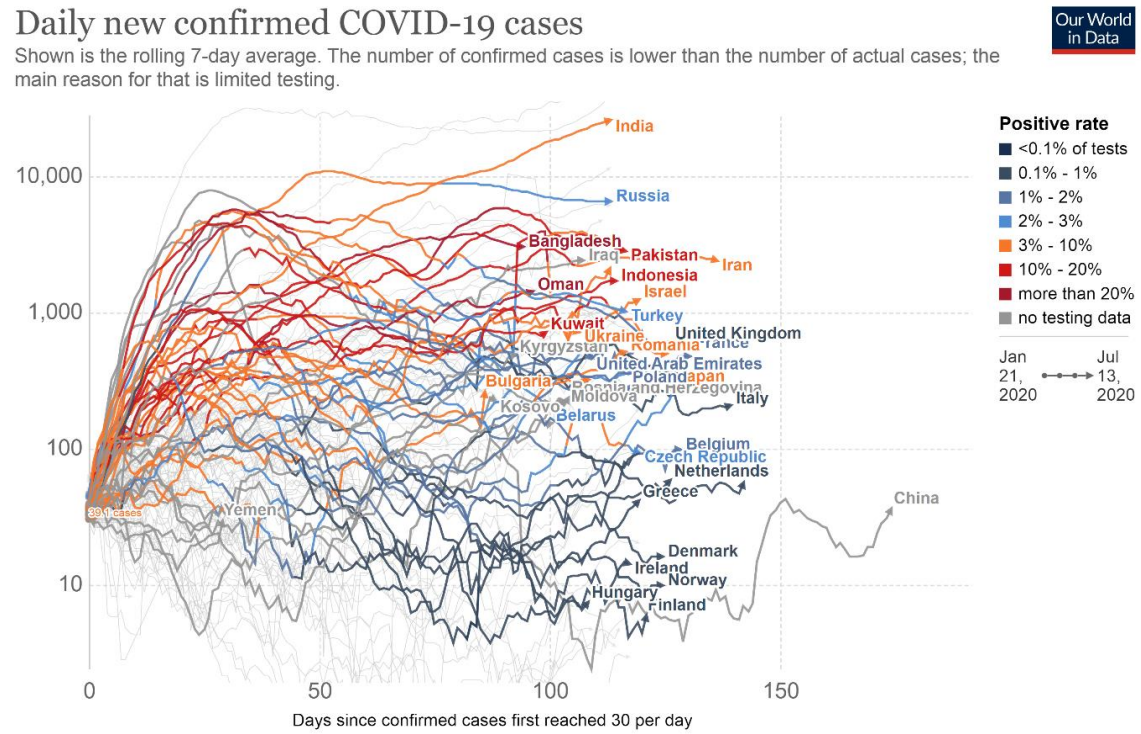
1.3. Going digital: Home-office employment during the Covid-19 pandemic crisis.

The outbreak of the coronavirus has obliged many countries to take severe actions to limit the spread of the disease. These measures have significantly affected economic activity and disrupted the operation of businesses anywhere in the world. Consequently, the demand of many products and services has dramatically fallen. The measures hit particularly the hospitality industry, the air transport, the restaurants and other leisure businesses. The pharmaceutical industry is supposed to take advantage of the situation. However, there is no evidence, that the industry had benefit from the crisis. This is the reason, I included in the study 3 companies in the hospitality, pharmaceutical and manufacturing industries. The purpose is to understand, If their activities had improved or deteriorated due to the restrictions imposed by governments to limit the spread of the covid-19.

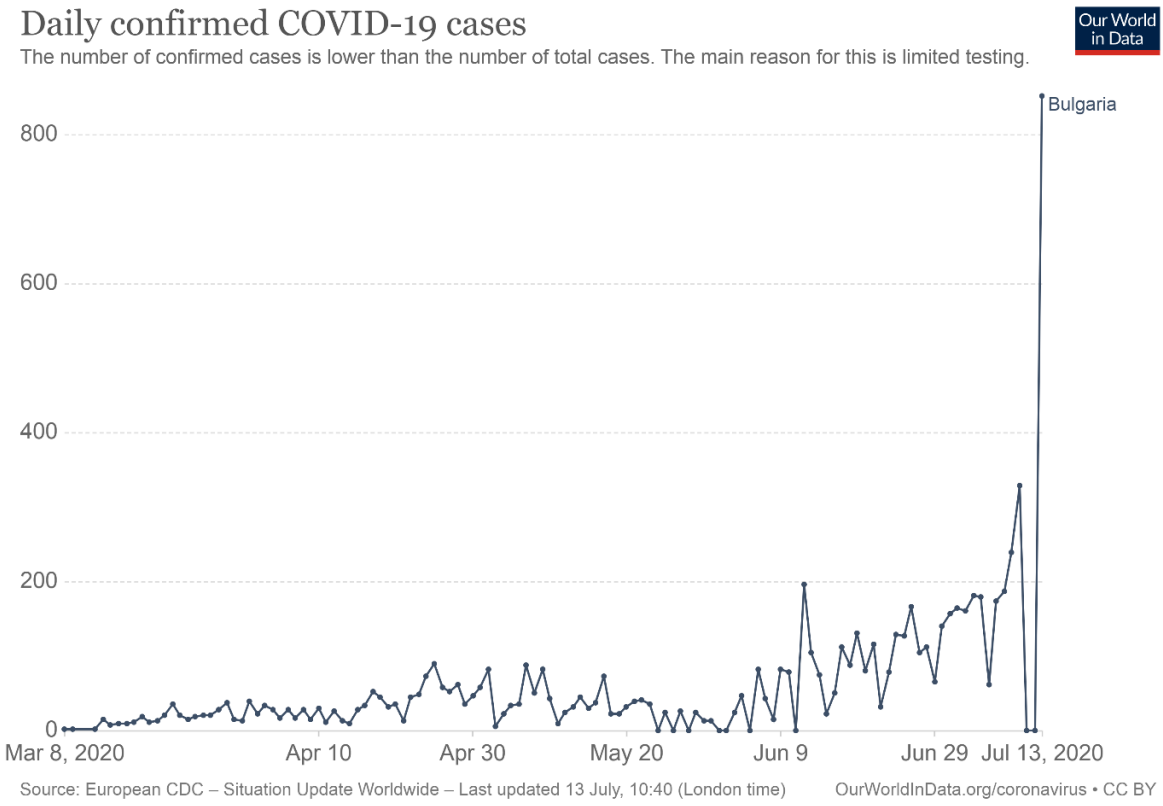
To comply with the restrictions, many companies were also obliged to increase a large part of the activities done remotely, where it's possible. Consequently, the use of video-conference platforms, like: Zoom, Microsoft Teams, Google meetings, etc… had suddenly dramatically increased. In the same time, many companies have developed home-based employment in order to limit the number of employees in offices and facilities.

All these measures have impacted the overall organization and functioning of some business.

As of 13 July 2020, the situation of the spread of the pandemic in Europe is shown on figure 1 The situation in Bulgarian seems to be comparable with other neighboring countries.



Source: European CDC – Situation Update Worldwide – Last updated 13 July, 10:40 (London time), Official data collated by Our World in Data
CC BY



Source: European CDC – Situation Update Worldwide – Last updated 13 July, 10:40 (London time) OurWorldInData.org/coronavirus • CC BY

On figure 2, it can be seen, that the number of cases of covid-19 in Bulgaria has substantially increased during the last month, after the release of the lockdown.

By comparing, the financial performance in previous years and during the pandemic period, and the intellectual capital during same period, it could be possible to deduct the impact of the crisis on financial performance and the intellectual capital.

2. Data collection and method

The data are collected from the published financial statements. It's important to mentioned that the 2020 data are not audited, while those of the previous years are audited; 2020 data consist only of the first quarter of the year or approximately 25% percent of the whole year data.

Individual annual accounts, instead of the consolidated are used to calculate the ratios; the intellectual capital efficiency and the return on assets and return on equity.

The firms operating in the pharmaceutical and hospitality sectors are leaders in their industry, while the one operating in the manufacturing industry is one of the largest.

The study covers a period of ten years from 2010 to 2019 and three months in 2020.

Second quarter data were not published and were not included in the study.

The Q1 (quarter 1) accounts of the firm operating in the hospitality industry were not published and the consolidated accounts for the period were used.

3. Findings and results: Calculating intellectual capital efficiency, ROA and ROE ratios

3.1. The pharmaceutical firm

Table 1. Intellectual capital efficiency, the ROA and ROE

Years	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
IC efficiency rate	2.82	2.29	2.17	2.41	1.66	1.71	1.89	1.96	2.80	1.94	1.70
ROA	11.3%	8.4%	7.0%	8.3%	4.3%	4.4%	6.0%	4.3%	8.2%	6.8%	1.3%
ROE	13.7%	12.7%	11.7%	8.6%	6.1%	6.2%	8.2%	9.1%	6.8%	7.7%	1.6%

The intellectual capital efficiency is relatively stable during the period of analysis. It's above 2 for the periods 2010- 2013 and has decreased but remain stable from 2014. It can also be seen that the profitability is high, when the efficiency ratio is also high. Thus, for example; in 2010, for an IC of 2.82 the ROE is 13.7%, while in 2014, where the IC is 1.66, the lowest value for the studied period, we have also the lowest ROE of 6.1% and lowest ROA of 4.3%. The data used in 2020 are limited to the first quarter, when the effect of the coronavirus spread cannot be measured, since the lockdown was imposed by mid of March. At the time of the submission of the paper, the accounts for the second quarter are not yet published. The results of 1.70 intellectual capital efficiency, ROA of 1.3% and ROE = 1.6% might not be very accurate, because of the methods used to calculate ROA

and ROE, since the EBIT is calculated just for first quarter of the year, and total assets for the whole year served as denominator. Similarly, just profit after tax for the first quarter of the year was used in the formula for calculating ROE, while, total equity was used as denominator.

The relation between the indicators can been seen on figure 3 below:

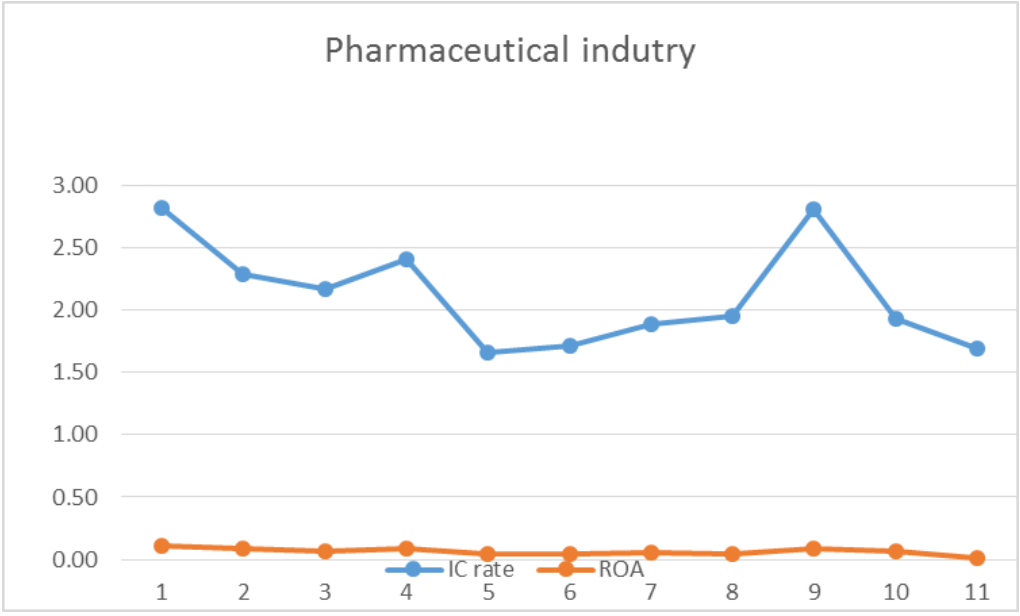


Figure 3. The impact of the changes in IC and profitability

The figure doesn't show any direct effect of the coronavirus on the profitability. As mentioned earlier, such impact could be seen, when introducing the whole year 2020 or at least, the second quarter in the study.

3.2. The firm in the manufacturing industry

Table 2. Intellectual capital efficiency, the ROA and ROE in the manufacturing firm

Years	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
IC effiency rate	2.07	1.90	1.45	1.30	1.37	1.65	2.47	1.77	1.74	1.42	0.90
ROA	6.10%	6.06%	3.33%	2.56%	5.25%	5.07%	12.25%	6.91%	4.30%	3.14%	-0.02%
ROE	8.64%	8.54%	4.05%	2.34%	2.43%	5.55%	16.26%	8.99%	6.28%	4.26%	-0.35%

The changes of profitability and intellectual capital efficiency in the firm operating in the manufacturing industry can be seen on figure 4

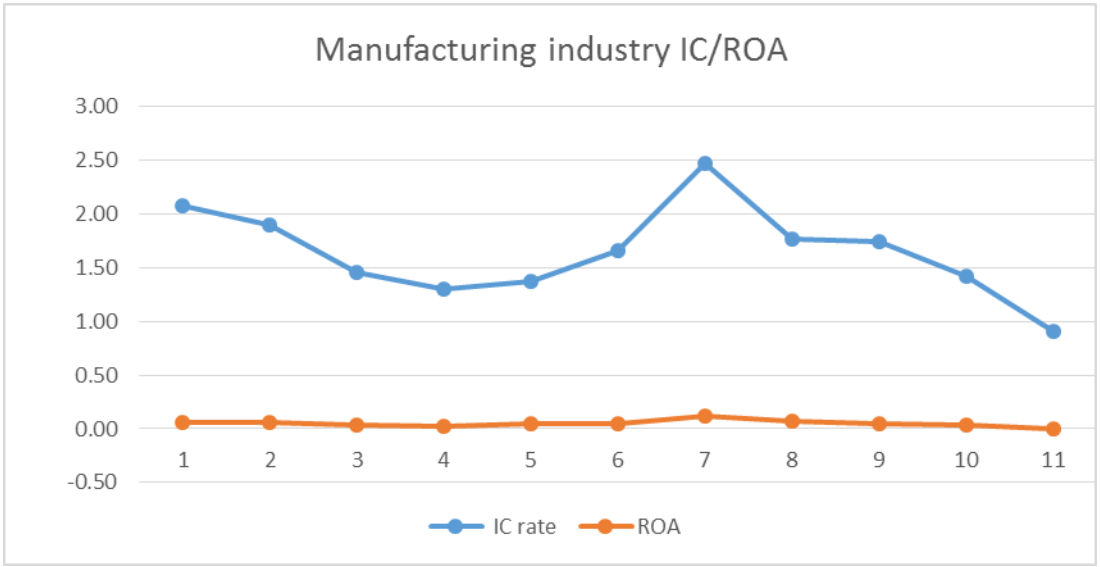


Figure 4. The impact of the changes in IC and profitability in the manufacturing industry

The same conclusion could be drawn when reading table 2 and figure 4, related to the firm operating in the manufacturing industry. The highest intellectual capital efficiency rate of 2.47 in 2016 is related to the highest ROA and ROE, respectively 12.25% and 16.26%. However, It can be seen that in 2010, with an IC efficiency rate of 2.07, the ROA and ROE are respectively 6.10% and 8.64%. In 2013, however, with the lowest IC efficiency rate of 1.30, the profitability ratios are the lowest 2.56% and 2.34%.

As in the previous case, the results of 2020, could not be very significant, due to the same reasons underlined above related to the company operating in the pharmaceutical industry.

3.3. The firm in tourism and hospitality industry

Table 3. Intellectual capital efficiency, the ROA and ROE in the tourism and hospitality firm

Years	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020**
IC effiency rate	2.06	1.85	1.70	2.12	1.75	1.76	1.45	1.27	1.38	1.11	-2.14
ROA	2.93%	2.77%	4.35%	3.70%	2.51%	2.46%	1.76%	1.18%	1.78%	0.45%	-1.42%
ROE	2.84%	2.56%	4.75%	3.92%	2.15%	2.37%	3.53%	3.86%	2.26%	3.52%	-2.05%

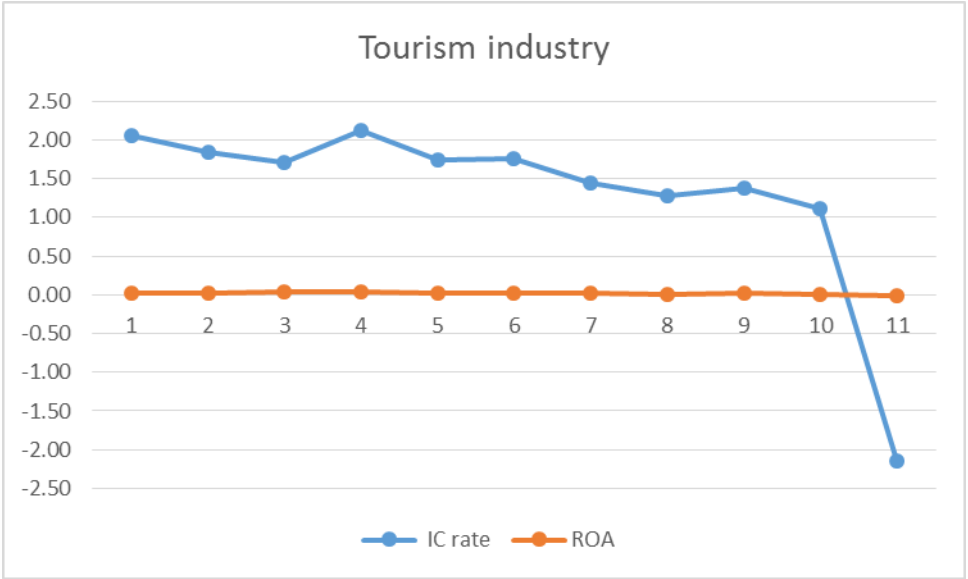


Figure 5. The impact of the changes in IC and profitability in the tourism and hospitality firm

For the firm operating in the hospitality industry, the highest level of efficient of IC i.e. 2.12 is reached in 2013, but the profitability ratios are not the highest, with the ROA of 3.70% and the ROE = 3.92%. The highest levels of profitability are generated a year ealier in 2012, with the ROA = 4.35% and the ROE = 4.75%. However, in 2012 the IC efficiency is 1.70, falling in the sixth range, If the IC efficiency ratios are ranked. The results of the first 2020 are particular, with a negative IC efficiency rate, and profitability ratios. The main reason is that the first quarter of the year is traditionally the lowest season of the business. The firm operates in a segment with high seasonality and the high period of activity is during Summer. The firm didn't published the first quarter individual accounts and the consolidated were used, instead for the calculations. This had certainly led to not accurate results.

Discussion and Conclusion

The primarly objective of this paper is to explore any effect of the coronavirus pandemic situation on the profitability of three selected companies operating in three different industries, and draw conclusion on the industrial specifities of the impact of economic lockdown due to the crisis.

It has been demonstrated that some industries have been severely much more impacted than others; mainly tourism and particularly the aviation industry. That's the reason, why, no airline was studied and, instead a firm operating in the hospitability industry.

Although, there is a tremendous number of information and data on the effect of the coronavirus crisis on the activity of several industries, this paper didn't arrive at any evidence showing such effects. The reasons could lay on the following:

- The sample of the firms studied is very limited. In fact, although, leaders in their industries, the number of firms studied could not be enough to arrive at consistent results

- Because the second quarter accounts are not yet published, only the first quarter of the year's data have been used

- For most of the studied firms, the effect of the covid-19 could not be seen during the first quarter of the year 2020, because the lockdown started in the mid of March 2020.

- Further analysis including a regression, and more data in the sample could lead to better undertanding of the impact of the crisis on the profitability of the studied firms.

REFERENCES

1. Black, S. and Lynch, L. M. (1996), Human capital investment and productivity, The american economic review, vol. 86
2. Bisogno et al. (2017), The role of intellectual capital in improving organizational performance in healthcare organizations: insights from Italy, EIASM, 13th Interdisciplinary workshop on Intangibles and intellectual capital, value creation, integrated reporting and governance, Italy.
3. Bontis, N. (1999) Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field, International Journal Technology Management, Vol.18;
4. Bontis, N. (2001) Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, International Journal of management research
5. Bradley K. & Albert, S. (1996) Intellectual capital as the foundation for new conditions relating to organizations and management practices, working papers series N° 15; Milton Keynes, Open university Business School
6. Edvison, L. & Malone, M. S. (1997) Intellectual capital, realising your company's true value by finding its hidden brainpower, Harper Collins Publishers, New York
7. European CDC, Covid-19 situation update as of July 13, 2020.
8. https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases
9. Joshi, M. al. (2013) Intellectual capital and financial performance: an evaluation of the Australian financial sector, Journal of Intellectual capital, vol. 14, issue 2
10. Kasarova, V. et al. (2010) Intellectual capital and value creation: Evidence from Bulgarian companies, listed on the BSE, EIASM, 6th Interdisciplinary workshop on Intangibles, intellectual capital & extra-financial information, Catania
11. Lev, B. Zambon, S. (2003) Intangibles and intellectual capital: an introduction to a speical issue, European Accounting Review, vol. 12, Issue 4
12. Lev, B., Zarowin, P (1999) The bondaries of financial reporting and how to extend them, Journal of Accounting Research, vol. 37, Issue 2
13. Ozkan, N., Cakan S. and Kayacan, M. (2017) Intellectual capital and financial performance: A study of the Turkish Banking Sector, Borsa Istanbul Review, vol. 17, Issue 3
14. Stewart, T. (1997) Intellectual capital: the new wealth of nations, Doubleday Dell Publishing Group, Inc., New York.

15. Sveiby, K.E. (1997) The new organisational wealth: Managing and measuring knowledge based assets, Berrett-Koehler Pub. Inc., San Francisco
16. Sveiby, K.E. (2004) Methods for measuring intangible assets. (www.sveiby.com/articles/intangiblemethods.html).
17. Sydler, R. Haeflinger, S. and Pruksa, R. (2014). Measuring intellectual capital with financial figures. Can we predict firm profitability? European Management Journal, vol. 32
18. Tan, H. P., Plowman, D. and Hancock, P. (2007). Intellectual capital and financial returns of companies, Journal of Intellectual Capital, vol. 8
19. Zambon, S (2016), Ten years after: the past, present and the future of scholarly investigation on intangibles and intellectual capital (IC), Journal of intellectual capital, vol. 17, Issue 1.

ORGANIZATIONAL AND CULTURAL DRIVERS OF HOTEL EMPLOYEES' BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR: MEDIATION AND MODERATION ANALYSES

ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ VỀ TỔ CHỨC VÀ VĂN HOÁ ĐẾN HÀNH VI HƯỚNG ĐẾN THƯƠNG HIỆU CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN: PHÂN TÍCH MỐI QUAN HỆ TRUNG GIAN VÀ ĐIỀU TIẾT

PhD. Hoang Trong Hung

University of Economics, Hue University

Abstract

Using social exchange theory, this paper aims to test a model depicting the mediating role of supervisor support and co-worker support on the relationship between organizational learning culture and employee brand citizenship behavior (BCB), taking into account the moderating role of employees' collectivist orientation. Data collected from 302 hotel employees in Vietnam and structural equation modeling (SEM) was used to test the model. The results suggest that there is a significant positive influence of organizational learning culture on supervisor support and on co-worker support. Further, supervisor support and co-worker positively influence hotel employees' BCB. Supervisor support and co-worker fully mediate the relationship between organizational learning culture and employee BCB. Interestingly, the influence of supervisor support and co-worker support on employee BCB is positively moderated by employees' collectivist orientation.

Keywords: *brand citizenship behavior; social exchange theory; hotel employees*

Tóm tắt

Bằng việc sử dụng lý thuyết trao đổi xã hội, mục đích của bài viết này nhằm kiểm định mô hình vai trò trung gian của sự hỗ trợ giám sát, sự hỗ trợ của đồng nghiệp đến mối quan hệ giữa văn hoá học tập của tổ chức và hành vi hướng đến thương hiệu của nhân viên khách sạn, trong đó có xem xét đến vai trò điều tiết của định hướng tập thể của nhân viên. Dữ liệu được thu thập từ 302 nhân viên khách sạn ở Việt Nam và mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính được sử dụng để kiểm định mô hình. Kết quả cho thấy có mối liên hệ có ý nghĩa giữa văn hoá học tập của tổ chức và sự hỗ trợ của giám sát, hỗ trợ của đồng nghiệp. Hỗ trợ của giám sát, hỗ trợ của đồng nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến hành vi thương hiệu của nhân viên. Từ đó, hỗ trợ của giám sát, hỗ trợ của đồng nghiệp đóng vai trò trung gian toàn phần đến mối quan hệ giữa văn hoá học tập của tổ chức và hành vi thương hiệu của nhân viên. Một phát hiện thú vị là mối liên hệ giữa hỗ trợ giám sát, hỗ trợ của đồng nghiệp đến hành vi thương hiệu của nhân viên sẽ tích cực hơn đối với những nhân viên có định hướng tập thể cao hơn.

Từ khoá: *hành vi hướng đến thương hiệu; lý thuyết trao đổi xã hội; nhân viên khách sạn*

1. Introduction

Market competition in the hospitality sector in Asian emerging markets, including Vietnam is intense (Dhar, 2015; Viglia et al., 2016), requiring hotels to implement differentiation strategies to maintain a competitive advantage (Sánchez-Pérez et al., in press). To maintain their customer base, hotels must compete with superior service quality, as customers place increasing scrutiny on the behaviors of hotel employees, whose service excellence is essential for the success of the organizational brand (Chang, 2016). As such, hospitality scholars (e.g., Chiang et al., 2012; Piehler, 2018; Xie et al., 2014) have generally agreed on the crucial role of brand citizenship behavior (BCB) in driving superior performance of hospitality organizations. First introduced by Burmann and Zeplin (2005), BCB refers to employees' effort beyond their immediate roles for the good of the brand and customer expectations. When employees live the brand, BCB is positively associated with employee service performance (Ngo et al., 2019), thereby inspiring customer trust in the brand (Xie et al., 2014), increasing customer satisfaction (Chiang et al., 2012), and fostering loyalty (Yakimova et al., 2017).

Hospitality research has to date explained some antecedents of BCB such as internal brand management (Piehler, 2018; Porricelli , 2014), brand commitment (Burmann et al., 2009), and brand communications (Baker et al., 2014; Piehler et al., 2019) from a brand management perspective. Scholars have additionally emphasized the role of perceived organizational support (Xie et al., 2014), brand leadership (Nguyen et al., 2019), brand psychological ownership and brand-centered human resource management (Chiang et al., 2012) in strengthening BCB. Nevertheless, our understanding of what drives BCB of employees in the hospitality sector remains incomplete. Specifically, little is known about the extent to which organizational factors, support from both formal organizational agents and informal organizational agents, taking into account the influence of employees' cultural orientation, drive the BCB of hospitality employees.

By using social exchange theory, which explains how the quality of social exchange leads to reciprocity among employees (Blau, 1986), this paper advances existing knowledge on the antecedents of BCB by linking it to both organizational and cultural characteristics. First, we investigate the extent to which supervisor support and co-worker support mediate the impact of organizational learning culture on employee BCB. Second, we examine how employees' collectivist orientation plays as a cultural factor on the relationship between organizational learning culture, supervisor support, co-worker support and employee BCB. In particular, we draw from the experience of Vietnam, a smaller Asian emerging market. As a result of economic reform policies and its WTO accession in 2007, Vietnam has become an attractive destination for tourists, with the growth in arrivals significantly increasing from 2.4 million in 2003 to a staggering 12.9 million tourists in 2017 (Vietnamese General Statistics Office, 2018). According to the World Travel and Tourism Council (2019), the industry contributed 9.2 per cent to the national GDP and employed more than 4 million people in 2018. While tourist hotels have been given more opportunities in utilizing their organizational practices for attracting tourists, they are increasingly facing severe competition, especially competition from larger foreign hotel corporations (Trinh, 2010).

2. Literature review and hypothesis development

2.1. The concept of employee brand citizenship behavior

BCB originates from the organizational citizenship behavior (OCB) concept, referring to employees' intention to exhibit extra-role behaviors beyond their prescribed job requirements (Organ, 1988). Despite their similarity, BCB and OCB are distinctively different. The main difference between these two concepts is that BCB focuses on brand-oriented behaviors that bring a brand to life (Burmann and Zeplin, 2005), whereas OCB is related to intra-organizational behaviors only. More specifically, BCB goes beyond the scope of OCB by including externally targeted behaviors that help enhance brand identity (Burmann and Zeplin, 2005). Intra-organizational behavior includes helping co-workers with work-related problems and organizational compliance (Burmann et al., 2009). Externally targeted behaviors related to BCB include an understanding of its impact on the brand, willingness to engage customers for the benefit of the brand, clarifying customers' misunderstanding of the brand and recommendation of the brand to others (Baker et al., 2014; Ngo et al., 2019; Xie et al., 2014; Yakimova et al., 2017).

2.2. Organizational learning culture and brand citizenship behavior

To gain employees' positive attitudes and behavior toward their organizational brand, especially to help employees undertake in-role and extra-role behavior to enhance the identity of the brand, employees need to possess the brand knowledge with respect to their roles and responsibilities (Xiong and King, 2018). The notion of organizational learning culture is an important source of formal organizational support helping employees perform their in-role and extra-role behavior. Organizational learning culture refers to "an organization skilled at creating, acquiring and transferring knowledge, and at modifying its behavior to reflect new knowledge and insights" (Garvin, 1993, p.80). Through organizational learning culture, employees acquire knowledge about their organizational vision and mission, their organizational brand's identity, their job responsibilities, and role clarity are supported with an environment that stimulates and rewards for learning and taking initiatives that could enhance the brand strength. As a formal organizational support mechanism, organizational learning culture helps employees enhance their brand knowledge, and demonstrates their roles and behaviors that are consistent with the brand promise of their organization. Thus, we propose the following hypothesis:

H1*:* Employees' perception of organizational learning culture is positively associated with their brand citizenship behavior.

2.3. Supervisor support, co-worker support and brand citizenship behavior

Employees receive support from both formal agents (e.g., supervisor support) and informal agents (e.g., their co-workers) (Xiong and King, 2018). Supervisor support and co-worker support refer to the degree to which employees perceive their supervisors and colleagues help and assist them in understanding and performing their roles and responsibilities (Xiong and King, 2018). In the hospitality industry, such kinds of support are crucial in enhancing an employee's attitudes and behavior toward their organizational brand for two major reasons. First, the hospitality industry is characterized by unfavorable

working conditions such as high workload, long and irregular working hours (Lu et al., 2016). The support from supervisors and co-workers (e.g., assistance when needed, contribution to solving job-related problems) will help employees minimize job stress and burnout, and subsequently may enhance their BCB. Second, based on social exchange theory, employees' perception about their supervisor and co-worker support will send a message that their organization cares about them and their well-being. As such, employees are willing to engage in extra-role behavior that could help strengthen the identity of their organizational brand. Thus, our next hypotheses are:

H2a*:* Employees' perception of supervisor support is positively associated with their brand citizenship behavior.

H2b*:* Employees' perception of co-worker support is positively associated with their brand citizenship behavior.

2.4. Organizational learning culture, supervisor support and co-worker support

Organizational learning culture implemented in an organization signals to its employees the extent to which the organization expects, rewards and values learning for good service provision. Indeed, organizations that emphasize the importance of learning and sharing knowledge and provide a favorable environment for their staff to learn (e.g. learn how to resolve customer-related problems effectively, learn how to serve customers in a professional manner) can send the message about how organizations emphasize the importance of service quality and every member of the organization needs to be oriented toward achieving high quality customer services. Thus, this process in turn may facilitate the development of supportive and collaborative behavior among employees and supervisors. Hence, we hypothesize the following relationships:

H3a: Employees' perception of organizational learning culture is positively associated with employees' perceived supervisor support.

H3b: Employees' perception of organizational learning culture is positively associated with employees' perceived co-worker support.

Based on H2a, H2b and H3a, H3b, we also propose that:

H4a: Employees' perception of supervisor support mediates the relationship between organizational learning culture and employee BCB.

H4a: Employees' perception of co-worker support mediates the relationship between organizational learning culture and employee BCB.

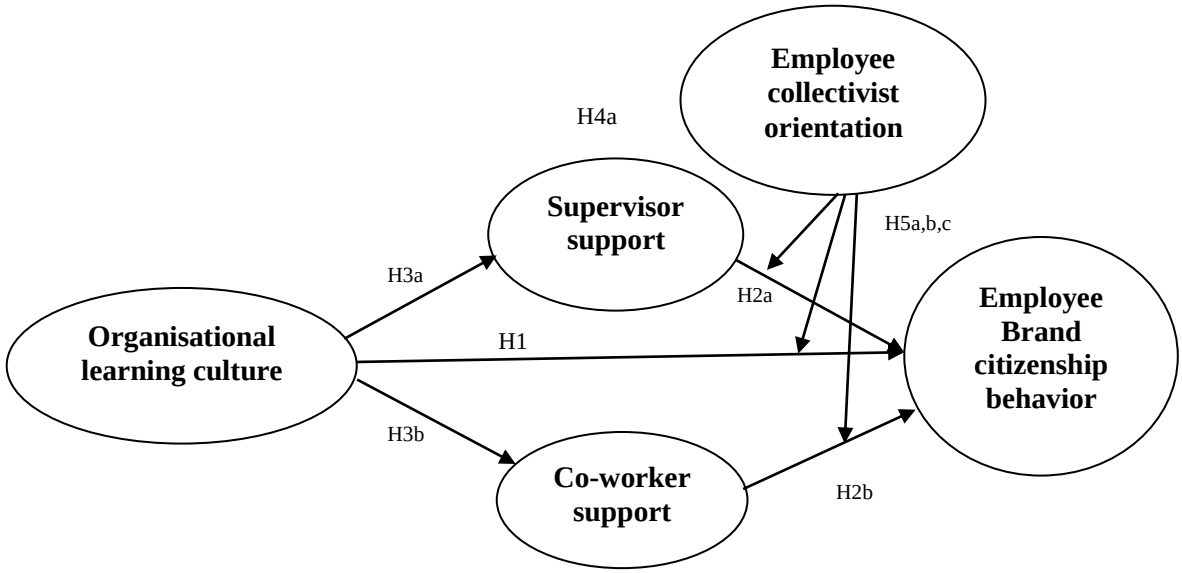
2.5. The moderating role of employees' collectivist orientation

Employees' collectivist orientation refers to the tendency of employees to view themselves as separable (individualism) or inseparable (collectivism) from other in-group members (Triandis, 2001; Triandis, Leung, Villareal, & Clack, 1985). According to Farh et al. (2007), Hackett, and Liang, and Wang et al. (2004) individual diversity in cultural orientation is likely to exist in a country. Caprar (2011) also found diverse cultural values among employees working in MNCs in an emerging market. Farh et al. (2007), Newman and Butler (2013), and Wang et al. (2004) argued that the relationship of perceived

organisational support on employee outcomes are stronger for people scoring low in individualism or high in collectivism. For example, individuals scoring high in collectivism are more likely to be reliant to reciprocity norms and support the organizational goals. However, none of the previous studies have explored the impact of antecedents of employee BCB under different employees' collectivist orientation. Based on the reciprocity norms of social exchange theory, we argue that the influence of antecedents on employee BCB will be stronger for those scores low in individualism (or high in collectivism). Thus, we propose that:

H5: Employees' collectivist orientation positively moderates the influence of perceived (a) organizational learning culture, (b) supervisor support and (c) co-worker support on BCB.

Figure 1. Proposed model



3. Method

3.1. Data collection and sample

We collected data from hotel employees in major tourist cities of Vietnam, including Hanoi capital, Ho Chi Minh city, Danang city and Hue city. These hotels are four- and five-star hotels and are among the most well-known tourist hotels in Vietnam. We contacted the hotels directly and asked for their approval to conduct a survey with their employees. After gaining their approval, we relied on the quota sampling approach to ensure that employees from various functional departments, roles and position levels were well represented (Zikmund et al., 2011). Questionnaires were distributed to employees by their respective HR departments. To assure the confidentiality and anonymity of responses, we asked employees to return the completed surveys in a sealed envelope to a confidential return box. Employees were also clearly informed that their participation was voluntary and the anonymity of respondents was ensured. We distributed a total of 520 questionnaires, and 322 questionnaires were returned, 20 of which were unusable due to missing data. Thus, a total of 302 questionnaires were used for analysis. Characteristics of respondents are shown in Table 1.

Table 1. Characteristics of the sample

Characteristics	*Frequency*	*Percentage*
Gender		
Male	109	36.1
Female	193	63.9
Age		
20-30	178	58.9
31-40	99	32.8
Over 40	25	8.3
Working tenure		
Less than 1 years	45	14.9
1-less than 3 years	113	37.4
3-less than 5 years	65	21.5
5 years or more	79	26.2
Education		
High school	38	12.6
Diploma or Certificate	108	35.8
Undergraduate	148	49.0
Postgraduate	8	2.6

3.3. Measurements

We adopted established measures from the literature of service research. All measures were on a 7-point Likert-type scale from either (1) "strongly disagree" to (7) "strongly agree".

The seven-item scale for organizational learning culture was adopted from Yang et al. (2004). Example item include "In my organization, leaders continually look for opportunities to learn".

Supervisor support was measured by four items from Chan and Lam (2011). Example item include "My supervisors always helps me solve work-related problems are willing to listen to my job-related problems".

Co-worker support was measured by four items from Chan and Lam (2011). Example item include "My co-workers are willing to listen to my job-related problems".

The scale for employees' collectivist orientation was adapted from (Yoo and Donthu, 2002). Example item include: "Individuals should stick with the group even through difficulties".

BCB was adapted from King and Grace (2012). Example item include: "I demonstrate behaviors that are consistent with the brand promise of the company I work for".

Finally, in line with previous studies (e.g., Chiang et al., 2012; Piehler, 2018; Xie et al., 2014), demographics of respondents (gender, working tenure, education) were included as control variables.

4. Findings

4.1. Confirmatory factor analysis

As the constructs were adapted from previous studies, in order to evaluate the fit of the measurement model and check reliability and validity of the constructs, confirmatory factor analysis (CFA) was utilized. The CFA of the measurement model (five-factor model) indicated a good fit with the data ($\chi 2/df = 2.42$, CFI = 0.91, GFI = 0.85, IFI = 0.92, RMSEA = 0.07). Further, when we compared the five-factor model with the alternative models in which we combined the separate factors together, the results indicated that the five-factor model had better fit indices than the alternative models. The CFA also provided support for convergent and discriminant validity of all constructs. The standardized factor loadings for all constructs in this study ranged from 0.58 to 0.84 and were significant ($p < 0.001$). Composite reliability (CR) values for all constructs were between 0.86 to 0.89, exceeding the prescribed minimum requirement (0.6). The Cronbach alpha values exceeded 0.7, and the AVE values all exceeded 0.5 (see Table 2). All constructs achieved discriminant validity as all AVE values were greater than the squared correlation estimate (Fornell and Larcker, 1981).

Table 2. Descriptive statistics, reliability and validity measures

	Mean	SD	Cronbach's alpha	CR	AVE
1. Supervisor support	5.42	1.09	0.87	0.87	0.62
2. Co-worker support	5.62	0.95	0.89	0.86	0.61
3. Organizational learning culture	5.32	1.00	0.89	0.89	0.53
4. Collectivist orientation	5.19	1.17	0.86	0.89	0.61
5. BCB	5.73	0.92	0.89	0.89	0.57

4.3. Research results

Structural equation modeling (SEM) in AMOS 22.0 was utilized to text the relationships proposed in the model. Our sample size (320) is sufficient for data analysis as the suggested sample size for using SEM should be at least 200 (Kline, 2011).

The structural model provides a reasonable fit to the sample data. All goodness-of-fit indices were within acceptable range ($\chi 2/df = 2.42$, CFI = 0.91, GFI = 0.87, IFI = 0.91, RMSEA = 0.07). The standardized factor loadings shown in Table 4 indicate that organizational leaning culture did not directly influence employee BCB ($p>0.05$), thus H1 was not supported. However, supervisor support was positively related to employee BCB ($r = 0.22$, $p < 0.001$), thus supporting H2a, and co-worker support was positively related to employee BCB ($r = 0.28$, $p < 0.001$), thus supporting H2b. Further, organizational learning

culture was found to have positive significant effects on supervisor support and co-worker support ($r = 0.68$, $p < 0.001$ and $r = 0.66$, $p < 0.001$, respectively), thus supporting H3a and H3b. Organizational learning culture accounts for 46 per cent of the variance of supervisor support and 44 per cent of the variance of co-worker support. In addition, supervisor support and co-worker support explain 52 per cent of the variance in employee BCB. Regarding the control variables, only gender has a significant impact on employee BCB ($r = 0.18$, $p<0.05$).

Table 3. Standardized structural paths

Structural path	Standardized estimate	Result
Organizational learning culture → BCB	ns	H1 not supported
Supervisor support → BCB	0.22***	H2a supported
Co-worker support → BCB	0.28***	H2b supported
Organizational learning culture → Supervisor support	0.68***	H3a supported
Organizational learning culture → Co-worker support	0.27***	H3b supported
Control variables		
Gender	0.18*	
Tenure	-0.09^{ns}	
Education	0.03^{ns}	

Note: *** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, ns: non-significant

Further, H4a and H4b argue supervisor support and co-worker support mediate the relationship between organizational learning culture and BCB. To test the mediating effects, we used SEM with bias-corrected bootstrapping and 2,000 re-samples (Goodwin et al., 2011; Lau and Cheung, 2012). Table 4 shows that the direct paths from supervisor support and co-worker support (independent variables) to BCB (dependent variable) were statistically significant ($p<0.01$), the direct path from organizational learning culture (independent variable) to BCB (dependent variable) was not statistically significant ($p>0.05$). Further, the bootstrapped bias-corrected confidence intervals indicated that both paths from organizational learning culture to supervisor support and to co-worker support were statistically significant (see Table 4). The standardized indirect effects from organizational learning culture on employee BCB through supervisor support and co-worker support were 0.22, $p<0.01$ and 0.24, $p<0.01$, respectively. This suggests supervisor support and co-worker support fully mediate the relationship between organizational learning culture and BCB. Thus, H4a and H4b were supported.

Table 4. Testing the mediating effects using bootstrapping

Relationship	Standardized indirect effect	95% confidence interval
Organizational learning culture → Supervisor support → BCB	0.22**	0.136 to 0.345
Organizational learning culture → Co-worker support → BCB	0.24**	0.119 to 0.394

Note: *** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, ns: non-significant

Finally, in order to test the moderating effect of employee collectivist orientation, we centered all independent and moderator variables by standardizing each variable at a mean of zero and standard deviation of 1 and created interaction terms (Aiken and West, 1991). Regarding H5a, because we did not find a significant direct relationship between organizational learning culture and employee BCB, H5a was not tested. Regarding H5b and H5c, results show that there is a significant moderating effect of employee collectivist orientation on supervisor support - BCB relationship (ß = 0.1, $p < 0.05$) and on co-worker support - BCB relationship (ß = 0.09, $p < 0.05$), supporting H5b and H5c. That is, employee collectivist orientation enhances the positive influence of supervisor support on BCB and co-worker support on BCB.

Table 5. Moderating effects of employee collectivist orientation

	Path estimate	Result
Supervisor support x Employee collectivist orientation → Employee BCB	0.10*	H5a supported
Co-worker support x Employee collectivist orientation → Employee BCB	0.09*	H5b supported

Note: * $p < 0.05$

5. Discussion and implications

Our research contributes to the extant literature in several ways. First, we verified that organizational learning culture, supervisor support and co-worker support have a positive influence on employee BCB in the hospitality industry. Although prior studies (Baker et al., 2014; Chang et al., 2012; Nguyen et al., 2019; Yakimova et al., 2017) have indicated internal branding practices positively influence BCB, the investigation of support from both informal organizational agents (i.e., co-worker support) and formal organizational agents (i.e., organizational learning culture, supervisor support) in cultivating employee BCB have not been explored. Through social exchange theory, we provide empirical evidence that both supervisor support and co-worker support fully mediate the relationship between organizational learning culture and employee BCB. When hotel employees are supported with organizational resources and practices, they feel a sense of obligation to reciprocate and support their organizational brand success (Blau,

1968). This is in line with Xiong and King's (2018) study which suggest both formal and informal support are crucial in the hospitality sector to promote employee attitudes and behavior toward their organizational brand, given that hospitality employees are likely to be facing job stress and burnout under such conditions. In particular, in the context of Vietnam which is a collectivist culture, the reciprocation is more prominent, and employees are more willing to pay back to the company (e.g. exhibiting brand support behavior) when receiving the support from their organization.

Additionally, we found that the influence of supervisor support and co-worker support on hotel employee BCB vary according to employees' collectivist orientation. Using social exchange theory to explain employee attitudes and behaviour, Rhoades and Eisenberger (2002: 711) indicated that the influence of organisational support on employee attitudes and behaviour is dependent on "employee's acceptance of the reciprocity norm as a basis for employee-employer relationships". Our findings show that employees high in collectivism are better able to internalise the support from their supervisors and co-workers and are more likely to reciprocate and support their organizational brand by putting extra effort into service delivery. Thus, our findings extend prior studies (Farh et al., 2007; Newman & Butler, 2014) on the impact of individual cultural orientations on the effectiveness of organisational support.

Our findings suggest that hotel managers need place a strong emphasis on learning culture and support among supervisors and employees in order to foster employee BCB. Organizational learning culture helps employees enhance the brand knowledge with respect to their roles and responsibilities, which promote their confidence in delivering the brand promise of their organization. On the one hand, hotel managers can provide the necessary resources for learning and devise HR policies to reward active learning and initiatives. For example, formal mentor programs could be used to create a supportive environment among managers and employees (Xiong and King, 2018). On the other hand, hospitality managers need to stimulate informal social interactions and relationships among employees in order to promote employee BCB.

Additionally, hotel managers should take into account the role of employee collectivist orientation on promoting employee BCB. For employees higher in collectivism, supervisor support and co-worker support could exert a more positive effect on employee BCB. Thus, it is recommended that hotel managers should assess employee's collectivist orientation during the selection process. Further, hotel managers may need to create an environment that could facilitate collaboration among employees.

In this study, we drew from a small sample of hotel employees in Vietnam using self-reported data. Our research findings can also be strengthened with data from multiple sources, by collecting data from not only employees but also from co-workers and supervisors. While our study focuses on the small Asian emerging market of Vietnam, validating our findings in other emerging market regions would advance our understanding of the model. Further studies can also investigate other outcomes of employee BCB such as brand loyalty, and the customer relationship from a customer perspective.

Acknowledgement

This research is funded by Vietnam National Foundation for Science and Technology Development (NAFOSTED) under grant number 502.02-2018.33

REFERENCES

1. Aiken, L. S., and West, S. G. 1991. Multiple regression: Testing and interpreting interactions. Newbury Park: Sage Publications.
2. Auh, S., Menguc, B., Jung, Y. S. 2014. Unpacking the relationship between empowering leadership and service-oriented citizenship behaviors: a multilevel approach. Journal of the Academy of Marketing Science, 42(5), 558-579.
3. Baker, T. L., Rapp, A., Meyer, T., Mullins, R. 2014. The role of brand communications on front line service employee beliefs, behaviors, and performance. Journal of the Academy of Marketing Science, 42(6), 642-657.
4. Baron, R. M., Kenny, D. A. 1986. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of personality and social psychology, 51(6), 1173-1182.
5. Belarmino, A., Koh Y. 2020. A critical review of research regarding peer-to-peer accommodations. International Journal of Hospitality Management, 84, in press.
6. Blau, P. M. 1968. Social exchange. In D. L. Sills (Ed.), International Encyclopedia of the Social Sciences, Vol. 7, 452-458. New York: MacMillan.
7. Bowen, D., Schneider, B., Kim, S. 2000. Shaping service cultures through strategic human resource management. In T. A. Swartz and D. Iacobucci (Eds.), Handbook of Services Marketing and Management: 439-454. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
8. Burmann, C., Zeplin, S. 2005. Building brand commitment: A behavioural approach to internal brand management. Journal of Brand Management, 12(4), 279-300.
9. Burmann, C., Zeplin, S., Riley, N. 2009. Key determinants of internal brand management success: An exploratory empirical analysis. Journal of Brand Management, 16(4), 264-284.
10. Caprar, D. V. 2011. Foreign locals: A cautionary tale on the culture of MNC local employees. Journal of International Business Studies, 42(5): 608-628.
11. Cavusgil, S., Buckley, P. 2016. Interdisciplinary perspectives on the middle-class phenomenon in emerging markets. International Business Review, 25(3), 621-623.
12. Chan, K. W., Lam, W. 2011. The trade-off of servicing empowerment on employees' service performance: Examining the underlying motivation and workload mechanisms. Journal of the Academy of Marketing Science, 39(4), 609-628.
13. Chang, A., Chiang, H.-H., Han, T.-S. 2012. A multilevel investigation of relationships among brand-centered HRM, brand psychological ownership, brand citizenship behaviors, and customer satisfaction. European Journal of Marketing, 46(5), 626-662.
14. Chang, K.-C. 2016. Effect of servicescape on customer behavioral intentions:

Moderating roles of service climate and employee engagement. International Journal of Hospitality Management, 53, 116-128.

15. Chen, C.-F., Kao, Y.-L. 2014. Investigating the moderating effects of service climate on personality, motivation, social support, and performance among flight attendants. Tourism Management, 44, 58-66.
16. Chiang, H., Chang, A., Han, T. 2012. A multilevel investigation of relationships among brand-centered HRM, brand psychological ownership, brand citizenship behaviors, and customer satisfaction. European Journal of Marketing, 46(5), 626-662.
17. De Jong, A., de Ruyter, K., Lemmink, J. 2004. Antecedents and consequences of the service climate in boundary-spanning self-managing service teams. Journal of Marketing, 68(2), 18-35.
18. Delcourt, C., Gremler, D. D., van Riel, A. C., van Birgelen, M. 2013. Effects of perceived employee emotional competence on customer satisfaction and loyalty: The mediating role of rapport. Journal of Service Management, 24(1), 5-24.
19. Dhar, R. L. 2015. The effects of high performance human resource practices on service innovative behaviour. International Journal of Hospitality Management, 51, 67-75.
20. Farh, J.-L., Hackett, R. D., & Liang, J. 2007. Individual-level cultural values as moderators of perceived organizational support - employee outcome relationships in China: Comparing the effects of power distance and traditionality. Academy of Management Journal, 50(3): 715-729.
21. Fox, J. T. 2020. How hotel companies are working to lessen coronavirus impact, https://www.hotelmanagement.net/operate/hotels-respond-to-coronavirus-threat, accessed 19 February 2020.
22. Fornell, C., Larcker, D. F. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
23. Gamble, J., Tian, A. W. 2015. Intra-national variation in organizational commitment: Evidence from the Chinese context. International Journal of Human Resource Management, 26(7), 948-970.
24. Garvin, D. 1993. Building a learning organization. Harvard business review, 71(4), 78-91.
25. Goodwin, R. E., Groth, M., Frenkel, S. J. 2011. Relationships between emotional labor, job performance, and turnover. Journal of Vocational Behavior, 79(2), 538-548.
26. Gould-Williams, J. 2007. HR practices, organizational climate and employee outcomes: evaluating social exchange relationships in local government. International Journal of Human Resource Management, 18(9), 1627-1647.
27. Grewal, R., Tansuhaj, P. 2001. Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility. Journal of Marketing, 65(2), 67-80.
28. Hartline, M. D., Ferrell, O. C. 1996. The management of customer-contact service

employees: An empirical investigation. Journal of Marketing, 60(4), 52-70.

29. Hoang, H. T., Rao Hill, S., Freeman, S., Lu, V. N., Imrie, B. C. 2017. Developing service climate in local vs. foreign firms in smaller Asian emerging markets: a resource-based and social exchange perspective. International Journal of Human Resource Management, 28(4), 627-656.
30. Hoang, H. T., Rao Hill, S., Lu, V. N., Freeman, S. 2018. Drivers of service climate: an emerging market perspective. Journal of Services Marketing, 32(4), 476-492.
31. Ivanov, S., Gretzel, U., Berezina, K., Sigala, M., Webster, C. 2019. Progress on robotics in hospitality and tourism: a review of the literature. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 10(4), 489-421.
32. Jaworski, B. J., Kohli, A. K. 1993. Market orientation: Antecedents and consequences. Journal of Marketing, 57(3), 53-70.
33. Kardes, I. 2016. Reaching middle class consumers in emerging markets: Unlocking market potential through urban-based analysis. International Business Review, 25(3), 703-710.
34. Kim, S.S., Kim, P.B., Kim, S., Kruesi, M.A.. 2020. An examination of progressive effects of hotel frontline employees' brand perceptions on desirable service outcomes. International Journal of Hospitality Management, 84, article 102334.
35. King, C., Grace, D. 2012. Examining the antecedents of positive employee brand-related attitudes and behaviours. European Journal of Marketing, 46(3/4), 469-488.
36. Kline, R. B. 2011. Principle and practice of structural equation modeling (3rd ed.). New York: The GuilFord Press.
37. Kurtessis, J. N., Eisenberer, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., Adis, C. S. 2017. Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. Journal of Management, 43 (6), 1854-1884.
38. Lau, R. S., Cheung, G. W. 2012. Estimating and comparing specific mediation effects in complex latent variable models. Organizational Research Methods, 15(1), 3-16.
39. Li, Y., Huang, S. S. 2017. Hospitality service climate, employee service orientation, career aspiration and performance: A moderated mediation model. International Journal of Hospitality Management, 67, 24-32.
40. Lin, P. M. C., Fan, D. X. F., Zhang, H. Q., Lau, C. 2019. Spend less and experience more: Understanding tourists' social contact in the Airbnb context. International Journal of Hospitality Management, 83, 65-73.
41. Little, M., Dean, A. 2006. Links between service climate, employee commitment and employees' service quality capability. Managing Service Quality, 16(5), 460-476.
42. Lu, V. N., Capezio, A., Restubog, S. L. D., Garcia, P. R., Wang, L. 2016. In pursuit of service excellence: Investigating the role of psychological contracts and organizational identification of frontline hotel employees. Tourism Management, 56, 8-19.
43. Lu, V.N, Wirtz, J., Kunz, W., Paluch, S., Gruber, T., Martins, A., Patterson, P. 2020. Service robots, customers, and service employees: what can we learn from the

academic literature and where are the gaps? Journal of Service Theory and Practice, forthcoming.

44. Ma, Z., Dubé, L. 2011. Process and outcome interdependency in frontline service encounters. Journal of Marketing, 75(3), 83-98.
45. Malhotra, N. K., Hall, J., Shaw, M., Oppenheim, P. 2002. Marketing research: An applied orientation (2nd ed.). NSW: Prentice Hall.
46. Melton, H. L., Hartline, M. D. 2013. Employee collaboration, learning orientation, and new service development performance. Journal of Service Research, 16(1), 67-81.
47. Mitchell, M. S., Cropanzano, R. S., Quisenberry, D. M. 2012. Social exchange theory, exchange resources, and interpersonal relationships: A modest resolution of theoretical difficulties. In K. Törnblom and A. Kazemi (Eds.), Handbook of Social Resource Theory: 99-118. New York: Springer.
48. National Restaurant Association. 2019. Hospitality industry turnover rate ticked higher in 2018, https://restaurant.org/Articles/News/Hospitality-industry-turnover-rate-ticked-higher, accessed 7 September 2019.
49. Newman, A., & Butler, C. 2013. The influence of follower cultural orientation on attitudinal responses towards transformational leadership: evidence from the Chinese hospitality industry. The International Journal of Human Resource Management, DOI: 10.1080/09585192.2013.815250.
50. Newman, A., & Butler, C. 2014. The influence of follower cultural orientation on attitudinal responses towards transformational leadership: evidence from the Chinese hospitality industry. The International Journal of Human Resource Management, 25(7): 1024-1045.
51. Ngo, L., Nguyen, N., Huynh, K., Gregory, G., Cuong, P. 2019. Converting internal brand knowledge into employee performance. Journal of Product and Brand Management, doi: 10.1108/JPBM-10-2018-2068.
52. Organ, D. W. 1988. Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome. Lexington, MA: Lexington Books.
53. Pan, F. C. 2015. Practical application of importance-performance analysis in determining critical job satisfaction factors of a tourist hotel. Tourism Management, 46, 84-91.
54. Piehler, R. 2018. Employees' brand understanding, brand commitment, and brand citizenship behaviour: A closer look at the relationships among construct dimensions. Journal of Brand Management, 25(3), 217-234.
55. Piehler, R., Schade, M., Burmann, C. 2019. Employees as a second audience: the effect of external communication on internal brand management outcomes. Journal of Brand Management, 26(4), 445-460.
56. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., Podsakoff, N. P. 2003. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. Journal of Applied Psychology, 88(5), 879-903.

57. Porricelli, M. S., Yurova, Y., Abratt, R., Bendixen, M. 2014. Antecedents of brand citizenship behavior in retailing. Journal of Retailing and Consumer Services, 21(5), 745-752.
58. Rhoades, L., & Eisenberger, R. 2002. Perceived organizational support: a review of the literature. Journal of Applied Psychology, 87(4): 698-714.
59. Sánchez-Pérez, M., Illescas-Manzanoa, M. D., Martínez-Puertas, S. (in press). You're the Only One, or Simply the Best. Hotels differentiation, competition, agglomeration, and pricing. International Journal of Hospitality Management, doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102362
60. Schneider, B., White, S. 2004. Service quality: Research perspectives. London: Sage Publications.
61. Schneider, B., White, S. S., Paul, M. C. 1998. Linking service climate and customer perceptions of service quality: Tests of a causal model. Journal of Applied Psychology, 83(2), 150-163.
62. Scott, K. L., Restubog, S. L. D., Zagenczyk, T. J. 2013. A social exchange-based model of the antecedents of workplace exclusion. Journal of Applied Psychology, 98(1), 37-48.
63. Solnet, D., Paulsen, N. 2006. Service climate, employee identification, and customer outcomes in hotel property rebrandings. Journal of Hospitality Marketing and Management, 13(3), 3-27.
64. Song, J., Cavusgil, E., Li, J., Luo, R. 2016. Social stratification and mobility among Chinese middle class households: An empirical investigation. International Business Review, 25(3), 646-656.
65. Tang, T. W., Tang, Y. Y. 2012. Promoting service-oriented organizational citizenship behaviors in hotels: The role of high-performance human resource practices and organizational social climates. International Journal of Hospitality Management, 31(3), 885-895.
66. Teng, C.-I., Lee, I.-C., Chu, T.-L., Chang, H.-T., Liu, T.-W. 2012. How can supervisors improve employees' intention to help colleagues? Perspectives from social exchange and appraisal-coping theories. Journal of Service Research, 15(3), 332-342.
67. Thang, L. C., Rowley, C., Quang, T., Warner, M. 2007. To what extent can management practices be transferred between countries? The case of human resource management in Vietnam. Journal of World Business, 42(1), 113-127.
68. Triandis, H. C. 2001. Individualism-Collectivism and Personality. Journal of Personality, 69(6): 907-924.
69. Triandis, H. C., Leung, K., Villareal, M. J., & Clack, F. L. 1985. Allocentric versus idiocentric tendencies: Convergent and discriminant validation. Journal of Research in Personality, 19(4): 395-415.
70. Trinh, T. 2010. Understanding Vietnam: A Look Beyond Facts and Figures. Working Papers.

71. Tsaur, S., Lin, Y. 2004. Promoting service quality in tourist hotels: The role of HRM practices and service behavior. Tourism Management, 25(4), 471-481.
72. Nguyen, V. T. L, Lu, V. N., Hill, S. R., Conduit, J. 2019. The mediating role of brand knowledge on employees' brand citizenship behaviour: Does organizational tenure matter? Australasian Marketing Journal, 27(3), 169-178.
73. Vietnamese General Statistics Office. 2018. Economic indicators of Vietnam.
74. Viglia, G., Mauri, A., Carriano, M. 2016. The exploration of hotel reference prices under dynamic pricing scenarios and different forms of competition. International Journal of Hospitality Management, 52, 46-55.
75. Wang, P., Lawler, J. J., Walumbwa, F. O., & Shi, K. 2004. Work-family conflict and job withdrawal intentions: The moderating effect of cultural differences. International Journal of Stress Management, 11(4): 392-412.
76. Williams, L. J., Hartman, N., Cavazotte, F. 2010. Method variance and marker variables: A review and comprehensive CFA marker technique. Organizational Research Methods, 13(3), 477-514.
77. Wirtz, J., Patterson, P.G., Kunz, W.H., Gruber, T., Lu, V.N., Paluch, S., Martins, A. 2018. Brave new world: service robots in the frontline. Journal of Service Management, 29(5), 907-931.
78. World Economic Forum. 2019. Aviation, Travel and Tourism. https://intelligence.weforum.org, accessed 7 September 2019.
79. Xie, L.-S., Peng, J.-M., & Huan, T.-C. 2014. Crafting and testing a central precept in service-dominant logic: Hotel employees' brand-citizenship behavior and customers' brand trust. International Journal of Hospitality Management, 42, 1-8.
80. Xiong, L., & King, C. 2018. Too much of a good thing? Examining how proactive personality affects employee brand performance under formal and informal organizational support. International Journal of Hospitality Management, 68, 12-22.
81. Yakimova, R., Mavondo, F., Freeman, S., Stuart, H. 2017. Brand champion behaviour: Its role in corporate branding, Journal of Brand Management, 24 (6), 575-591.
82. Yang, B., Watkins, K. E., Marsick, V. J. 2004. The construct of the learning organization: Dimensions, measurement, and validation. Human Resource Development Quarterly, 15(1), 31-55.
83. Zhu, Y., Freeman, S., Cavsugil, S. T. (2018) Service quality delivery in a cross-national context. International Business Review, 27(5), 1022-1032.
84. Zikmund, W. G., Ward, S., Lowe, B., Winzar, H., Babin, B. 2011. Marketing Research (2nd Asia-Pacific ed.). Australia: Cengage Learning.
85. Zou, W.-C., Tian, Q., Liu, J. 2015. Servant leadership, social exchange relationships, and follower's helping behavior: Positive reciprocity belief matters. International Journal of Hospitality Management, 51,147-156

FINDING VIETNAM'S OPPORTUNITIES AND CHALLENGES THROUGH PATENT ANALYSIS

TÌM HIỂU CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA VIỆT NAM THÔNG QUA PHÂN TÍCH SÁNG CHẾ

Ta-Lun Sung

Kai-Tang Fan

Lunghwa University of Science and Technology

Abstract

This paper discussed Vietnam's opportunities and challenges through patent analysis. Information of granted and applied patents could overview the trends of the technology development. The number of patent applications and patent grants in Vietnam intellectual property office are increased from 2009 to 2018. The non-resident patent applications and patent grants are 8 times of resident patent applications and patent grants in Vietnam. These non-resident patent applications are coming from the international companies in Vietnam for their production and market. However, resident patent applications are increased from 258 to 646 and resident patent grants are increased from 29 to 205 through these years till 2018. It indicated that technology development of Vietnam becomes growing and strengthening in the beginning phase.

The number of USA patents till 2020/3/28 for Vietnam applicants or Vietnam inventors are 797 but Vietnam applicants only are 172 by using WIPS database. It means that most Vietnam inventors work for the international companies. The top 10 key players are NIKE (shoe company, USA), PERSONIFY, INC. (video streaming, USA), MYLAN GROUP (Chemical, Vietnam), CENTRE NAT RECH SCIENT (French Research Inst., France), SAMSUNG (Semi, Korea), TON DUC THANG (university, Vietnam), VIETTEL GROUP (Network, telecom, Vietnam) RYNAN TECHNOLOGIES PTE. LTD (Printer, Singapore) ACTIVE-SEMI, INC. (Power management, USA) and MARVELL INT LTD (digital Storage, USA). Although only three applicants are from Vietnam, the Vietnamese inventors helps these international companies in advance technology fields (shoe, biotech, power management, video streaming, digital storage and semi. industry). The growing number of Vietnamese inventors indicated the success of the technology transfer.

The top three local key players, MYLAN GROUP, TON DUC THANG and VIETTEL GROUP, are important to indicated the technology develop trends on chemical and network fields in Vietnam.

Vietnam is making significant economic progress because of its efficient labor market (70% of population, mainly on low-skilled labor). The economic growth helps not only living standard but also technology transfer. According to the patent analysis, the innovation is on the very beginning phase and grows rapidly. Like Hsinchu science park, Taiwan was built and developed by Taiwanese inventors from Silicon Valley, USA. More and more Vietnam inventors found in international companies could be the resources for

future inventions in Vietnam. Vietnam's opportunities and challenges are on its innovation. When the labor needs are from low-skilled to high-skilled then to innovation, the economic growth of Vietnam will be not only increased but also sustainable.

Keywords: *opportunities and challenges, the technology development, patent*

Tóm tắt

Bài viết này thảo luận về các cơ hội và thách thức của Việt Nam thông qua phân tích sáng chế. Thông tin về những sáng chế được cấp bằng và áp dụng có thể tổng kết về xu hướng phát triển công nghệ. Số lượng đơn xin cấp bằng sáng chế và sáng chế được cấp bằng tại văn phòng sở hữu trí tuệ Việt Nam đã tăng từ năm 2009 đến năm 2018. Số lượng hồ sơ xin cấp bằng sáng chế và bằng sáng chế được cấp của những người không phải công dân Việt Nam gấp 8 lần số hồ sơ và bằng sáng chế của công dân Việt Nam. Những hồ sơ xin cấp bằng sáng chế không thường trú này đến từ các công ty quốc tế tại Việt Nam cho hoạt động sản xuất và thị trường của họ. Tuy nhiên, các hồ sơ xin cấp bằng sáng chế của công dân Việt Nam đã tăng từ 258 lên 646 hồ sơ và số lượng bằng sáng chế được cấp đã tăng từ 29 lên 205 tính đến năm 2018. Điều đó cho thấy sự phát triển công nghệ của Việt Nam đang ngày càng lớn mạnh trong giai đoạn đầu.

Số bằng sáng chế của Hoa Kỳ cho đến năm 2020/3/28 cho các đơn vị nộp hồ sơ Việt Nam hoặc nhà phát minh Việt Nam là 797 nhưng đơn vị nộp hồ sơ Việt Nam chỉ là 172 khi sử dụng cơ sở dữ liệu WIPS. Điều ngày có nghĩa là hầu hết các nhà phát minh Việt Nam làm việc cho các công ty quốc tế. Top 10 đơn vị hàng đầu là NIKE (công ty giày, Hoa Kỳ), PERSONIFY, INC. (Truyền phát video, Hoa Kỳ), MYLAN GROUP (Hóa chất, Việt Nam), TRUNG TÂM NAT RECH SCIENT (Viện nghiên cứu Pháp, Pháp), SAMSUNG (Điện tử, điện lạnh, Hàn Quốc), TON DUC THANG (đại học, Việt Nam), Tập đoàn VIETTEL (Mạng, viễn thông, Việt Nam) CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ RYNAN. LTD (Máy in, Singapore) ACTIVE-SEMI, INC. (Quản lý năng lượng, Hoa Kỳ) và MARVELL INT LTD (Lưu trữ số, Hoa Kỳ). Mặc dù chỉ có ba đơn vị đến từ Việt Nam, nhưng các nhà phát minh Việt Nam giúp các công ty quốc tế này phát triển các lĩnh vực công nghệ tiên tiến (giày, công nghệ sinh học, quản lý năng lượng, truyền phát video, lưu trữ số và công nghiệp bán dẫn). Số lượng các nhà phát minh Việt Nam ngày càng lớn cho thấy sự thành công của việc chuyển giao công nghệ.

Ba đơn vị hàng đầu trong nước, MYLAN GROUP, TON DUC THANG và VIETTEL GROUP, đóng vai trò quan trọng trong việc xác định xu hướng phát triển công nghệ trong các lĩnh vực hóa chất và mạng tại Việt Nam.

Việt Nam đang đạt được những tiến bộ kinh tế đáng kể nhờ thị trường lao động hiệu quả (70% dân số, chủ yếu là lao động có tay nghề thấp). Tăng trưởng kinh tế không chỉ hỗ trợ nâng cao mức sống mà còn tăng cường chuyển giao công nghệ. Theo phân tích sáng chế, sự đổi mới hiện đang ở giai đoạn khởi đầu và tăng trưởng nhanh chóng. Tương tự như khu nghiên cứu khoa học Hsinchu, Đài Loan được xây dựng và phát triển bởi các nhà phát minh Đài Loan đến từ Thung lũng Silicon, Hoa Kỳ. Ngày càng nhiều nhà phát minh Việt Nam làm việc trong các công ty quốc tế có thể là nguồn lực cho các phát minh trong tương lai tại Việt Nam. Cơ hội và thách thức của Việt Nam nằm ở sự đổi mới. Khi

nhu cầu lao động chuyển từ tay nghề thấp đến tay nghề cao và đến đổi mới, tăng trưởng kinh tế của Việt Nam sẽ không chỉ tăng lên mà còn bền vững.

Từ khóa: *cơ hội và thách thức, phát triển công nghệ, sáng chế.*

1. Introduction

Could Vietnam to be another China? What are the opportunities and challenge of Vietnam? This paper would review it from the patent analysis. Vietnam is one of South East Asia's fastest-growing economies and its economic growth rate was 7.08% in 2018, the highest growth rate since 2008 (Fig. 1). The exports grew 13.8% (US $ 243.5 billion), import growth 12.1% (US $ 236.7 billion), the approval of foreign investment was US $ 35.465 billion, a decrease of 1.2%. The Consumer Price Index (CPI) was 3.54% and kept below 5% since 2014 (Fig.2). Vietnam has experienced consistently high annual rates of economic growth and reasonable CPI growth which have helped to raise living standards and have enabled the more rapid development of infrastructure.

Vietnam population reached 97 million in 2018 (up from about 60 million in 1986). 70% of its population is under 35 years of age, the highest among countries in the region at similar income levels (Fig3). Vietnam is making significant economic progress because of its efficient labor market (mainly on low-skilled labor).

GDP, CPI and labor market indicates that Vietnam has a nice chance to continue it progress to be a developed country as China. How about innovation? The Global Innovation Index (GII) [1] is a ranking of world economies based on innovation capabilities. The rankings of Vietnam over the past three years, are from 47 to 42. Viet Nam performs better in Innovation Outputs (37 in 2019 better than 41 in 2018) than Inputs (63). Vietnam produces more innovation outputs relative to its level of innovation investments. Except GII, indicators of technology development and innovation could be suggested by patent analysis [2-5]. China has been investigated by patent data analysis for its technological development and innovation [6-9].

Thus, this paper provides a more detailed view of the innovation trends in Vietnam by using patent information.

2. Data and Methodology

The Vietnam local patent statistic data was from WIPO website and it Vietnam IP office annual reports [10-11]. The USA patent data examined was mainly USPTO by using WIPS database and its tool. WIPS provides a search for patents registered in various patent offices. To extract on patents from Vietnam (VN) from USPTO (USA), this study filtered the patent search on WIPS based on applicant nationalities (APC) and inventor nationalities (INVC). The period for patent search is from 1981/01/01 to 2020/03/28. The search revealed that of the 172 patents obtained by applicants from Vietnam, 127 were published-only patents and 45 were registered patents. There were 764 patents obtained by inventors from Vietnam, 491 were published-only patents and 273 were registered patents. However, there were 33 patents obtained by applicants from Vietnam but not Vietnamese inventors.

The patent rules analysis method is used widely to identify relationships among large data sets including patent data [12,13]. IPC codes of patents on database could be used for technology forecasting and technology convergence relation [14,15].

3. Results and Discussions

Patents are localized and only works for those area which are granted. The patents applied for in the local patent office of Vietnam provide valuable information on technological innovation such as technological trends. Moreover, as valuable technologies are generally applied for in the major international patent office such as USPTO (USA).

Data on Vietnam was sourced from the World Intellectual Properties Office (WIPO) and the annual reports of the National Office of Intellectual Property of Vietnam (NOIP). The trend of patent applications at local patent offices is shown in Fig. 4. Around 85% of applicants in total applied patents is from foreign applicants. This indicates that Vietnam provides a better technology market and attracts technology providers from other countries. Except the USA, the top foreign applicants at the NOIP were from Asia, including Japan, Korea, China and Taiwan. Japan and Korea are two countries which made a lot of production site in Vietnam. Samsung is a biggest investor in Vietnam (about 17 billion US dollars). The revenue of Samsung almost equal 30% of the GDP of Vietnam. This may be related to their geographic location or the manufacturing base for exporting to Europe and USA due to the benefits of signed exporting agreements. The top five technology classification fields are electrical machinery, audio-visual technology, telecommunication, digital communication, and basic communication process [11]. They are all IT and telecommunication related.

The number of Vietnamese applicants is increased steadily and ranked second at its own patent office. It means that the innovation of Vietnam is growing at the beginning phase and becoming a competitor in this innovation game.

Next, we will examine the valuable patent applied on USPTO. The top 6 of Vietnam Key players are Mylan Group, Ton Duc Thang University, Vettel Group, Loan Kim Thi Pham Nguyen Chi Co., Ltd and Hoya Group (Table 1). The first key player Mylan Group only had applied 12 patents since 2010 but Vettel Group applied 8 patents just . It means that the key players could easily be replaced by the new comer.

By category, they are from different industries. The total patents were classified by IPC code and shown in Fig. 5. Through the IPC code analysis, the patents for Vietnam were discovered for its technology trends. The first 2 classes G06 and A61 stand for the class of COMPUTING; CALCULATING; COUNTING and the class of MEDICAL OR VETERINARY SCIENCE; HYGIENE, respectively. The “C” classification, which involves chemistry. In this classification, “C08,” “C07,” and “C09” indicate organic polymeric compounds and paint or coating compositions. The Mylan Group was the first key player that focused on this class.

Table 1 Vietnam Key players for USPTO

Company	Applied patents	Category Descriptions
Mylan Group	12	lithographic printing material, adhesive
Ton Duc Thang University	9	patient transport(6), smart home(1), software(1), waste water treatment (1)
Vettel Group	8	transmission, detection, robot, laser optical system
Loan Kim Thi Pham	6	devices for spinal diseases
Nguyen Chi Co., Ltd.	4	wind energy
Hoya Group	4	glass substrate for magnetic disk

If we extended the Vietnam to inventors' nationality, the patent number increased to 797. The key players become: NIKE(USA), PERSONIFY, INC.(USA) MYLAN GROUP(Vietnam), TON DUC THANG UNIVERS.(Vietnam). SAMSUNG ELECTRONICS C. (Korea). VIETTEL GROUP (Vietnam) RYNAN TECHNOLOGIES PT. (Singapore). MARVELL INT LTD (USA), VENTANA MED SYST INC (USA), CENTRE NAT RECH SCIEN. (France). It means that Vietnamese inventors work for these international companies and get the technology transfer. The first 2 classes are G06 and A61 same as the first two classes of patents from Vietnam applicants.

Nike and Samsung made their manufacturing plants in Vietnam; therefore, many Vietnamese workers are from low-skilled labor force to skilled engineers. However, the international companies could not only depend on Vietnam labors or engineers but also their innovation. It indicated that technology transfers from international companies to Vietnamese were more than Vietnam local companies. More and more Vietnam inventors were spread all over the world. IPC classifications show that the technology transfers are high techs, such as telecommunication, software, semi-conductor and medical science industry.

For example, Samsung Electronics announce that will build a R&D center that provides 2200-3000 researchers before the end of 2022[16]. It means that international companies notice that Vietnam is transition from labor and engineering to innovation.

4. Conclusion

By patent analysis, we found opportunities and challenges of Vietnam are patents applied growing but only a small number (172) in USPTO. Therefore, the challenge is that it is in very beginning phase of innovation but the first opportunity is that it will grow rapidly. The second opportunity is that Vietnam inventors are found in the international applicants. This is an indicator for a transition from labor work (low-skilled labor or skilled engineer) to innovation work. Recent years, lots of international companies move their manufacturing plants in because its efficient labor market. The growing economy and international activities are not only improving their life needs but also transferring lots of technology to Vietnam. These technology transfer made innovation in Vietnam booming. If the innovation growth continues, Vietnam could transfer its labor market into a high profit innovation market. When the labor needs are from low-skilled to high-skilled then to innovation, the economic growth of Vietnam will be not only increased but also sustainable.

REFERENCES

1. Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO), Global Innovation Index 2019, 2019. Retrieved from https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/vn.pdf accessed date 2020/03/29
2. B.P. Abraham, S.D. Moitra, Innovation assessment through patent analysis, Technovation 21 (4) (2001) 245-252.
3. E. Brouwer, A. Kleinknecht, Innovative output, and a firm's propensity to patent: an exploration of CIS micro data, Res. Policy 28 (6) (1999) 615-624.
4. O. Ejermo, Regional innovation measured by patent data—does quality matter? Research paper, Ind. Innov. 16 (2) (2009) 141-165.
5. D.S. Kwon, J.H. Cho, S.Y. Sohn, Comparison of technology efficiency for CO 2 emissions reduction among European countries based on DEA with decomposed factors, J. Clean. Prod. 151 (1) (2017) 109-120.
6. J. Guan, Y. He, Patent-bibliometric analysis on the Chinese science—technology linkages, Scientometrics 72 (3) (2007) 403-425.
7. X.P. Lei, Z.Y. Zhao, X. Zhang, D.Z. Chen, M.H. Huang, Y.H. Zhao, The inventive activities and collaboration pattern of university-industry-government in China based on patent analysis, Scientometrics 90 (1) (2011) 231-251.
8. Y. Sun, Y. Lu, T. Wang, H. Ma, G. He, Pattern of patent-based environmental D.S. Kwon, et al. World Patent Information 59 (2019) 101898 10 technology innovation in China, Technol. Forecast, Soc. Change 75 (7) (2008) 1032-1042.
9. C.V. Trappey, H.Y. Wu, F. Taghaboni-Dutta, A.J. Trappey, Using patent data for technology forecasting: China RFID patent analysis, Adv. Eng. Inf. 25 (1) (2011) 53-64
10. WIPO, Statistical Country Profiles, Vietnam, WIPO, 2019, retrieved from the website https://www.wipo.int/ipstats/en/statistics/country_profile/profile.jsp?code=VN accessed date 2020/03/29
11. Intellectual property office of Vietnam, 2017 Intellectual property activities annual report, 2017.
12. E.J. Han, S.Y. Sohn, Technological convergence in standards for information and communication technologies, Technol. Forecast. Soc. Change 106 (1) (2016) 1-10.
13. W.S. Lee, E.J. Han, S.Y. Sohn, Predicting the pattern of technology convergence using big-data technology on large-scale triadic patents, Technol. Forecast. Soc. Change 100 (1) (2015) 317-329.
14. S. Jun, IPC code analysis of patent documents using association rules and maps-patent analysis of database technology, Database Theory and Application, BioScience and Bio-Technology, Springer, Berlin, Heidelberg, 2011, pp. 21-30.
15. M.J. Shih, D.R. Liu, M.L. Hsu, Discovering competitive intelligence by mining changes in patent trends, Expert Syst. Appl. 37 (4) (2010) 2882-2890.
16. Khanh Vu, Samsung starts building $220 million R&D center in Vietnam, Reuters, TECHNOLOGY NEWS, MARCH 2, 2020.

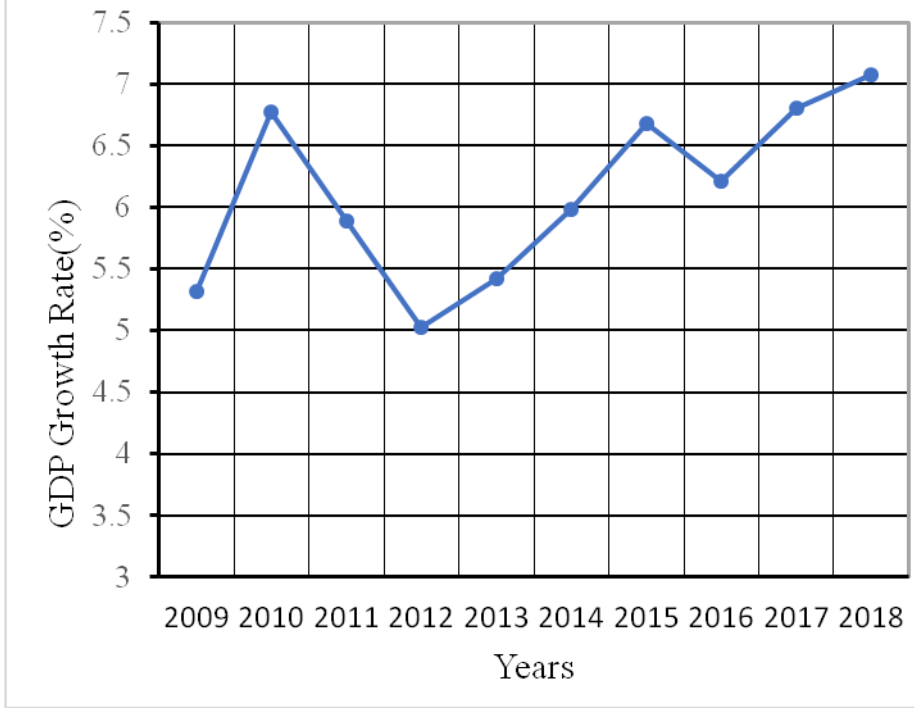


Fig1. The GDP of Vietnam

Source: the world bank

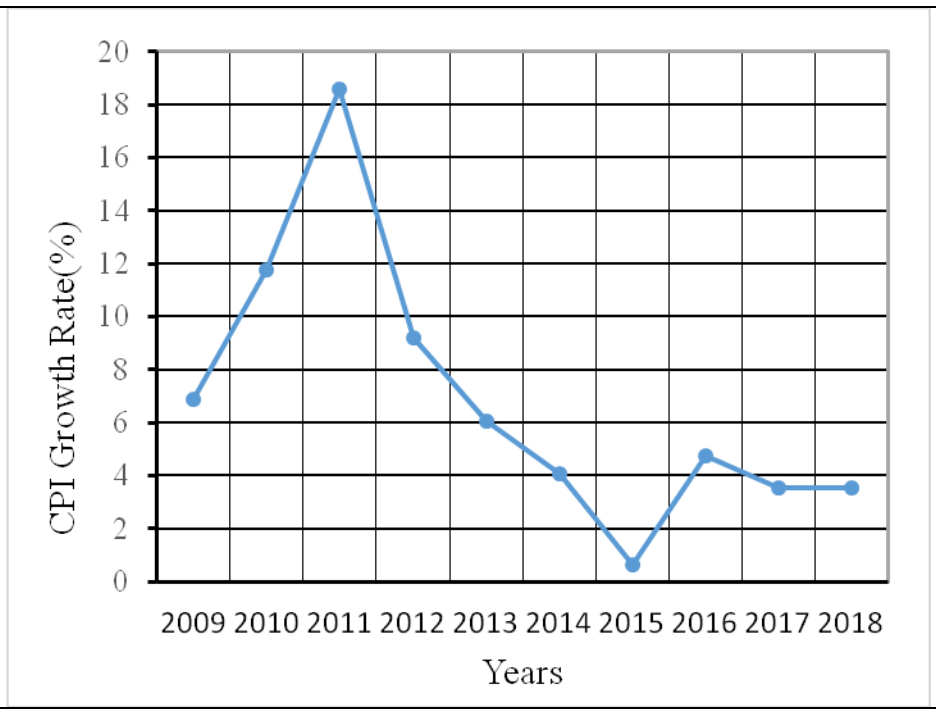


Fig2. The CPI of Vietnam

Source: the world bank

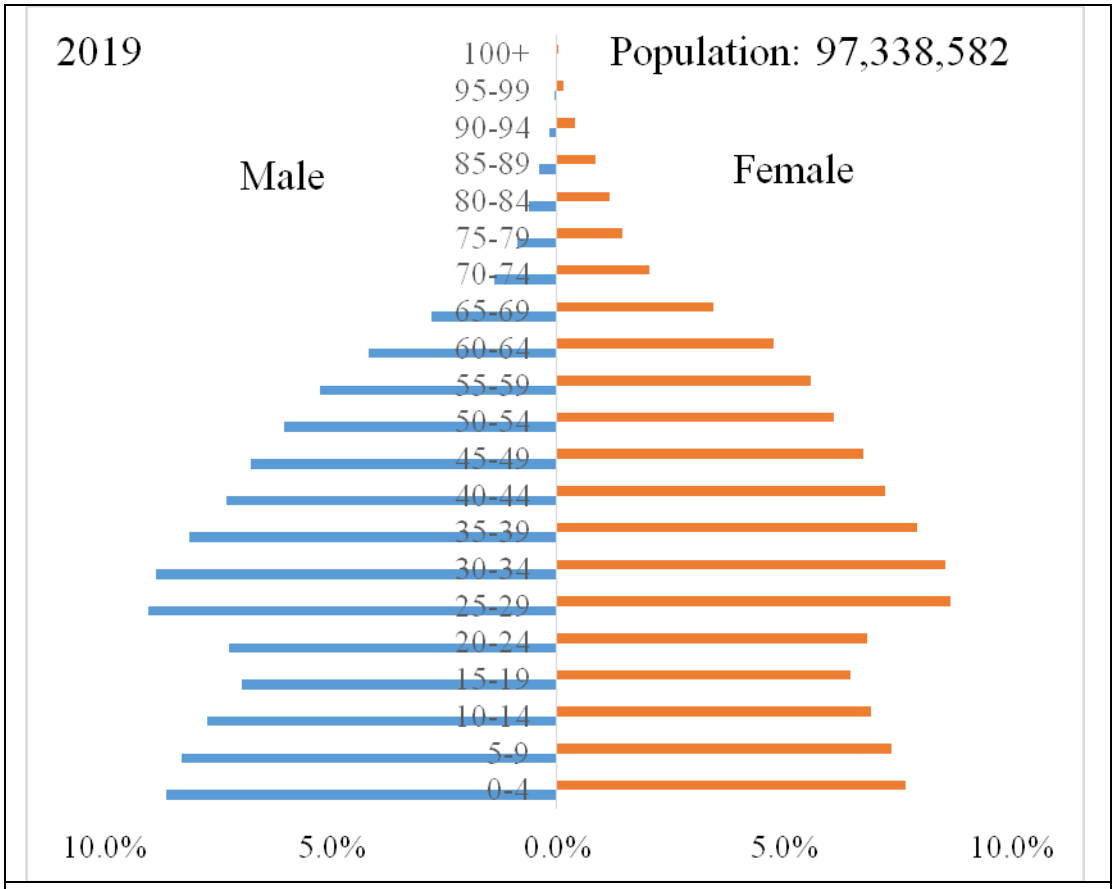


Fig3. The population distribution of Vietnam

Source: The world bank

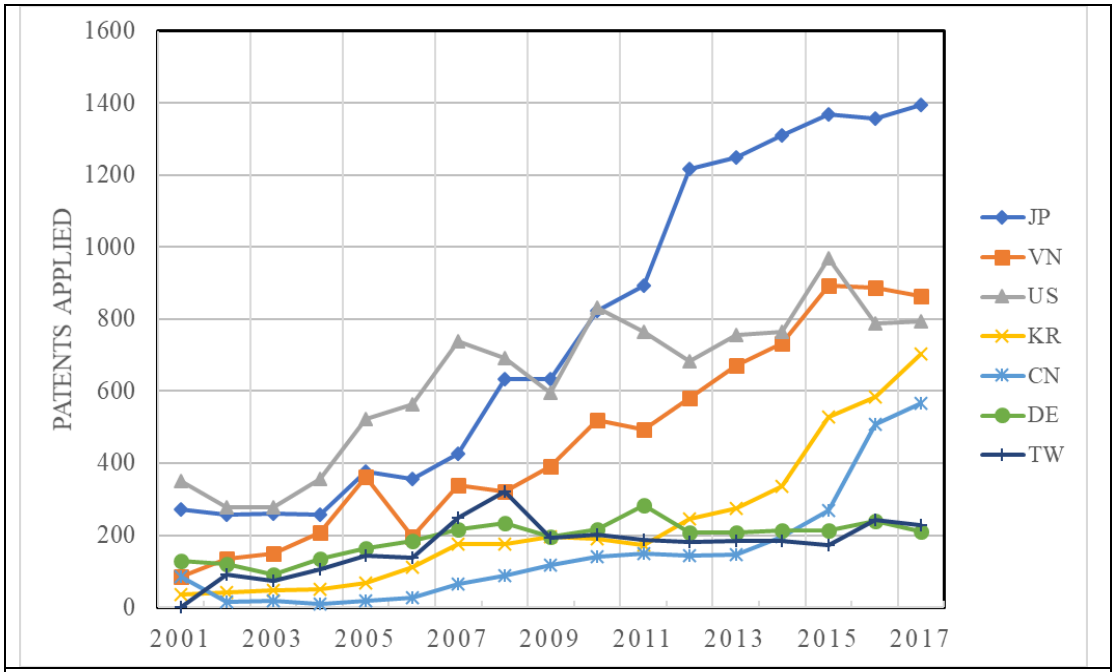


Fig 4. the patents applicants of the office of Intellectual Property of Vietnam

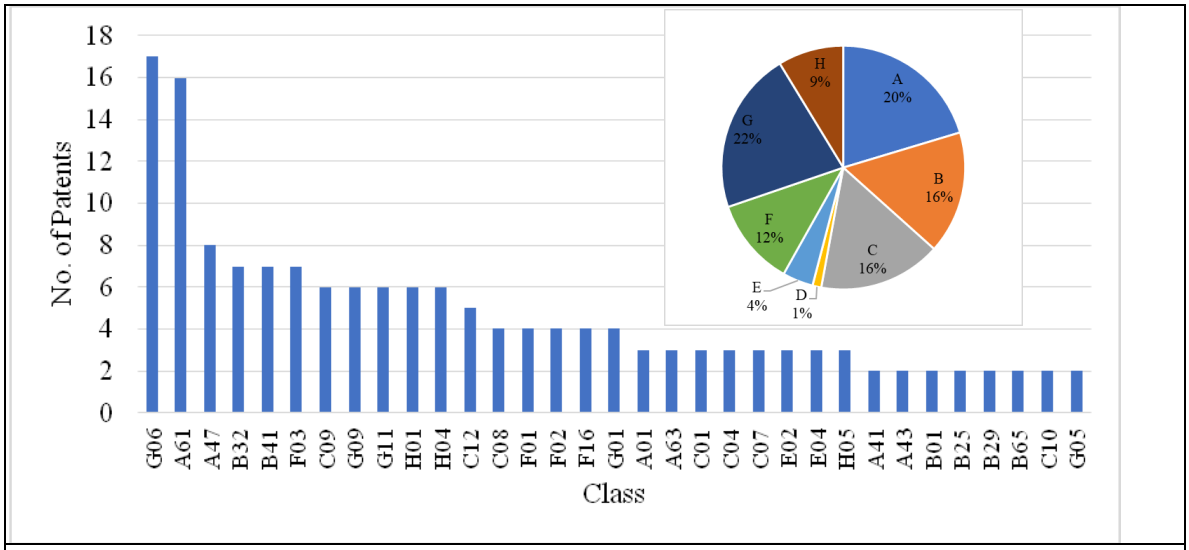


Fig. 5 The classifications of USPTO patents by Vietnam Applicants

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THUẾ VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI THỪA THIÊN HUẾ

TAX SERVICE QUALITY AND ENTERPRISES' SATISFACTION: A CASE STUDY IN THUA THIEN HUE

NCS. Âu Thị Nguyệt Liên

TS. Hoàng Trọng Hùng

TS. Hồ Thị Hương Lan

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Tóm tắt

Chất lượng dịch vụ thuế đóng vai trò quan trọng trong quá trình quản lý thuế đối với doanh nghiệp (DN). Tuy nhiên, những nghiên cứu trước đây chưa đi sâu đánh giá chất lượng dịch vụ thuế và mối quan hệ của nó với sự hài lòng của DN. Nghiên cứu này sử dụng nghiên cứu kết hợp (định tính và định lượng) nhằm phát triển thang đo chất lượng dịch vụ thuế và đánh giá mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tồn tại mối quan hệ có ý nghĩa giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của DN. Nghiên cứu đã đưa ra những hàm ý chính sách quản lý cho cơ quan Thuế trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ Thuế hướng tới gia tăng sự hài lòng cho doanh nghiệp nộp thuế. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng gợi ý hướng nghiên cứu tương lai trong việc xem xét mối quan hệ này trong những ngữ cảnh nghiên cứu rộng hơn.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ Thuế, Sự hài lòng, Doanh nghiệp nộp thuế, mối quan hệ.*

Abstract

The quality of tax services of tax authorities plays an important role in the process of tax administration for enterprises. However, limited studies have assessed the quality of tax services of tax authorities and investigated the relationship between quality of tax services of tax authorities and enterprises' satisfaction. This paper used a combination of qualitative and quantitative methods to develop the measurement of quality of tax services and identify the relationship between tax service quality and and enterprise' satisfaction. The research results show the existence of a significant relationship between tax service quality and business satisfaction. This paper proposed management policy implications for tax authority in improving the quality of tax services towards the satisfaction of enterprises. In addition, the paper also suggests future research in considering this relationship in broader contexts.

Keywords: *Tax service quality, Satisfaction, Enterprise's Taxpayer, Relationship*

1. Đặt vấn đề

Doanh nghiệp Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế đất nước cả về quy mô và tốc độ tăng trưởng (Bộ Kế Hoạch Đầu Tư, 2019). Nghiên cứu của Atawodi và Ojeka (2012) chỉ ra rằng doanh nghiệp (DN) cần được tạo môi trường thuận lợi, nuôi dưỡng các sáng kiến kinh doanh mà họ đang thực hiện để phục vụ cho sự phát triển và mang lại lợi thế đất nước. Những nghiên cứu của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD, 2016a, 2016c, 2017, 2019) cho thấy xu hướng cải cách thuế theo hướng dịch vụ nhằm tạo thuận lợi và gia tăng sự hài lòng cho DN đang được các cơ quan thuế (CQT) các nước lựa chọn để nâng cao hiệu quả quản lý thuế hiện đại.

Thực tế hiện nay, bên cạnh gặp khó khăn về vốn, DN cũng còn gặp khó khăn về tìm hiểu và thực hiện chính sách thuế do ít am hiểu về pháp luật (UBND tỉnh TT - Huế, 2018). DN thường gặp nhiều khó khăn trong công tác thực thi chính sách và thủ tục hành chính thuế. Một số lượng lớn DN dù mong muốn tự nguyện tuân thủ nhưng chưa có đủ thông tin hỗ trợ các thủ tục quy định (OECD, 2010b). Có thể thấy, mặc dù CQT trong những năm qua đã có nhiều chương trình dịch vụ hỗ trợ thuế và sự hài lòng cho DN (World Bank và cộng sự, 2015a, 2017), tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào đánh giá chất lượng dịch vụ thuế từ quan điểm của DN và mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế với sự hài lòng. Nhiều câu hỏi đặt ra như: Chất lượng dịch vụ thuế có đáp ứng khả năng tiếp cận thông tin thuế của DN hay không? DN có thật sự hài lòng với các phương thức tuyên truyền hỗ trợ (TTHT) của CQT đang cung cấp hay không? Và mối quan hệ giữa chất lượng thuế của CQT và sự hài lòng của DN như thế nào? Giải pháp nào để CQT đạt mục tiêu kế hoạch đề ra (tỷ lệ 80% DN hài lòng với dịch vụ thuế của CQT Việt Nam)?... vẫn chưa được giải đáp trọn vẹn.

Về mặt lý luận, các công trình nghiên cứu trước đây có đề cập đến chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào cá nhân người nộp thuế (NNT) (Awaluddin và Tamburaka, 2017; Gangl và cộng sự, 2013h) hay tập trung vào DN và các tổ chức hành chính sự nghiệp (Đặng Thanh Sơn và cộng sự, 2013) hay dịch vụ hỗ trợ thuế gắn với không tuân thủ thuế của DNNVV (L. H. Ali Al-Ttaffi và H. Abdul-Jabbar, 2016).

Với xu hướng cải cách thuế nhằm mục tiêu xây dựng cơ chế một cửa chính phủ quốc gia đạt tiêu chuẩn Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á mở rộng (ASEAN+) và tạo thuận lợi cho NNT và xuất phát từ những lý do trên, nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của DN có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc. Mục tiêu của bài viết nhằm làm rõ sự tồn tại mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của DN hiện nay và đề xuất những hàm ý chính sách quản lý cho CQT trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ thuế nhằm hướng đến gia tăng sự hài lòng của DN đối với dịch vụ này. Cấu trúc của bài viết gồm 5 phần: giới thiệu, tổng quan lý thuyết, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu & thảo luận và hàm ý chính sách quản lý, hướng nghiên cứu tiếp theo.

2. Tổng quan về chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế của cơ quan thuế và sự hài lòng của doanh nghiệp

2.1. Chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế của cơ quan thuế

Chất lượng dịch vụ thuế được nhiều học giả quan tâm nghiên cứu (Çetin Gerger, 2019; Frey và Torgler, 2007; Gangl và cộng sự, 2013h; Muhammad và Saad, 2016; Mustapha và Obid, 2014, 2015b; Ramseook-Munhurrun và cộng sự, 2010). Bàn về khái niệm này, Mustapha và Obid (2014) cho rằng chất lượng dịch vụ thuế đề cập đến sự sẵn sàng của dịch vụ và cơ sở vật chất phục vụ NNT. Ở một quan điểm khác, Muhammad và Saad (2016) xem chất lượng dịch vụ thuế là sự khác biệt giữa dịch vụ được cung cấp và dịch vụ mong ước của NNT. Dịch vụ hỗ trợ thuế của CQT bao gồm công tác TTHT dành cho NNT theo Luật Quản lý thuế, cung cấp thông tin về chính sách thuế qua các kênh thông tin khác nhau nhằm hướng dẫn NNT tuân thủ các quy định đề ra về thuế (IRS, 2018). Các phần mềm hỗ trợ, các công cụ hỗ trợ tại cơ quan thuế, qua điện thoại đã được CQT thực hiện nhằm đa dạng hóa loại hình TTHT NNT (IRS, 2008; Nguyễn Thị Kiều Hoa, 2014). Xu hướng QLT hiện đại xem NNT là khách hàng hơn là đối tượng sai phạm và đã định hướng dịch vụ thuế đối với cá nhân NNT (Gangl và cộng sự, 2013h). Bên cạnh đó, xây dựng quy trình dịch vụ hỗ trợ thuế, hệ thống một cửa điện tử với dịch vụ có sẵn, cơ sở dữ liệu trung tâm điện thoại, nâng cấp trang thiết bị cơ sở vật chất và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là những công việc hết sức cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ thuế (Âu Thị Nguyệt Liên và Hoàng Trọng Hùng, 2018). Ngoài ra, xu hướng tuân thủ thuế tự nguyện dựa trên niềm tin, môi trường dịch vụ hỗ trợ thuế được nhiều nước trên thế giới áp dụng, do đó tăng cường dịch vụ hỗ trợ thuế, cải tiến cơ cấu tổ chức nhằm hỗ trợ DN là một trong những đề xuất nhằm nâng cao tính tuân thủ thuế của NNT (Âu Thị Nguyệt Liên và Hoàng Trọng Hùng, 2019).

2.2. Sự hài lòng của doanh nghiệp

Sự hài lòng của khách hàng là khái niệm đã được làm rõ trong rất nhiều nghiên cứu trước đây. Oliver (1980) cho rằng sự hài lòng là sự khác biệt giữa hiệu suất mong đợi và cảm nhận và sự hài lòng tích cực xảy ra khi dịch vụ tốt hơn mong đợi. Tuy rằng thuế là một loại hình dịch vụ công đặc trưng được cung cấp bởi CQT, khái niệm về sự hài lòng của NNT cũng không có sự khác biệt. Theo Anita Jaya1 (2017), sự hài lòng của NNT về dịch vụ Thuế là trạng thái vui vẻ hay thất vọng của họ sau khi sử dụng dịch vụ. Nó có thể đề cập đến sự khác biệt giữa kỳ vọng và kết quả dịch vụ nhận được của NNT (Anita Jaya1, 2017; Islam và cộng sự, 2012), hay giải quyết đầy đủ yêu cầu của NNT (Awaluddin và Tamburaka, 2017). Rusdi và cộng sự (2014) cho hay dịch vụ hỗ trợ thuế gắn với chất lượng cao là phương pháp hiệu quả của việc cải thiện sự hài lòng của NNT trong QLT. Floropoulos và cộng sự (2010) phát hiện chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng là một trong những thành phần cấu trúc có mối liên hệ chặt chẽ lẫn nhau.

2.3. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của doanh nghiệp

Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng đã được quan tâm của một số học giả trong nước và quốc tế (như Đặng Thanh Sơn và cộng sự (2013), Đàm Thị Hường và cộng sự (2015), Awaluddin và Tamburaka (2017), hay Anita Jaya1 (2017), hay

Islam và cộng sự (2012)). Có thể thấy qua các nghiên cứu, chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng có mối quan hệ ý nghĩa trực tiếp qua nghiên cứu của Đặng Thanh Sơn và cộng sự (2013) về chất lượng dịch vụ TTHT, Đàm Thị Hường và cộng sự (2015) về chất lượng phục vụ, Awaluddin và Tamburaka (2017) và Islam và cộng sự (2012) về NNT cá nhân; hay có mối quan hệ ý nghĩa gián tiếp thông qua nhận thức của NNT qua nghiên cứu của Anita Jaya1 (2017). Jofreh và Rostami (2014) nhận thấy sự hài lòng của NNT đối với chất lượng dịch vụ của CQT có mối quan hệ ảnh hưởng đến tất cả các nhân tố sự đảm bảo, sự tin cậy, sự cảm thông, sự đáp ứng và cơ sở vật chất. Nhận thức tầm quan trọng của sự hài lòng của DN trong quá trình cải cách hành chính thuế, CQT ở Việt Nam đã và đang đánh giá thường xuyên chỉ số này hai năm một lần để có những giải pháp phù hợp tạo thuận lợi cho DN. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của NNT gia tăng cùng với nỗ lực cải cách hành chính thuế với các chỉ số 71% và 75% tương ứng với năm 2014 và 2016 (World Bank và cộng sự, 2015a, 2017) nhằm hướng đến chỉ tiêu 80% NNT hài lòng gắn với chất lượng dịch vụ thuế (Chính Phủ, 2011).

2.4. Mô hình nghiên cứu

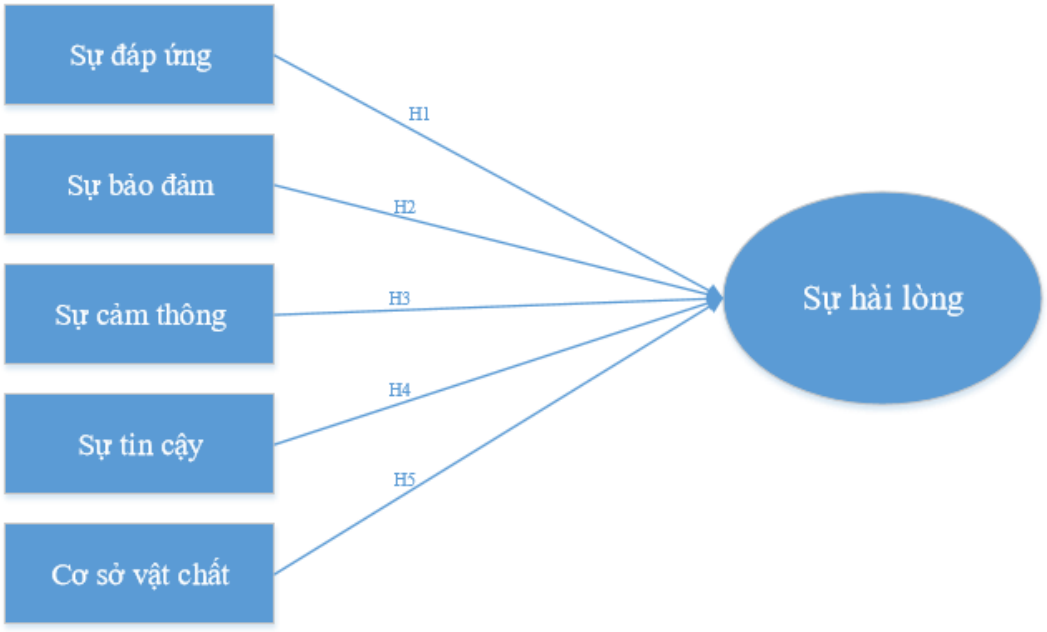
Nghiên cứu này dựa trên mô hình 5 khía cạnh chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1988) nhưng chỉ bao gồm các đánh giá về cảm nhận của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ theo mô hình SERVPERF (Cronin và Taylor, 1992), bao gồm 5 khía cạnh: sự đáp ứng, sự đảm bảo, sự cảm thông, sự tin cậy, phương tiện hữu hình (cơ sở vật chất). Ngoài ra, nghiên cứu kế thừa có chọn lọc mô hình đánh giá sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của Loureiro và cộng sự (2013) và ý kiến của các chuyên gia ngành thuế, doanh nghiệp và các nhà nghiên cứu đề xuất mô hình đánh giá mức độ hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Thừa Thiên Huế cụ thể như sau (Hình 1).

Các khái niệm trong Hình 1 được diễn giải như sau:

- Sự đáp ứng (SĐƯ): là mức độ sẵn sàng, chính xác, đầy đủ kịp thời trong cung cấp dịch vụ hỗ trợ thuế của CQT, bao gồm hệ thống thuế điện tử trực tuyến, ứng dụng kê khai nộp thuế và sự phục vụ, hỗ trợ của cán bộ thuế.

- Sự bảo đảm (SĐB): là kiến thức chuyên môn và kỹ năng của cán bộ thuế, thái độ phục vụ, ứng xử, hình ảnh diện mạo chỉnh chu của cán bộ thuế, phối hợp xử lý công việc giữa các bộ phận trong nội bộ ngành thuế và các cơ quan liên quan bên ngoài đảm bảo dịch vụ thuế được tiến hành suôn sẻ nhanh chóng không bị ách tắc. Sự chuyên nghiệp của cán bộ thuế trong cung cấp dịch vụ hỗ trợ thuế rõ ràng, dễ hiểu.

- Sự cảm thông (SCT): là sự nhẫn nại trong cung cấp dịch vụ, biết lắng nghe ý kiến và thấu hiểu nhu cầu của doanh nghiệp; biết thông cảm, hỗ trợ và đồng hành cùng doanh nghiệp với dịch vụ hỗ trợ thuế không phân biệt đối xử.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

- Sự tin cậy (STC): là khả năng cập nhật và cung cấp chính xác đúng dịch vụ như đã cam kết, đúng lịch trình triển khai và luôn được bảo mật. Có thể hiểu sự tin cậy là thực hiện dịch vụ phù hợp và chính xác với những gì đã cam kết và hứa hẹn với doanh nghiệp.

- Cơ sở vật chất (CSVC): bao gồm nhà cửa, các trang thiết bị, phương tiện hữu hình, phương tiện vô hình nhằm đảm bảo dịch vụ hỗ trợ không ngăn ngại với việc áp dụng công nghệ thông tin trực tuyến và tại cơ quan thuế với những phần mềm hỗ trợ, phần mềm tra cứu ứng dụng kỹ thuật số.

Giả thuyết nghiên cứu về chất lượng dịch vụ thuế của cơ quan thuế ảnh hưởng sự hài lòng của doanh nghiệp

H1: Sự đáp ứng của chất lượng dịch vụ thuế có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của DN

H2: Sự đảm bảo của chất lượng dịch vụ thuế có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của DN

H3: Sự cảm thông của chất lượng dịch vụ thuế có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của DN

H4: Sự tin cậy của chất lượng dịch vụ thuế có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của DN

H5: Cơ sở vật chất của chất lượng dịch vụ thuế có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của DN

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp kết hợp (định tính và định lượng) để tìm hiểu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế và sự hài lòng của DN, góp phần vào việc xây dựng khung lý luận lẫn thực tiễn từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ

hỗ trợ thuế nhằm gia tăng sự hài lòng của DN, Nghiên cứu được thiết kế theo các bước bao gồm (1) Xây dựng bộ thang đo, (2) Đánh giá thang đo và (3) Nghiên cứu chính thức theo đề xuất của Morgado và cộng sự (2018l).

Xây dựng bộ thang đo xuất phát từ tổng quan và từ nghiên cứu định tính lựa chọn bộ thang đo phù hợp với mô hình nghiên cứu. Các thang đo bằng tiếng Anh được dịch sang tiếng Việt bởi nhóm nghiên cứu và được xem xét lại bởi các chuyên gia tiếng Anh độc lập và các nhà nghiên cứu nước ngoài để đảm bảo nội dung và không bỏ sót nội dung của thang đo cũng như sử dụng ngôn ngữ phù hợp với Việt Nam và phù hợp với thông lệ quốc tế.

Đánh giá thang đo về sự đảm bảo độ giá trị (Validity) và sự tin cậy (Realibility) của thang đo được thực hiện, sau đó tiến hành phát bảng hỏi nghiên cứu thử nghiệm. Với mỗi biến cần đảm bảo chỉ số Cronbach alpha >0.7 để đảm bảo thang đo là ổn định và tin cậy qua các lần đo. Nếu không đảm bảo, cần xem lại tổng quan, xem xét yếu tố về dịch thuật và thảo luận với chuyên gia.

Nghiên cứu chính thức được triển khai với việc hoàn thiện bảng hỏi để phát phiếu nghiên cứu trên diện rộng và thu thập số liệu. Số liệu sử dụng tại nghiên cứu này được thu thập thông qua điều tra DN bằng bảng câu hỏi chi tiết được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên trên cơ cở danh sách doanh nghiệp có sẵn tại cục thuế tỉnh Thừa Thiên Huế. Có 450 doanh nghiệp được tiếp cận theo nhiều ngành nghề, địa bàn khác nhau và 362 doanh nghiệp với số phiếu đầy đủ và hợp lệ được đưa vào phân tích. Phân tích số liệu được tiến hành thông qua việc sử dụng phần mềm SPSS để thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả thu được hợp lệ có 362 phiếu khảo sát. Trong đó, ngành thương mại và dịch vụ chiếm 49,2%; xây dựng 25,1% và tỷ trọng còn lại thuộc các ngành công nghiệp và chế tạo, nông lâm thủy hải sản, khai khoáng và ngành nghề khác. Cơ cấu mẫu theo loại hình doanh nghiệp được trình bày chi tiết ở Bảng 1.

Bảng 1: Cơ cấu mẫu theo loại hình doanh nghiệp

Loại hình doanh nghiệp	Tổng số	Tỷ lệ %
Công ty cổ phần	68	18.8
Công ty trách nhiệm hữu hạn	238	65.7
Công ty hợp danh	2	.6
Doanh nghiệp tư nhân	49	13.5
Thiếu thông tin hệ thống	5	1.4
Tổng cộng	**362**	**100.0**

Nguồn: Xử lý dữ liệu sơ cấp (2020)

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi thu thập dữ liệu, nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố và đã trích được 2 nhóm nhân tố ảnh hưởng đo lường chất lượng dịch vụ thuế từ 18 biến quan sát còn 13 biến quan sát với phương sai trích (Average Variance Extracted) là 68,111% (lớn hơn 50%) (Bảng 2) và 6 biến quan sát liên quan đến sự hài lòng có phương sai trích là 80,65% (Bảng 3).

Để đánh giá bộ thang đo chất lượng dịch vụ thuế, phân tích nhân tố khám phá EFA được thực hiện cùng với phương pháp xoay Varimax và tiêu chí của giá trị riêng tối thiểu 1.0 (Coakes và Steed, 2001h). Đầu tiên là sự phù hợp của bộ thang đo đối với EFA được đánh giá qua 2 tiêu chí hệ số KMO (the Kaiser-Meyer-Olkin) và kiểm định Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity) (Tran và cộng sự, 2017h). Đánh giá cho thấy EFA đã đạt mức đủ để thực hiện với hệ số KMO là 0.94 và kiểm định Bartlett ở mức ý nghĩa ($p<0.001$). Kết quả EFA (Bảng 2) nhận diện cấu trúc 2 nhân tố và kết quả lược đồ scree-plot cũng ủng hộ giải pháp cấu trúc 2 nhân tố này. Do vậy, cấu trúc thang đo 2 nhân tố được lựa chọn phân tích thêm trong nghiên cứu chính. Ở giai đoạn này, có 5 biến quan sát bị loại do biến tải trên nhiều yếu tố (cross loading) là 0,5 hay lớn hơn hai nhân tố (Nunnally, 1978h). Có 13 biến quan sát được chọn bao gồm 5 biến quan sát thuộc nhân tố đầu tiên (được đặt tên là sự đáp ứng) và 8 biến quan sát thuộc nhân tố thứ 2 (được đặt tên là sự chuyên nghiệp). Hai nhân tố này có phương sai 75,8%.

Đế đánh giá tính đồng nhất ổn định bên trong của thang đo, kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's alpha được sử dụng. Giá trị hệ số alpha cần lớn hơn hoặc bằng 0,7 để đáp ứng tiêu chí độ tin cậy (Nunnally, 1978h). Ở giai đoạn đánh giá bộ thang đo, kiếm định Cronbach's alphas đối với hai nhân tố sự đáp ứng là (0,94), và sự chuyên nghiệp (0,92), lớn hơn giá trị 0,7. Kết quả cho thấy thang đo chất lượng dịch vụ thuế thỏa mãn tính đồng nhất ổn định bên trong.

Bảng 2: Kết quả phân tích nhân tố EFA về chất lượng dịch vụ thuế

Hạng mục câu hỏi	Viết tắt	Sự đáp ứng	Sự chuyên nghiệp
Cán bộ thuế luôn sẵn sàng hỗ trợ người nộp thuế	SĐƯ1	0.75	
Các sự cố liên quan đến hệ thống ứng dụng hỗ trợ của cơ quan thuế thường xuyên được khắc phục kịp thời	SĐƯ3	0.82	
Quá trình cung cấp dịch vụ hỗ trợ thuế không bị gián đoạn	SĐƯ4	0.83	
Các phòng chức năng của cơ quan thuế phối hợp chặt chẽ với nhau	SĐB1	0.75	
Cơ quan thuế thường xuyên hợp tác với các đơn vị khác (như ngân hàng, kho bạc) để hướng dẫn và tháo gỡ vướng mắc của doanh nghiệp trong quá trình nộp thuế.	SĐB2	0.74	
Dịch vụ hỗ trợ thuế được cung cấp không phân biệt loại hình và tình trạng doanh nghiệp	SCT1		0.74

Cơ quan thuế cung cấp đúng dịch vụ như đã cam kết	STC1		0.77
Dịch vụ hỗ trợ thuế luôn được cập nhật và cung cấp chính xác	STC2		0.77
Cơ quan thuế cung cấp dịch vụ hỗ trợ thuế theo đúng lịch trình triển khai	STC3		0.77
Thông tin về doanh nghiệp luôn được bảo mật	STC4		0.79
Các thiết bị và công nghệ của cơ quan thuế luôn được nâng cấp	CSVC1		0.73
Cơ quan thuế thể hiện tính chuyên nghiệp qua trang phục và giao tiếp của cán bộ thuế	CSVC2		0.80
Cơ quan thuế thể hiện tính chuyên nghiệp qua thông tin về thuế trên web trực quan sinh động	CSVC3		0.74
Phương sai trích %		62.231	5.880

Nguồn: Xử lý dữ liệu sơ cấp (2020)

Đối với bộ thang đo sự hài lòng, đánh giá cho thấy EFA đã đạt mức đủ để thực hiện với hệ số KMO là 0.902 và kiểm định Bartlett ở mức ý nghĩa ($p<0.001$). Có 6 biến quan sát được chọn có phương sai trích là 80.65%.

Ở giai đoạn đánh giá bộ thang đo, hệ số Cronbach's alphas đối với nhân tố sự hài lòng (0,952), lớn hơn giá trị 0,7. Kết quả cho thấy thang đo sự hài lòng thỏa mãn tính đồng nhất ổn định bên trong.

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố EFA về sự hài lòng của doanh nghiệp

Hạng mục câu hỏi	Viết tắt	Sự hài lòng
Doanh nghiệp hài lòng với dịch vụ hỗ trợ thuế	SHL1	0.916
Dịch vụ hỗ trợ thuế đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp	SHL2	0.912
Doanh nghiệp cho rằng mình đã có quyết định đúng đắn khi sử dụng dịch vụ hỗ trợ thuế	SHL3	0.904
Chúng tôi sẽ giới thiệu các dịch vụ hỗ trợ thuế cho các doanh nghiệp khác	SHL4	0.904
Chúng tôi sẽ khuyến khích các doanh nghiệp khác sử dụng dịch vụ hỗ trợ thuế	SHL5	0.884
Nhìn chung, trải nghiệm dịch vụ hỗ trợ thuế của quý doanh nghiệp là tích cực	SHL6	0.867
Phương sai trích %		80.653

Nguồn: Xử lý dữ liệu sơ cấp (2020)

4.3. Kết quả phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy với biến phụ thuộc là sự hài lòng và 2 biến độc lập là sự đáp ứng và sự chuyên nghiệp được thực hiện nhằm nhận diện tầm quan trọng của các nhân tố này

ảnh hưởng đến sự đo lường sự hài lòng của DN. Kết quả phân tích hồi quy với hệ số xác định bộ R2 = 0,681, giá trị F = 382.535 và mức ý nghĩa Sig.=0,000 có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê, xác nhận mô hình hồi quy này phù hợp với tập dữ liệu và có thể dùng được.

Hệ số hồi quy (Bêta) chuẩn hóa được dùng để xác định tầm quan trọng của mỗi biến độc lập với biến phụ thuộc. Căn cứ vào hệ số hồi quy ta thấy nhân tố "Sự chuyên nghiệp" có mức ảnh hưởng quan trọng nhất (hệ số 0,619) trong lúc nhân tố "Sự đáp ứng" ở mức quan trọng thấp hơn (hệ số 0,546).

Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy

Nhân tố ảnh hưởng	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (Unstandardized Coefficients)		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa (Standardized Coefficients)	Giá trị thống kê t	Mức ý nghĩa
	Hệ số (B)	Ước lượng sai số chuẩn	Hệ số (Beta)		
Hằng số	-3.171E-16	.030		.000	1.000
Sự đáp ứng	.546	.030	.546	18.292	.000
Sự chuyên nghiệp	.619	.030	.619	20.748	.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu sơ cấp (2020)

5. Kết luận và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thuế của cơ quan thuế và sự hài lòng của doanh nghiệp

Nghiên cứu đã đưa ra được thang đo sự hài lòng của DN về chất lượng dịch vụ thuế của Cục thuế tỉnh Thừa Thiên Huế bao gồm 2 nhân tố với 13 biến quan sát đó là nhân tố sự đáp ứng và sự chuyên nghiệp và cả 2 nhân tố đều có ý nghĩa về mặt thống kê. Mức độ tác động của từng nhân tố được thể hiện qua hệ số hồi quy của các biến trong phương trình qua đó giúp CQT có lựa chọn phù hợp trong việc nên tác động vào yếu tố nào để cải thiện sự hài lòng của DN. Đồng thời nghiên cứu cũng đã xác định sự hài lòng của DN với kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố "Sự chuyên nghiệp" có mức ảnh hưởng quan trọng nhất đến sự hài lòng của DN và tiếp sau là nhân tố "Sự đáp ứng" ở mức quan trọng thấp hơn. Vì vậy, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm tăng sự hài lòng của DN dựa trên các biến quan sát thuộc 2 nhóm nhân tố làm cơ sở tác động vào việc ban hành quy trình, chính sách và các ứng dụng đáp ứng yêu cầu của DN.

Thứ nhất, giải pháp về quản lý thuế: Xu hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thuế đòi hỏi sự giải quyết vướng mắc của DN ngày càng nhanh chóng, đáp ứng yêu cầu của DN để nâng cao sự hài lòng của DN. Sự phối hợp cung cấp dịch vụ thuế trong nội bộ CQT theo mô hình quản lý thuế theo chức năng cần xây dựng bộ quy chế phối hợp rõ ràng hơn giữa các chức năng của CQT đối với từng quy trình liên quan đến thủ tục hành chính thuế. Bên cạnh đó, việc phối hợp xử lý vướng mắc của DN liên quan đến các cơ quan ngoài CQT như ngân hàng, kho bạc cũng cần đưa vào quy chế phối hợp để đáp ứng yêu cầu liên quan

đến giải quyết vướng mắc của DN. Sự công bằng không phân biệt loại hình hay tình trạng trong quá trình cung cấp dịch vụ thuế. CQT cần thực hiện đúng dịch vụ thuế như đã cam kết, đúng lịch trình đề ra, dịch vụ thuế luôn được cập nhật và cung cấp chính xác và điều tiên quyết là CQT cần gia tăng bảo mật thông tin về DN thường xuyên.

Thứ hai, giải pháp về công nghệ thông tin: Bên cạnh cung cấp dịch vụ tại bàn ở CQT, dịch vụ thuế điện tử cần được triển khai nhanh chóng với hầu hết các dịch vụ của CQT như kê khai thuế, nộp thuế, giải đáp vướng mắc, câu hỏi thường gặp. Việc truy cập hệ thống dữ liệu điện tử cần đảm bảo hệ thống vận hành thông suốt không gián đoạn không bị sập nguồn và đảm bảo thông tin DN được bảo mật qua hệ thống mạng đảm bảo tính chuyên nghiệp, chính xác, kịp thời trong việc luân chuyển dữ liệu từ DN đến CQT. Các sự cố liên quan đến hệ thống ứng dụng hỗ trợ của CQT thường xuyên được khắc phục kịp thời như hệ thống thuế điện tử hay ứng dụng hỗ trợ kê khai. Bên cạnh đó, CQT cần thể hiện tính chuyên nghiệp qua thông tin về thuế trên web một cách trực quan sinh động nhằm thu hút sự quan tâm của DN trong quá trình thụ hưởng dịch vụ thuế của CQT. Thực tế cho thấy DN ít biết hoặc không biết đến trang thông tin của CQT và thường truy cập vào các trang thông tin không chính thống ngoài CQT, do đó giải pháp này cần được triển khai trong dịch vụ thuế của CQT. Việc xây dựng trang thông tin điện tử ngành thuế cung cấp đây đủ thông tin DN cần về chính sách thuế vô cùng quan trọng nhằm giảm tải việc hỗ trợ DN tại CQT mà DN có thể tìm thấy thông tin về thuế liên quan đến loại hình DN mình, ngành nghề DN mình hay những ưu đãi thuế có liên quan được cập nhật kịp thời trên website của CQT. Hiện nay, website của CQT mới mang tính chất là trang thông tin điện tử, chưa thật sự là trang cung cấp dịch vụ về thuế đáp ứng yêu cầu của DN. Sự cập nhật thông tin kịp thời hay thông tin được trình bày bố trí trực quan sinh động thu hút DN quan tâm cũng cần được chú trọng trong thời gian tới.

Thứ ba, giải pháp về nguồn nhân lực: Yêu cầu về sự chuyên nghiệp và sự đáp ứng của chất lượng dịch vụ thuế của CQT. Cán bộ thuế cần sẵn sàng cung cấp dịch vụ thuế với những cảnh báo sớm nhằm giải quyết những vướng mắc của DN. Cán bộ thuế tại các phòng chức năng nội bộ của CQT hay phối hợp với các cơ quan bên ngoài như Kho bạc, Ngân hàng cần có sự phối hợp chặt chẽ với nhau đảm bảo hồ sơ đúng hạn, nhanh chóng hướng dẫn hỗ trợ và tháo gỡ vướng mắc cho DN. Sự chuyên nghiệp của người cán bộ thuế còn thể hiện qua trang phục qua thái độ ứng xử trong quá trình cung cấp dịch vụ thuế cho DN, do đó với thái độ nhã nhặn, trang phục chỉnh chu hay đồng phục ngành thuế nhằm nhận diện thương hiệu cũng là việc CQT cần quan tâm trong thời gian tới để nâng cao sự hài lòng của DN. Nâng cao trình độ chuyên môn nắm vững chính sách pháp luật thuế trong quá trình cung cấp dịch vụ thuế rất quan trọng nhằm đảm bảo cán bộ thuế không bao giờ phạm sai lầm trong hướng dẫn chính sách thuế, hỗ trợ kê khai thuế nộp thuế hay tính toán số liệu về thuế. Cán bộ thuế cung cấp dịch vụ thuế cần được đào tạo có kiến thức và ý thức trách nhiệm đối với các nhiệm vụ được xử lý nhằm gia tăng sự tin cậy của DN, luôn đồng cảm dành sự quan tâm chân thành cho DN và luôn cung cấp thông tin theo yêu cầu của DN.

Thứ tư, giải pháp về cơ sở vật chất: Ở kỷ nguyên số hiện nay yêu cầu các thiết bị và công nghệ của CQT phải luôn luôn được nâng cấp liên quan đến dịch vụ thuế trực tuyến

hay không trực tuyến. Nếu như trước đây, sự quan tâm trang thiết bị liên quan đến trụ sở tiếp đón DN thì hiện nay với xu hướng công nghệ số, các máy móc công nghệ hiện đại cần được nâng cấp, các ứng dụng hỗ trợ kê khai thuế cần được nâng cấp kịp thời gắn với sự thay đổi chính sách thuế.

Tóm lại, nghiên cứu đã tìm ra mối quan hệ có ý nghĩa giữa chất lượng dịch vụ thuế của CQT và sự hài lòng của DN. Sự phát hiện 2 nhân tố mới quan trọng của chất lượng dịch vụ thuế có mức ảnh hưởng quan trọng đến sự hài lòng của DN là nhân tố "Sự đáp ứng" và nhân tố "Sự chuyên nghiệp" có ý nghĩa quan trọng đặc trưng đối với việc cung cấp đích vụ thuế của CQT so với các lĩnh vực dịch vụ khác. Nghiên cứu đã đề xuất được các giải pháp liên quan đối với CQT dựa trên kết quả nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế và sự hài lòng của DN hiện nay nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ thuế của CQT trong thời gian tới. Bên cạnh đó, giải pháp còn được dựa trên kết quả khảo sát nhu cầu tương lai của DN theo xu hướng công nghệ số gắn với việc ứng dụng công nghệ thông tin và đòi hỏi cán bộ thuế cần nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đáp ứng xu thế này nhằm tạo thuận lợi cho DN. Thông qua giải pháp đề xuất chất lượng dịch vụ thuế của CQT dành cho DN, nghiên cứu đã đề xuất xây dựng hành lang pháp lý về phối hợp giữa CQT với các cơ quan liên quan bên ngoài trong quá trình cung cấp dịch vụ thuế của CQT và những đề xuất về cập nhật thiết bị, ứng dụng hay website cũng được đề xuất để tạo thuận lợi hơn cho DN.

Nghiên cứu mới chỉ quan sát mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ thuế của CQT và sự hài lòng của DN. Để nâng cao chất lượng dịch vụ thuế cần có nhiều nghiên cứu với các yếu tố ảnh hưởng và nên mở rộng nghiên cứu mối quan hệ này ở nhiều vùng miền khác nhau có như thế mới có khả năng đạt hiệu quả như mong đợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anita Jaya1, T. R., Sigit Sardjono2 (2017). Analysis of Effect of Knowledge and Service Quality, Accessibility of Information, Awareness and Behavior of Taxpayers and Impact on Satisfaction and Compliance With Taxpayers of Land and Buildings in The City Batam Island Riau Province *International Journal of Business and Management Invention, 6*(8), 73-83.
2. Atawodi, O. W., & Ojeka, S. A. (2012). Factors that affect tax compliance among small and medium enterprises (SMEs) in North Central Nigeria. *International Journal of Business and Management, 7*(12), 87.
3. Âu Thị Nguyệt Liên, & Hoàng Trọng Hùng. (2018). *Nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*. Paper presented at the Hội thảo khoa học quốc tế - Cách mạng công nghiệp 4.0: Cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế Việt Nam, Hà Nội.
4. Âu Thị Nguyệt Liên, & Hoàng Trọng Hùng. (2019). *Kinh nghiệm quốc tế trong việc nâng cao tuân thủ thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa và các hàm ý cho Việt Nam*. Paper presented at the Hội thảo khoa học quốc tế - Khởi nghiệp và sáng tạo - Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam, Huế.
5. Awaluddin, I., & Tamburaka, S. (2017). The Effect of Service Quality and Taxpayer

Satisfaction on Compliance Payment Tax Motor Vehicles at Office One Roof System in Kendari. *The International Journal of Engineering and Science (IJES), 6*(11), 25-34.

6. Bộ Kế Hoạch Đầu Tư. (2019). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2019*: Nhà Xuất Bản Thống Kê.
7. Çetin Gerger, G. (2019). Tax Services and Tax Service Providers' Changing Role in the IoT and AmI Environment. In Z. Mahmood (Ed.), *Guide to Ambient Intelligence in the IoT Environment: Principles, Technologies and Applications* (pp. 203-216). Cham: Springer International Publishing.
8. Chính Phủ. (2011). Chiến lược cải cách Hệ thống thuế giai đoạn 2011-2020 theo Quyết định số 732/QĐ-TTg ngày 17/5/2011 của Thủ tướng Chính phủ.
9. Coakes, S., & Steed, L. (2001h). SPSS without anguish: Version 10.0 for Windows: Brisbane: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
10. Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1992), "Measuring Service Quality. A Reexamination and Extension", Journal of Marketing 56 (July):55 - 68.
11. Đàm Thị Hường, Đỗ Thị Hòa Nhã, & Phạm Bảo Dương. (2015). Sự hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi Cục Thuế huyện Na hang, tỉnh Tuyên Quang. *Tạp chí Khoa học và Phát triển, 13*(1), 133-142.
12. Đặng Thanh Sơn, Lê Kim Long, & Đỗ Văn Cường. (2013). Đánh giá mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ. *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ, 25*, 17-23.
13. Floropoulos, J., Spathis, C., Halvatzis, D., & Tsipouridou, M. (2010). Measuring the success of the Greek taxation information system. *International Journal of Information Management, 30*(1), 47-56.
14. Frey, B. S., & Torgler, B. (2007). Tax morale and conditional cooperation. *Journal of Comparative Economics, 35*(1), 136-159.
15. Gangl, K., Muehlbacher, S., de Groot, M., Goslinga, S., Hofmann, E., Kogler, C., . . . Kirchler, E. (2013h). "How can I help you?" Perceived service orientation of tax authorities and tax compliance. *FinanzArchiv: Public Finance Analysis, 69*(4), 487-510.
16. IRS. (2008). *The Taxpayer Assistance Blueprint Phase 2: Was Generally Reliable, but Oversight of the Survey Design Needs Improvement* Retrieved from https://www.treasury.gov/tigta/auditreports/2008reports/200840059fr.pdf:
17. IRS. (2018). *The Taxpayer Assistance Blueprint: "Tax services improvements "*. Retrieved from https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p4701.pdf:
18. Islam, M. A., Yusuf, D. H. M., Yusoff, W. S., & Johari, A. N. B. (2012). Factors affecting user satisfaction in the Malaysian income tax e-filing system. *African Journal of Business Management, 6*(21), 6447-6455.
19. Jofreh, M., & Rostami, A. (2014). An Investigation the Effect of Improving Taxpayer Service Satisfaction VAT Department in Tehran. *International Journal of Basic*

Sciences & Applied Research, 3, 198-203.

20. L. H. Ali Al-Ttaffi, & H. Abdul-Jabbar. (2016). Service Quality and Income Tax Non-Compliance among Small and Medium Enterprises in Yemen *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies, 4*(1), 12-21.
21. Loureiro, S. M. C., Almeida, M., & Rita, P. (2013). The effect of atmospheric cues and involvement on pleasure and relaxation: The spa hotel context. *International Journal of Hospitality Management, 35*, 35-43.
22. Morgado, F. F., Meireles, J. F., Neves, C. M., Amaral, A. C., & Ferreira, M. E. (2018l). Scale development: ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicologia: Reflexão e Crítica, 30*(1), 3.
23. Muhammad, S., & Saad, R. A. J. (2016). Determinants of trust on zakat institutions and its dimensions on Intention to pay Zakat: A pilot study. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies, 3*(1), 40-46.
24. Mustapha, B., & Obid, S. N. b. S. (2014). Reengineering Tax Service Quality Using a Second Order Confirmatory Factor Analysis for Self-Employed Taxpayers. *International Journal of Trade, Economics and Finance, 5*(5), 429.
25. Mustapha, B., & Obid, S. N. B. S. (2015b). Tax service quality: The mediating effect of perceived ease of use of the online tax system. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 172*, 2-9.
26. Nguyễn Thị Kiều Hoa. (2014). *Nâng cao chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ người nộp thuế tại Chi cục thuế quận Phú Nhuận.* (Thạc Sĩ), Đại học Tài chính Marketing.
27. Nunnally, J. C. (1978h). *Psychometric Theory: 2d Ed*: McGraw-Hill.
28. OECD. (2010b). *Forum On Tax Administration: Information Note: Tax Compliance and Tax Accounting Systems* Retrieved from Centre For Tax Policy And Administration:
29. OECD. (2016a). *Rethinking Tax Services: The Changing Role of Tax Service Providers in SME Tax Compliance*. OECD Publishing, Paris.
30. OECD. (2016c). *Advanced Analytics for Better Tax Administration*: OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/9789264256453-en.
31. OECD. (2017). *Tax Administration 2017-Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies*. Paris: Oecd Publishing.
32. OECD. (2019). OECD Secretary-General Report to the G20 finance ministers and central bank governors.
33. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research, 17*(4), 460-469.
34. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *the Journal of Marketing*, 41-50.
35. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing, 64*(1), 12.

36. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research, 7*(3), 213-233.
37. Ramseook-Munhurrun, P., Lukea-Bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public service. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND MARKETING RESEARCH, 3*(1), 37-50.
38. Rusdi, H. N., Siti Ragil, H., & Bambang Widjanarko, O. (2014). Measurement model of service quality, regional tax regulations, taxpayer satisfaction level, behavior and compliance using confirmatory factor analysis. *World Applied Sciences Journal, 29*(1), 56-61.
39. Tran, B. X., Mai, H. T., Nguyen, L. H., Nguyen, C. T., Latkin, C. A., Zhang, M. W., & Ho, R. C. (2017h). Vietnamese validation of the short version of internet addiction test. *Addictive behaviors reports, 6*, 45-50.
40. UBND tỉnh TT - Huế. (2018). Chính Sách Hỗ Trợ Doanh Nghiệp Nhỏ Và Vừa: Đòn Bẩy Cho Phát Triển. Retrieved from www.thuathienhue.gov.vn
41. Wijesekera, A. T., & Fernando, R. L. S. (2016). *Scale for Measuring Perceived Service Quality of Public Service in Sri Lanka: With Special Reference to Divisional Secretariats in Gampaha District.* Paper presented at the 13th International Conference on Business Management.
42. World Bank, General Department of Taxation, & VCCI. (2015a). Báo cáo đánh giá sự hài lòng của doanh nghiệp với cơ quan thuế năm 2014.
43. World Bank, General Department of Taxation, & VCCI. (2017). Báo cáo đánh giá sự hài lòng của doanh nghiệp với cơ quan thuế năm 2016.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI KHẢ NĂNG DI CƯ VIỆC LÀM CỦA HỘ GIA ĐÌNH TẠI VIỆT NAM

DETERMINANTS OF THE MIGRATION FOR EMPLOYEMENT AMONG FAMILIES IN VIETNAM

NCS. Nguyễn Thị Phương Thảo

ThS. Nguyễn Ngọc Nam

ThS. Nguyễn Thị Thúy Đạt

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Tóm tắt

Di cư là một yếu tố của quá trình phát triển đặc biệt là tại các nước đang phát triển. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, lý do chủ yếu dẫn đến hiện tượng di cư là vì kinh tế và loại hình di cư chủ yếu là di cư việc làm. Tại Việt Nam, với quá trình phát triển kinh tế nhanh chóng từ khi đất nước Đổi mới, làn sóng di cư đã tăng lên mạnh mẽ và có nhiều đóng góp cho sự phát triển nhưng đồng thời cũng tạo ra nhiều thách thức cho sự phát triển của xã hội. Bài viết này sử dụng phương pháp hồi quy Logit để ước tính xác suất di cư của hộ thông qua việc sử dụng số liệu mảng (panel data) của bộ dữ liệu Khảo sát mức sống (VHLSS). Kết quả ước tính cho thấy những yếu tố thuộc về đặc trưng nhân khẩu của chủ hộ (giới tính, độ tuổi, tình trạng hôn nhân) và của hộ (quy mô hộ, số năm đi học trung bình, tỷ lệ người phụ thuộc, nơi sinh sống của hộ) cũng như tình trạng kinh tế của hộ (thu nhập bình quân đầu người, hộ có các khoản vay chưa trả, đặc biệt là tiền gửi) là những yếu tố tác động mạnh mẽ tới xu hướng di cư. Cần có số liệu chính xác, đầy đủ hơn về di cư cũng như quản lý tốt tình trạng di cư "tự do" và có các chính sách đối với những người bị bỏ lại phía sau mỗi cuộc di cư và tạo thêm việc làm tại quê nhà chính là các kiến nghị được đề xuất cho nghiên cứu này.

Từ khóa: *Di cư việc làm, Đặc trưng nhân khẩu*

Abstract

Migration is an element of the development, especially in deveping countries. A number of researches confirmed that the major reason why people want to move from one place to another might be economic and this type of migration mainly is for employment. In Vietnam, since Doi Moi, along with the fast economic growing the migration has been increasing and has only a great contribution to the development but also brings more challenges for the society. This study uses Logit regression method for the panel data of VHLSS in order to estimate the migration probability of the household. The result shows that demographic characteristics of the head of a household (gender, age, marital status), household characteristics (family size, average years of schooling, dependency ratio, living place) and economic situation (per capita income, debt, especially remittance) impact significantly the migration trend. It is suggested that it is necessary to collect a complete and accurate data about the migration, to manage the free migration well and to have a proper policies for people left behind a migration as well as create more jobs for people in their hometown.

Keywords: *Migration for employment, Demographic characteristics*

1. Giới thiệu

Cũng giống như nhiều quốc gia đang phát triển khác, Việt Nam trong quá trình phát triển kinh tế hơn 30 năm qua đã chứng kiến sự gia tăng nhanh chóng của làn sóng di cư (trong nước và ra nước ngoài) mạnh mẽ. Trong bốn xu hướng di cư nội địa bao gồm nông thôn - thành thị; nông thôn - nông thôn, thành thị - thành thị và thành thị - nông thôn thì chiều hướng di cư từ nông thôn thành thị là chủ yếu và nguyên nhân chính khiến người dân di cư là vì việc làm.

Di cư lao động đặc biệt là di cư trong nước là hiện tượng phổ biến ở hầu hết các quốc gia đang phát triển. Theo số liệu công bố trong một nghiên cứu của Ngân hàng thế giới (World Bank, 2016), trong khi thế giới có khoảng 250 triệu người di cư quốc tế thì số người di cư nội địa cao gấp ba lần với 763 triệu người. Di cư vừa là động lực thúc đẩy, vừa là kết quả của sự phát triển kinh tế xã hội của một quốc gia. Ở Việt Nam, quá trình phát triển kinh tế xã hội đã tạo điều kiện thuận lợi cho người di cư (đặc biệt là di cư trong nước) di chuyển tới các nơi khác để sinh sống, làm việc, và sự khác biệt về điều kiện sống giữa các vùng cũng là động lực khiến người dân di cư. Theo kết quả nghiên cứu từ Điều tra di cư nội địa quốc gia 2015 do Tổng cục thống kê tiến hành (2016) cho thấy, cả nước có trên 12 triệu người di cư, tương đương 13,6% dân số và trong 4 nhóm lý do chính, nhóm lý do liên quan đến công việc/kinh tế chiếm tỷ lệ cao nhất với 34,7%. Di cư đã góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội thông qua quá trình dịch chuyển lao động nhằm đáp ứng nhu cầu lao động trong các khu công nghiệp và trong các khu vực có vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài. Di cư không chỉ góp phần tăng phúc lợi và an sinh cho người di cư thông qua việc tạo thu nhập cao và đa dạng hóa các nguồn thu nhập, mà nó còn mang lại lợi ích cho các hộ gia đình và cộng đồng có người di cư thông qua việc nhận được các khoản tiền gửi về quê hương của người di cư. Di cư được đánh giá là một phương kế có thể đóng góp nhiều hơn cho sự tăng trưởng kinh tế cả ở cấp quốc gia và hộ gia đình và có thể thúc đẩy mối quan hệ giữa nơi đi và nơi đến từ đó góp phần làm giảm sự khác biệt giữa các vùng. Bài viết này được thực hiện nhằm đi tìm câu trả lời cho câu hỏi "Yếu tố nào thúc đẩy hộ gia đình tại Việt Nam gửi thành viên di cư làm việc?". Điều mà rất ít các nghiên cứu thực hiện cho tới thời điểm này tại Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái niệm di cư

Từ "migration", có nguồn gốc từ tiếng Latin "migrate", có nghĩa là thay đổi một nơi cư trú. Encyclopaedia Americana định nghĩa thuật ngữ này là một sự di chuyển tự nguyện của một số lượng đáng kể những người từ một môi trường quen thuộc đến một môi trường mới. Bách khoa toàn thư về khoa học xã hội đã định nghĩa nó là sự di chuyển tương đối lâu dài của những người ở một khoảng cách đáng kể. Trong bách khoa toàn thư về dân số quốc tế, 'di cư' được định nghĩa là sự di chuyển theo địa lý liên quan đến sự thay đổi nơi cư trú thông thường giữa các khu vực chính trị hoặc thống kê được xác định hoặc giữa các khu vực cư trú khác nhau (Trích trong tài liệu "Chapter 2: Approaches and theories of migration")

Tổ chức Di cư Quốc tế (IOM, 2018) xác định một người di cư là bất kỳ người nào đang di chuyển hoặc đã di chuyển qua biên giới quốc tế hoặc trong một quốc gia cách xa nơi cư trú thường xuyên của họ, bất kể (1) người có tư cách pháp nhân hay không; (2) di

cư là tự nguyện hay không tự nguyện; (3) nguyên nhân của di cư là gì; hoặc (4) thời gian lưu trú là bao nhiêu.

Trong khi đó, theo Ngân hàng thế giới (2016) "Người di cư nội địa là những người đã di chuyển qua các ranh giới hành chính trong phạm vi biên giới một quốc gia". Liên Hợp Quốc cung cấp một hướng dẫn cho việc đo lường di cư nội địa trong đó xác định di cư nội địa là sự dịch chuyển từ một khu vực xác định sang khu vực khác được thực hiện trong một khoảng thời gian nhất định và liên quan đến việc thay đổi nơi cư trú (UN, 1970: 2). Măt khác, dựa vào các cuộc khảo sát dân số, khảo sát di cư, khảo sát hộ gia đình mà đinh nghĩa về di cư, người di cư cũng khác nhau.

Như vậy, di cư thường được xác định là sự dịch chuyển của cá nhân ra khỏi vùng sinh sống trong một khoảng thời gian nhất định. Hay nói cách khác, các nghiên cứu khi xác định người di cư thường dựa vào thời gian và không gian di chuyển cũng như mức độ sẵn có của dữ liệu. Khoảng thời gian di chuyển được các nghiên cứu sử dụng là từ 1 tháng trở lên. Các lý do di chuyển thường được xác định là để tìm kiếm việc làm/học tập/lý do khác (kết hôn, tách hộ,...).

Đối với nước ta thì người di cư là người thay đổi nơi cư trú từ đơn vị hành chính này sang đơn vị hành chính khác trong khoảng thời gian xác định. Hiện nay các nhà quản lý và nghiên cứu cũng đã có sự thống nhất rằng những người di chuyển ra khỏi địa bàn với thời gian 6 tháng trở lên gọi là di cư (Theo Phạm Tấn Nhật và Huỳnh Hiền Hải, 2014)

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Ravenstein (1885) là người đặt nền móng cho nghiên cứu các lý thuyết về di cư trong cuốn "Laws of migration" khi sử dụng dữ liệu điều tra tại Anh và xứ Wales. Ông cho rằng di cư được kết nối chặt chẽ với các yếu tố "đẩy - kéo" (push - pull). Yếu tố đẩy như tiền lương thấp, tỷ lệ thất nghiệp cao, thiếu các yếu tố chăm sóc sức khỏe và yếu tố kéo như: lương cao, thất nghiệp thấp khiến mọi người phải rời bỏ nơi cư trú. Nói cách khác, nguyên nhân chính để di cư là cơ hội kinh tế bên ngoài tốt hơn. Ông chỉ rằng, di cư không những có mối liên quan với "qui mô, mật độ dân số" mà còn ở "khoảng cách di chuyển". Ravenstein cũng phát hiện rằng, người dân di cư thường có xu hướng dịch chuyển đến các đô thị, người dân nông thôn di cư nhiều hơn người dân thành thị, phụ nữ di cư nhiều hơn nam giới, nam giới thường di cư xa hơn và hầu hết người di cư là người trưởng thành. Hơn nữa, di cư tăng lên cùng với sự phát triển kinh tế. Chính sự phát triển của thương mại, công nghiệp và sự cải thiện điều kiện giao thông làm gia tăng người di cư. Đồng thời, ông cũng nhận thấy rằng, các thị trấn lớn phát triển do di cư nhiều hơn là do tăng trưởng tự nhiên và mục đích chủ yếu của di cư là do các yếu tố kinh tế. Đây là lý thuyết nền tảng cho các lý thuyết sau này như: Lý thuyết kinh tế tân cổ điển, Lý thuyết kinh tế mới của người di cư, Lý thuyết thị trường lao động kép, Lý thuyết lịch sử - cấu trúc và Lý thuyết hệ thống thế giới. Lý thuyết vốn xã hội là một mô hình lý thuyết giải thích sự vĩnh cửu của di chuyển quốc tế.

Các nghiên cứu sau này kế thừa những nội dung của Ravenstein xác định các nhân tố thúc đẩy di cư. Theo đó, nhân tố đẩy liên quan tới nơi đi (nơi xuất cư) của người di cư. Yếu tố này bao gồm tiền lương thấp, tỷ lệ thất nghiệp cao, thiếu các yếu tố chăm sóc sức khỏe tại nơi đi, yếu tố chính trị (xung đột chính trị, sắc tộc, quốc gia), kinh tế, văn hóa (Lee, 1966), năng suất lao động thấp và tình trạng dư thừa lao động trong khu vực nông nghiệp (Lee 1966, Lewis

1954). Ngoài ra, do áp lực nợ nần của gia đình, hệ thống giáo dục và y tế nghèo nàn hay nói cách khác điều kiện sống tại nơi đi kém phát triển cũng như mong muốn đoàn tụ gia đình cũng là một trong những nhân tố "đẩy" người dân di cư (Lê Bạch Dương và Nguyễn Thanh Liêm 2011, Luu và cộng sự 2017). Theo Ngân hàng thế giới 2014, Luu c và cộng sự 2017, mong muốn rời khỏi khu vực nông nghiệp và rời bỏ quê hương cùng với những thách thức của điều kiện sống và sản xuất dưới tác động của thảm họa thiên nhiên (Lee 1966 gọi là lực đẩy tiềm năng từ hiểm họa thiên nhiên) cũng là một lực đẩy của di cư. Trong khi đó các nhân tố kéo thường liên quan tới nơi đến của người di cư bao gồm sự chênh lệch mức lương kì vọng giữa khu vực nông thôn và thành thị (Harris và Todaro, 1970), cơ hội việc làm, chênh lệch mức sống và điều kiện sống, lối sống đô thị (mong ước được trở thành công dân đô thị, và thành phố hấp dẫn người di cư đặc biệt là người di cư trẻ tuổi) (Lee 1966, Luu và cộng sự 2017), quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa (Lewis 1954); mạng lưới xã hội của người di cư (Đặng Nguyên Anh 1998); khả năng dễ dàng đăng kí hộ khẩu (Luu và cộng sự 2017).

Lý thuyết thị trường lao động kép (Đại diện là Oberg 1997 trích trong Đoàn Minh Huấn và Nguyễn Đức Hùng 2016) cho rằng, hoạt động di cư chủ yếu do yếu tố "kéo" ở các nước phát triển hơn là yếu tố "đẩy" từ các nước đang phát triển. Lý thuyết này giả định rằng các thị trường lao động tại các quốc gia phát triển bao gồm hai giai đoạn: sơ cấp (đòi hỏi lao động có tay nghề cao) và thứ cấp (đòi hỏi người lao động có tay nghề thấp). Lý thuyết này giả định di cư từ các nước kém phát triển vào các nước đang phát triển hơn là một kết quả của một lực "kéo" được tạo ra bởi một nhu cầu cho lao động ở các nước phát triển trong thị trường thứ cấp của họ. Lao động nhập cư là cần thiết để điền vào bậc thấp nhất của thị trường lao động bởi vì người lao động bản địa không muốn làm những công việc trong thị trường thứ cấp. Điều này tạo ra một nhu cầu cho người lao động di cư. Hơn nữa, sự thiếu hụt ban đầu trong lao động sẵn có đẩy tiền lương tăng lên, làm cho di chuyển thậm chí còn hấp dẫn hơn.

Lý thuyết kinh tế mới về di cư lao động do Stark là người khởi xướng (NELM - New Economics of Labor Migration) cho rằng quyết định di cư phụ thuộc vào đặc điểm của cả người di cư và gia đình của họ (Stark và Bloom, 1985; Stark và Taylor, 1991 trích trong Coxhead và cộng sự 2015). Theo đó, lý thuyết này cho rằng, di cư tại các nước đang phát triển của các hộ gia đình như một chiến lược nhằm đa dạng hóa (thay vì tối đa hóa) thu nhập thông qua phân tán rủi ro. Di cư chịu tác động của các yếu tố cá nhân như độ tuổi, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân cũng như các điều kiện kinh tế của hộ. Các điều kiện và đặc điểm cộng nơi đi và nơi đến cũng được coi là những yếu tố quan trọng tác động lực lượng 'đẩy' và 'kéo' đối với người di cư (Mayda, 2007; Kim và Cohen, 2010; Ackah và Medvedev 2012 trích trong Coxhead và cộng sự 2015).

Tuy nhiên, Lee (1966), Waddington and Sabates-Wheeler (2003), cũng chỉ ra yếu tố trung gian chính là các rào cản khiến người dân muốn di cư nhưng không thể di cư như chi phí di chuyển (di cư không thực sự sẵn có cho người nghèo đặc biệt là người nghèo kinh niên và nghèo trầm trọng), sự chia cắt về tình cảm người thân/bạn bè/láng giềng và "các yếu tố cá nhân" như tuổi tác, giới tính, tình trạng hôn nhân, số con cái. Mỗi người đều có những hoàn cảnh sống và nhận thức khác nhau, dẫn đến thái độ khác nhau đối với những quyết định chuyển cư. Khả năng chấp nhận di cư như một chiến lược sinh kế bị ảnh hưởng bởi mức độ hòa nhập/loại trừ xã hội, được phản ánh trong việc tiếp cận và kiểm soát các tài nguyên. Điều này cũng góp phần giải thích tại sao trong cùng một hoàn cảnh và

điều kiện sống như nhau, có người di cư nhưng có người lựa chọn ở lại.

Như vậy các lý thuyết về di cư tập trung lý giải lý do vì sao người dân di cư (trong nước hoặc quốc tế) cũng như chỉ ra đặc điểm của người di cư. Các nghiên cứu cũng thống nhất rằng, lý do chủ yếu dẫn đến hiện tượng di cư là vì kinh tế (là một chuyến lược đa dạng hóa thu nhập của hộ) và tình trạng di cư phụ thuộc vào các đặc điểm của chủ hộ cũng như đặc điểm của hộ. Đây cũng là những yếu tố tác động đến quyết định di cư của cá nhân trong hộ được sử dụng cho mô hình nghiên cứu của bài viết này.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu bảng từ bộ số liệuKhảo sát mức sống (VHLSS) 2014 và 2016 do Tổng cục thống kê tiến hành. Phương pháp phân tích được sử dụng cho bài viết này là hồi quy Logistic (hay còn gọi là hồi quy Logit).Phân tích hồi qui logistic là một kỹ thuật thống kê để xem xét mối liên hệ giữa biến độc lập (biến số hoặc biến phân loại) với biến phụ thuộc là biến nhị phân. Trong hồi qui tuyến tính đơn, các biến kiểm soát X_i và phụ thuộc Y là biến số liên tục liên hệ qua phương trình:

$$Y = \alpha + \beta X_i + \varepsilon \quad (1)$$

Với X_i là các biến kiểm soát

Trong hồi qui logistic, biến phụ thuộc Y là biến nhị phân với hai trạng thái 1 (ví dụ hộ di cư) và 0 (hộ không di cư). Muốn đổi ra biến số liên tục người ta tính xác suất của 2 trạng thái này. Khi đó phương trình (1) trở thành:

$$Pr(Y_i)= Pr(Y_i|X_i)=\alpha+\beta Xi + +u_i \quad (2)$$

Nếu gọi p là xác suất để một hộ có ít nhất 1 thành viên di cư ($0 \le p \le 1$), thì 1-p là xác suất một hộ không di cư. Ta có:

$$\frac{p}{1-p} = e^{\alpha+\beta X_i}$$

$$p = \frac{e^{\alpha+\beta X_i}}{1+e^{\alpha+\beta X_i}} \quad (3)$$

Khi đó: odds (p) = $\frac{p}{1-p} = e^{\alpha+\beta X_i}$ (4)

Lấy loga (tự nhiên của (20) ta có kết quả như sau:

$$\log (p/1\text{-}p) = \log(odds) = \alpha + \beta X_i + \varepsilon \quad (5)$$

Phương trình (5) phát biểu rằng log của tỷ số odds là một hàm tuyến tính của các biến số cũng như các biến xác suất. Như vậy, mô hình logit giả định rằng log của tỷ số odds có quan hệ tuyến tính với X_i.

OR = e^{β} gọi là odds ratio (tỷ số odds) tạm dịch là tỷ số khả năng hay tỷ số khả dĩ. Phương pháp để tính các hệ số trong mô hình (5) là phương pháp hợp lí cực đại MLE - Maximum likelihood Estimation).

Dữ liệu được sử dụng trong nghiên cứu này được rút ra từ Khảo sát mức sống dân cư Việt Nam (VHLSS - Vietnam Household Living Standards Survey) gọi tắt là Khảo sát mức sống (KSMS) 2014 và 2016 do Tổng cục Thống kê tiến hành (TCTK). KSMS là một cuộc khảo sát theo lát cắt ngang đại diện cho người dân Việt Nam. VHLSS 2014 và 2016 được triển khai trên phạm vi 63 tỉnh/thành phố bao phủ 9399 hộ đại diện cho quốc gia, khu vực (thành thị/nông thôn), vùng. Dưới sự hỗ trợ về mặt kĩ thuật của Ngân hàng thế giới, bộ dữ liệu này được đánh giá là cuộc điều tra được thiết kế tốt, theo chuẩn quốc tế, có độ tin cậy cao và dữ liệu mang tính đại diện cho cả nước, vùng, khu vực và địa phương với hai cấp độ mẫu là cấp hộ và cấp xã. Cuộc khảo sát bao phủ cả thông tin về cấp xã gồm thông tin chung về điều kiện kinh tế, cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng cũng như thông tin ở cấp hộ gồm thông tin nhân khẩu, việc làm, giáo dục, sức khỏe, sở hữu tài sản, tiền gửi, chi tiêu và thu nhập.

Để xác định một hộ có thành viên di cư cần có tiêu chí về thời gian di chuyển, mục đích di chuyển và nơi đến của người di cư (nếu có). Tuy nhiên, trong VHLSS không có thông tin về nơi đến của người di cư vì vậy chỉ căn cứ vào hai tiêu chí còn lại để xác định hộ di cư. Trong VHLSS 2014 và 2016 không có câu hỏi rõ ràng về di cư nhưng có thông tin về thời gian ở trong hộ. Có rất nhiều lý do cho sự di chuyển của các thành viên hộ như di chuyển để làm việc, học tập, kết hôn, tách hộ, chuyển đến/đi theo gia đình, mới sinh và các nguyên nhân khác. Để phù hợp hơn với mục tiêu nghiên cứu, nghiên cứu chỉ sử dụng lý do di chuyển vì mục đích làm việc. Thông tin này được trích xuất từ câu 10 mục 1A trong bộ dữ liệu Khảo sát mức sống từng năm (2014 và 2016) dành cho chủ hộ đi làm ăn xa và câu 4 mục 1B cho các thành viên khác của hộ đi làm ăn xa. Thời gian một thành viên được coi là di cư khi thành viên đó không ở trong hộ trên 6 tháng để làm kinh tế cho hộ. Trong nghiên cứu này, *hộ di cư được xác định là hộ có ít nhất một thành viên không ở trong hộ trên 6 tháng với mục đích di chuyển là vì việc làm.*

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Dữ liệu và thống kê mô tả

Bảng sau đây sẽ cho thấy số hộ theo từng loại hình di cư được thu thập từ bộ dữ liệu Khảo sát mức sống (KSMS) 2014 và 2016 và số liệu sau khi ghép hai bộ dữ liệu với nhau. Với dữ liệu ghép nối từ hai bộ dữ liệu, có 3587 hộ có thông tin ở cả hai cuộc khảo sát. Trong phân tích, nghiên cứu sử dụng dữ liệu mảng được ghép nối từ hai bộ dữ liệu KSMS 2014 và 2016. Sau khi ghép hai bộ dữ liệu với nhau, tổng số quan sát có được là 7174 với số liệu cho từng nhóm hộ được thể hiện như trong bảng 1.

Bảng 1: Quy mô hộ trong dữ liệu khảo sát

Tình trạng di cư	Năm 2014		Năm 2016		Dữ liệu mảng (Panel data)		
	Số hộ	**Tỷ lệ (%)**	**Số hộ**	**Tỷ lệ (%)**	**Tổng**	**Năm 2014**	**Năm 2016**
Di cư	1002	10,66	989	10,52	776	377	399
Không di cư	8397	89,34	9410	89,48	6398	3210	3188
Tổng số	**9399**	**100**	**9399**	**100**	**7174**	**3587**	**3587**

(Nguồn: Tác giả tính toán từ bộ dữ liệu VHLSS 2014 và 2016)

Hạn chế của bộ dữ liệu này khi sử dụng thông tin liên quan đến người di cư đó là chỉ có các thông tin liên quan đến nơi người di cư đi (nơi xuất cư) (các thông tin về đặc trưng nhân khẩu của chủ hộ và các thành viên trong hộ cũng như điều kiện sống của hộ tại nơi xuất cư) mà không có thông tin liên quan đến nơi thành viên hộ di cư đến (nơi nhận cư). Đồng thời, đơn vị phân tích trong điều tra mức sống là "hộ gia đình" do bộ số liệu không thể hiện đầy đủ thông tin cá nhân theo từng thành viên trong hộ.

Thông tin về sự di chuyển của 3587 hộ có thông tin ở cả hai cuộc khảo sát cho thấy có 5,55% số hộ không có thành viên nào di chuyển trong năm 2014 nhưng lại có thông tin về thành viên di chuyển trong năm 2016. Trong khi đó một tỷ lệ thấp hơn (4,93%) số hộ gia đình có thành viên di chuyển trong năm 2014 nhưng không có bất kì thành viên nào di chuyển trong năm 2016. Tỷ lệ hộ có ít nhất một thành viên di chuyển ở cả hai cuộc khảo sát với gần 6% (chi tiết xem ở bảng 2 dưới đây)

Bảng 2: Thông tin di chuyển của hộ qua hai cuộc khảo sát

Thông tin di chuyển	Số hộ	Tỷ lệ
Không di chuyển	3.011	83,94
Không di chuyển năm 2014, có di chuyển năm 2016	199	5,55
Di chuyển năm 2014, không di chuyển năm 2016	177	4,93
Di chuyển ở cả hai cuộc KS	200	5,58
Tổng	**3.587**	**100**

(Nguồn: Tác giả tính toán từ bộ dữ liệu VHLSS 2014 và 2016)

3.2. Đặc trưng nhân khẩu của mẫu khảo sát

Bảng 3: Thống kê mô tả cho hộ di cư và không di cư

Đặc điểm	**Kí hiệu**	**ĐVT**	**Hộ KDC**	**Hộ di cư**	**Sai số chuẩn**	**Chênh lệch**
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*(5)*	*(6)*	*(7)=(4)-(5)*
Chủ hộ là nam giới	X1	%	76,3	78,6	0,016	-2,4
Chủ hộ là người DTTS	X2	%	18	9,5	0,014	8,5***
Độ tuổi của chủ hộ	X3	Tuổi	51,23	52,44	0,52	-1,212*
Độ tuổi bình phương của chủ hộ	X4	Tuổi bình phương	2817,8	2858,33	57,18	-40,53
Chủ hộ đang có vợ/chồng	X5	%	81,1	86,3	0,015	-5,3***
Chủ hộ chưa hoàn thành cấp học nào	X6	%	24,3	21,3	0,016	3,1

Chủ hộ hoàn thành bậc tiểu học	X7	%	25,6	25,4	0,017	0,2
Chủ hộ hoàn thành bậc THCS	X8	%	28,6	36	0,017	-7,3***
Chủ hộ hoàn thành bậc THPT	X9	%	14,1	14,2	0,013	-0,1
Chủ hộ hoàn thành bậc trên THPT	X10	%	7,3	3,2	0,010	4,1***
Quy mô hộ	X11	Người	3,871	3,394	0,056	0,477***
Số năm đi học trung bình của các thành viên hộ	X12	Năm	7,041	6,912	0,122	0,129
TNBQ đầu người (log)	X13		7,613	7,742	0,025	-0,129***
Tỷ lệ thành viên hộ <15 tuổi	X14	%	43,8	37,2	0,019	6,6**
Tỷ lệ TV hộ từ 60 tuổi trở lên	X15	%	19,6	21,1	0,016	-1,5
Hộ nhận được tiền gửi từ trong nước	X16	%	21,9	64	0,016	-42,1***
Hộ có các khoản vay chưa trả	X17	%	30,6	37,8	0,018	-7,2***
Tỷ lệ thành viên hộ hoạt động trong lĩnh vực nông - lâm-thủy sản	X18	%	37,7	47,3	0,013	-9,5***
Tỷ lệ chi tiêu phi lương thực/thực phẩm của hộ	X19	%	40,6	40,9	0,009	-0,3
Hộ sống ở Đồng bằng sông Hồng	X20	%	19,8	22,4	0,015	-2,7
Hộ sống ở vùng Đông Bắc Bộ	X21	%	16,5	16,9	0,014	-0,4
Hộ sống ở vùng Tây Bắc	X22	%	5,2	1,8	0,008	3,4***
Hộ sống ở vùng Bắc Trung Bộ	X23	%	9,7	15,2	0,012	-5,5***
Hộ sống ở vùng Nam Trung Bộ	X24	%	9,8	9	0,011	0,8
Hộ sống ở vùng Tây Nguyên	X25	%	7,6	3,4	0,01	4,2***
Hộ sống ở vùng Đông Nam Bộ	X26	%	14,2	7,2	0,013	7***
Hộ sống ở vùng ĐBSCL	X27	%	17,2	24,1	0,015	- 6,9***

Hộ ở vùng thành thị	X28	%	29,7	18,8	0,017	10,9***
Số quan sát			**6398**	**776**		

(Nguồn: Tính toán của tác giả từ bộ dữ liệu VHLSS 2014, 2016)

Ghi chú: ***, **, *: Có ý nghĩa thống kê tương ứng ở mức 1*, 5%, 10%

DTTS - Dân tộc thiểu số; ĐBSCL- Đồng bằng sông Cửu Long

Kết quả thống kê mô tả ở bảng 3 cho thấy một số đặc trưng nhân khẩu của chủ hộ và của hộ trong mẫu khảo sát. Theo đó, chủ hộ đa phần là nam giới và chủ yếu là người Kinh/Hoa và hiện đang trong tình trạng hôn nhân là có vợ/chồng. Thêm vào đó, các tỷ lệ này ở hộ di cư cao hơn hộ KDC. Về độ tuổi trung bình của chủ hộ cũng bắt gặp xu hướng tương tự khi so sánh giữa hộ di cư và không di cư. Về trình độ học vấn của chủ hộ cho thấy, có sự khác biệt đáng kể ở chủ hộ di cư và không di cư ở bậc THCS. Theo đó, chủ hộ di cư có tỷ lệ hoàn thành bậc THCS vượt trội so với chủ hộ không di cư. Tuy nhiên ở bậc trên THPT, tỷ lệ hộ hoàn thành bậc học này ở hộ không di cư lại cao hơn so với hộ di cư. Đồng thời, số năm đi học trung bình của các thành viên hộ (kể cả chủ hộ) ở hộ không di cư cao hơn so với hộ di cư. Điều này được giải thích một phần là do tác động của cơ cấu tuổi trẻ hơn của nhóm di cư so với nhóm không di cư. Trong thực tế nhiều người trẻ đã di cư tới thành thị nơi có nhiều cơ sở đào tạo để tiếp tục học ở các bậc học cao hơn. Còn các bậc học khác không có sự khác biệt nào đáng kể. Mặt khác, quy mô hộ ở nhóm hộ không di cư cao hơn so với hộ di cư. Những kết quả này tương tự như các nghiên cứu trước đã chỉ ra. .

Về thu nhập bình quân đầu người chứng kiến sự vượt trội ở nhóm hộ di cư. Kết quả khảo sát cho thấy, chỉ có 1,55% hộ nghèo theo chuẩn nghèo đơn chiều và 4,13% hộ nghèo theo chuẩn nghèo chi tiêu có thành viên di cư. Điều này cho thấy, di cư không dành cho những hộ nghèo. Ở hộ di cư cũng chứng kiến tỷ lệ thấp hơn đáng kể về người phụ thuộc là trẻ dưới 15 tuổi nhưng lại cao hơn về người phụ thuộc là người cao tuổi (từ 60 tuổi trở lên) so với hộ không di cư. Tỷ lệ trẻ ít hơn ở hộ di cư có thể là do trẻ đã đi theo bố mẹ trong các cuộc di cư trong khi người già thì ở lại quê nhà. Đây là một vấn đề xã hội cần được quan tâm trong nghiên cứu đánh giá tác động của di cư đối với những người bị bỏ lại sau mỗi cuộc di cư. Một đặc điểm khác biệt nữa ở hai nhóm hộ này đó là tỷ lệ thành viên hộ làm việc trong các ngành liên quan đến nông - lâm- thủy sản cũng như hộ vẫn còn các khoản vay chưa trả hết ở hộ di cư cao hơn so với hộ không di cư. Đây cũng là một phần nguyên nhân thúc đẩy thành viên hộ di cư. Sự chuyên môn hóa và ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ trong các ngành nông-lâm-thủy sản đã làm cho lao động trong những ngành này dư thừa khiến lao động phải di chuyển để tìm kiếm các cơ hội việc làm ở các ngành khác, hoặc học tập để nâng cao trình độ từ đó chuyển đổi sang các ngành nghề khác cần lao động hơn.

Ba vùng tập trung đông dân cư của cả nước đó là Đồng bằng sông Hồng, vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Đông Bắc Bộ và Đông Nam Bộ. Trong đó, vùng tập trung hộ có người di cư cao nhất lần lượt là Đồng bằng sông Cửu Long, Đồng bằng sông Hồng, Đông Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ. Đây cũng là vùng di cư trọng điểm của cả nước. Bên cạnh đó, người di cư chủ yếu đến từ các vùng nông thôn đặc biệt là ở nhóm di cư vì việc làm. Điều này cho thấy, tình trạng "nông thôn hóa di cư" vẫn còn Những đặc điểm này trong mẫu điều tra phản ánh đúng những gì đang xảy ra về hiện trạng di cư tại Việt Nam đã được

nêu trong các nghiên cứu trước đây.

3.3 .Các nhân tố của di cư việc làm tại Việt Nam

Kết quả của ước lượng là tính toán được xác suất một hộ có ít nhất một thành viên di cư trong giai đoạn 2014 - 2016 do các yếu tố tác động. Quyết định có bao nhiêu biến để đưa vào mô hình nhị phân để tính toán xác suất di cư là một vấn đề được thảo luận rộng rãi trong nhiều nghiên cứu. Bryson, Dorsett và Purdon (2002 trích trong Arata, L., & Sckokai, P. 2016) cho rằng đưa quá nhiều biến trong mô hình nhị phân là không đáng vì nó có thể làm tăng phương sai của công cụ ước tính. Thêm vào đó, theo Rubin và Thomas (1996 trích trong Arata, L., & Sckokai, P. 2016), công cụ ước tính nên bao gồm tất cả các biến ngay cả khi chúng không có ý nghĩa thống kê, ngoại trừ biến có tương quan cao với các biến đã có trong mô hình.

Lý thuyết kinh tế về di cư cho rằng, quyết định di cư phụ thuộc vào đặc trưng nhân khẩu của hộ và chủ hộ bao gồm tài sản vật chất và tài sản con người của hộ (theo Stark, 1991; Mora and Taylor, 1994 trích trong Nguyen và cộng sự, 2009). Vì vậy, các nhân tố thuộc về đặc trưng nhân khẩu của hộ và chủ hộ được đưa vào mô hình di cư ở bảng 3 bao gồm toàn bộ tập biến là các nhân tố tác động đến khả năng di cư đưa vào nghiên cứu (từ X1 đến X26). Các biến đưa vào mô hình ước lượng gồm 2 nhóm yếu tố đặc trưng đó là đặc trưng nhân khẩu của chủ hộ (Gồm các biến từ X1 đến X9), cũng như đặc trưng nhân khẩu và điều kiện kinh tế của hộ (các biến còn lại).

Kết quả ước lượng được trình bày trong bảng dưới đây. Trong đó, mô hình 1 là mô hình đầy đủ, mô hình 2 là mô hình chỉ với các biến có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, 5% và 10% được rút ra từ mô hình 1. Vì vậy mô hình 2 là mô hình được sử dụng để giải thích tác động của các yếu tố đến khả năng di cư của hộ.

Bảng 4: Mô hình hồi quy logit về xác suất di cư của hộ

Biến giải thích	Kí hiệu	Mô hình 1	Mô hình 2	
		Hệ số	Hệ số	Tác động biên
Giới tính chủ hộ (Nam=1)	X1	-0,402**	-0,356**	-0,029
		(0,164)	(0,161)	
Dân tộc chủ hộ (Khác=1)	X2	-0,226		
		(0,170)		
Độ tuổi của chủ hộ	X3	0,275***	0,281***	0,023
		(0,0490)	(0,0483)	
Độ tuổi bình phương của chủ hộ	X4	-0,002***	-0,002***	0,000
		(0,000480)	(0,000477)	
Hôn nhân chủ hộ (Đang có vợ/chồng=1)	X5	1,109***	1,136***	0,093
		(0,216)	(0,211)	
Chủ hộ không có bằng cấp (*)	X6	-0,272		
		(0,365)		
Chủ hộ hoàn thành bậc tiểu học(*)	X7	-0,031		

		(0,318)		
Chủ hộ hoàn thành bậc THCS (*)	X8	0,342		
		(0,288)		
Chủ hộ hoàn thành bậc THPT (*)	X9	0,220		
		(0,279)		
Quy mô hộ	X10	-0,411***	-0,417***	-0,034
		(0,053)	(0,056)	
Số năm đi học trung bình của hộ	X11	-0,147***	-0,101***	-0,008
		(0,031)	(0,019)	
TNBQ đầu người (loga) (1000đ/tháng)	X12	0,582***	0,579***	0,048
		(0,096)	(0,089)	
Tỷ lệ người phụ thuộc là trẻ em (<15 tuổi)	X13	0,616***	0,714***	0,059
		(0,157)	(0,149)	
Tỷ lệ người phụ thuộc là người già (>=60 tuổi)	X14	-0,320*	-0,328*	-0,027
		(0,171)	(0,173)	
Hộ nhận được tiền gửi từ trong nước (Có=1)	X15	1,725***	1,720***	0,141
		(0,101)	(0,101)	
Hộ có khoản vay chưa trả (Có=1)	X16	0,334***	0,340***	0,028
		(0,106)	(0,107)	
Tỷ lệ TV hộ hoạt động trong lĩnh vực Nông - lâm - Thủy sản	X17	0,00612		
		(0,213)		
Tỷ lệ chi tiêu cho các mặt hàng phi lương thực - thực phẩm	X18	0,158		
		(0,217)		
Hộ sống ở Đông Bắc Bộ (**)	X19	0,361**		
		(0,168)		
Hộ sống ở Tây Bắc (**)	X20	0,776		
		(0,473)		
Hộ sống ở Bắc Trung Bộ (**)	X21	0,545***	0,377**	0,031
		(0,176)	(0,153)	
Hộ sống ở Nam Trung Bộ (**)	X22	0,151		
		(0,180)		
Hộ sống ở Tây Nguyên (**)	X23	-0,466*	-0,671***	-0,055
		(0,248)	(0,222)	
Hộ sống ở Đông Nam Bộ (**)	X24	-1,066***	-1,271***	-0,105

		(0,207)	(0,174)	
Hộ sống ở ĐBSCL (**)	X25	0,204		
		(0,153)		
Hộ sống ở thành thị	X26	-0,699***	-0,714***	-0,059
		(0,147)	(0,127)	
Hằng số		-13,51***	-13,69***	
		(1,473)	(1,353)	
Số quan sát		**7174**	**7174**	

(Nguồn: Tính toán của tác giả từ dữ liệu mảng của bộ dữ liệu VHLSS 2014, 2016)

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn đã được robust

***, **, *: Có ý nghĩa thống kê tương ứng ở mức 1*, 5%, 10%

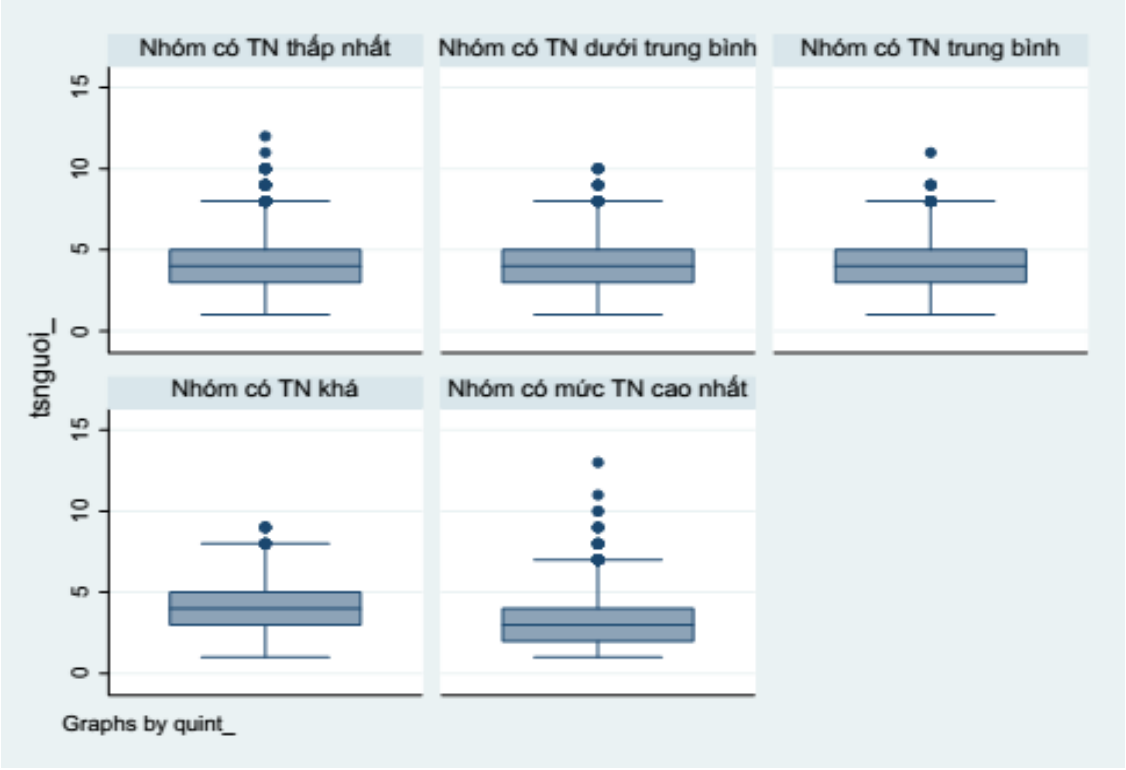
(*) Chủ hộ hoàn thành bậc trên THPT làm giá trị tham chiếu; (**) Hộ sống ở ĐBSH làm giá trị tham chiếu

Kết quả ước lượng cho thấy, từ mô hình di cư ban đầu có một số biến giải thích ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến khả năng di cư của hộ. Theo đó, độ tuổi chủ hộ, độ tuổi bình phương của chủ hộ, chủ hộ đang có vợ/chồng, quy mô hộ, số năm đi học trung bình của hộ, thu nhập bình quân đầu người, hộ nhận được tiền gửi từ thành viên hộ đi làm ăn xa trong nước, hộ có khoản vay chưa trả, hộ sống ở thành thị và biến vùng là những yếu tố tác động đến khả năng hộ gửi thành viên di cư. Cụ thể, tuổi chủ hộ càng tăng thì khả năng hộ có thành viên di cư càng tăng (nhưng tăng với tốc độ giảm dần). Thêm vào đó, khả năng di cư thường cao hơn ở những hộ có chủ hộ đang có vợ/chồng. Thu nhập bình quân đầu người của có tác động thúc đẩy hộ gửi thành viên di cư. Điều này được lý giải một phần do hộ di cư thường là hộ có mức thu nhập trung bình trở lên (chiếm khoảng 70% số quan sát). Như đã đề cập ở trên, di cư không có sẵn cho những người nghèo vì vậy với những hộ có điều kiện kinh tế là hộ có khả năng di cư cao hơn so với những hộ thuộc nhóm nghèo.

Tiền gửi cũng là một động lực thúc đẩy hộ gửi thành viên di cư. Cần lưu ý rằng tiền gửi hộ nhận được từ trong nước như được định nghĩa trong VHLSS bao gồm các khoản tiền và hiện vật (được quy đổi thành tiền) được gửi từ các cá nhân trong nước mà các hộ gia đình nhận được. Chúng có thể được trao cho các hộ gia đình không chỉ bởi người thân mà còn bởi bạn bè, hàng xóm, v.v. Do đó, việc nhận tiền gửi trong nước của một hộ gia đình có thể là một chỉ số không chỉ cho người di cư mà còn cho mối quan hệ với các hộ gia đình khác. Các hộ gia đình có mạng lưới rộng có thể có xác suất di cư cao hơn. Điều này cho thấy, tác động lan tỏa của mạng lưới di cư như phát hiện của Đặng Nguyên Anh (1998).

Đối với những hộ đang có khoản vay chưa trả thì khả năng di cư ở những hộ này cao hơn. Điều này là hợp lý khi mà hộ cần khoản chi phí để trang trải cho các khoản vay nợ mà hộ đang nắm giữ. Đây là yếu tố tác động mạnh mẽ đến khả năng di cư của hộ. Khác với một số nghiên cứu trước đây được thực hiện bởi Nguyen và cộng sự 2009, kết quả trong nghiên cứu này cho thấy, quy mô hộ có tác động tiêu cực đến xu hướng di cư. Điều này đã được Tran và cộng sự khẳng định trong bài nghiên cứu được thực hiện 2012, theo

đó, tác giả cũng đã chỉ ra xu hướng tương tự. Kết quả phân tích chỉ ra rằng, hiện tượng di cư thường xảy ra đối với những hộ có dưới 5 thành viên (chiếm khoảng 80%, trong đó có hơn một nửa là hộ có quy mô từ 1-3 người), còn lại là ở quy mô hộ lớn hơn. Điều này chứng tỏ quy mô hộ càng lớn thì khả năng hộ đó là hộ di cư càng thấp. Điều này một phần là do điều kiện kinh tế ở những hộ có nhiều thành viên thường thấp hơn so với những hộ có ít thành viên. Với những chi phí cho di chuyển đáng kể chính là rào cản đối với hộ có nhiều thành viên. Thêm vào đó, hộ có đông thành viên thường được tìm thấy ở nhóm hộ có thu nhập dưới trung bình (theo dữ liệu khảo sát cho thấy quy mô hộ trung bình cho nhóm thu nhập thấp nhất là 4.13 người, cho nhóm có thu nhập dưới trung bình là 3.96 người trong phân phối thu nhập (như hình 1 dưới đây). Điều này cho thấy, đối với những hộ có đông thành viên thì ít có khả năng di cư hơn so với hộ có số thành viên ít hơn. Mặt khác, hộ có thu nhập bình quân đầu người càng cao, càng khuyến khích hộ gửi thành viên di cư làm việc. Bằng chứng từ cuộc khảo sát cho thấy, có gần 70% số hộ di cư có thu nhập từ trung bình trở lên. Thêm vào đó, đa phần những nhà khá giả thường gửi người thân/con cái đi học tại các trường đại học/cao đẳng chủ yếu tập trung tại khu vực thành thị. Sau khi học xong những người này không trở về quê hương mà ở lại thành phố hoặc di chuyển tới các nơi khác làm việc làm gia tăng tỷ lệ di cư ở nhóm hộ này.



Hình 1: Phân phối quy mô hộ theo phân vị về thu nhập bình quân đầu người

(Nguồn: Tính toán của tác giả từ bộ dữ liệu VHLSS 2014, 2016)

Kết quả trong Bảng 4 cũng cho thấy các hộ gia đình thành thị ít có khả năng di cư hơn so với các hộ gia đình nông thôn. Lý giải cho điều này là do người di cư vì việc làm được đại diện quá mức trong mẫu và phần lớn các hộ gia đình di cư vì việc làm này nằm ở khu vực nông thôn. Ngoại trừ vùng Đông Nam Bộ được coi là vùng nhận cư có đông

người di cư đến nhất cả nước, các vùng khác xu hướng di cư ngày càng gia tăng, đặc biệt là vùng Tây Bắc, Bắc Trung Bộ, Nam Trung Bộ và ĐBSCL (tuy nhiên, vùng Tây Bắc, Nam Trung Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long không thực sự có ý nghĩa thống kê). Một phần do điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, dân cư đông, thiếu việc làm vì vậy người dân ở các vùng này có xu hướng di chuyển rất cao ra các vùng khác để tìm kiếm việc làm, cải thiện thu nhập cho bản thân và gia đình. Tây Nguyên thường được xem là vùng nhận cư khi mà theo số liệu thống kê, giai đoạn 2005 đến 2017, các tỉnh Tây Nguyên có tới 58.846 hộ di dân tự do với khoảng 220.000 nhân khẩu, cao gấp nhiều lần so với các khu vực còn lại trong cả nước. Di dân tự do đã gây nên nhiều hệ lụy nghiêm trọng, đe dọa tới môi trường, đói nghèo, an sinh xã hội...cho khu vực Tây Nguyên, mặc dù Chính phủ và các địa phương đã có nhiều nỗ lực để khắc phục tình trạng này (trích Báo điện tử Công an nhân dân, 2019).

Một điểm lưu ý từ kết quả ước lượng cho thấy, hộ với chủ hộ là nữ có xu hướng di cư cao hơn so với hộ có chủ hộ là nam. Điều này được lý giải một phần là do ở hộ có chủ hộ là nữ, trụ cột gia đình không còn (thường là người chồng với nhiều lý do như chồng mất, ly hôn, hoặc do chế độ mẫu hệ) khiến họ phải cáng đáng trách nhiệm đối với gia đình, và để cải thiện cuộc sống họ bắt buộc phải gửi thành viên hộ di cư hoặc chính họ cũng sẽ là người di cư để làm việc.

Yếu tố tỷ lệ người phụ thuộc tác động rõ rệt đến xu hướng di cư của hộ. Theo đó, hộ có tỷ lệ người phụ thuộc là trẻ em (dưới 16 tuổi) càng cao thì khả năng di cư càng tăng trong khi, với tỷ lệ người phụ thuộc là người già thì xu hướng di cư càng giảm (vì nhóm này cần người chăm sóc). Đối với hộ có người phụ thuộc là trẻ em, hộ có thể để những đối tượng này cho bố/mẹ/người thân coi sóc để di cư hoặc có thể đã đi theo bố/mẹ trong các cuộc di cư vì vậy khuynh hướng di cư của nhóm này cao hơn. Trong các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng di cư của các thành viên hộ, yếu tố tiền gửi có tác động khuyến khích hộ di cư mạnh nhất.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

4.1. Kết luận

Với những kết quả phân tích ở trên cho thấy, quyết định di cư phụ thuộc nhiều vào đặc điểm của chủ hộ cũng như đặc điểm của hộ và nơi sinh sống của hộ. Kết quả phân tích còn chỉ ra rằng, di cư chủ yếu tập trung ở khu vực nông thôn, vào những hộ có chủ hộ là nữ, hộ có các vấn đề về kinh tế (như có khoản vay chưa trả được) đồng thời cho thấy tác động lan tỏa của mạng lưới xã hội đến quyết định di cư của hộ thông qua tiền gửi. Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy những vấn đề đặt ra như di cư không có sẵn cho hộ nghèo, hộ có đông thành viên và làm trầm trọng thêm tình trạng nghèo ở những nhóm hộ này.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế như chỉ tập trung khai thác các đặc điểm của hộ mà chưa kết hợp với các đặc điểm nơi hộ sinh sống (như đặc điểm của xã, của tỉnh) cũng như các yếu tố văn hóa. Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo cần bổ sung các yếu tố này để nghiên cứu được sâu sắc và đầy đủ hơn các khía cạnh di cư của các hộ gia đình tại Việt Nam.

4.2. Hàm ý chính sách

Từ thực trạng nêu trên, nhóm tác giả đề xuất một số kiến nghị như sau:

Số liệu về di cư tại Việt Nam đang rất hạn chế và mỗi bộ dữ liệu khảo sát lại đưa ra một cách định nghĩa khác nhau về di cư gây khó cho quá trình phân tích, đánh giá. Hạn chế về các số liệu sẵn có về di cư phản ánh các khó khăn trong việc thu thập thông tin về một bộ phận dân số lưu động. Tuy nhiên, những người di cư vì việc làm là những người dễ bị bỏ qua trong các cuộc Tổng điều tra dân số và trong các số liệu điều tra khác, chính là những người yếu thế, là những người ít được thụ hưởng các chương trình bảo trợ xã hội và thường chưa được tính đến nhiều trong các hoạt động xây dựng kế hoạch của quốc gia. Cần có đầy đủ các số liệu về di cư để có thể hoạch định các chính sách dựa trên các bằng chứng nhằm giải quyết thỏa đáng các nhu cầu còn chưa được đáp ứng của người di cư. Các chính sách này cũng cho phép Việt Nam gặt hái được các lợi ích trong phát triển do di cư mang lại

Bên cạnh đó, cần có chính sách quản lý chặt chẽ với nhóm dân di cư tự do đặc biệt là ở Vùng Tây Nguyên. Nhóm dân di cư tự do ở vùng này chủ yếu là người yếu thế như nhóm người dân tộc thiểu số, người nghèo, thiếu đất sản xuất,.... Vì vậy, cần thiết kế chính sách đảm bảo an sinh xã hội cho nhóm người di cư này để "không còn ai bị bỏ lại phía sau" trong quá trình phát triển kinh tế xã hội.

Hiện tượng "nữ hóa di cư" đang diễn ra mạnh mẽ trong những người di cư tại Việt Nam những năm gần đây. Khu vực làm việc chủ yếu của những người này là khu vực "phi chính thức" với các công việc nhạy cảm, nặng nhọc, được trả lương không tương xứng thậm chí thấp hơn rất nhiều so với "khu vực chính thức" và việc tiếp cận các dịch vụ xã hội rất khó khăn. Vì vậy, rất cần sự hỗ trợ từ Chính phủ trong việc thiết kế các chính sách liên quan đến các đối tượng này để đảm bảo họ được bảo vệ và dễ dàng hơn trong tiếp cận các dịch vụ xã hội tại nơi đến.

Sau mỗi cuộc di cư, người thân của họ (con cái/ông bà/cha mẹ) bị bỏ lại quê nhà gây ra những hệ lụy hết sức phức tạp (ông bà/cha mẹ không được chăm sóc, con cái bỏ bê học hành,...). Vì vậy, địa phương nơi có đông người di cư đi cần quan tâm hơn nữa đến những đối tượng này nhằm tránh những hệ lụy đằng sau mỗi cuộc di cư. Đồng thời địa phương cần có các chính sách tạo thêm nhiều việc làm hơn tại địa phương để thu hút lao động ở lại địa phương, tránh áp lực quá tải cho khu vực đô thị nơi tập trung đông người dân nhập cư từ nông thôn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arata, L., & Sckokai, P. (2016), 'The Impact of Agri-environmental Schemes on Farm Performance in Five E.U. Member States: A DID-Matching Approach', Land Economics, 92(1), 167-186. doi:10.3368/le.92.1.167.
2. Coxhead, I. A.; Nguyen, C. V., and Vu, L. H., (2015), 'Migration in Vietnam: New evidence from recent surveys', Vietnam development economics discussion paper. No. 2. World Bank Group, accessed on 20 December 2019. Available from http://documents.worldbank.org/curated/en/969411468197949288/Migration-in-Vietnam-new-evidence-from-recent-surveys
3. Báo điện táo điện cuments.wn (21/3/2019), 'Tây Nguyên "gnts.wn (21/3/2019),

rated/en/9694114681', truy cên "gnts.wn (21/3/20 http://cand.com.vn/Phong-su-tu-lieu/Tay-Nguyen-gong-minh-ganh-dan-di-cu-tu-do-537450

4. Đặng Nguyên Anh (1998), 'Vai trò của mạng lưới xã hội trong quá trình di cư', Tạp chí xã hội học số 2 (62): 16-23
5. Đoàn Minh Hu hội học số 2 (62): 16-23uá trình di cưg-minh-ganh-dan-di-cu-tu-do-537450tu-do-537450" m-recent

   http://viennccspt.hcma1.vn/ly-thuyet/tong-quan-mot-so-ly-thuyet-ve-di-dan-pgs-.ts-doan-minh-huan-cn-nguyen-duc-hung-a378.html
6. Harris, J. R., and Todaro, M. P., (1970), 'Migration, Unemployment and Development: A Two-Sector Analysis', accessed on 9 April 2017. Available from https://isites.harvard.edu/fs/docs/icb...files/.../harris_todaro70.pdf
7. IOM (2018), 'Migration and 2030 Agenda: A guider for Practioners', accessed on 14 November 2019 Available from https://publications.iom.int/system/files/pdf/sdg_en.pdf
8. Lê Bê s://pu và Nguyễn Thanh Liêm (chủ biên) (2011), 'Tvà Nguyễn Thanh Liêm (chủ biên)pdf/sdg_en.pdff/sdg_en.pdf" essed on 14 November 2019 Available f22/03/2017 từ www.isds.org.vn/download/tailieu/.../ tunongthonrathanhpho/ PIM_final_VIE.PDF
9. Lee, E. S., (1966), 'A Theory of Migration. Population Association of America', Demography. 3(1): 47-57, accesed on 20 July 2019. Available from

   https://emigratecaportuguesa.files.wordpress.com/2015/04/1966-a-theory-of-migration.pdf
10. Luu, B. N, Luu, T. H., and Ha, T. A., (2017), 'Internal Migration to the Southeast Region of Vietnam: Trend and Motivations', Journal of Population and Social Studies. 25(4): 298 - 311
11. Mark, V., M. và Fleischer, K., (2010), "Di cư trong nư 311 ơ hk, V., M. và Fleischerới sự phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam', truy cập 20/3/2016 từ

    http://www.un.org.vn/vi/publications/doc_details/173-di-cu-trong-nuc-co-hi-va-thach-thc-di-vi-s-phat-trin.html
12. Nguyen, V. C; Marrit, Van den Berg, and Lensink, R., (2009), 'The Impact of Work Migration and Non-Work Migration on Household Welfare, Poverty and Inequality: New Evidence from Vietnam', Economics of Transition. 19(4): 771-79, accessed on 5 December 2017. Available from

    http://veam.org/wp-content/ uploads/2016/06/2009_theImpactOfMigrationOnHouseholdWelfareInVietnamnguyenVietCuong.pdf
13. Phạh3Tấn Nhật và Huỳnh HiTấn Nhật và Huỳnhontent/ uploads/2016/06/2009_theImpactOfMigrationOnHouseholdWelfareInVietnamnguyen VietCuong.pdfietCuong.pdf" Available fromfro[14] Ranis, G., (2004), 'Arthur Lewis: contribution to development thinking and policy', The Manchester School. Vol 72 No.

6 1463-6786: 712-723, ccessed on 9 April 2019. Available from http://www.econ.yale.edu/~granis/papers/lewis-manchester-2004.pdf

14. Ravenstein, E. G., (1885), 'The Laws of Migration', Journal of the Statistical Society of London. 48(2): 167-235 Published by: Blackwell Publishing for the Royal Statistical Society, accessed on 15 February 2017. Available from https://cla.umn.edu/sites/cla.umn.edu/files/the_laws_of_migration.pdf
15. T16] ://cla.umn.ed(2016), 'Đi.umn.edu/sites/cla.umn.edu/ia 2015: Các kết quả chủ yếu', NXB Thông tấn, Hà N, 'Đ[17] Tran, T.B., Nguyen, H. C., Nguyen, T. X. M., Ngo, T. P.T, (2012), 'A propensity score matching analysis on the impact of international migration on entrepreneurship in Vietnam', Journal of the Asia Pacific Economy. 17(4): 653-669, accessed on 30 January 2019. Available from http://dx.doi.org/10.1080/13547860.2012.724555
16. UN (1970), 'Methods of measuring internal migrantion' (Manual VI, Chapter 1), accessed on 15 March 2019. Available from http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/manuals/migration/manual6/chap1.pdf
17. Waddington, H., and Sabates-Wheeler, R., (2003), 'How Does Poverty Affect Migration Choice? A Review of Literature', Working Paper T3 Institute of Development Studies, Sussex, accessed on 30 May 2016. Available from www.migrationdrc.org/publications/working_papers/WP-T3.pdf
18. [20] World Bank (2016), 'Migrations and Development: A Role for the World Bank', Report of the World Bank, No.108105, accessed on 5 March 2019. Available from http://documents.worldbank.org/curated/en/690381472677671445/pdf/108105-BR-PUBLIC-SecM2016-0242-2.pdf
19. Chapter 2: Approaches and Theories of Migration (online), truy cập 10/5/2019 từ https://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/13103/9/09_chapter%202.pdf

IMPROVING SPAM CLASSIFICATION BY MEANS OF PROTOTYPE SELECTION ENSEMBLES

CẢI THIỆN PHÂN LỚP EMAIL RÁC BẰNG CÁCH KẾT HỢP CÁC GIẢI THUẬT LỰA CHỌN

MSc. Mai Thu Giang

University of Economics, Hue University

Abstract

Spam mail is one of the disadvantages of e-mail application. This problem annoys recipient, taking their time, as well as wasting network bandwidth. From this reason, SPAM classification is a realistic problem which we need to consider. Furthermore, modeling a system which automatically classifies spam email from our list of emails has become important. In order to build this system more effectively, one of the methods we often use in the pre-processing procedure is Prototype selection (PS), which decides removing or keeping instances during generalization. This study will work with three state-of-the-art PS algorithms, including Extended Nearest Neighbors (ENN), Decremental Reduction Optimization procedure 3 (DROP3), Random Mutation Hill Climbing (RMHC), and the method of combination these algorithms into one ensemble method. The reduction of storing requirements, speed of computation and the accuracy of classifications based on the KNN method is tested carefully. These results confirm that in some cases, the combined method leads to higher accuracy of classification as well as lower storage requirement than each individual method, in which the combination between ENN and DROP3 result the highest accuracy.

Keywords: *Extended Nearest Neighbors (ENN), Decremental Reduction Optimization procedure 3 (DROP3), Random Mutation Hill Climbing (RMHC), kNearest Neighbors (KNN).*

Tóm tắt

Thư rác (SPAM mail) là một trong những nhược điểm của ứng dụng thư điện tử. Vấn đề này gây ra nhiều phiền toái cho người nhận, làm mất thời gian của người nhận cũng như lãng phí băng thông mạng. Từ lý do này, phân loại thư rác là một vấn đề thực tế mà chúng ta cần xem xét. Hơn nữa, việc mô hình hóa một hệ thống tự động phân loại thư rác từ danh sách thư càng ngày càng trở nên quan trọng. Điều đó cần có những giải thuật mang lại kết quả phân lớp cao để áp dụng vào mô hình. Để xây dựng hệ thống này hiệu quả hơn, một trong những phương pháp thường được sử dụng trong quy trình tiền xử lý là lựa chọn nguyên mẫu (Prototype Selection), quyết định loại bỏ hoặc giữ các mẫu trong quá trình khái quát hóa. Nghiên cứu này sẽ làm việc với ba phương pháp, bao gồm ENN (Mở rộng lân cận), DROP3 (Tối ưu hóa giảm dần), RMHC (Leo đồi đột biến ngẫu nhiên) và phương pháp kết hợp các thuật toán này. Việc giảm các yêu cầu lưu trữ, tăng tốc độ tính toán và tăng độ chính xác của phân loại dựa trên phương pháp K hàng xóm lân cận (KNN) được kiểm tra cẩn thận. Kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng, trong một số

trường hợp, việc kết hợp các phương pháp cho độ chính xác cao hơn và yêu cầu lưu trữ thấp hơn so với từng phương pháp riêng lẻ. Trong đó, sự kết hợp giữa ENN và DROP3 mang lại độ chính xác cao nhất.

Từ khóa: *ENN (Mở rộng lân cận), DROP3 (Tối ưu hóa giảm dần), RMHC (Leo đồi đột biến ngẫu nhiên).*

1. Introduction

In the list of emails which we receive everyday, there are a huge number of unexpected emails which are called spam mails. These emails take us time to remove them from our list of emails as well as occupy a large space bandwidth. We need a system, which can help us to classify or recognize an unknown email, is spam mail or ham mail before allowed just ham mails can come to our inbox. In order to solve this problem, we have to work with the classification methods. The classification methods aim to predict the class of new instance based on the knowledge in the given the training data T. there are many classification methods such as k nearest neighbors (kNN), decision tree (DT), support vector machine (SVM). However, in this study, we focus on using baseline method kNN. kNN looks for the k nearest neighbors (NNs) of the given instance in the set of prototypes. The result will be the class that most of these neighbors belong to.

In order to classify effectively, the pre-processing dataset of mails is very important step which can improve the accuracy of the classification, reduce storage requirements, and improve speed of classification. One of the solution for mentioned pre-processing step is Prototype Selection, which selects a subset S of the training set T, and a new instance is classified based on the subset S instead of original training set T.

It is clear that there are many studies related to PS problems (Aggarwal & Amrita, 2013). However, there is no research on the combination of new training sets which result from separated algorithms and assessing the effect of these combinations. This study works with three algorithms: ENN, DROP3, and RMHC. In which, ENN is the most recent supervised learning algorithm for pattern recognition (Bo & Haibo, 2015); DROP3 is the optimal algorithm in decrimental reduction features (Wilson & Martinez, 2000); and RMHC is the search method applying genetic algorithm to get the highest fitness of population (Lu, Jie, Wuyang, & Shasha, 2017).

The details of each algorithm will be presented in the following part of the paper. The study solves the problem in the following steps:

(1) apply kNN classification to the original dataset.

(2) Apply kNN classification to three new training sets which obtained from ENN, DROP3, and RMHC.

(3) Access the improvement respect to accuracy, storage requirements, and time cost.

(4) The last step and also the most important step in this study is getting the intersection between each pair of new training sets from step 2, as well as the intersection

of three new training sets, after that using kNN classification for these intersection sets and accessing the effect of these combinations.

The results of the study show that in some situation, the combined method has more effects on getting better classification than each original method.

2. Literature review and Methods

2.1. Literature review

In this section we will briefly present research related to the study:

2.1.1 The k-Nearest Neithbor (kNN) algorithms

The 1-nearest neighbor (1-NN) classification algorithm is used in our study. This algorithm conducted by Wilson and Martinez (Wilson & Martinez, 2000). The similarity of two instances is accessed through the similarity distance between two scaled instances, by using Euclidian distance function relies on weighted features.

The distance between two scaled instances by using the Euclidian distance function is defined as:

$$E(\vec{x},\vec{y}) = \sqrt{\sum_{i=1}^{m} [(x]_i - y_i)^2}$$

Where $\vec{x}$ and $\vec{y}$ are the two input vectors of two instances with m features, *m* is the number of input features, and x_i and y_i are the input values for input feature *i* (Wilson & Martinez, 2000).

The instance with the smallest distance to a test instance is its 1-nearest neighbor. The instance is correctly classified by 1-NN when its class label is as similar as the test instance.

2.1.2 The Prototype Selection

There are three types of techniques for reducing instance, inluding condensation, edition and hybrid techniques.

Firstly, condensation techniques improve running time and reduce storage requirements. One of the most popular algorithms for these techniques designed for 1NN is Condensed Nearest Neighbors (Nele & Cornelis, 2013). In this algorithm, with the original training set T, the subset S is initialized with one instance from each class by randomly. After that classify each instance x in the T using S as training set by apply 1NN rule. If x is misclassified then adding x to S, otherwise we do not need to consider this instance. The new training set which we get after applying this algorithm is S. Obviously, all instances in the new training set by using 1NN is classified correctly over S. Some other algorithms in this technique is Modified Condensed Nearest Neighbor (MCNN), Reduced Nearest Neighbor (RNN),...

Secondly, edition techniques try to reduce the size of the original training set T, but to improve classification quality of the kNN rule by removing noisy instances (Nele &

Cornelis, 2013). For examples, Edited Nearest Neighbor (ENN), Repeated-ENN (RENN), All k-NN (AllKNN), Fuzzy Rough Prototype Selection (FRPS),...are popular algorithms, which belong to edition techniques.

Thirdly, hybrid techniques are the combination of edition and condensation techniques (John & Eliot, 2006). These techniques have both advantages from edition and condensation techniques. On the one side, these techniques are designed to reduce as much as possible the dimension space of the dataset, or reduce store requirements. On the other side, they try to improve the accuracy of classification using the kNN rule. Some typical algorithms for the techniques are Random Mutation Hill Climbing (RMHC), Decremental reduction optimization procedure 1-3 (DROP1-DROP3), Generational Genetic Algorithm (GGA).

2.2.2 Direction of search

There are three directions can be proceed during searching for a subset of training set S from original training set T, including incremental, decremental, and batch (Shi, Wang, & Weng, 2012).

In terms of incremental search direction, at the fist step, the subset of training set S is initialized with an empty. After that each instance from T is added to S if it satisfies given condition. In this case the order of presentation of instances can be very important because it has effect on deciding which instances are considered first, leading to adding their neighbors to the subset S or not.

On the other hand, the decremental search begins with the subset S is initialized by the original training set T. during the search, each instance is considered, and it is removed from the subset S when it satisfies given condition. It means that the number of instance in this search direction will decrease during the time of searching. As the same as incremental search direction, the order of instance in the dataset have effects on deciding which instance is removed first, leading to effects on its neighbors. However, the decremental search is more expensive than incremental algorithms (Nele & Cornelis, 2013).

Last but not least, the batch mode involves deciding if each instance meets the removal criteria before removing any of them. After that all of instances which satisfy given condition of removing will be removed at once.

2.2.3 Border points vs. central points

One of the parts of knowledge which directly related the algorithms which we will discuss later is border points and central points.

The central points are “internal” points, which do not have effect on decision the boundaries, while the border points decide which is boundary of a class. Because of these, we can see that the central points can be removed with weak effects on the classification. However, in some other cases, the border points, which are noisy or do not agree with their neighbors, are removed. This action will remove close border points, resulting smoother decision boundaries (Bien & Tibshirani, 2012).

2.1.3. The Algorithms

2.1.3.1 Edited Nearest Neighbor (ENN)

At the first step procedure, the subset training S is initialized by the original training set T. After that, classify each instance x in S using S\{x} as training set by using 1NN classification. If x is misclassified then remove it from the subset S. The result subset S contains every instance classified correctly over 1 NN rule.

The evaluation of search for ENN is filter techniques. The direction of search for ENN is decremental because the subset S is initialized by the whole training set, after that each instance is removed from S if it is misclassified.

The pseudocode for ENN is given as follows (Alejo, Sotoca, & Valdovinos, 2010):

T original training set

1. S = T

2. Classify each instance x in S using S\{x} as training set (KNN classification, k=1)

1. x misclassified -> remove x from S

If |S|=3 -> go to 3.

2. x correctly classified -> do nothing

3. Return S

For example, there is a training set T includes 7 instances, which belong to two classes (-) and (+).

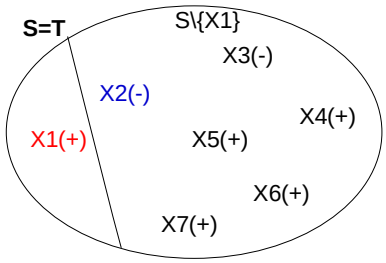


Figure 1. Example for classification the training set of 7 instances by using ENN, with two classes (+) and (-)

At the first step, the subset S is initialized by the training set T. In order to classify for X1 by using 1NN rule and using S\ {X1} as the training set. Then we can see that X2 is the nearest neighbor of X1. However, X1 is misclassified because X1's class is (+) while X2's class is (-) then after this step, X1 is removed from S. According to the algorithm, in the next steps, X2, X3 will be removed from S. The result subset S = {X4, X5, X6, X7}.

2.1.3.2 Decremental Reduction Optimization Procedure (DROP1-3)

DROP1-3 is one of the new heuristic algorithms in the list of PS algorithms. These algorithms not only consider carefully the similarity distance of instances and the misclassification based on kNN rule, but also take into account the order of which instances are removed in the next step.

In order to work with DROP3, we need to have a look briefly DROP1 and DROP3. In fact, DROP2 is the improvement of DROP1, and DROP3 is applied DROP2 onto the training set which is already applying ENN.

There are some notations as well as new concepts which we need to consider when we work with these algorithms as follows:

$P_{1..n}$: Training set T consists of n prototypes.

$P.N_{1..k}$: the prototype P has k nearest neighbors (ordered from nearest 1 to furthest k).

P.E: the prototype P has a nearest enemy. The enemy is the nearest instance in the list of P's nearest neighbors, but with a different from class labels of P.

$P.A_{1..a}$: the list of prototype which have P as one of their kNN, called list of associate of P.

In terms of DROP1 algorithm, the following basic rules are used to decide removing an instance from the subset training S is safe or not.

The algorithm will remove prototype P if at least as many of its associates in S would be classified correctly without P. [reduce techiques]. In order to do this action, each associate in $P.A_{1..a}$ is check to see the affection of removing P on it. It is reasonable that when a prototype P is removed from the subset of training, then the list of associate of each associates $P.A_i$ need to be updated. Each associate $P.A_i$ will use its (k+1)st nearest neighbor ($P.A_i.N_{k+1}$) in place of P.

There are two possible action which can happen after update the list of associates: the prototype P has the same class as $P.A_i$, and $P.A_i.N_{k+1}$ has a different class with $P.A_i$, then this situation may lead P.Ai to be misclassified by its neighbors. In other case, the prototype P has a different class from $P.A_i$ and $P.A_i.N_{k+1}$ is the same class as $P.A_i$, then removing P could cause a previously misclassified instance to be classified correctly.

The pseudocode for DROP1 is given as follows (Shi, Wang, & Weng, 2012)*:*

DROP1:

DROP1(Training set *T*): Instance set *S*.

Let *S*= *T* .

For each instance *P* in *S*:

Find *P:*$N_{1..k+1}$*, the* *k*+1 NNs of *P* in *S*.

Add *P* to each of its neighbors' lists of associates.

For each instance *P* in *S*:

Let *with* = # of associates of *P* classified correctly with *P* as a neighbor.

Let *without* = # of associates of *P* classified correctly without *P*.

If *without* >= *with*

Remove *P* from *S*.

For each associate *A* of *P*

Remove *P* from *A*'s list of NN

Find a NN for *A*.

Add *A* to its new neighbor's list of associates.

For each neighbor *N* of *P*

Remove *P* from *N*'s lists of associates.

Endif

Return *S*.

The potential problem that can arise in DROP1 is that a noisy instance typically has associates of a different class, so that the noisy instance may occupy the input space. However, in case of its associates are removed then the noisy instance will keep more input space. On the other side, if many of its neighbors are removed first then its associates may contain prototypes, which have the same class, comes from the other side of its original boundary. From these reasons, it is possible that removing the noisy instance at that point may lead to some of its associates to be classified incorrectly.

DROP2: using more information and ordering the removal

DROP2 is the improvement of DROP1 by considering the effect of the removal of a prototype on all the set of prototypes in the original training set T instead of instances remaining in subset of training S.

The DROP2 algorithm removes prototype P if at least as many of its associates in T would be classified correctly without P. In order to do that, each prototype P in the original training set T continues to maintain a list of its k+1 nearest neighbors (NNs) in S when P is already removed from S. It means that the set of prototypes in S have associates that are both inside and outside S. This method can solve the problems of removing the entire clusters, which causes by DROP1.

Furthermore, DROP2 also changes the order of removal of instances by sorting the prototype S based on the similar distance to their nearest enemy. The instance furthest from its nearest enemy or furthest from the decision boundary is removed first so that this removing retains the border points. However, in some cases, noisy instances are also "border" points, this action can cause the order of removal to be drastically changed.

DROP3: filtering noise

In order to solve problem from DROP2, DROP3 algorithm uses a noise-filtering pass before sorting the instances in S. This is done using a rule similar to ENN as we discussed so far. At each step of removing one noisy prototype, the instances in the training set T are sorted by distance to their nearest enemy remaining in S. It means that some points far from the real decision boundary are removed first.

We can simply give the pseudocode for DROP3 algorithm as follows:

DROP3

DROP3 = ApplyDROP2(ENN(T))

where T is the original training set.

2.3.3 Random mutation hill climbing (RMHC):

This is a local search method which applied genetic algorithm at step of mutation and getting the highest fitness of population.

The algorithm uses a binary bit string to represent a set of prototypes where the length of the string is the number of instances in the original training set. The position where a bit is equal to 1 meaning that at the instance with the index is the position of this bit in the string. The search technique is that the mutation of the bit vector changes the selection of instances in the prototype set from the nearest neighbor computation (Skalak, 2010). The fitness function used for all the RMHC experiments is the predictive accuracy on the training data of a set of prototypes using the 1-NN classification algorithm.

With a given the original training set X, the t_{max} iterations, and the number of instances remains in the subset of training. After the number of iterations t_{max}, the string with the highest accuracy is the best subset of training.

The pseudocode for RMHC is given as follows (Skalak, 2010)

RMHC:

Given: The original training set X

Number of iterations t_{max}

Number of prototypes *p*

X_{best}= random selection of p instances from X

b=random bit vector encoding p prototype indices

FOR i=1 to tmax DO

j=random number between 0...|b|

flip but b_j

X'= set of prototype from X included by b

IF kNN(X',X)>kNN(Xbest,X) THEN

X_{best}=X'

Return (X_{best})

2.2. Methods

In this section we discuss our experimental evaluation.

The research used the email collection as the dataset with 1062 instance and 58052 features for each email. Although the main topic of this study is PS, in order to improve the speed of PS algorithms, we use the result from feature reductions of some baseline methods to reduce the number of redundant features; we keep the top 50 features. The baseline method of feature selection (FS) used in my study is SVM. It means that every time before PS is carried, FS is ran first to reduce features. This will save time for running the PS algorithms later.

Secondly, we carry out 10-folds crossvalidation and respond the average accuracy over all folds. the original training set, the test of accuracy the average of ten times of crossvalidation.

Last but not least, in order to apply 1-NN algorithm, and using the Euclidian distance function, we cannot apply them directly onto the original dataset because the original dataset may contain a lot of non-numeric features. That is why at the first step of the pre-processing procedure, all features have numeric values and Boolean values are converted to numeric values. After that all feature values are linearly scaled from 0 to 1.

The implementation of this study is divided into two parts as follows:

The first part of implementation: Assessing the dimension reduction and accuracy of classification of each PS method applied to the original training set. It is ran as follows: At each iteration, firstly we apply FS, then apply ENN, DROP3, RMHC on the subset of original instances. Then, we use the kNN to test the accuracy for both original subset of instances and new subset training of instances after applying PS.

The second part of the implementation instead of using separately three new subsets of training, the study gets the intersection between each pair of subsets and also the intersection between three new training subsets in each iteration of the crossvaliadation. The study also uses kNN to test the accuracy and reduction and compares together as well as the previous implementation. At the end we can conclude the best intersection which is the best intersection.

In order to get the intersections of subsets training, in each implementation of each algorithm, instead of returning directly the subset training, we use a vector to contain indices of instances which are decided to remain in the subset training. After that in case of combination, we get the intersection between pair of vectors, and between three vectors. From the vector of intersections we can easily result the subset training of intersection for each case. For example, in our study, we use vectors v_ENN, v_DROP3, and v_RMHC. After that we get the vector intersections of each pairwise vector: v_ENN_and_v_DROP3,v_DROP3_and__RMHC, v_ENN_and_v_RMHC, and the vector intersection between three vector subsets training: v_intersection. From these result vectors, we can obviously get the subsets training for each case. At the last step, we use these subset training to test the accuracy of classification based on kNN rule, and setting - up 10-folds crossvalidation.

3. Results and discussion

3.1. Results of the first part of the implementation

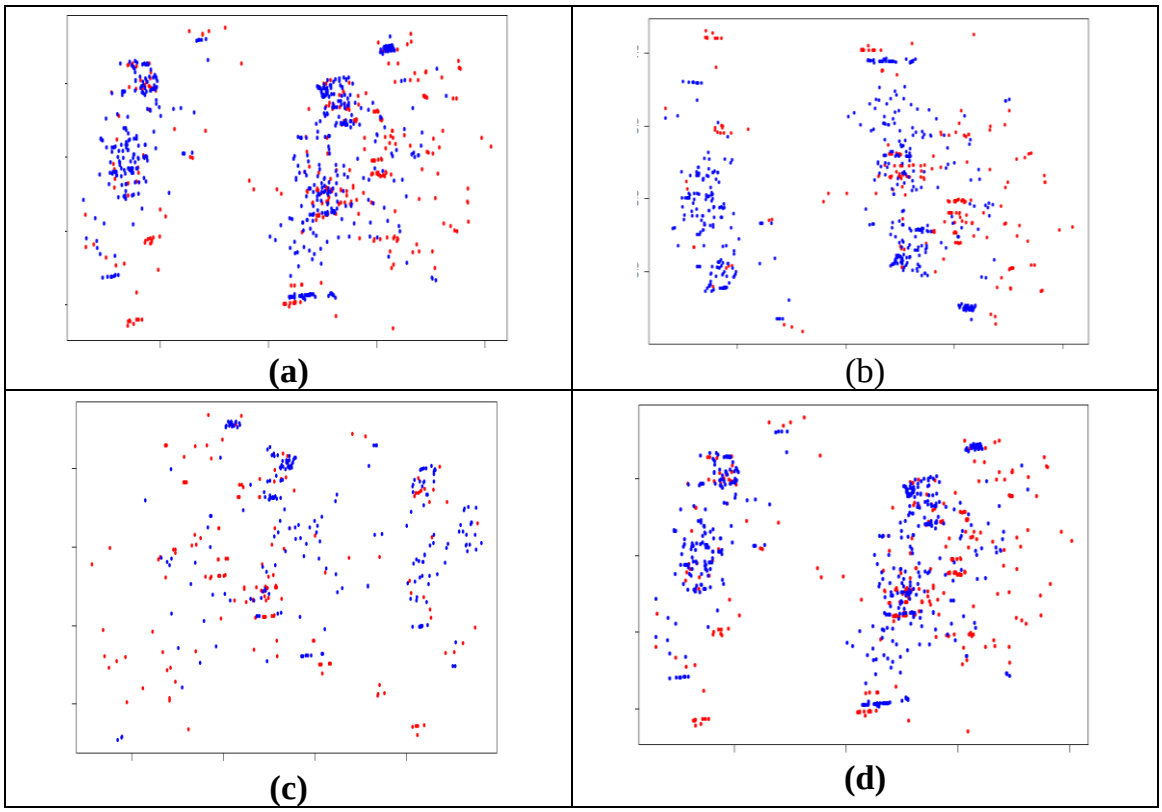


Figure 2. (a) Dataset with classes "●" for spam mails and "●" for ham mails

(b) Subset selected by ENN

(c) Subset selected by DROP3 with 90% number of instances

(d) Subset selected by RMHC

The Table 1 shows the result about accuracy, reduction and time cost in both case of classification with and without PS.

Table 1. The accuracy, reduction and time cost of classification when applying kNN to original training set, and to the subsets of training after applying ENN, DROP3, RMHC algorithms

Subset selected by algorithms	Accuracy (%)	Reduction (%)	Time (minutes)
Original training set	79.46	0	25
ENN	84.85	12.99	2
DROP3	84.05	54.51	8
RMHC	84.51	70	9

We can see that in case of classification with whole original training set, the accuracy of classification based on kNN rule is 79.46% with quite expensive time cost,

about 25 minutes because every instance is searched as equal roles. It means that the classification had to take a long time to check some prototypes which may have no effect on the classification at all.

More interesting, the accuracy of classification using the kNN rule on the three new training subsets which result from applying ENN, DROP3 and RMHC to the original training set are quite similar with 84.85%, 84.05% and 84.51% respectively. In this case, if we just consider the result of accuracies then it is difficult for us to see the difference between three PS algorithms. It is better for us to consider the second criteria in the list of PS's goal: stored requirements. It is clear that DROP3 has stronger effects on removing redundant instances than ENN. In order to find the reason for this, we will have a look again two these algorithms. In fact, ENN removes misclassified instances from the original training set. Furthermore, DROP3 is the algorithm applying DROP2 on the training subset which is already filtered. The removing in DROP3 is done in a careful way. It prevents both the central points as well as the "smooth" border points of the clusters based on the order in the list of associates and nearest neighbors. It results that the important instances are remained in the subset of training, and almost redundant instances are removed from the training set as much as possible. That is why in our training set, by applying DROP3, 54.51% of number instances are removed while the accuracy does not change much comparing with the case of applying ENN.

In case of RMHC, as we know, the direction of search is fixed. It means that the users can fix the number of instances in their new training sets. The subset with the fixed number of instances with highest fitness is chosen as a new training subset. In fact, the number of instances which we fixed so far has an effect on the accuracy of the classification later. For example, if we remove too many instances of the original training set, then the new training set sometimes does not have enough necessary characteristics, it means that we will not have much choice to consider which instances are much better than others, while if we keep too much instances in the subset of training then a number of instances are redundant, they cause waste time for classification. For instance, the results of accuracy in case of reduce 90%, 50%, 30% and 10% of the are much different with 92.87%, 82.41%, 84.51% and 78.37% respectively. In our study, we apply RMHC with 30% instances, and its accuracy of classification is approximately the average of the other cases.

In case of the time requirements, the DROP3 takes much longer that ENN. However, in the case of RMHC, it depends on the number of iterations as well as remaining instances numbers.

3.2. Results of the second part of the implementation

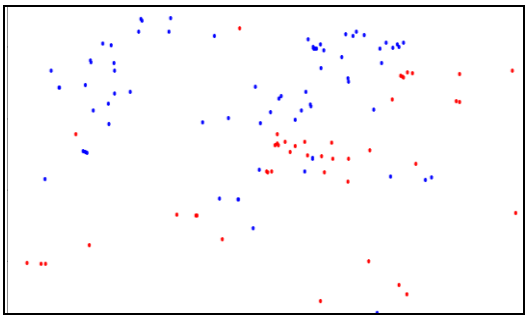


Figure 3. Subset selected by getting the intersection of three new training sets, which obtained from ENN, DROP3, and RMHC

The study implemented the intersection between each pairwise of training subsets and between three training subsets, then testing the accuracy. The results getting from the implementation as following:

Table 2. The accuracy, reduction and time cost of the classification for intersections

Intersection	Accuracy (%)	Reduction (%)	Time (minutes)
ENN-RMHC	83.68	69,73	11
DROP3-RMHC	82.84	61.85	17
ENN-DROP3	95.42	59.67	10
ENN-RMHC-DROP3	92.31	87.78	19

Consider the results of intersecting training subsets, we can see that the case of intersection between ENN and DROP3 results in the best accuracy (95.42%) with reasonable time requirement and a large reduction, nearly 60%.

Compare with the Table 1 we can see that the intersections have more accuracy applying to separated algorithm. Especially, the intersection between ENN and DROP3 got a much higher accuracy than the highest accuracy in case of applying individual algorithms (84.85%) while the time increase is not much. Because ENN takes a short time to implement, the time cost depends mostly on DROP3.

4. Conclusion

We have presented analyses of three algorithms: ENN, DROP3, and RMHC, and more importantly we have combined them into one method by getting the intersection of new subsets of training. The results show that the accuracy of classification on our intersection subsets training are much higher than the accuracy of classification on the subset training which results from separated algorithms. The best accuracy of classification on the subset training which results from intersecting ENN and DROP3 subsets can be assessed as a good method of PS. From this study, it may open a new direction of studies in the PS problems. Instead of trying work with separated algorithms, we also should try to find the best combination between some of them.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aggarwal, M., & Amrita. (2013). *Performance Analysis Of Different Feature Selection Methods In Intrusion Detection*. International journal of scientific & technology research.
2. Alejo, R., Sotoca, J., & Valdovinos, R. (2010). Edited Nearest Neighbor Rule for Improving Neural Networks Classifications. In Advances in Neural Newtwork - ISSN 2010.
3. Bien, J., & Tibshirani, R. (2012). Prototype selection for interpretable classification. The Anuals of Applied Statistics.
4. Bo, T., & Haibo, H. (2015). ENN: Extended Nearest Neighbor Method for Pattern Recognition. Computational Intelligence, 52-60.
5. John , C., & Eliot, M. (2006). Hybrid Optimizations: Which Optimization Algorithm to Use? Compiler Construction, (pp. 124-138). Vienna.
6. Lu, S., Jie, Y., Wuyang, W., & Shasha, L. (2017). Instance selection by random mutation hill climbing algorithm with MapReduce in big data. Computer Science, 252-259.
7. Nele, V., & Cornelis, C. (2013). A Fuzzy Rough Prototype Selection method. Information System.
8. Shi, L., Wang, Q., & Weng, M. (2012). Spam Email Classification Using Decision Tree Ensemble.
9. Skalak, D. (2010). Prototype and Feature selection by sampling and random mutation Hill Climbing Algorithms.
10. Wilson, D., & Martinez, T. (2000). Reduction techniques for instance-Based learning Algorithms. Neural Network & Machine Learning, (pp. 257-286).

PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP VÙNG BẮC TRUNG BỘ VÀ DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG TRONG MỐI TƯƠNG QUAN VỚI CẢ NƯỚC

TO DEVELOP ENTERPRISES IN RELATION BETWEEN THE NORTH CENTRAL COAST REGION AND THE WHOLE COUNTRY

ThS. Trần Đoàn Thanh Thanh

TS. Lê Nữ Minh Phương

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Tóm tắt

Nghiên cứu này sử dụng số liệu từ niên giám thống kê để đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp (DN) ở vùng Bắc Trung Bộ & Duyên Hải miền Trung (BTB&DHMT) giai đoạn 10 năm từ 2008 - 2017 trong mối tương quan so sánh với cả nước. Kết quả cho thấy tốc độ phát triển của DN vùng BTB & DHMT ở các chỉ tiêu nghiên cứu về số lượng doanh nghiệp, lao động, vốn, tổng tài sản, doanh thu, lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận. theo xu hướng tăng lên tương tự với xu hướng doanh nghiệp cả nước. Năm 2008 vùng BTB&DHMT chỉ có 27.334 DN thì đến năm 2017 con số này là 73.705 DN, tăng bình quân 5.152 DN/năm đạt tốc độ phát triển bình quân là 111,65%/năm trong khi đó của cả nước là 112,63%. Tuy nhiên, xét về quy mô, năng lực sản xuất và kết quả sản xuất kinh doanh bình quân/doanh nghiệp thì xu hướng phát triển của doanh nghiệp vùng BTB&DHMT lại thấp hơn so với bình quân chung cả nước và chủ yếu là DN với quy mô vừa và nhỏ. Điều này cho thấy những khó khăn nhất định của khu vực doanh nghiệp ở vùng BTB&DHMT. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã đề xuất một số kiến nghị nhằm góp phần thúc đẩy phát triển doanh nghiệp vùng BTB&DHMT trong thời gian đến.

Từ khóa: *Doanh nghiệp; giai đoạn 2008 - 2017; Bắc Trung Bộ & Duyên Hải Miền Trung; cả nước.*

Abstract

This study uses data from the National Statistical Yearbook to assess enterprise development in the North Central Coast region from 2008 to 2017 and analyzes this development in national correlation. The results show that the growth rate of enterprises in the North Central Coast region in these indicators: number of enterprises, labor, capital, total assets, revenue, profits, profit margins, to evaluate the growth of enterprises tends the upward trend, similarly to the whole country. In 2008, the North Central Coast region has only 27.334 enterprises, but by 2017 this number had increased to 73.705 enterprises, an average increase of 5.152 enterprises/year, while that of the whole country was 111,65%/year. However, in terms of scale, production capacity, production and business efficiency on average per enterprise, the development trend of enterprises in the North Central Coast is lower than that of national scale and most enterprises are small and medium scale. These outcomes appear certain challenges in the business sector in the North Central Coast region compared to the whole country. On the basis, the study has proposed some recommendations to contribute to the development of business in the North Central Coast region in the coming time.

Keywords: *firm, period 2008 - 2017, North Central Coast region, Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh kinh tế Việt Nam (VN) hội nhập sâu rộng với nền kinh tế quốc tế, hệ thống các doanh nghiệp (DN) được xem là bộ phận quan trọng nhất, đóng góp quyết định đến tăng trưởng và phát triển kinh tế đất nước Đến năm 2020, xây dựng DN VN có năng lực cạnh tranh, phát triển bền vững, cả nước có ít nhất 1 triệu doanh nghiệp hoạt động, trong đó có các doanh nghiệp có quy mô lớn, nguồn lực mạnh (Chính phủ, 2016) (Bộ KH&ĐT sách trắng DN VN, 2019) . Trong mối quan hệ tương quan với sự phát triển của cả nước, khu vực DN của vùng Bắc Trung Bộ & Duyên hải miền Trung (BTB&DHMT) cũng không nằm ngoài xu thế trên. Tính đến năm 2018 toàn vùng có 95.558 DN đang hoạt động tăng 8,7% so với năm 2017 có 87.898 DN đang hoạt độngBộ KH & ĐT sách trắng DN VN, 2019). Năm 2017, BTB&DHMT có 73.705 DN đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh với tổng vốn sản xuất kinh doanh của khu vực doanh nghiệp đạt 2.014,48 nghìn tỷ đồng, tạo việc làm cho hơn 1,68 triệu lao động với thu nhập bình quân/tháng của người lao động là 5,95 triệu đồng; góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của vùng (NGTK 2018). Vì vậy, trên cơ sở những mốc chính trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong đó đặc biệt là gia nhập tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) năm 2007 và gần đây tham gia đàm phán và ký kết các Hiệp định thương mại tự do (FTA) quan trọng khác; bài viết này đề cập đến sự phát triển của các DN BTB&DHMT trong giai đoạn 10 năm từ 2008 - 2017. Nghiên cứu nhằm mục đích cung cấp bức tranh tổng quan về xu hướng phát triển doanh nghiệp vùng BTB&DHMT, từ đó thấy được mức độ phát triển và vị thế của doanh nghiệp vùng BTB&DHMT so với cả nước và đề xuất một số kiến nghị góp phần phát triển khu vực doanh nghiệp vùng trong thời gian đến.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Trong phạm vi của bài viết nhằm phục vụ cho mục đích nghiên cứu đã trình bày ở trên, phù hợp với những dữ liệu thống kê về DN theo vùng nghiên cứu sử dụng định nghĩa doanh nghiệp của Việt Nam (NGTK, 2018) như sau:

Doanh nghiệp: Là tổ chức kinh tế có tên riêng, có trụ sở giao dịch, có tài sản, được đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh, bao gồm: công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần, công ty hợp danh, DN tư nhân.

Doanh nghiệp đang hoạt động: Là doanh nghiệp được cấp giấy chứng nhận đăng ký, có mã số thuế, đang thực hiện việc kê khai thuế và thực hiện nghĩa vụ thuế theo quy định của pháp luật.

Doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh: Là doanh nghiệp trong năm tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh, có kết quả tạo ra hàng hóa, dịch vụ và có doanh thu hoặc phát sinh chi phí sản xuất kinh doanh. Thuật ngữ này không bao gồm DN đang đầu tư, chưa đi vào hoạt động sản xuất kinh doanh; DN đã đăng ký nhưng chưa đi vào hoạt động sản xuất kinh doanh, không phát sinh doanh thu, chi phí SXKD; DN tạm ngừng và ngừng hoạt động có thời hạn...

Phát triển số lượng các doanh nghiệp thể hiện số lượng doanh nghiệp được cấp giấy phép tăng theo thời gian. Tiêu chí đánh giá qui mô doanh nghiệp thường được đánh giá thông qua số lao động, vốn và tài sản của doanh nghiệp. Nghiên cứu đánh giá sự phát triển

của doanh nghiệp theo hệ thống chỉ tiêu trong đề án xây dựng bộ chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển doanh nghiệp của Thủ tướng chính phủ năm 2018 (Thủ tướng Chính phủ, 2018).

Cụ thể; trong phạm vi của nghiên cứu tập trung vào nhóm các chỉ tiêu sau: (1) Mức độ phát triển về số lượng doanh nghiệp; (2) Mức độ phát triển về lao động; (3) Mức độ thu hút vốn đầu tư và tài chính và (4) Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu: doanh thu, lợi nhuận, tỷ suất lợi nhuận.

Mặc dù có nhiều quan điểm đưa ra khái niệm về thuật ngữ kinh doanh, nhưng theo điều 3 của Luật doanh nghiệp 2014 thì "*kinh doanh là việc thực hiện một, một số hay tất cả công đoạn của quá trình đầu tư từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi"*.

Kết quả hoạt động kinh doanh được phản ánh đầu ra của doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận trước thuế. Theo chuẩn mực kế toán số 14: *"Doanh thu và thu nhập khác"* thì doanh thu được hiểu là: "*Doanh thu là tổng giá trị các lợi ích kinh tế doanh nghiệp thu được trong kỳ kế toán, phát sinh từ các hoạt động sản xuất, kinh doanh thông thường của doanh nghiệp, góp phần làm tăng vốn chủ sở hữu"*.

Lợi nhuận là kết quả cuối cùng của quá trình hoạt động kinh doanh, là khoản chênh lệch giữa tổng doanh thu với tổng chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra để đạt được doanh thu đó.

Hiệu quả kinh doanh là một vấn đề được rất nhiều nhà quản lý kinh tế quan tâm. Mọi hoạt động của bất cứ DN nào cũng hướng tới mục tiêu hiệu quả. Có nhiều khái niệm về hiệu quả kinh doanh do điều kiện giới hạn về số liệu nghiên cứu này sử dụng chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

a. Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu chính thức được sử dụng từ Niên giám thống kê Việt Nam từ năm 2008 đến 2018 và sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2019. Bên cạnh đó, các nhận định và phân tích về doanh nghiệp từ một số nghiên cứu về doanh nghiệp của các Tạp chí có liên quan cũng được chú ý và tham khảo.

b. Phương pháp phân tích số liệu

Phương pháp mô tả thống kê và phân tích theo chuỗi thời gian là cơ sở để làm rõ quá trình phát triển của doanh nghiệp vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mức độ phát triển về số lượng doanh nghiệp vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

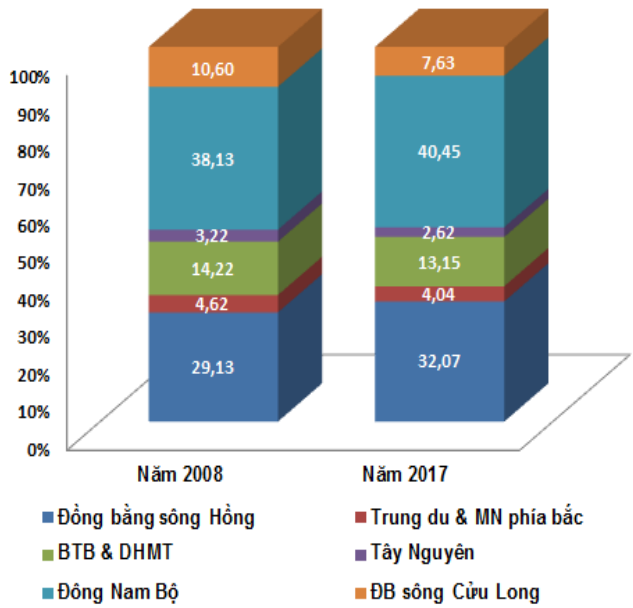
Số liệu bảng 1 cho thấy sự phát triển về số lượng DN giai đoạn 2008 - 2017 của vùng BTB&DHMT so với cả nước. Cụ thể, năm 2008 cả nước có 192.179 DN và đến năm 2017 cả nước có 560.417 DN tương ứng bình quân mỗi năm tăng 40915 DN đạt tốc độ phát triển bình quân là 112,63%/năm. Cùng với xu thế đó, năm 2008 vùng BTB&DHMT chỉ có 27.334 DN thì đến năm 2017 con số này là 73.705 DN, tăng bình quân 5.152 DN/năm đạt tốc độ phát triển bình quân là 111,65%/năm. Như vậy, tốc độ phát triển số

lượng DN bình quân/năm của vùng BTB&DHMT là không chênh lệch nhiều so với bình quân chung cả nước.

Bảng 1: Phát triển số lượng DN của vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	Số lượng (DN)		Tốc độ phát triển liên hoàn và bình quân/năm (%)		Tỷ trọng DN BTB&DHMT so với cả nước (%)
	Cả nước	BTB&DHMT	Cả nước	BTB&DHMT	
2008	192.179	27.334			14,22
2009	236.584	33.139	23,11	21,24	14,01
2010	279.360	37.740	18,08	13,88	13,51
2011	324.691	42.679	16,23	13,09	13,14
2012	346.777	45.312	6,80	6,17	13,07
2013	373.213	48.767	7,62	7,62	13,07
2014	402.326	50.897	7,80	4,37	12,65
2015	442.485	56.010	9,98	10,05	12,66
2016	505.059	63.861	14,14	14,02	12,64
2017	560.417	73.705	10,96	15,41	13,15
Bình quân/năm GĐ 2008-2017	40915	5152	112,63	111,65	-

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).



Đồ thị 1. Tỷ trọng doanh nghiệp phân bố theo vùng kinh tế của cả nước

Mặc dù số lượng DN vùng BTB&DHMT vẫn tăng đều qua các năm nhưng xét tỷ trọng DN của vùng so với cả nước thì lại có xu hướng giảm nhẹ qua các năm. Nếu năm 2008, số lượng DN BTB&DHMT chiếm 14,22% thì đến năm 2017 chỉ còn 13,15%. Xu hướng này của vùng BTB&DHMT giống với 3 vùng: Trung du miền núi phía Bắc; Tây Nguyên và Đồng Bằng sông Cửu Long nhưng ngược lại với 2 vùng: Đồng Bằng Sông

Hồng và Đông Nam Bộ. Như vậy, xu hướng dịch chuyển doanh nghiệp tiếp tục tập trung vào 2 vùng Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long; vì đây là 2 vùng có 2 trung tâm kinh tế lớn của cả nước Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội (đồ thị 1). Nhìn chung, những nguyên nhân chính cho sự phát triển theo chiều hướng tốt lên của DN cả nước nói chung và DN vùng BTB&DHMT nói riêng là nhờ sự cải thiện về môi trường đầu tư, cơ chế chính sách chung của Nhà nước cũng như chính sách thu hút đầu tư của từng địa phương đã tạo điều kiện cho DN phát triển. Kết quả điều tra chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh Việt Nam PCI 2018 cho thấy chất lượng điều hành kinh tế của các tỉnh thành tại Việt Nam đã duy trì được đà cải thiện trên nhiều lĩnh vực. Cụ thể chi phi không chính thức tiếp tục được cắt giảm, môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp đang dần bình đẳng hơn và thủ tục hành chính thay đổi theo hướng tích cực (Edmund J.Malesky & cộng sự , 2019).

3.2. Mức độ phát triển về năng lực sản xuất của doanh nghiệp BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

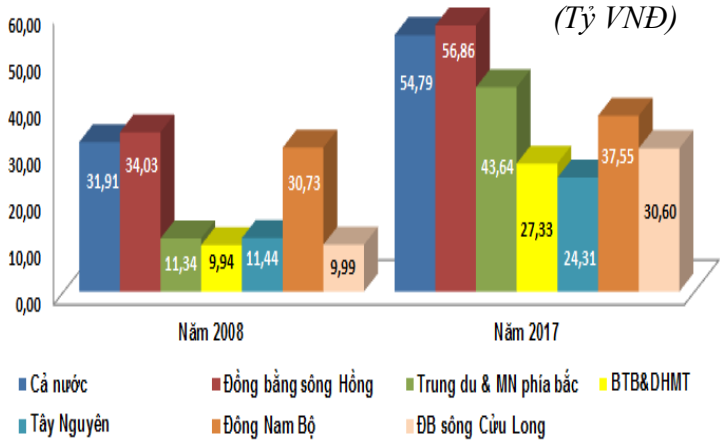
3.2.1. Mức độ phát triển về vốn

Số liệu bảng 2 cho thấy quy mô vốn của DN vùng BTB&DHMT và cả nước đều có xu hướng tăng trong giai đoạn 2008 - 2017. Cụ thể, tổng nguồn vốn của các doanh nghiệp vùng BTB&DHMT đã tăng từ 271,64 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 4,43% so với cả nước) năm 2008 lên 2014,48 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 6,56% so với cả nước) năm 2017, bình quân mỗi năm tăng 193,64 nghìn tỷ đồng tương ứng tốc độ phát triển bình quân là 124,94%/năm. cao hơn tốc độ phát triển quy mô vốn của doanh nghiệp cả nước (119,60%/năm).

Bảng 2: Quy mô vốn của DN vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	Số lượng (Tỷ đồng)		Tốc độ phát triển liên hoàn và bình quân/năm (%)		Tỷ trọng vốn của DN BTB&DHMT so với cả nước (%)
	Cả nước	BTB&DHMT	Cả nước	BTB&DHMT	
2008	6.132.999	271.643			4,43
2009	7.936.671	415.309	29,41	52,89	5,23
2010	10.841.067	537.917	36,59	29,52	4,96
2011	13.622.801	698.530	25,66	29,86	5,13
2012	15.189.802	867.437	11,50	24,18	5,71
2013	17.764.438	1.001.107	16,95	15,41	5,64
2014	19.677.247	1.189.970	10,77	18,87	6,05
2015	22.144.211	1.524.944	12,54	28,15	6,89
2016	26.049.661	1.755.537	17,64	15,12	6,74
2017	30.704.462	2.014.487	17,87	14,75	6,56
Bình quân/năm GĐ 2008-2017	2.730.163	193.649	119,60	124,94	-

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).



Đồ thị 2. Quy mô vốn bình quân/DN phân bô theo vùng kinh tế của cả nước

Tuy nhiên, để thấy rõ hơn chúng ta xem xét quy mô vốn bình quân/doanh nghiệp theo các vùng kinh tế. Đồ thị 2 cho thấy quy mô vốn bình quân/DN BTB&DHMT thấp thua bình quân chung cả nước và thấp nhất trong các vùng kinh tế (năm 2008) và chỉ cao hơn vùng Tây Nguyên (năm 2017). Kết quả này cho thấy, DN vùng BTB&DHMT chủ yếu là DN vừa và nhỏ. Tuy nhiên; tốc độ tăng quy mô vốn của DN vùng BTB&DHMT là cao hơn so với bình quân chung cả nước; vốn bình quân/DN của vùng năm 2017 (27,33 tỷ đồng) tăng gần 2,8 lần so với năm 2008 (9,94 tỷ đồng); nếu năm 2008 quy mô vốn bình quân/DN cả nước là 31,91 tỷ đồng gấp 3 lần quy mô vốn bình quân/DN BTB&DHMT thì năm 2017 chỉ gấp 2 lần. Sự gia tăng về số lượng DN là nguyên nhân chính dẫn đến sự tăng quy mô vốn sản xuất của khu vực doanh nghiệp với xu hướng tích cực là DN của vùng được thành lập sau có quy mô vốn lớn hơn trước.

3.2.2. Mức độ phát triển về lao động

Ngoài quy mô vốn thì quy mô về lao động cũng thể hiện năng lực sản xuất của các DN. Số liệu bảng 3 cho thấy, tốc độ phát triển bình quân năm về qui mô lao động của doanh nghiệp vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017 là 106,16%/năm không chênh lệch nhiều so với tốc độ phát triển của cả nước (106,48%/năm). Cụ thể, năm 2008 doanh nghiệp vùng BTB&DHMT đã thu hút và tạo việc làm cho 981,35 nghìn lao động (chiếm tỷ trọng 11,90%); đến năm 2017 số lao động tăng lên 1680,88 nghìn lao động (chiếm tỷ trọng 11,58%) tương ứng bình quân mỗi năm tăng tạo thêm việc làm cho 77,725 nghìn lao động.

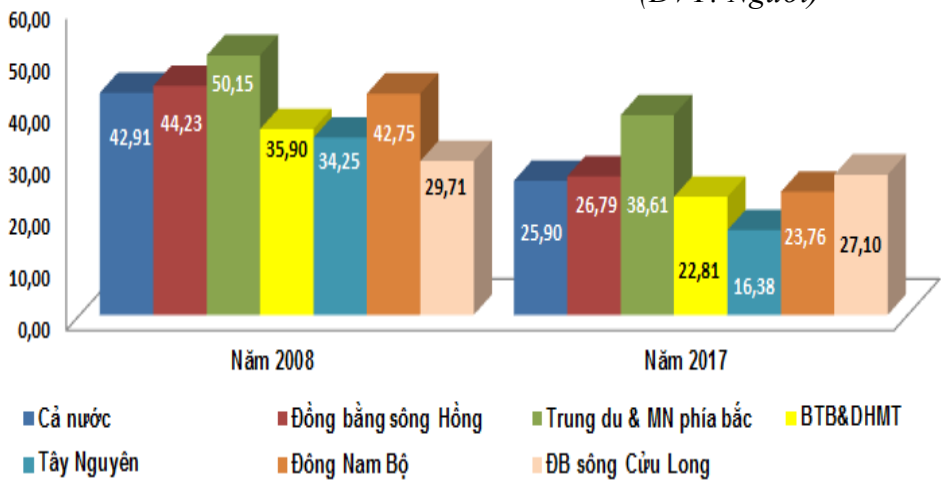
Bảng 3: Quy mô lao động của DN vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	Số lượng (Lao động)		Tốc độ phát triển liên hoàn và bình quân/năm (%)		Tỷ trọng DN BTB&DHMT so với cả nước (%)
	Cả nước	BTB&DHMT	Cả nước	BTB&DHMT	
2008	8.246.239	981.352			11,90
2009	8.718.967	1.023.785	5,73	4,32	11,74
2010	9.830.896	1.192.381	12,75	16,47	12,13
2011	10.895.600	1.261.135	10,83	5,77	11,57
2012	11.084.899	1.305.249	1,74	3,50	11,78

2013	11.565.915	1.334.080	4,34	2,21	11,53
2014	12.134.985	1.403.275	4,92	5,19	11,56
2015	12.856.856	1.503.638	5,95	7,15	11,70
2016	14.012.276	1.640.828	8,99	9,12	11,71
2017	14.512.179	1.680.880	3,57	2,44	11,58
Bình quân/năm GĐ 2008-2017	696.216	77.725,3	106,48	106,16	-

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).

(ĐVT: Người)



Đồ thị 3. Quy mô lao động bình quân/DN phân bố theo vùng kinh tế của cả nước

Đồ thị 3 cho thấy quy mô lao động bình quân/DN theo vùng kinh tế. Năm 2017 số lao động bình quân/DN của vùng BTB&DHMT là 22,81 người giảm so với năm 2008 (35,90 người). Điều này có nghĩa số lượng việc làm mới tạo ra bình quân/doanh nghiệp gần đây có xu hướng giảm cũng giống với xu hướng chung của cả nước và các vùng khác; cho thấy các doanh nghiệp mới thành lập sẽ có quy mô lao động ngày càng thu nhỏ; lợi thế về nguồn lao động có xu thế bị thay đổi. Xu hướng này cho thấy rằng sản xuất cần nhiều nhân công chuyển từ quốc gia này sang quốc gia khác theo chi phí thấp hay các ngành sản xuất dựa vào lao động nay đã không còn đúng nữa. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế mở rộng và kết nối kỹ thuật số thì lợi thế về lao động nhiều, giá nhân công thấp dần bị mất đi ở Việt Nam nói chung và vùng BTB&DHMT nói riêng.

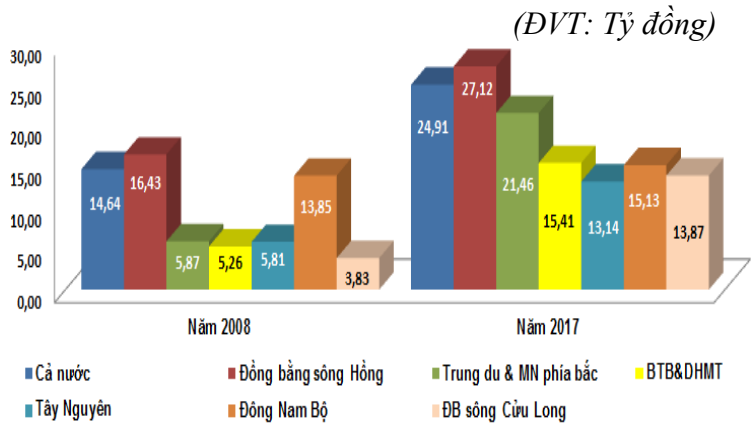
3.2.3. Mức độ phát triển về giá trị tài sản cố định

Số liệu bảng 5 cho thấy tỷ trọng giá trị TSCĐ của DN BTB&DHMT so với cả nước chiếm khoảng 8,13%; tổng giá trị TSCĐ của các doanh nghiệp vùng năm 2017 đạt 1135,48 nghìn tỷ đồng so với năm 2005 (143,76 nghìn tỷ đồng) bình quân tăng 110,19 nghìn tỷ đồng/năm với tốc độ phát triển bình quân là 125,81%/năm. Như vậy, sự mở rộng về quy mô DN và quy mô vốn của DN vùng BTB&DHMT dẫn đến mức đầu tư cho TSCĐ cũng phải tăng theo để đáp ứng yêu cầu phát triển.

Bảng 4: Quy mô TSCĐ của DN vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	Số lượng (Tỷ đồng)		Tốc độ phát triển liên hoàn và bình quân/năm (%)		Tỷ trọng DN BTB&DHMT so với cả nước (%)
	Cả nước	BTB&DHMT	Cả nước	BTB&DHMT	
2008	2.814.026	143.760			5,11
2009	3.706.584	236.828	31,72	64,74	6,39
2010	4.658.942	302.615	25,69	27,78	6,50
2011	5.590.695	362.409	20,00	19,76	6,48
2012	6.097.088	435.480	9,06	20,16	7,14
2013	7.623.121	503.069	25,03	15,52	6,60
2014	8.450.173	644.119	10,85	28,04	7,62
2015	10.466.760	878.515	23,86	36,39	8,39
2016	12.551.024	1.011.941	19,91	15,19	8,06
2017	13.962.092	1.135.484	11,24	12,21	8,13
Bình quân/năm GĐ 2008-2017	1.238674	110.191,6	119,48	125,81	-

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).



Đồ thị 4. Quy mô TSCĐ bình quân/DN phân bố theo vùng kinh tế của cả nước

So sánh giữa các vùng kinh tế trong cả nước, đồ thị 4 cho thấy xu thế chung của cả nước và các vùng là quy mô trang bị TSCĐ tăng lên trong giai đoạn 2008 - 2017. Giá trị TSCĐ bình quân/doanh nghiệp của cả nước năm 2017 là 24,91 tỷ đồng trong khi đó của vùng BTB&DHMT là 15,41 tỷ đồng. Điều này cho thấy tình hình trang bị TSCĐ cho sản xuất kinh doanh vùng BTB&DHMT còn thấp; vì vậy trong thời gian đến DN cần có kế hoạch trang bị thêm TSCĐ, tạo điều kiện nâng cao năng suất lao động, tăng sản lượng sản xuất, giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh. Giá trị TSCĐ bình quân/lao động của cả nước năm 2017 là 0,96 tỷ đồng trong khi đó của vùng BTB&DHMT là 0,68 tỷ đồng.

3.3. Kết quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp

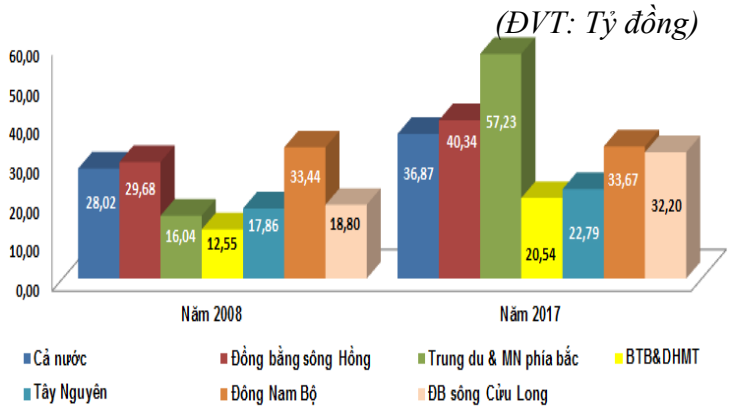
Số liệu bảng 5 cho thấy, doanh thu của DN cả nước và vùng BTB&DHMT đều có xu hướng tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2008 doanh thu của DN cả nước là 5.384,27 nghìn tỷ đồng; đến năm 2017 tăng lên 20.664,32 tỷ đồng tương ứng tăng 1.697,78 nghìn tỷ đồng/năm đạt tốc độ phát triển bình quân là 116,12%/năm.

Bảng 5: Quy mô doanh thu của DN vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	Số lượng (Tỷ đồng)		Tốc độ phát triển liên hoàn và bình quân/năm (%)		Tỷ trọng DN BTB&DHMT so với cả nước (%)
	Cả nước	BTB&DHMT	Cả nước	BTB&DHMT	
2008	5.384.268	342.960			6,37
2009	5.900.322	406.968	9,58	18,66	6,90
2010	7.487.724	572.442	26,90	40,66	7,65
2011	10.301.985	806.132	37,58	40,82	7,83
2012	11.167.844	912.065	8,40	13,14	8,17
2013	12.201.747	1.027.263	9,26	12,63	8,42
2014	13.516.042	1.163.203	10,77	13,23	8,61
2015	14.949.181	1.277.387	10,60	9,82	8,54
2016	17.436.430	1.407.160	16,64	10,16	8,07
2017	20.664.322	1.513.980	18,51	7,59	7,33
Bình quân/năm GĐ 2008-2017	1.697.784	130.113	116,12	117,94	-

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).

Tương tự, tổng doanh thu thuần của doanh nghiệp BTB&DHMT năm 2008 là 342,96 nghìn tỷ đồng; đến năm 2017 tăng lên 1513,98 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 7,33%) tương ứng tăng bình quân mỗi năm 130.113 nghìn tỷ đồng với tốc độ phát triển bình quân là 117,94%/năm.



Đồ thị 5. Quy mô doanh thu bình quân/DN phân bố theo vùng kinh tế của cả nước

Đồ thị 5 cho thấy doanh thu bình quân/doanh nghiệp giữa các vùng kinh tế cũng có xu hướng tăng lên, tuy nhiên quy mô doanh thu bình quân/DN BTB&DHMT thấp thua bình quân chung cả nước và thấp nhất trong các vùng kinh tế. Năm 2017 doanh thu bình quân/DN của vùng BTB&DHMT là 20,54 tỷ đồng tăng so với năm 2008 nhưng thấp hơn bình quân chung cả nước (36,87 tỷ đồng). Năm 2017 lợi nhuận trước thuế bình quân/doanh nghiệp là 0,43 tỷ đồng thấp thua 3,6 lần so với bình quân chung cả nước; tỷ suất lợi nhuận của DN vùng BTB&DHMT là 2,11% trong khi đó của cả nước là 4,24% (bảng 6).

Bảng 6: Quy mô lợi nhuận trước thuế và tỷ suất lợi nhuận của DN vùng BTB&DHMT giai đoạn 2008 - 2017

Năm	LN trước thuế bình quân/doanh nghiệp *(tỷ đồng)*		So sánh *(lần)*	Tỷ suất lợi nhuận *(%)*		So sánh *(lần)*
	Cả nước	BTB&DHMT		Cả nước	BTB&DHMT	
2009	1,38	0,35	3,99	5,39	2,77	1,95
2010	1,28	0,36	3,56	4,53	2,32	1,95
2011	1,03	0,17	6	3,16	0,89	3,55
2012	1,03	0,16	6,67	3,13	0,76	4,12
2013	1,31	0,26	4,94	3,91	1,24	3,15
2014	1,38	0,32	4,39	4,04	1,36	2,97
2015	1,25	0,51	2,46	3,63	2,2	1,65
2016	1,41	0,49	2,86	3,99	2,2	1,81
2017	1,56	0,43	3,6	4,24	2,11	2,01

(Nguồn: NGTK Việt Nam năm 2008 đến 2018).

Tóm lại những số liệu này cho thấy, mặc dù tốc độ phát triển quy mô số lượng doanh nghiệp; quy mô vốn & trang bị TSCĐ, quy mô lao động là ở mức cao hơn so với bình quân chung của cả nước nhưng kết quả và hiệu quả kinh doanh của DN vùng BTB&DHMT nhìn chung còn thấp.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, DN vùng BTB&DHMT tập trung và phát triển chủ yếu với quy mô là nhỏ và siêu nhỏ. Trong giai đoạn 10 năm từ 2008 - 2017 sự phát triển của khu vực doanh nghiệp vùng BTB&DHMT theo các chỉ tiêu phản ánh tốc độ phát triển như số lượng doanh nghiệp, số lượng lao động, tổng tài sản và doanh thu có xu hướng tăng lên theo xu hướng chung của cả nước. Những nguyên nhân chính cho sự phát triển theo chiều hướng tốt lên của DN cả nước nói chung và DN vùng BTB&DHMT nói riêng là nhờ sự cải thiện về môi trường đầu tư, cơ chế chính sách chung của Nhà nước cũng như chính sách thu hút đầu tư của từng địa phương đã tạo điều kiện cho DN phát triển. Chỉ riêng 5 năm từ khi thực hiện Nghị quyết số 19/NQ-CP về tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, Việt

Nam đã có 18 cải cách được ghi nhận. Theo WB năm 2018, môi trường kinh doanh của Việt Nam được cải thiện 13 bậc so với năm 2016, từ thứ 82 lên thứ 69 trong tổng số 190 nền kinh tế được khảo sát (Bộ KH&ĐT, 2019). Tuy nhiên, xét về quy mô, năng lực sản xuất và hiệu quả sản xuất kinh doanh bình quân/doanh nghiệp thì xu hướng phát triển của doanh nghiệp vùng BTB&DHMT lại thấp hơn so với bình quân chung cả nước, điều này cho thấy những khó khăn nhất định của khu vực doanh nghiệp ở vùng BTB&DHMT. Ngoài ra, các nguyên nhân nội tại như các doanh nghiệp hiện nay chủ yếu nhỏ và vừa, phát triển chủ yếu dựa vào vốn và lao động, mức trang bị TSCĐ và công nghệ còn thấp cũng được xem là nguyên nhân dẫn đến xu hướng DN vùng BTB&DHMT là thấp thua cả nước về cả quy mô doanh nghiệp cũng như kết quả và hiệu quả SXKD của doanh nghiệp.

4.2. Giải pháp và kiến nghị

Phần lớn các DN của vùng BTB&DHMT là các doanh nghiệp thuộc qui mô nhỏ và siêu nhỏ; giá trị doanh thu, lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận còn thấp; vì vậy để góp phần phát triển cho khu vực doanh nghiệp từ đó phát huy hơn nữa vai trò của doanh nghiệp trong phát triển kinh tế vùng BTB&DHMT trong thời gian tới cần tập trung vào một số giải pháp:

Thứ nhất, kiến nghị Chính phủ và các Bộ, ngành ưu tiên tập trung nguồn vốn ngân sách để đầu tư xây dựng các công trình giao thông trọng điểm, phát triển hệ thống logistics trong vùng, kết nối với hệ thống cấp quốc gia và liên vùng.

Thứ hai, các tỉnh, thành phố trong vùng tiếp tục hỗ trợ về mặt cơ chế, chính sách để hỗ trợ sản xuất, kinh doanh cho doanh nghiệp. Đẩy mạnh cải cách hành chính, tăng cường hiệu quả hoạt động của cơ quan nhà nước, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển.

Thứ ba, cần đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng cao để mở rộng thị trường, đảm bảo nguồn cung lao động chất lượng trong bối cảnh tham gia hội nhập kinh tế quốc tế.

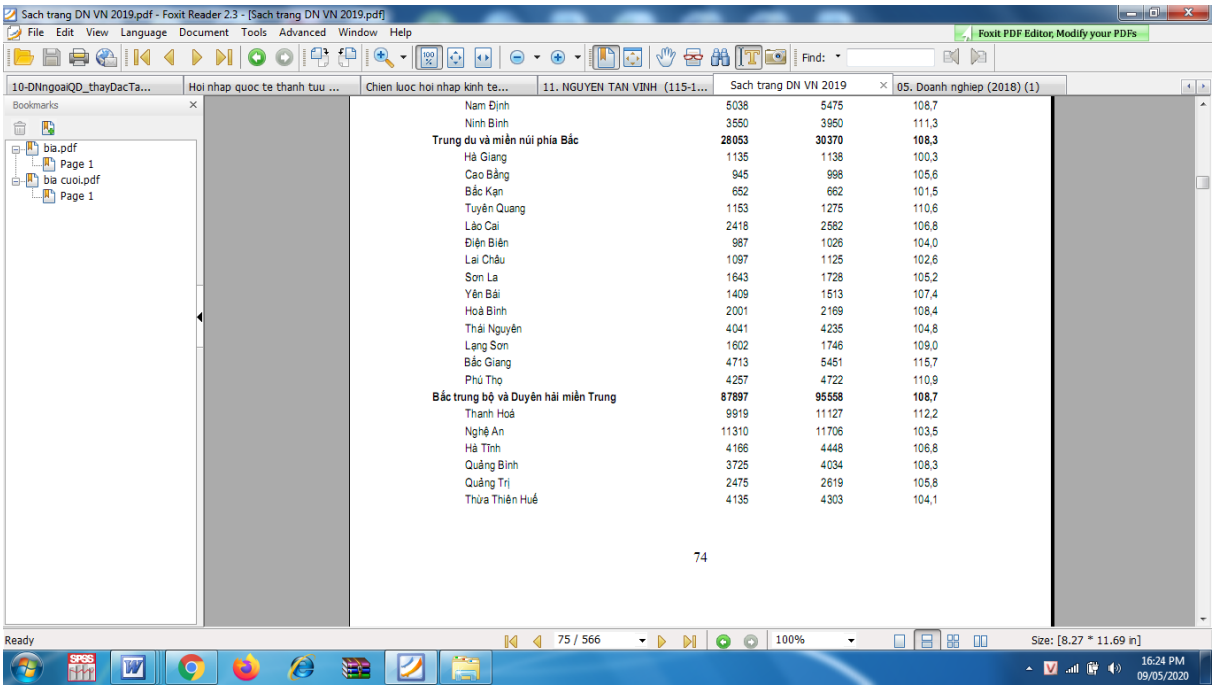
Về phía các doanh nghiệp cần ưu tiên ổn định sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất; tập trung vào lĩnh vực chính; tiếp tục chủ động trong việc tìm hiểu sâu các quy định của hội nhập kinh tế quốc tế từ đó tận dụng cơ hội, thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh của DN phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch & Đầu tư (2019), *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam*, Nhà xuất bản thống kê
2. Bộ Kế hoạch & Đầu tư (2019); *Tìm hiểu về chỉ số môi trường kinh doanh của Ngân hàng thế giới tài liệu hướng dẫn thực hiện Nghị quyết số 02/NQ-CP ngày 1/1/2019 của Chính phủ*; truy cập từ http://www.ciem.org.vn/Content/files/T%C3% A0i% 20li%E1%BB%87u%20h%C6%B0%E1%BB%9Bng%20d%E1%BA%ABn%20EoD B-final(3).pdf
3. Chính phủ (2016); *Nghị quyết về hỗ trợ & phát triển DN đến năm 2020; NQ số 35/CP ban hành ngày 16 tháng 5 năm 2016; Hà Nội.*
4. Edmund J.Malesky & cộng sự (2018), *Báo cáo chỉ số năng lực canh tranh cấp tỉnh*

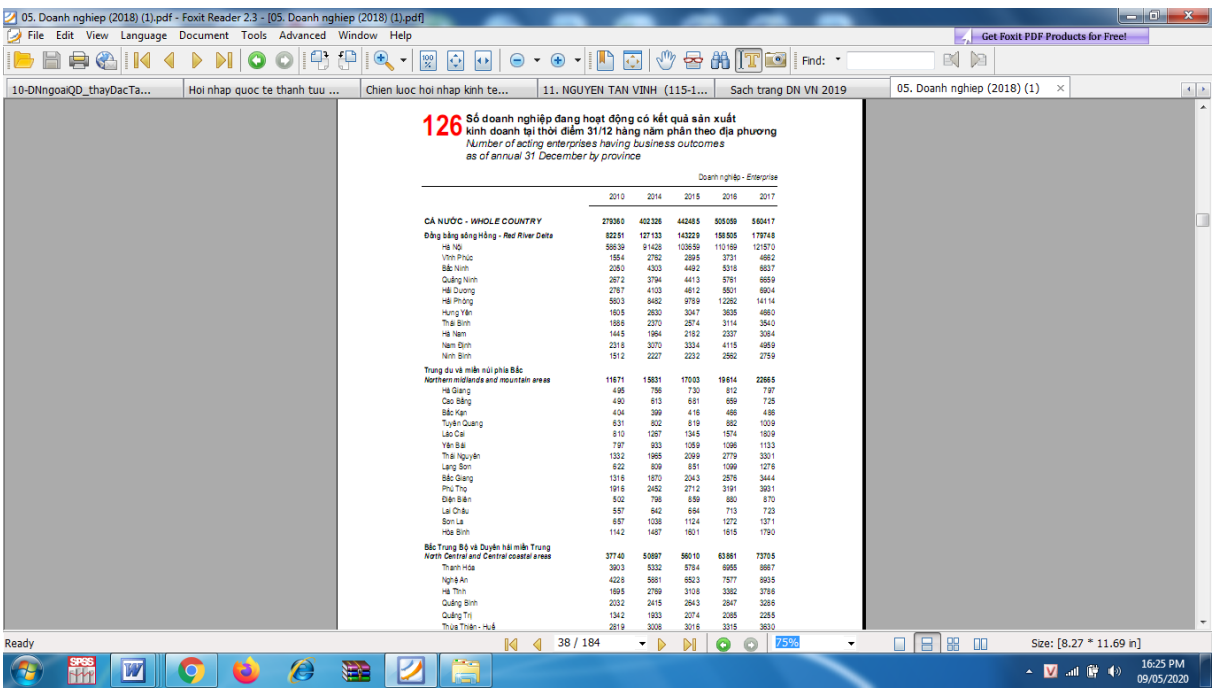
Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.

5. Tổng cục Thống kê *(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2010, 2009, 2008)*, *Niên giám thống kê Quốc gia*, Nhà xuất bản Thống kê.
6. Thủ tướng, chính phủ (2018); *Phê duyệt đề án xây dựng bộ chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển doanh nghiệp;* Quyết định số 1255/QĐ-TTg ban hành ngày 26 tháng 9 năm 2018



Nam Định	5038	5475	108,7
Ninh Bình	3550	3950	111,3
Trung du và miền núi phía Bắc	**28053**	**30370**	**108,3**
Hà Giang	1135	1138	100,3
Cao Bằng	945	998	105,6
Bắc Kạn	652	662	101,5
Tuyên Quang	1153	1275	110,6
Lào Cai	2418	2582	106,8
Điện Biên	987	1026	104,0
Lai Châu	1097	1125	102,6
Sơn La	1643	1728	105,2
Yên Bái	1409	1513	107,4
Hoà Bình	2001	2169	108,4
Thái Nguyên	4041	4235	104,8
Lạng Sơn	1602	1746	109,0
Bắc Giang	4713	5451	115,7
Phú Thọ	4257	4722	110,9
Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung	**87897**	**95558**	**108,7**
Thanh Hoá	9919	11127	112,2
Nghệ An	11310	11706	103,5
Hà Tĩnh	4166	4448	106,8
Quảng Bình	3725	4034	108,3
Quảng Trị	2475	2619	105,8
Thừa Thiên Huế	4135	4303	104,1

74



126 Số doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh tại thời điểm 31/12 hàng năm phân theo địa phương
Number of acting enterprises having business outcomes as of annual 31 December by province

Doanh nghiệp - Enterprise

	2013	2014	2015	2016	2017
CẢ NƯỚC - *WHOLE COUNTRY*	**279360**	**402326**	**442485**	**505059**	**560417**
Đồng bằng sông Hồng - *Red River Delta*	**82251**	**127133**	**143229**	**158505**	**179748**
Hà Nội	58639	91428	103659	110199	121870
Vĩnh Phúc	1584	2762	2895	3731	4662
Bắc Ninh	2050	4303	4492	5316	6637
Quảng Ninh	2672	3794	4413	5781	6659
Hải Dương	2767	4103	4612	5501	6904
Hải Phòng	5803	8482	9759	12282	14114
Hưng Yên	1605	2630	3047	3635	4660
Thái Bình	1888	2370	2574	3114	3540
Hà Nam	1445	1964	2192	2337	3084
Nam Định	2318	3070	3334	4115	4959
Ninh Bình	1512	2227	2232	2562	2759
Trung du và miền núi phía Bắc *Northern midlands and mountain areas*	**11571**	**15531**	**17003**	**19614**	**22665**
Hà Giang	495	756	730	812	797
Cao Bằng	490	613	681	659	725
Bắc Kạn	404	399	416	466	486
Tuyên Quang	631	802	819	882	1009
Lào Cai	810	1257	1345	1574	1809
Yên Bái	797	933	1059	1096	1133
Thái Nguyên	1332	1965	2099	2779	3301
Lạng Sơn	622	809	851	1099	1278
Bắc Giang	1316	1670	2043	2576	3444
Phú Thọ	1916	2452	2712	3191	3931
Điện Biên	502	798	859	860	870
Lai Châu	557	642	664	713	723
Sơn La	657	1038	1124	1272	1371
Hòa Bình	1142	1487	1601	1615	1790
Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung *North Central and Central coastal areas*	**37740**	**50897**	**56010**	**63861**	**73705**
Thanh Hóa	3803	5332	5784	6955	8667
Nghệ An	4228	5881	6523	7577	8935
Hà Tĩnh	1695	2769	3108	3382	3786
Quảng Bình	2032	2415	2843	2847	3266
Quảng Trị	1342	1933	2074	2085	2255
Thừa Thiên - Huế	2819	3008	3018	3315	3630

CORPORATE GOVERNANCE AND AUDIT QUALITY: THE CASE OF VIETNAM LISTED FIRMS

CƠ CHẾ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP VÀ CHẤT LƯỢNG KIỂM TOÁN: TRƯỜNG HỢP VIỆT NAM

PhD. Ho Thi Thuy Nga

University of Economics, Hue University

Abstract

This study aims to analyze the relationships between corporate-governance mechanisms and audit quality of Vietnam listed firms. Based on a sample of 221 listed firms collected from FiinPro database, annual reports, financial statements and corporate governance reports from 2015 to 2017, this study examines the use of Big 4 auditors as a proxy to measure audit quality and applies the logistic regression method to analyse these relationships. The empirical results show that the use of Big 4 auditors is significantly positively related to corporate governance mechanisms (e.g. the proportion of independent directors in the board of directors, controlling shareholding and foreign investor equity). Thus, the findings support the perspective claiming that improved control mechanisms will lead to higher audit quality. The study has a number of practical implications for managers and the Vietnam Government in terms of enhancing corporate governance effectiveness and audit quality. This study also adds to the limited number of empirical studies on audit quality of listed firms in Vietnam.

Keywords: *audit quality, corporate governance, Big 4 auditors, Vietnam listed firms*

Tóm tắt

Mục đích của nghiên cứu này là phân tích sự tác động của các cơ chế quản trị doanh nghiệp đến chất lượng kiểm toán của các công ty niêm yết tại Việt Nam. Dựa trên mẫu là 221 công ty niêm yết được thu thập từ cơ sở dữ liệu FiinPro, báo cáo thường niên, báo cáo tài chính và báo cáo quản trị công ty từ năm 2015 đến 2017, nghiên cứu này sử dụng biến kiểm toán viên Big 4 để đo lường chất lượng kiểm toán và áp dụng phương pháp hồi quy logistic để phân tích các mối quan hệ này. Kết quả thực nghiệm cho thấy việc sử dụng kiểm toán viên Big 4 có liên quan tích cực đến các cơ chế quản trị doanh nghiệp (ví dụ: tỷ lệ giám đốc độc lập trong ban giám đốc, kiểm soát cổ phần và vốn chủ sở hữu nhà đầu tư nước ngoài). Do đó, những phát hiện ủng hộ quan điểm cho rằng các cơ chế kiểm soát được cải thiện sẽ dẫn đến chất lượng kiểm toán cao hơn. Nghiên cứu có nhiều ý nghĩa thiết thực đối với các nhà quản lý và Chính phủ Việt Nam về việc nâng cao hiệu quả quản trị doanh nghiệp và chất lượng kiểm toán. Nghiên cứu này cũng bổ sung vào số lượng hạn chế các nghiên cứu thực nghiệm về chất lượng kiểm toán của các công ty niêm yết tại Việt Nam.

Từ khóa: *chất lượng kiểm toán, cơ chế quản trị doanh nghiệp, kiểm toán viên Big 4, công ty niêm yết tại Việt Nam*

1. Introduction

This study aims to examine the effect of corporate-governance mechanisms of Vietnam listed firms on audit quality conducted by external auditors at these listed firms. Although various studies conducted on audit quality and corporate governance have focused on Western developed countries, the findings of these studies may not be necessarily applied in emerging economies (Beisland *et al.*, 2015). This is because firms operated in emerging economies have their own institutional factors, e.g. they have different legal systems, capital market, and corporate governance.

Despite few studies on audit quality emerging economies, such as China (Jiang *et al.*, 2015; Lin and Liu, 2009) and Malaysia (Husnin *et al.*, 2016; Abdullah *et al.*, 2008; Haniffa *et al.*, 2006), the extension of such studies in smaller emerging economies such as Vietnam is limited. While the Big 4 audit firms dominated the Western audit markets, Vietnamese audit market is very competitive since various small and medium-sized Vietnamese audit firms also share audit market with the Big 4. Particularly, Vietnam had relatively less developed equity market compared to other emerging economies in Asia (e.g. China and Malaysia).

Further, Vietnamese listed firms have relatively poor corporate governance compared to other emerging or advanced economies (International Finance Corporation, 2012; Quang Truong, 2013). Board of directors (BoD) has centralized power (Do Huu Hai and Ngo Sy Trung, 2015), while shareholders and audit committees do not play a significant controlling role in their companies (Vietnam Investment Review, 2015). Firms had the BoD with centralized power are associated with financial frauds since boards of directors use their power to hide low-audit quality firms to help protect their interest which may impair that of shareholders (Do Huu Hai and Ngo Sy Trung, 2015).

In addition, although there are few studies on audit quality in the context of Vietnam (e.g. Pham *et al.*, 2014; Kim Ngoc Pham *et al.*, 2017), these studies mainly focus on the association between audit firm's characteristics (e.g. firm size, audit fees...) (Kim Ngoc Pham *et al.*, 2017), auditors' factors (auditors' expertise) (Pham *et al.*, 2014) and audit quality. Little is known whether corporate governance of Vietnam listed firms could affect audit quality. Thus, this study addresses this gap by examining the relationship between corporate governance and audit quality of Vietnam listed firms.

The remainder of this paper is structured as follows. First, we provide definitions of audit quality and corporate governance, measures of audit quality and an overview of prior research on the relationships between corporate governance and audit quality. Second, we describe the hypothesis development, research design and present the research results. Finally, we discuss the research contributions, implications, limitations and future research directions.

2. Corporate governance and audit quality

2.1. Audit quality and proxies to measure audit quality

The agency problems arose from separation of ownership and control creates information asymmetry between management and absentee owners. Managers may provide

dishonest financial information to protect their own interests while the owners may not directly observe managers' behavior (Williams, 1988; Ramadan, 2015). This leads to the demand for external audit as it helps reduce the information asymmetry by verifying that the financial statements are fairly stated in conformity with accounting standards and reflect the true financial situation of the entity.

Various definitions exist for audit quality. DeAngelo (1981) defined audit quality as 'the market-assessed joint probability that given an auditor will both discover a breach in the client's accounting system, and report the breach' (p.186). Thus, audit quality depends on whether auditors and detect misstatements and report such misstatements (DeAngelo, 1981; Palmrose, 1988). Knechel et. al. (2013), on the other hand, focused on the auditor competence and audit process, who demonstrated that audit quality is defined as an execution of a well-designed audit process by properly motivated and trained auditors who understand the inherent uncertainty of the audit and appropriately adjust to the unique conditions of the client.

Regardless of the definition adopted, audit quality is inherently unobservable. Most prior studies have used audit firm size (Big 4 vs. non Big 4 auditors) as a proxy to measure audit quality (Lin and Hwang, 2010). The Big 4 auditors are the largest auditing firms in over the world, including Delloit, PWC, Earns & Young, and KPMG. These firms have operated in Vietnam for more than 20 years. Consistent with prior research (Hay *et al.*, 2006; Lin and Hwang, 2010), this study regards the use of a Big 4 auditor as a presentation of audit quality.

The Big 4 auditors in Vietnam have bigger sizes than other Vietnam auditing firms since these firms have higher revenue, higher number of competent employees, and market share. Since 2016, the Big 4 has been leading in terms of total revenue as well as revenue received from public listed firms. The sales of the Big 4 accounted for 48.8% of total revenue of all auditing firms in Vietnam in 2017 and they also accounted for a half (49,8%) market share in 2018 (Mai Ngọc, 2018). In 2017, Vietnam had a total 166 auditing firms with 11,056 employees, whereas, the Big 4 also constituted 28.53% of the total professional staffs and 16.55% of total clients (Mai Ngọc, 2018).

Prior researchers (DeAngelo, 1981; Palmrose, 1988; Francis and Yu, 2009; Lin and Liu, 2009) have indicated bigger auditing firms (Big 4 auditors) have higher audit quality than their smaller firms (non-Big 4 auditors). This is because bigger auditing firms have more resources, wealthier, and more expertise than their counterparts (Sundgren and Svanström, 2013). Further, the bigger firms have more incentive to protect their reputation as they will suffer more loss resulting from low-audit quality (Krishnan, 2003). The Big 4 auditors are more independent from their clients as they are less likely to rely on their particular clients' economic (Rezaei and Shabani, 2014). The Big 4 auditors are also less likely to be pressured by their clients for reporting misstatements than small audit firms (Choi *et al.*, 2010).

2.2. Corporate governance

Corporate governance is defined as mechanisms, processes, and relations by which corporations are controlled and directed (Shailer, 2004). Corporate governance includes

rules and procedures for different participants (such as the BoD, shareholders, control committees and other stakeholders) to monitor, manage or control the corporation (Lin, 2011). Corporate governance is particularly necessary in listed firms since shareholders is separated from managers. This creates the demand for effective corporate governance, through which management is monitored to reduce the agency conflicts and align the interests of managers with those of shareholders

An effective corporate-governance mechanism helps ensure that the firms manage its operations management properly, utilize the enterprise's resources in the best interest of absentee owners, and fairly report firms' financial situation and operating performance. Thus, an effective corporate-governance mechanism consider higher-quality auditors as an effective monitoring device since the auditors can help owners discover and report misstatements or irregularities in the financial statements. Thus, a high-quality audit can better serve as an effective monitoring device to reduce agency problems between owners and management.

3. Hypothesis development

Board composition is one of the most important internal-control mechanism in a company (Fama and Jensen, 1983). According to the article 15 of Decree No. 71/2017/ NĐ-CP of Vietnamese Government (2017), boards of directors in listed companies have responsibilities and obligations to be accountable to shareholders for the operation of the company. In order to protect the interest of shareholders, the BoD needs to monitor the management of companies. However, not every member of the BoD can objectively oversight of the management in a proper manner. According to agency theory, executive directors normally face greater conflicts of interest with shareholders. Whereas, outside/non-executive directors, who are more independent from management, have more incentive to protect shareholders by their monitoring over the performance of the BoD and the senior management (Hay *et al.*, 2008; Fama and Jensen, 1983).

Previous studies (Husnin *et al.*, 2016; O'sullivan, 2000; Enofe *et al.*, 2013) argued that firms with higher proportion of independent (outside/non-executive) directors in the BoD are more likely to seek higher-quality audit services. Independent directors consider higher-quality auditors as an effective monitoring device since the auditor can help them identify and rectify financial frauds or errors made by managers (O'sullivan, 2000). Thus, the following hypothesis is derived:

H1. Ceteris paribus, a firm with a higher proportion of independent members in the BoD is more likely to choose a high-quality auditor.

Another aspect of the BoD is whether the chairman of the board is separated from the position of chief executive officer (CEO). The CEO/chairman duality may create a conflict of interest as the BoD chairman has obligations to oversight the performance of the managers while the CEO has a responsibility to manage the operation of a firm (Jensen, 1993). The presence of CEO/chairman duality may affect the independence of the BoD in his/her monitoring role and impair the transparency since the power and authority concentrate on one person (Jensen, 1993). In contrast, the separation of the CEO and the

chairman positions can lead to effective control mechanisms as the chairman are able to monitor the management in a more impartial manner (Cohen *et al.*, 2002). Therefore, when the chairman does not serve as CEO position, he or she is more incentive to protect the interests of shareholders by impulsing the firms to seek higher-quality auditors to improve the financial reporting transparency (Lin and Liu, 2009). In contrast, the chairman who is also CEO is less inclined to employ a high-quality auditor to protect their interests of a CEO. Thus, the following hypothesis is proposed.

H2. Ceteris paribus, a firm with a duality of positions of CEO and Chairman is less likely to choose a high-quality auditor.

Beside the board composition, ownership structure is also expected to have an influence on the auditor selection. Jiang and Kim (2004) suggested that foreign ownership is associated with good corporate-governance mechanisms. Foreign owners avoid investments in poorly governed firms (Doidge *et al.*, 2009). They require more credible financial statements to reduce agency costs (Jiang and Kim, 2004). Thus, in order to attract foreign investments, firms may choose high-quality auditors as a signal of good corporate governance and credible financial reporting to foreign owners (Lin and Liu, 2009). Based on the preceding, the following hypothesis is suggested.

H3. Ceteris paribus, the higher the percentage of total shares held by foreign owners, the more likely a high-quality auditor will be chosen.

In contrast to foreign owners, state owners prefer to choose low-quality audit to hide the information of actual firms performance to protect their political interests (Guedhami *et al.*, 2009; Alfraih, 2017). Leuz and Oberholzer-Gee (2006) indicated that 'high levels of transparency and public attention might expose political favors of questionable legality. For instance, firms in weakly regulated markets are often free to engage in undisclosed related-party transactions benefiting controlling insiders and political backers' (p.416). State-owned firms normally have strong political motives, thus these firms tend to lack information transparency to prevent outsiders detect these political purposes (Leuz and Oberholzer-Gee, 2006; Alfraih, 2017).

Another reason why state-owned firms are less likely to choose high-quality auditors is because it is easier for them to access financial resources compared to private firms. If state-owned firms have financial problems, the firms will seek financial support from the most powerful shareholder - the governments (Wang *et al.*, 2008). The support from governments also provide an effective financial assurance for banks who lend money to these firms, so that it helps the firms easily raise cheap loans from banks. Therefore, state-owned firms do not have a high demand to hire high-quality auditors to secure access to financing from other investors from the security market (Wang *et al.*, 2008). Hence, the following hypothesis is proposed.

H4. Ceteris paribus, the higher the percentage of total shares held by state owners, the less likely a high-quality auditor will be chosen.

In contrast to state owners, large shareholders have more incentive to actively monitor the behaviour of managers as they hold large proportion of shares and suffer

higher cost resulted from any non-value-maximizing behaviour by managers (Doidge *et al.*, 2009). Thus, large shareholders prefer to choose a higher-quality auditor to help them monitor managerial behaviour more effectively (O'sullivan, 2000). Further, large shareholders can easily access to private value relevant information of firms due to their size of equity holdings (Hay *et al.*, 2008). Therefore, in the case of firms with concentrated ownership, minority shareholders have greater demand high-quality auditor as a balance against the power of the block shareholder (Hay *et al.*, 2008). Hence, a firm with a larger shareholder is more likely to select a high-quality auditor to protect the interest of shareholders.

H5. Ceteris paribus, the higher the percentage of total shares held by the largest owner, the more likely a high-quality auditor will be chosen.

4. Research design

4.1. Research model

This study applied logit regression to test the hypotheses 1 to 5 as the dependent variable is binary with the value of 1 for Big 4 auditors and 0 for non-Big 4 auditors. The following model 1 is used to test whether the internal corporate-governance mechanisms are associated with audit quality.

$$\mathbf{AQ = \beta_0 + \beta_1 ATR + \beta_2 ROA + \beta_3 LOGASSET + \beta_4 LEV + \beta_5 BI + \beta_6 DUALITY + \beta_7 FOREIGN + \beta_8 STATE + \beta_9 LARGEST + \varepsilon} \quad (1)$$

Where: AQ (audit quality) equals 1 if the auditor is the Big 4 auditing firms, 0 otherwise. **BI** is the ratio of independent members in the BoD. **DUALITY** equals 1 if the CEO also holds the position of the chairman of the BoD; 0 otherwise. **FOREIGN** is the percentage of total share held by foreign owners. **STATE** is the percentage of total shares held by state owners. **LARGEST** is the percentage of total share held by the largest shareholders. **LOGASSET** is the logarithm of total assets, **ATR** is the assets turnover ratio is measured by net sales divided by average total assets. **ROA** is the return on assets ratio which is calculated as net income after interest and taxation divided by total assets. **LEV** (debt-to-assets ratio) is the financial leverage ratio measured by total debts divided by total assets.

This study controlled for firm size (the logarithm of total assets), growth (assets turnover ratio), profitability (return on assets ratio) and financial leverage (debts to assets ratio). Prior studies (Lin and Liu, 2009; Husnin *et al.*, 2016) indicated that large listed firms are normally complex business operations and larger scale thus they need a high-quality auditor (a Big 4 auditor) who have enough capability and competent to audit these types of firms. Moreover, a firm with high growth rate and high profitability also want to hire more qualified auditors because they want to give a signal of well operation performances to investors (Chaney *et al.*, 2004). In contrast, firms with higher leverage may have less incentives to hire high-quality auditors to enhance the possibility of earnings management (Lin and Liu, 2009).

4.2. Sampling

The sample of the study included firms which have been listed in Ho Chi Minh Stock Exchange (Hose) and Hanoi Stock Exchange (HNX). A firm included in the sample needs to be satisfied with the following conditions: (1) a firm remains listed during the period of 2015 to 2017; (2) a firm fulfills the information of financial and corporate governance variables used in the proposed model; and (3) a firm does not belong to financial institutions, banking, finance and investment firms.

Financial information and the total shares held by state and foreign owners were collected from FiinPro database of StoxPlus (a large database provider in Vietnam). Missing information of state and foreign ownership and other corporate governance variables were collected from annual reports and corporate governance reports. The dependent variable (Big 4 versus non-Big 4 auditors) was collected from the annual audited financial statements. These reports/statements were downloaded from the website of stock exchanges or individual firms.

There is a total of 757 firms listed in both the stock exchanges at 1st of May 2018 available in the FiinPro database. The study eliminated 141 firms classified as financial institutions, banking, finance and investment firms. The remaining of 613 firms included 344 firms listed in HNX and 269 listed in Hose. Two hundred and twenty-one firms were randomly selected from the total of 613 firms. The table 1 shows the sample distribution by industrial sectors and the proportion of each sector are approximate to the classification of the total population. As a result, the sample of 221 firms with 663 firm-year observations for the three years 2015-2017 were used to test the hypothesised model.

4.3. Data analysis method

This study used logit regression to test the hypothesis model as the dependent variable is binary with the value of 1 or 0. STATA statistic software was utilised to test the model.

5. Research results

5.1. Descriptive statistics

Of total 221 firms, 49% are listed in Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE) and 51% are listed in Hanoi Stock Exchange (HNX). Table 1 shows the sample distribution by industrial sectors. Approximate a half (48%) of them belong to industrial sector, one fifth (21%) are classified to consumer goods sector and 11% are in the basic materials sector. Other sectors (consumer services, oil & gas, technology, and utility sectors) each account for less than 10% of the total sample firms.

Table 1: Sample distribution by sectors

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Basic Materials	72	10.9	10.9	10.9
	Consumer	141	21.3	21.3	32.1

Goods				
Consumer Services	60	9.0	9.0	41.2
Industrials	315	47.5	47.5	88.7
Oil & Gas	12	1.8	1.8	90.5
Technology	30	4.5	4.5	95.0
Utilities	33	5.0	5.0	100.0
Total	663	100.0	100.0	

Table 2 represents the descriptive statistics of variables used in the hypothesised model 1. There were 29% of firms hiring the Big 4 auditing firms. The average of total assets for the sample firms was 2,289.98 billion VND with the lowest total assets of 19.22 billion VND and the highest total assets with 53,022.18 billion VND. The average leverage ratio (debt-to-assets ratio) was very high with the mean of 48%, indicating the weak financial health for Vietnam listed firms. The return on assets ratio (ROA) is not good with the mean of 0.05 times, whereas the asset turnover ratios were reasonably good with the mean of 1.24 times.

The average ratio of independent members in BoD was 63% and 23% of total firms had a chairman of BoD who was also directors/general directors. The highest percentage of total shares held by foreign owners was 60% and the lowest was 0% with an average of 12%. The average percentage of total shares held by state owners was 23%, with the highest and the lowest percentage of 84% and 0%, respectively. The highest percentage of total shares held by the biggest shareholders was 82%, whereas the lowest was only 3% and the average was 36%.

Table 2: Descriptive statistics of variables

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AQ	0.00	1.00	0.29	0.46
TOTAL ASSETS (in billion VND)	19.22	53022.18	2289.98	4982.34
LEV	1%	96%	48%	23%
ATR	0.00	9.59	1.24	1.13
ROA	-1.78	0.78	0.05	0.10
BI	0%	100%	63%	19%
DUALITY	0.00	1.00	0.23	0.42
FOREIGN	0%	60%	12%	14%
STATE	0%	84%	23%	23%
LARGEST	3%	82%	36%	20%

Table 3 shows the correlation coefficient matrix of dependent and independent variables which is determined through Pearson's correlation matrix. The dependent variable (AQ) is significantly positively correlated, at 0.01 level of 2-tailed test, to a logarithm of total assets, return on assets ratio, the ratio of the number of independent members in BoD, the shareholding by foreign owners, state owners and the largest owners.

Audit quality is negatively correlated, at a significant level of 1% of the 2-tailed test, to the duality of CEO and BoD chairman positions. Audit quality is not significantly correlated with assets turnover ratio and debt-to-assets ratio, which are both control variables. Correlation coefficients among the independent variables are not high with the highest of 0.575 (between the shares holding by state owners and that of largest owners), so multicollinearity is not a problem on explanatory variables (Kennedy, 2003).

Table 3: Correlation coefficient matrix of dependent and independent variables

	AQ	LOGASSET	ATR	LEV	ROA	BI	DUALITY	FOREIGN	STATE	LARGEST
AQ	1									
LOGASSET	.493**	1								
ATR	-.014	-.178**	1							
LEV	.073	.346**	-.003	1						
ROA	.112**	.014	.216**	-.259**	1					
BI	.182**	.128**	-.037	-.087*	.014	1				
DUALITY	-.144**	-.057	-.107**	.070	-.086*	-.350**	1			
FOREIGN	.296**	.355**	.016	-.136**	.210**	.087*	-.057	1		
STATE	.104**	.018	.197**	.108**	.047	.055	-.296**	-.157**	1	
LARGEST	.250**	.089*	.197**	.036	.100*	.092*	-.268**	-.090*	.575**	1

Notes: **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5.2. Regression results

Table 4 demonstrates the regression results of the association between audit quality and corporate-governance mechanisms. The results show that the overall goodness-of-fit statistics are satisfactory. Particularly, the regression indicates a relatively high R-square value of 31%, the log likelihood is relatively low with the value of -276.54, and significance levels of nearly zero for the LR exclusion test.

Table 4: The relationship between audit quality and corporate-governance mechanisms

AQ	**Coef.**	**Std. Err.**	**z**	**P>z**
LEV	-0.12	0.60	-0.19	0.85
LOGASSET	2.12	0.25	8.49	0.00
ATR	0.08	0.09	0.86	0.39
ROA	2.95	1.97	1.50	0.13
BI	1.60	0.62	2.56	0.01
DUALITY	-0.11	0.31	-0.35	0.72
FOREIGN	2.02	0.83	2.45	0.01
STATE	-0.16	0.53	-0.31	0.76
LARGEST	0.03	0.01	5.20	0.00

_cons	-29.12	2.99	-9.75	0.00
LR Test of coefficients $\chi 2(9)$				248.45
Significance Level of LR				0.00
Log Likelihood				-276.54
Pseudo R^2				0.31

Consistent with the hypothesis number one, BI is positively related to audit quality at the significant level of 5% ($\beta = 1.60$, P-value < 0.05), suggesting that when the ratio of independent members in BoD is higher, a listed firm is more likely to hire a high-quality (Big 4) auditor. The finding is consistent with prior studies (Husnin *et al.*, 2016; O'sullivan, 2000) which argued that non-executive directors are more incentive to seek higher-quality auditors to complement their own monitoring of managerial behaviour. The result indicates that the independent members are more incentive to protect the interest of shareholders by using higher-quality auditors as a device to detect frauds or errors in the financial reports prepared by managers.

The coefficient for the variable of duality is not significantly associated with audit quality ($\beta = -0.11$, P-value > 0.05). This indicates that choosing a high-quality auditor is not relevant with the duality positions between CEO and BoD chairman. Thus, hypothesis 2 is not supported. Inconsistent with prior studies (e.g. Lin and Liu, 2009; Beisland *et al.*, 2015), the finding indicates that the duality is not a poor control mechanism as this control structure did not lead to the selection of a low-quality auditor.

Hypothesis 3 is supported at a significant level of 5 per cent when FOREIGN is positively related to audit quality with the β of 2.02. The results suggest that with a higher percentage of total shares held by foreign owners, the listed firms are more likely to choose a high-quality auditor. Consistent with prior studies (Lin and Liu, 2009; Zureigat, 2011), this finding indicates that firms employing high-quality auditors attracted more foreign investments.

The variable of state ownership (STATE) is not significantly related to audit quality ($\beta = -0.16$, P-value > 0.05). Thus, hypothesis 4 is not supported. The finding shows that the percentage of total shares held by state owners do not impact on the selection of high-quality auditors (Big 4 versus non Big 4 auditors). This does not support the findings of prior studies (Guedhami *et al.*, 2009; Alfraih, 2017; Wang *et al.*, 2008) which found a significantly negative relationship between state shareholding and the choice of auditors. The results of this study, in contrast, implies the weak influenced role of state owners of Vietnam listed companies in the auditor selection decision.

The coefficient for the variable of ownership concentration (the largest owner's shareholding) is significantly positively related to audit quality ($\beta = 0.03$, P-value < 0.01). This demonstrates that firms with a higher portion of shares held by the largest owners are more inclined to hire a high-quality auditor. Thus, hypothesis 5 is supported. The finding supports the argument of prior studies (Doidge *et al.*, 2009; O'sullivan, 2000) which suggested that firms with the higher shareholding by largest shareholder is more likely to select a high-quality auditor as these auditors can help them prevent any non-value-maximizing behaviour by managers. This may also suggest that minority shareholders have

greater demand high-quality auditor as a balance against the power of the block shareholder who has more power to monitor the behavior of managers.

For the control variables, only firm size (logarithm of total assets) is significantly related to audit quality, which is consistent with prior studies indicating that large firms are more likely to choose high-quality auditors. However, financial leverage (debt-to-assets ratio), growth (assets turnover ratio) and profitability ratio (ROA) do not significantly affect the selection of high-quality auditors.

6. Implications, limitations and conclusion

Audit quality and corporate governance are major concerns of several stakeholders, such as auditing firms, investors, credit institutions, managers and governments. Although many studies on these topics have undertaken in developed countries, little is known about the relationship between audit quality and corporate governance in the context of smaller emerging countries such as Vietnam. This research gap has been addressed in this study, thus it contributes to the literature of more understanding about the association between audit quality and corporate governance in the case of Vietnam listed firms.

This study has a number of implications for managers of listed firms, financial information users, auditing firms and governments with respect to enhancing corporate governances of listed firms and audit qual. First, the findings suggest that listed firms should have high proportion of independent members in the BoD as these firms are more inclined to choose high-quality auditors, which helps them improve their financial information transparency. This study support Decree No. 71/2017 / ND-CP of Vietnam government which requires that "The composition of the of a listed BoD must ensure that at least 1/3 of the members of the BoD are independent members" (Section 5, Article 13). In this study, however, 5% of the sample of 221 listed firms still have the ratio of independent members lower than one third, thus the stock regulators need strictly provide the surveillance of listed firms to ensure them point enough independent member in the BoD.

Second, the study does not support the association between the duality between CEO and chairman of the BoD and audit quality, suggesting that the duality is not a poor control mechanism in Vietnam listed firms. Therefore, Vietnam government does not need to have the policy on the separation between the two positions in the listed firms.

Third, the study does not find a relationship between state ownership and audit quality. Thus, the finding does not support the findings of prior studies (Guedhami *et al.*, 2009; Alfraih, 2017; Wang *et al.*, 2008) which found that state owners in other countries prefer selecting low-quality auditors to protect their political interests at state firms. In the case of Vietnam listed firms, state owners do not play a significant role in the decision of choosing auditors. Indeed, Vietnam government monitors its equity in listed firms via state representatives and Circular No. 21/2014 / TT-BTC of the Ministry of Finance (2014) also promulgated the regulation on the operation of authorized representatives for state capital invested in enterprises. However, the question of whether the representatives effectively protect the interest of government is still a critical issue in

practice that needs an effective policy to improve their role at listed firms (Tran Van Binh and Nguyen Thanh Huong, 2017).

Fourth, in 2017, foreign capital inflows into the Vietnam stock market increased dramatically with the value of the foreign direct investment by the end of December 2017 reached USA$ 32.9 billion, an increase of over 90% compared to the end of 2016. This is attracting a great interest of foreign investors in the stock market of Vietnam. However, foreign investors are still not fully familiar with the investment environment in the Vietnam stock market such as legal framework, corporate governance and internal business issues (Financial Magazine, 2018). The findings of this study show a positive association between audit quality and foreign equity holding, suggesting that listed firms need to choose high-quality auditors to attract foreign shareholders. This is because these shareholders often claim that the financial statements and the performance of the company audited by high-quality auditors are more reliable (Jiang and Kim, 2004).

Finally, the findings also suggest that a firm with larger controlling shareholders is more likely to choose high-quality auditors. In other words, with a larger size of shareholding, the controlling shareholders can more effectively monitor the behaviour of managers. Thus, this is a signal for information users to analyse which companies have more effective control mechanisms.

Although this study has a number of contributions to both theory and practice, there are still some limitations. Future studies should extend the sample to measure for all companies listed on the stock exchange of Vietnam. In addition, the use of a binary variable of the Big 4 auditors to measure audit quality still has some limitations, therefore future studies should combine with different proxies to measure audit quality. Finally, further research should examine other elements of the governance mechanism (control committee, other ownerships such as group owners, financial owners...) and other elements of the audit firms (auditing capacity professional ethics, audit methods, auditing support systems...) may affect audit quality of listed firms.

Overall, this study has examined the relationship between audit quality and corporate-governance mechanisms of Vietnam listed firms. The empirical results support three out of five hypotheses used to test the research model. Firms with higher independent member ratios, higher foreign shareholdings, and larger controlling owners have more incentive to choose high-quality auditors. This study has a significant contribution to the literature on audit quality and corporate governance, and managerial practices.

EFERENCES

1. Abdullah, W.Z.W., Ismail S. and Jamaluddin N. (2008), "The impact of board composition, ownership and CEO duality on audit quality: The malaysian evidence", *Malaysian Accounting Review*, Vol. 7 No. 2, pp. 17-28.
2. Alfraih, M.M. (2017), "Does ownership structure affect the quality of auditor pair composition?", *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 15 No. 2, pp. 245-263.
3. Beisland, L.A., Mersland R. and Strøm R.Ø. (2015), "Audit Quality and Corporate

Governance: Evidence from the Microfinance Industry", *International Journal of Auditing*, Vol. 19 No. 3, pp. 218-237.

4. Chaney, P.K., Jeter D.C. and Shivakumar L. (2004), "Self-selection of auditors and audit pricing in private firms", *The Accounting Review*, Vol. 79 No. 1, pp. 51-72.
5. Choi, J.-H., Kim C., Kim J.-B., et al. (2010), "Audit office size, audit quality, and audit pricing", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 29 No. 1, pp. 73-97.
6. Cohen, J., Krishnamoorthy G. and Wright A.M. (2002), "Corporate governance and the audit process", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 573-594.
7. DeAngelo, L.E. (1981), "Auditor size and audit quality", *Journal of accounting and economics*, Vol. 3 No. 3, pp. 183-199.
8. Do Huu Hai and Ngo Sy Trung (2015), "The Factors Affect the Quality of Financial Statements Audit in Vietnam Businesses", *Asian Social Science*, Vol. 11 No. 27, pp. 172-181.
9. Doidge, C., Karolyi G.A. and Stulz R.M. (2009), "Has New York become less competitive than London in global markets? Evaluating foreign listing choices over time", *Journal of Financial Economics*, Vol. 91 No. 3, pp. 253-277.
10. Enofe, A.O., Mgbame C., Aderin A., et al. (2013), "Determinants of audit quality in the Nigerian business environment", *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol. 4 No. 4, pp. 36-43.
11. Fama, E.F. and Jensen M.C. (1983), "Separation of ownership and control", *The journal of law and Economics*, Vol. 26 No. 2, pp. 301-325.
12. Financial Magazine (2018), "Expanding the investment space for foreign investors", *Financial Magazine*, 17 February 2018,
13. Francis, J.R. and Yu M.D. (2009), "Big 4 office size and audit quality", *The Accounting Review*, Vol. 84 No. 5, pp. 1521-1552.
14. Guedhami, O., Pittman J.A. and Saffar W. (2009), "Auditor choice in privatized firms: Empirical evidence on the role of state and foreign owners", *Journal of accounting and economics*, Vol. 48 No. 2-3, pp. 151-171.
15. Haniffa, R., Abdul Rahman R. and Haneem Mohamed Ali F. (2006), "Board, audit committee, culture and earnings management: Malaysian evidence", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 21 No. 7, pp. 783-804.
16. Hay, D., Knechel W.R. and Ling H. (2008), "Evidence on the impact of internal control and corporate governance on audit fees", *International Journal of Auditing*, Vol. 12 No. 1, pp. 9-24.
17. Hay, D.C., Knechel W.R. and Wong N. (2006), " Audit Fees: A Meta-analysis of the Effect of Supply and Demand Attributes", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 23 No. 1, pp. 141-191.
18. Husnin, A.I., Nawawi A. and Puteh Salin A.S.A. (2016), "Corporate governance and auditor quality-Malaysian evidence", *Asian Review of Accounting*, Vol. 24 No. 2, pp. 202-230.

19. International Finance Corporation (2012), "Vietnam Corporate Governance Scorecard", report, International Finance Corporation, Pennsylvania,
20. Jensen, M.C. (1993), "The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems", *The Journal of Finance*, Vol. 48 No. 3, pp. 831-880.
21. Jiang, H., Habib A. and Zhou D. (2015), "Accounting restatements and audit quality in China", *Advances in Accounting*, Vol. 31 No. 1, pp. 125-135.
22. Jiang, L. and Kim J.B. (2004), "Foreign equity ownership and information asymmetry: Evidence from Japan", *Journal of International Financial Management & Accounting*, Vol. 15 No. 3, pp. 185-211.
23. Kennedy, P. (2003), *A guide to econometrics*, The MIT Press, Cambridge.
24. Kim Ngoc Pham, Nguyen Hung Duong, Tin Pham Quang, et al. (2017), "Audit Firm Size, Audit Fee, Audit Reputation and Audit Quality: The Case of Listed Companies in Vietnam", *Asian Journal of Finance & Accounting*, Vol. 9 No. 1, pp. 429-447.
25. Knechel, W.R., Niemi L. and Zerni M. (2013), "Empirical evidence on the implicit determinants of compensation in Big 4 audit partnerships", *Journal of accounting research*, Vol. 51 No. 2, pp. 349-387.
26. Krishnan, G.V. (2003), "Audit quality and the pricing of discretionary accruals", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, Vol. 22 No. 1, pp. 109-126.
27. Leuz, C. and Oberholzer-Gee F. (2006), "Political relationships, global financing, and corporate transparency: Evidence from Indonesia", *Journal of Financial Economics*, Vol. 81 No. 2, pp. 411-439.
28. Lin, J.W. and Hwang M.I. (2010), "Audit quality, corporate governance, and earnings management: A meta-analysis", *International Journal of Auditing*, Vol. 14 No. 1, pp. 57-77.
29. Lin, T.C. (2011), "The corporate governance of iconic executives", *Notre Dame Law Review*, Vol. 87 No., pp. 351-381.
30. Lin, Z.J. and Liu M. (2009), "The impact of corporate governance on auditor choice: Evidence from China", *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol. 18 No. 1, pp. 44-59.
31. Mai Ngọc, (2018), "Thống lĩnh ngành kiểm toán Việt Nam, nhóm Big 4 lấy một nửa thị phần dù nhân sự chiếm chưa tới 1/3", Available at: http://nhipsongkinhte.ttvn.vn/nhip-song-kinh-te/thong-linh-nganh-kiem-toan-viet-nam-nhom-big-4-lay-mot-nua-thi-phan-du-nhan-su-chiem-chua-toi-13-4201897152325290.htm (accessed 15 tháng 1).
32. Ministry of Finance (2014), "Operation of authorized representatives for state capital invested in enterprises", Circular No. 21/2014 / TT-BTC, Ministry of Finance, Hanoi.
33. O'sullivan, N. (2000), "The impact of board composition and ownership on audit quality: Evidence from large UK companies", *The British Accounting Review*, Vol. 32 No. 4, pp. 397-414.
34. Palmrose, Z.V. (1988), "An analysis of auditor litigation and audit service quality",

The Accounting Review, Vol. 63 No. 1, pp. 55-73.

35. Pham, H., Amaria P., Bui T., et al. (2014), "A Study of Audit Quality in Vietnam", *International Journal of Business, Accounting, & Finance*, Vol. 8 No. 2, pp. 73-100.
36. Quang Truong (2013), "Vietnam: An Emerging Economy at a CrossRoads", working paper [2013/09], Maastricht School of Management, 2 May 2015.
37. Ramadan, I.Z. (2015), "Does Ownership Structure Affect Jordanian Companies' Tendency to Practice Earnings Management?", *Asian Journal of Finance & Accounting*, Vol. 7 No. 2, pp. 281-291.
38. Rezaei, F. and Shabani S. (2014), "The effect of audit firm size and age on the quality of audit work", *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 3.
39. Shailer, G. (2004), *An Introduction to Corporate Governance in Australia*, Pearson Education Australia, Sydney.
40. Sundgren, S. and Svanström T. (2013), "Audit office size, audit quality and audit pricing: evidence from small-and medium-sized enterprises", *Accounting and Business Research*, Vol. 43 No. 1, pp. 31-55.
41. Tran Van Binh and Nguyen Thanh Huong (2017), "The problem of state capital representatives in joint stock companies in Vietnam", *Vietnam Trade and Industry Review*, Vol. 7 No., pp. 196-201.
42. Vietnam Government (2017), "Guidelines on corporate governance for public companies", Decree No. 71/2017/NĐ-CP, Vietnam Government, Hanoi.
43. Vietnam Investment Review, (2015), "Corporate Governance in Vietnam", Available at: https://translate.google.com/translate?sl=vi&tl=en&js=y&prev=_t&hl=en&ie=UTF-8&u=http%3A%2F%2Ftinnhanhchungkhoan.vn%2Fchung-khoan%2Fquan-tri-cong-ty-o-viet-nam-de-ra-cho-co-115062.html&edit-text= (accessed 24 December).
44. Wang, Q., Wong T.-J. and Xia L. (2008), "State ownership, the institutional environment, and auditor choice: Evidence from China", *Journal of accounting and economics*, Vol. 46 No. 1, pp. 112-134.
45. Williams, D.D. (1988), "The potential determinants of auditor change", *Journal of Business Finance and Accounting review*, Vol. 15 No. 2, pp. 243-261.
46. Zureigat, Q.M. (2011), "The effect of ownership structure on audit quality: Evidence from Jordan", *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 10.

CÁC RÀO CẢN ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC CỦA CÁC GIẢNG VIÊN DU HỌC TRỞ VỀ

BARRIERS TO JOB PERFORMANCE AMONG VIETNAMESE ACADEMIC RETURNEES

TS. Hoàng Trọng Hùng

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Tóm tắt

Các giảng viên du học trở ở các nước tiên tiến mang lại kiến thức và kỹ năng từ các nền kinh tế phát triển để áp dụng tại Việt Nam. Tuy nhiên, trong thực tế họ có thể gặp phải các rào cản khi áp dụng kiến thức và kỹ năng nhằm nâng cao kết quả thực hiện công việc của mình. Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm khám phá các rào cản ảnh hưởng đến kết quả thực hiện công việc của các giảng viên Việt Nam du học trở về. Dữ liệu được thu thập thông qua các cuộc phỏng vấn sâu với 25 giảng viên đã từng du học ở các nước phát triển. Nghiên cứu cho thấy có ba nhóm rào cản ảnh hưởng đến kết quả công việc của các giảng viên du học trở về, bao gồm (1) khó khăn trong điều chỉnh công việc, (2) lương, thưởng và các chính sách hỗ trợ và (3) môi trường làm việc. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý và khuyến nghị đã được đề xuất nhằm nâng cao kết quả thực hiện công việc của các giảng viên du học trở về.

Từ khoá: *rào cản, kết quả thực hiện công việc, các giảng viên du học trở về*

Abstract

Academic returnees, who have studied abroad (in more advanced countries) will bring back advanced knowledge and skills from more developed economies, but they may find barriers to apply knowledge and skills to enhance their job performance back home. The objective of this study is to examine the barriers that affect Vietnamese academic returnees' job performance. Data was collected through in-depth interviews with 25 Vietnamese academic returnees. The study found that there are three groups of barriers that affect Vietnamese academic returnees' job performance, including (1) difficulties in work readjustment, (2) salary, compensation and reward systems, and (3) working environment. Based on the research results, some implications and recommendations have been provided to enhance Vietnamese academic returnees' job performance.

Keywords: *barriers, job performance, Vietnamese academic returnees*

1. Đặt vấn đề

Giáo dục Việt Nam ngày càng được quốc tế hóa. Sự tồn tại và phát triển của các trường đại học ở Việt Nam phụ thuộc vào khả năng thu hút, duy trì và phát triển đội ngũ các nhà nghiên cứu tài năng. Những người đã từng được đào tạo ở các nước tiên tiến hơn, quay trở lại Việt Nam để sinh sống và làm việc là nguồn nhân lực quý giá không chỉ cho các trường đại học và cho cả Việt Nam vì họ là những người mang về những kiến thức và

kỹ năng tiên tiến từ các nước phát triển hơn (Tran et al. 2014). Vì vậy, cả chính phủ Việt Nam và các trường đại học đều khuyến khích các giảng viên đi du học, đặc biệt là những người được đào tạo ở các nước phát triển, quay trở về Việt Nam với hy vọng các giảng viên này sẽ đóng góp vào chất lượng nghiên cứu và giảng dạy tại các trường đại học Việt Nam. Chính phủ Việt Nam đã đầu tư một số tiền lớn để cung cấp hàng ngàn học bổng cho các giảng viên Việt Nam có thể được đào tạo ở các nước phát triển hơn thông qua các dự án 322, 911 và 599. Ngoài ra, các giảng viên Việt Nam cũng có thể nhận được các học bổng được tài trợ từ các chính phủ khác (ví dụ: học bổng của chính phủ Úc - AAS, Endeavour, học bổng chính phủ Nhật Bản - MEXT...) và các học bổng khác từ các tổ chức quốc tế.

Số lượng các giảng viên du học ở nước ngoài quay trở về Việt Nam ngày càng nhiều có thể mang lại sự thu hoạch chất xám (brain gain) nhưng cũng có thể là một sự lãng phí chất xám (brain waste) khi họ không thể áp dụng hoặc phát huy những kỹ năng, kiến thức tiên tiến mà họ đa trang bị ở nước ngoài vào việc phát triển chuyên môn cũng như nâng cao kết quả công việc ở Việt nam. Kết quả thực hiện công việc thấp có thể khiến những giảng viên này cân nhắc bỏ việc hoặc thậm chí ra nước ngoài sinh sống và làm việc thêm một lần nữa. Việc mất những người có tay nghề cao và lãng phí nguồn nhân lực quý giá này gây ra những vấn đề lớn cho các trường đại học ở Việt Nam, đặc biệt là khi Việt Nam đang tham vọng quốc tế hóa và cải thiện chất lượng hệ thống giáo dục để đáp ứng nhu cầu cao về lao động lành nghề cần thiết để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế cao ở Việt Nam. Nghiên cứu của tôi góp phần giải quyết các vấn đề trên bằng việc nghiên cứu những khó khăn và những rào cản ảnh hưởng đến kết quả thực hiện công việc của những giảng viên du học trở về. Kết quả của nghiên cứu này có ý nghĩa thiết thực đối với các trường đại học Việt nam liên quan đến việc phát triển các chiến lược phù hợp để quản lý các phát sinh sau khi về nước của những giảng viên đã từng đi du học nhằm nâng cao kết quả thực hiện công việc của họ. Nghiên cứu cũng có ý nghĩa đối với chính phủ Việt Nam và các trường đại học về việc thúc đẩy và giữ chân những người trở về tài năng này.

Về ý nghĩa lý thuyết, có một khoảng trống nghiên cứu trong lĩnh vực quản lý nguồn nhân lực quốc tế về trãi nghiệm tái hòa nhập của những người trở đã từng đi du học trở về, bao gồm cả những giảng viên Việt Nam được đi du học sau đó quay trở về hoặc được tuyển dụng mới trong các trường đại học trong nước. Ngoài ra, phần lớn các nghiên cứu về những người trở về (ví dụ: Andresen, Biemann, & Pattie, 2015; Doherty, Dickmann, & Mills, 2011) đã được thực hiện trong bối cảnh những người nước ngoài từ các nền kinh tế phát triển làm việc ở nước ngoài tương tự hoặc các nước kém phát triển. Mặc dù nghiên cứu đã được thực hiện trên các khía cạnh liên quan đến nghề nghiệp khác như cơ hội việc làm (Hao, Wen, & Welch, 2016), tham vọng nghề nghiệp (Hao & Welch, 2012), có rất ít nghiên cứu được thực hiện về các yếu tố liên quan đến kết quả thực hiện công việc, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi như Việt Nam (Froese & Peltokorpi, 2013; MacDonald & Arthur, 2005).

Vì vậy, mục đích của nghiên cứu này nhằm khám phá các yếu tố rào cản ảnh hưởng đến kết quả thực hiện của các giảng viên du học trở về. Kết quả của nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa đối về mặt lý thuyết khi đóng góp sự hiểu biết về kết quả thực hiện công việc

đối với những giảng viên từng đi du học trở về, mà còn có đóng góp về mặt thực tiễn trong trong việc giảm thiểu sự lãng phí chất xám khi những người tài năng này gặp những rào cản không thể phát huy được năng lực của của họ.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về trải nghiệm của những người trở về đã thu hút nhiều học giả trước đây, tuy nhiên các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào trải nghiệm của những sinh viên đi du học sau khi trở về nước. Những nghiên cứu trước đây cho thấy những sinh viên sau khi đi du học trở về nước thường gặp những vấn đề như sốc ngược văn hóa (reverse culture shock), khó khăn trong việc tái thích nghi cuộc sống, cảm thấy không phát huy tốt hoặc không có nhiều cơ hội để áp dụng những kỹ năng, kiến thức mà được trang bị ở nước ngoài vào công việc trong nước. Tuy nhiên, đến nay vẫn chưa có nghiên cứu về kết quả công việc của những du học sinh sau khi trở về nước và những nghiên cứu trước đây xem tất cả các nhóm sinh viên thành một nhóm đồng nhất, không có nghiên cứu sâu về sự khác biệt từng ngành nghề mà họ đang làm việc.

Trải nghiệm sau khi về nước của những nhân viên hoặc nhà quản lý làm việc ở trong các tập đoàn đa quốc gia sau khi hoàn thành nhiệm vụ ở các công ty chi nhánh/con ở nước ngoài cũng thu hút nhiều nghiên cứu trước đây. Những người này được cử ra nước ngoài làm việc tại các công ty thành viên giao (ví dụ: thành lập hoặc quản lý hoạt động các chi nhánh ở nước ngoài hoặc chuyển giao kiến thức và kỹ năng cho các nhân viên ở các công ty con ở nước ngoài) sau đó quay trở lại công ty cũ (corporate repatriates). Những nghiên cứu về trải nghiệm sau khi quay trở về nước của đối tượng thứ hai tập trung nhiều hơn về các yếu tố công việc, bao gồm: trải nghiệm tái hòa nhập về công việc (Ví dụ: Vidal và cộng sự, 2010; Al Shimai, 2018), mức độ gắn kết công việc, sự hài lòng công việc, ý định rời bỏ tổ chức và kết quả công việc. Mặc dù đã có nghiên cứu về kết quả công việc của đối tượng thứ hai này nhưng trải nghiệm sau khi trở về của đối tượng này khác với những giảng viên trong nghiên cứu của chúng tôi vì môi trường làm việc và chính sách nhân sự giữa các trường đại học khác rất nhiều với các tập đoàn đa quốc gia. Đặc biệt là đa phần các tập đoàn đa quốc gia đều có hỗ trợ về mặt tài chính, nghề nghiệp và có chương trình tái hòa nhập cho những người trở về. Trong khi đó, các trường đại học Việt Nam thường không có chương trình hổ trợ tái hòa nhập và tư vấn nghề nghiệp cho những giảng viên sau khi trở về. Vì vậy môi trường đại học trở thành bối cảnh nghiên cứu thú vị khi tìm hiểu về những rào cản và khó khăn ảnh hưởng đến kết quả thực hiện công việc của các giảng viên sau khi đi du học trở về.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính bằng phương pháp phỏng vấn sâu với 25 giảng viên từng du học nay đã trở về nước. Phương pháp phỏng vấn chuyên sâu giúp chúng tôi khám phá các rào cản ảnh hưởng đến kết quả công việc của những người trở về này. Phỏng vấn sâu là một cuộc phỏng vấn trực tiếp, trong đó các nhà nghiên cứu hỏi một số câu hỏi mở và thăm dò để có được những câu trả lời chi tiết từ những người được phỏng vấn (Hair và cộng sự, 2003; Zikmund và cộng sự, 2011). Phương pháp phỏng vấn sâu có nhiều ưu điểm hơn phương pháp phỏng vấn theo nhóm vì nó giúp nhà nghiên cứu

có thể hiểu chính xác hơn và rõ hơn về vị trí cũng như thái độ của người trả lời đối với từng chủ đề (Ghauri và Gronhaug, 2005; Lawton và cộng sự, 2013). Phương pháp thu thập dữ liệu này phù hợp với giai đoạn thăm dò này vì người trả lời được tự do trả lời càng chi tiết càng tốt theo nhận thức và suy nghĩ của họ trong một loạt các chủ đề, đặc biệt là trong trường hợp có vấn đề nhạy cảm (Ghauri và Gronhaug, 2005; Hair và cộng sự, 2003). Bằng cách này, các nhà nghiên cứu có thể khám phá các khái niệm mới và khám phá những hiểu biết sơ bộ về một vấn đề cụ thể (Blumberg và cộng sự, 2011). Các nghiên cứu trước đây (Thompson và Christofi 2006) đã chỉ ra rằng phỏng vấn sâu là một phương pháp hữu ích trong việc tìm hiểu trải nghiệm tái nhập của người trở về. Chính vì vậy, phỏng vấn sâu giúp chúng tôi khám phá các trở ngại, khó khăn ảnh hưởng đến kết quả thực hiện công việc của các giảng viên trở về.

Mẫu nghiên cứu của chúng tôi là những giảng viên đi học nước ngoài trở về và hiện đang làm việc tại các trường cao đẳng/đại học/viện nghiên cứu tại Việt Nam. Những người này phải có ít nhất một năm học tập hoặc làm việc ở nước ngoài trước khi họ trở về. Để đảm bảo sự đại diện của mẫu, chúng tôi chọn mẫu từ ba khu vực (khu vực miền Bắc, miền Trung và miền Nam), và vùng núi (Tây Nguyên). Các tỉnh/thành phố Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Buôn Mê Thuột và Hồ Chí Minh được chọn để thực hiện các cuộc phỏng vấn. Chúng tôi đã thực hiện 25 cuộc phỏng vấn sâu (bao gồm cả nam và nữ) đã được tiến hành. Bởi vì các phương pháp định tính sử dụng phỏng vấn sâu không đòi hỏi số lượng người được phỏng vấn cao, tổng cộng 25 cuộc phỏng vấn là đủ để khám phá vấn đề nghiên cứu, như đề xuất của một số học giả (Blumberg và cộng sự, 2011).

4. Kết quả phỏng vấn

4.1. Thông tin chung về đối tượng phỏng vấn

Thông tin chung về đối tượng phỏng vấn được thể hiện qua bảng 01. Trong đó, có 13/25 là nữ (chiếm 52%). Trong số đó, có 5 người được phỏng vấn thuộc miền núi (Tây Nguyên), và 1 người là người dân tộc thiểu số (dân tộc Ê đê).

Bảng 4. Thông tin về đối tượng phỏng vấn

STT	Mã phỏng vấn	Giới tính	Nước đi học/thời gian học	Năm quay trở về VN	Tỉnh/thành nơi công tác
1	GV#1	Nam	Nhật Bản/4 năm	2015	Huế
2	GV#2	Nữ	Úc và Ireland/5 năm	2016	Huế
3	GV#3	Nữ	Nhật Bản/4 năm	2015	Huế
4	GV#4	Nam	Bỉ/4 năm	2014	Huế
5	GV#5	Nam	Úc/2 năm	2013	Huế
6	GV#6	Nữ	Úc/2 năm	2013	Đà Nẵng
7	GV#7	Nữ	Đài Loan/2 năm	2012	Đà Nẵng
8	GV#8	Nữ	Anh/2 năm	2015	Đà Nẵng

9	GV#9	Nam	Anh và Úc/5 năm	2017	Đà Nẵng
10	GV#10	Nam	Đức/4 năm	2016	Đà Nẵng
11	GV#11	Nữ	Úc/2 năm	2017	Tây Nguyên
12	GV#12	Nữ	Úc/2 năm	2016	Tây Nguyên
13	GV#13	Nữ	Úc/2 năm	2017	Tây Nguyên
14	GV#14	Nam	Hàn Quốc/4 năm	2013	Tây Nguyên
15	GV#15	Nữ	Thái Lan/2 năm	2015	Tây Nguyên
16	GV#16	Nữ	Úc/4 năm	2017	Hà Nội
17	GV#17	Nam	Đức/4 năm	2016	Hà Nội
18	GV#18	Nữ	Úc/5 năm	2016	Hà Nội
19	GV#19	Nam	Hà Lan/4 năm	2015	Hà Nội
20	GV#20	Nam	Úc/4 năm	2016	Hà Nội
21	GV#21	Nữ	Úc/2 năm	2014	Tp Hồ Chí Minh
22	GV#22	Nữ	Pháp/4 năm	2015	Tp Hồ Chí Minh
23	GV#23	Nam	Úc/4 năm	2017	Tp Hồ Chí Minh
24	GV#24	Nam	Nhật và Úc/6 năm	2016	Tp Hồ Chí Minh
25	GV#25	Nam	Hàn Quốc/5 năm	2013	Tp Hồ Chí Minh

4.2. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phỏng vấn sâu 25 giảng viên cho thấy nhìn chung họ đều nổ lực để đạt được kết quả thực hiện nhiệm vụ được giao mặc dù kết quả thực sự chưa đạt được như những gì họ mong muốn và kỳ vọng. Có nhiều rào cản dẫn đến kết quả thực hiện chưa được như kỳ vọng và có thể phân thành các nhóm: (1) khó khăn trong việc tái hòa nhập công việc sau khi trở về, (2) lương thưởng và các chính sách hỗ trợ thấp, và (3) môi trường và điều kiện làm việc không thuận lợi để thực hiện các kỹ năng, kiến thức đã được trang bị ở nước ngoài.

4.2.1. Khó khăn trong việc tái hoà nhập công việc sau khi trở về

Các giảng viên có thời gian học ở nước ngoài từ hai năm trở lên thường gặp nhiều khó khăn hơn trong quá trình tái thích nghi với công việc ở Việt Nam so với những người có thời gian học ở nước ngoài ít hơn. Khó khăn trong tái thích nghi công việc đã ảnh hưởng đáng kể đến kết quả công việc của họ. Những người có thời gian sống ở nước ngoài lâu nên quan điểm, thái độ và hành vi của họ có thể bị thay đổi đáng kể để thích nghi với môi trường công việc và văn hóa ở nước ngoài trong thời gian họ học tập hoặc làm việc ở đó. Khi trở về, họ khong mong đợi phải đối mặt với bất kỳ khó khăn nào trong việc tái thích nghi với công việc ở Việt Nam vì đó là quê hương của họ và là công việc cũ của họ đã từng làm trước khi đi du học. Tuy nhiên, Việt Nam đã được thay đổi, bạn bè và trường đại học của họ có thể có có những thay đổi. Do đó, bản thân họ và trường đại học mà họ đã làm việc trước đây có thể có những thay đổi và những kỳ vọng của họ không được đáp ứng

có thể làm cho họ cảm thấy cảm thấy xa lạ và chán nản, điều này có tác động tiêu cực đến hiệu suất công việc của họ sau khi về nước.

"Tôi đã làm việc 3 năm ở trường... trước khi đi học thạc sĩ vì vậy lúc đầu tôi nghĩ mình sẽ không có cú sốc nào khi quay lại trường cũ. Tuy nhiên, vấn đề làm tôi thất vọng nhất là khi trở về tôi không có cơ hội để áp dụng những kiến thức và kỹ năng tôi đã có. Khi tôi áp dụng phương pháp giảng dạy hiện đại nhưng sinh viên ở đây đã quá quen với với phương pháp truyền thống, khả năng tự học rất kém nên các phương pháp giảng dạy mới rất kém hiệu quả." (Giảng viên #9).

Một số giảng viên kỳ vọng sẽ đóng góp một phần của mình trong việc xây dựng môi trường nghiên cứu cũng như thúc đẩy hợp tác quốc tế thông qua việc xây dựng các chương trình học liên kết với trường đại học mà giảng viên này đang học. Tuy nhiên, khi về nước giảng viên này cảm thấy sốc vì mong muốn đó không đạt được.

Giảng viên #12 cho rằng "*cách nghiên cứu của các giảng viên trong nước, những người chưa từng học ở nước ngoài, rất khác biệt và cảm thấy khó có thể thay đổi cách nghiên cứu của những giảng viên này cũng nhưng xây dựng được một nhóm nghiên mạnh mà các thành viên có thể hổ trợ lẫn nhau. Đề xuất xây dựng chương trình liên kết cũng bị quản lý khoa phớt lờ và không ghi nhận ý kiến. Tôi này cảm thấy bức xúc và chán nãn nên không muốn có thêm đóng góp nào cho khoa nữa*".

"Khi tôi thảo luận về các dự án và đề tài nghiên cứu khoa học với các đồng nghiệp, đa số không quan tâm vì phần lớn trong số họ không chú trọng nghiên cứu khoa học mà giành nhiều thời gian để kinh doanh hoặc dạy thêm ở các trường khác. Điều này làm tôi mất động lực trong nghiên cứu." (GV #21)

Một số giảng viên thì cảm thấy khó khăn trong việc tái thích nghi lại với công việc ở Việt Nam do họ cảm thấy sốc với điều kiện nghiên cứu cũng như thủ tục hành chính ở Việt Nam. Ví dụ, giảng viên (GV #7) cho rằng "*bộ môn tôi có bàn làm việc nhưng không có máy tính, phải tự bỏ tiền ra mua, cách quản lý phòng thí nghiệm thủ tục cồng kềnh, các điều kiện nghiên cứu còn thô sơ, lạc hậu nhiều so với lúc tôi đi học ở Úc nên việc tiến hành các nghiên cứu sẽ rất khó thực hiện được và công bố được trên tạp chí quốc tế như lúc đi học nghiên cứu sinh. Bên cạnh đó, lúc tôi trở về, các thủ tục giấy tờ nhập về trường quá phức tạp. Tôi phải mất đến hai năm mới có thể tái hoà nhập lại công việc ở đây*".

Kết quả phỏng vấn cho rằng đa phần giảng viên nữ trở về gặp nhiều khó khăn trong việc tái thích nghi công việc hơn giảng viên nam, do đó kết quả công việc có thể không bằng các giảng viên nam. Nguyên nhân là do với thiên chức là phụ nữ, thời gian của họ dành cho gia đình nhiều hơn và hạn chế thời gian cho công việc. Khi đã hoàn thành khóa học ở nước ngoài trở về, đa phần nữ giảng viên trẻ phải lo ổn định cuộc sống gia đình, sinh con... Đặc biệt một số nữ giảng viên có mang con theo đi du học, khi quay về họ đặt nhiều tâm trí vào việc tìm trường học, dạy tiếng Việt cũng như dạy văn hóa cho con để theo kịp chương trình học ở Việt Nam. Vì vậy họ phải mất ít nhất 2 năm để ổn định lại công việc ban đầu và từ đó mới có thời gian tập trung để nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu.

"*Tôi mang con gái theo học bốn năm ở Úc, khi về nước bé nói tiếng Việt không*

được rõ lắm. Trong khi, phương pháp dạy học giữa hai nước có sự khác biệt lớn, nên tôi sợ con mình không thích nghi được và không theo kịp chương trình học ở Việt Nam, nên rất lo lắng. Hằng ngày, tôi vừa phải dạy thêm tiếng Việt vừa dạy thêm các môn khác để cháu có thể học kịp với các bạn. Tôi cũng phải thường xuyên tìm hiểu các hoạt động trên lớp để cháu không bị các bạn bị bắt nạt, trêu chọc vì không nói được tiếng Việt nhiều. Vì vậy, hai mẹ con phải mất một năm để ổn định lại cuộc sống và học tập ở Việt Nam. Trong thời gian này tôi cũng chưa có đóng góp nhiều để phát triển chuyên môn" (GV#16).

4.2.2. Lương, thưởng và các chính sách hỗ trợ

Hầu hết đều cho rằng lương, thưởng hầu như không thay đổi đáng kể so với trước lúc họ đi học. Mức lương cho giảng viên đi học về quá thấp so với những công việc và nổ lực họ được giao. Một số giảng viên cho rằng mức lương chưa đủ nuôi các con họ ăn học, nên họ cũng không đầu tư quá nhiều vào công tác chuyên môn.

"*Khi trở về cách đây hai năm tôi và chồng tôi làm việc cùng trường nhận lương với hệ số lương 3.0, ngoài ra tiền vượt giờ hằng năm cũng được trả rất thấp, chúng tôi cũng không có nhiều cơ hội để dạy thêm ở các trường khác như các giảng viên ở các trường khác. Chúng tôi cảm thấy rất căng thẳng với mức thu thập từ nghề của mình để chi tiêu hợp lý và đảm bảo nuôi dạy cho hai con ăn học. Khi mức lương không đủ sống thì chúng tôi cũng không thể tập trung để nâng cao chất lượng chuyên môn mà đành phải làm thêm các công việc ngoài ngành" (GV #2)*

Tuy nhiên, có sự khác biệt trong nhận định về mức lương và thu nhập giữa các giảng viên trở về và làm việc ở các thành phố lớn (như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh) với các thành phố nhỏ (như Buôn Ma Thuột, Huế). Nếu như ở các thành phố lớn, các giảng viên cho rằng họ có nhiều cơ hội để làm giảng viên thỉnh giảng, part time ở các trường khác trong cùng thành phố và có thể có thêm thu nhập với mức khá, đặc biệt giảng dạy các chương trình chuyên môn bằng ngoại ngữ. Ở các thành phố nhỏ, cơ hội kiếm thêm thu nhập là khó khăn hơn.

"Khi trở về tôi có nhiều cơ hội để tham gia giảng dạy các chương trình bằng tiếng Anh và mức trả trên một tiết cũng cao hơn nhiều so với chương trình thường. Đồng thời tôi cũng có nhiều cơ hội hơn để tham gia hoặc làm chủ các đề tài uy tín có đầu ra là báo cáo hoặc xuất bản tạp chí bằng tiếng Anh" (GV#20).

Ngoài ra, quan điểm "sống lâu lên lão làng", người làm việc lâu năm lương bổng cao hơn, chưa quan tâm đến năng lực của đội ngũ trẻ đi học về. Làm việc theo kiểu có quen biết, không đặt nặng hiệu quả công việc. Điều đó làm giảm đi động lực làm việc cũng như sự nhiệt tình đam mê công việc của họ. Sau nhiều lần nổ lực nhiều nhưng họ không được công nhận, khen thưởng và bị chùn bước dần dần khiến kết quả công việc cũng giảm đi. Một ý kiến cho rằng:

"Tôi đã nổ lực phấn đấu làm việc hết mình trong 2 năm vừa qua trong giảng dạy và nghiên cứu. Kết quả giảng dạy tôi được sinh viên đánh giá cao. Tuy nhiên, tôi cảm nhận rằng nhà trường không nhìn nhận sự nổ lực đó và kết quả đánh giá, lương thưởng của tôi cũng như những người không chịu khó nổ lực. Tôi chưa nhận được bất kỳ sự ghi nhận hay khen thưởng nào" (GV#22).

4.2.3. Môi trường làm việc

Một nguyên nhân nữa cản trở đến kết quả công việc của các giảng viên đi học nước ngoài trở về là môi trường làm việc trong tổ chức. Nếu môi trường làm việc cởi mở, tiếp nhận cái mới, mọi người đều hỗ trợ nhau thì sẽ khiến cho người trở về hài lòng công việc hơn và kết quả công việc thực hiện được tốt hơn. Tuy nhiên, nhiều giảng viên được phỏng vấn cho rằng họ cảm giác đồng nghiệp, đặc biệt những người học trong nước, không muốn hợp tác với mình, cảm giác khó làm việc với họ. Điều đó làm cho kết quả công việc của họ nhiều lúc gặp trì trệ hoặc không được tốt.

"Họ nhìn mình với ánh mắt xa lạ, và tôi có cảm giác như họ cho rằng mình đe doạ họ khi mình trở về từ nước ngoài và đảm nhận vị trí công việc này. Một số người làm việc lâu năm và họ nghĩ rằng họ sẽ được nhận vị trí này nhưng cuối cùng họ không được như mong muốn vì tôi đã được đề bạt vào vị trí đó. Vì vậy, họ cùng một số người khác tìm cách xa lánh tôi và không lắng nghe ý kiến của tôi hoặc không làm theo những gì tôi yêu cầu" (GV#8).

Ngoài ra, theo ý kiến phỏng vấn sâu, một cản trở khác cho những giảng viên trở về làm việc ở các đại học miền núi đó là môi trường làm việc chưa thật sự tốt và còn tạo ra nhiều rào cản cho các giảng viên khi trở về nâng cao kết quả công việc của họ. Theo GV#13, trở ngại đầu tiên là *"vùng núi xa các trung tâm, các thành phố lớn nên cơ hội được tăng cường thêm kiến thức bị hạn chế hơn"* (GV#13). Thêm nữa, *"số lượng người đi học nước ngoài trở về ít nên chúng tôi khó tạo thành cộng đồng và mạng lưới kết nối alumni, khó tạo thành các ekip làm việc chung"* (GV#14). Ở vùng miền núi, theo các giảng viên được phỏng vấn, suy nghĩ nhìn chung còn hẹp hơn, nhiều người không dễ dàng chấp nhận cái mới, tư duy còn cục bộ, môi trường làm việc không năng động để tiếp cận các tri thức mới. Vì vậy, nhiều ý kiến đóng góp và kết quả công việc của các giảng viên trở về chưa thật sự được ghi nhận. Cuối cùng, ở các tỉnh miền núi, các giảng viên cho rằng ở đây các thủ tục để mời được người nước ngoài về để kết nối, chia sẻ rất khó khăn và vì vậy họ cảm thấy khó khăn trong việc có cơ hội làm việc với các đối tác nước ngoài hoặc các dự án nước ngoài để tiếp thu tri thức mới cũng như trau đồi khả năng ngoại ngữ của họ.

5. Một số hàm ý và đề xuất

Kết quả từ nghiên cứu cho thấy có nhiều yếu tố rào cản ảnh hưởng đến kết quả thực hiện công việc của các giảng viên du học trở về. Nhiều trường đại học chưa có quan điểm phù hợp trong việc trọng dụng những tài năng của tổ chức, chưa khai thác tốt khả năng tiềm tàng của họ, chưa giao nhiệm vụ đúng chuyên ngành, điểm mạnh của họ. Do vậy để nâng cao khả năng phát huy kiến thức, kỹ năng và kết quả công việc của những giảng viên đã từng du học ở nước ngoài, một số hàm ý và đề xuất như sau:

Thứ nhất, chính sách thu hút những người đã từng du học hoặc làm việc ở nước ngoài quay trở lại cần phải kết hợp chặt chẽ với chính sách sử dụng và phải được triển khai đồng bộ nhằm tăng thêm sự gắn kết, yên tâm công tác, cống hiến, góp phần phát triển kinh tế, xã hội. Điều này đòi hỏi cần phải tạo nhiều cơ hội hơn cho những cá nhân này học hỏi và phát triển nghề nghiệp khi quay trở về đơn vị công tác. Bố trí, phân công lao động đúng người, đúng việc, đúng trình độ chuyên môn và phải biết quan tâm đến sinh lý, sức khỏe, giới tính, tuổi tác của người lao động sao cho phát huy được sở trường, kỹ năng của

người lao động và tránh điểm yếu của họ. Đặc biệt, đối với các giảng viên nữ cần hiểu được những khó khăn của họ hơn và phân công, bố trí họ vào những công việc thích hợp.

Thứ hai, tạo cơ hội và môi trường (dụng cụ, trang thiết bị...) làm việc tốt hơn giúp những giảng viên đã từng du học hoặc làm việc ở nước ngoài thỏa mãn nhu cầu cống hiến, phát huy và chia sẻ kiến thức đã thực học.

Thứ ba, với các giảng viên có thế mạnh về nghiên cứu, cần giảm bớt các khối lượng công việc giảng dạy và hành chính cho họ để họ có nhiều thời gian hơn cho nghiên cứu khoa học và cho việc chia sẻ kiến thức, kỹ năng nghiên cứu cho các giảng viên khác trong trường.

Thứ tư, tăng việc lắng nghe tích cực để khuyến khích những giảng viên trở về chia sẻ những điều họ đang nghĩ, những giải pháp họ ấp ủ cho đơn vị, tổ chức. Ngoài ra, cần nổ lực để kết nối các dự án và thu hút được nhiều giảng viên đi học nước ngoài trở về tham gia.

Thứ năm, đối với các tổ chức hội cựu sinh viên alumni, cần tăng cường hơn nữa các hoạt động chia sẻ tri thức về kỹ năng nghiên cứu, kỹ năng kêu gọi vốn, kỹ năng viết proposal xin tài trợ,..., đặc biệt cho những người đi học trở về và làm việc ở các vùng núi, vùng khó khăn như Tây Nguyên. Có thể với điều kiện địa lý cách trở thì làm hội thảo chia sẻ trực tuyến, forum thực hiện vào một giờ cụ thể nào đó. Nên chăng có thể phân chia các mảng phụ trách các chuyên ngành, cập nhật hàng quý các kiến thức của chuyên ngành, update những thông tin mới để cùng nhau học hỏi, phát triển tri thức và hỗ trợ, kết nối các mentor ở nước ngoài về chuyên môn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Al Shimai, A.M.A. (2018) Measurement, antecedents and outcomes of repatriation adjustment: Empirical evidence from Saudi repatriates. Queensland University of Technology.
2. Andresen, M., Biemann, T., & Pattie, M. W. 2015. What makes them move abroad? Reviewing and exploring differences between self-initiated and assigned expatriation. The International Journal of Human Resource Management, 26(7): 932-947.
3. Blumberg, B., Cooper D.R. và Schindler P.S. (2011), *Business Research Methods*, McGraw-Hill, London.
4. Doherty, N., Dickmann, M., & Mills, T. 2011. Exploring the Motives of Company-Backed and Self-Initiated Expatriates. The International Journal of Human Resource Management, 22(3): 595-611.
5. Froese, F. J., & Peltokorpi, V. 2013. Organizational expatriates and self-initiated expatriates: differences in cross-cultural adjustment and job satisfaction. The International Journal of Human Resource Management, 24(10): 1953-196
6. Ghauri, P. và Gronhaug K. (2005), *Research Methods in Business Studies: a Practical Guide*, Prentice Hall, Harlow.
7. Hair, J.F., Bush R.P. và Ortinau D.J. (2003), *Marketing research: Within changing information environment*, McGraw-Hill, Boston.

8. Hao, J., & Welch, A. 2012. A Tale of Sea Turtles: Job-Seeking Experiences of Hai Gui (High-Skilled Returnees) in China. Higher Education Policy, 25(2): 243-260.
9. Hao, J., Wen, W., & Welch, A. 2016. When sojourners return: Employment opportunities and challenges facing high-skilled Chinese returnees. Asian and Pacific Migration Journal, 25(1): 22-40.
10. Lawton, T., Rajwani T. và Doh J. (2013), "The antecedents of political capabilities: A study of ownership, cross-border activity and organization at legacy airlines in a deregulatory context", *International Business Review*, Vol. 22 No. 1, pp. 228-242.
11. MacDonald, S., & Arthur, N. 2005. Connecting career management to repatriation adjustment. Career Development International, 10(2): 145-159.
12. Thompson, C. and Christofi, V. (2006), "Can You Go Home Again? A Phenomenological Investigation of Cypriot Students Returning Home After Studying Abroad", International Journal for the Advancement of Counselling, Vol. 28 No. 1, pp. 21-39.
13. Vidal, M.E.S., Valle R.S. và Aragón M.I.B. (2010), "Analysis of the repatriation adjustment process in the Spanish context", *International Journal of Manpower*, Vol. 31 No. 1, pp. 21-41.
14. Zikmund, W.G., Ward S., Lowe B., và cộng sự (2011), *Marketing Research*, Cengage Learning, Australia.

THE FACTORS OF CONSUMER INTENSION OF USING MOBILE PAYMENT IN IN VIETNAM
CÁC YẾU TỐ VỀ Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG TRONG VIỆC SỬ DỤNG THANH TOÁN DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

Ming-Kun Lin

Lunghwa University of Science and Technology

Abstract

Within the context of emerging mobile technologies, Mobile payment or M-payment has been introduced as the new trend for payment method bringing more value and convenience to consumers. However, the development of M-payment services is still quite timid in some South East Asia countries including Vietnam. This is also the reason and motivation for the author to do this research. The goal of this study is to spot out some factors that affect the use behavior (UB) of M-payment consumers in five major metropolises where most influential on economic in Vietnam. To investigate the factors affecting UB of Vietnamese M-payment consumers, researcher proposed a research model which analyzes the impact of various variables extracted from system quality (ST), service quality (SV), security (SC), social influence (SI) on behavioral intention (BI) to use and BI on M-payment UB. A quantitative questionnaire was used to measure responses of participants and Partial Least Squares (PLS) method was employed to analysis the collection data as well as test all hypotheses. The results indicated that SI has been the important factors leading to the BI to use M-payment following by SV and SC issues and BI also had strong influence on UB of consumers. Since M-payment is still at the infancy stage and is one of the most exciting mobile applications for the next few years in Vietnam, the identification of important factors concerning M-payments in this study will assist merchants and software developers to design and improve the systems and service to ensure the full acceptance and continuous use of the systems. Finally, a set of suggestion for the subsequent research works also was listed at the end of this study.

Keywords: *Mobile Payment, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT),* Vietnam.

Tóm tắt

Trong bối cảnh các công nghệ di động mới phát triển, thanh toán di động hoặc M-payment được coi là xu hướng mới trong phương thức thanh toán, mang lại nhiều giá trị và tiện ích hơn cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, sự phát triển của dịch vụ M-payment vẫn còn khá khiêm tốn tại một số quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Đây cũng là lý do và động lực để tác giả thực hiện nghiên cứu này. Mục tiêu của nghiên cứu này là phát hiện ra một số yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng (UB) M-payment của người tiêu dùng tại năm đô thị lớn, nơi có tầm ảnh hưởng nhất đến nền kinh tế Việt Nam. Nhằm điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến UB của người sử dụng M-payment tại Việt Nam, nhà nghiên cứu đã đề xuất một mô hình nghiên cứu phân tích tác động của các biến khác nhau được

tóm lược từ chất lượng hệ thống (ST), chất lượng dịch vụ (SV), bảo mật (SC), tác động xã hội (SI) đối với ý định hành vi (BI) sử dụng và BI đối với hành vi sử dụng M-Payment. Bảng câu hỏi định lượng được sử dụng để đo lường phản ứng của người tham gia và phương pháp Bình phương tối thiểu (PLS) được sử dụng để phân tích dữ liệu thu thập cũng như kiểm định tất cả các giả thuyết. Kết quả cho thấy rằng SI là yếu tố quan trọng dẫn đến BI sử dụng M-payment, tiếp theo là các vấn đề liên quan tới SV và SC, và BI cũng tác động đáng kể đến UB của người tiêu dùng. Vì M-payment vẫn đang ở giai đoạn sơ khai và là một trong những ứng dụng di động hiệu quả nhất trong vài năm tới tại Việt Nam, việc xác định các yếu tố quan trọng liên quan đến M-payment trong nghiên cứu này sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp và nhà phát triển phần mềm thiết kế và cải thiện hệ thống và dịch vụ để đảm bảo các hệ thống được chấp nhận đầy đủ và sử dụng liên tục. Cuối cùng, phần cuối nghiên cứu này cũng đưa ra một số đề xuất cho những nghiên cứu sâu hơn trong tương lai

Từ khóa: *Thanh toán di động, Lý thuyết thống nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT), Việt Nam.*

1. Introduction

Over the last few years, payment systems used in business activities have been altered by the advancement of Information and Communication Technologies (ICT) such as ubiquitous Internet access and innovative mobile devices - smartphones (Liébana-Cabanillas, 2014).

Nowadays, more and more consumers use their mobile phones to make purchases. The growth in the number of mobile devices particularly smartphones supported the potential opportunities presented by mobile commerce (m-commerce). As m-commerce increases in popularity, it creates requirements for new payment instruments to enable feasible and more convenient transactions (Ondrus & Pigneur, 2006). Therefore, M-payment is expected to become an important and essential channel for conducting financial transactions (Adebiyi et al., 2013). The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2012) defines m-payment as: "*M-payments are payments for which payment data and instruction are made via mobile phones or other mobile devices. Such payments would include Internet payments using a mobile device, as well as payments made through mobile network operators (MNOs). Note that the location of the payer and supporting infrastructure is not important: the payer may be on the move (remote payments) or at a point of sale (POS)*". A report from Juniper Research has found that the value of global M-payments transaction reached approximately $507 billion in 2014, increasing nearly 40% year-on-year (M-payment Strategies: Remote, Contactless & Money Transfer 2014-2018). Besides, according to the data of Capgemini Analysis in M-payment (2014), the number of transactions in Global M-payment will reach 46.9 billion in 2015, up from just only 7 billion in 2011.

In Vietnam M-payment users are using this new type of payment now primarily for mcommerce, P2P (peer-to-peer) value transfers, POS. Vietnamese users are average in

usage among these three types of M-payments. There are some well-known M-payment players in Vietnam namely Mobivi, Soha Pay, Mpay, PatNet, Payoo, 1Pay, VinaPay, NganLuong...

(Teachinasia, 2013). Nevertheless, Vietnam is still a Cash-based society. Cash is "king" since the bulk of personal consumption is done through the medium of cash. It is also a barrier for consumers to transition from Cash on Delivery (COD) to making online payments. According to Vice Prime Minister Vu Duc Dam, M-payment in Vietnam is developing very slowly compared to other countries in the region and around the world. Currently, only about 10% of the payment transaction is using Mobile Banking (Speaking at the ceremony honoring Electronic Banking favorite in Vietnam - My eBank 2014 by electronic newspaper VnExpress held in Hanoi at 19.11.2014). Considering the low adoption rate of M-payment, it is essential to identify the factors affecting consumer UB of M-payment.

The next section, chapter 2 will be dedicated to a literature review relevant to this research. Chapter 3 contains the conceptual framework, hypotheses, measurement items, research design, data collection procedures and data analysis techniques that will be used in this study. Chapter 4 includes the descriptive analysis of the respondents and the analysis results. Finally, chapter 5 consists of the discussion of the findings of the study, the limitations and suggestions of this study.

2. Literature Review

2.1. Mobile Payment

M-payment is defined as a financial business transaction activities conducted through a mobile device like mobile phone, smartphone, tablet... based on mobile network (Zhao & Kurnia, 2014). According to Xin et al. (2013) and Li et al. (2014), M-payments fall broadly into two categories: POS contactless payments (or proximity M-payment) and mobile remote payments. From the targets of transaction, M-payment can be classified into P2P payment, C2B payment (consumer-to-business) and B2B payment (business-to-business) (Deloitte 2012).

Moreover, from the provider's perspectives, M-payment can be classified into three types: mobile network operator centric, financial institution centric and third-party operator centric (Lu et al. 2011).

In terms of M-payment adoption, the topic on consumer in the domain of M-payment raised the interests of many scholars. Understanding consumer preferences and the reasons to use or not use a specific technology-enabled service is important for designing a viable service that create conducive value to consumers, merchants, and the other stakeholders. A summary of current research in term of M-payment adoption is present in the table below:

Table 1. Review of M-payment research after 2013

Authors	Topic & Location	Theoretical Model	Core Constructs	Key Findings
Zhou (2013)	An empirical examination of continuance intention of mobile payment services ***China***	D&M IS success Model	ST, SV, Information Quality (IQ), Trust, Satisfaction, Flow, Continuance Intention	The main factor effect on trust is SV. SV also is the main factor influence on satisfaction. Flow is affected by SV and IQ. Continuance intention of M-payment is determined by trust, flow and satisfaction. Service providers have to offer quality of services, system, and information in order to facilitate consumer continues to use Mpayment services.
Tan et al. (2014)	NFC mobile credit card (MCC): The next frontier of mobile payment? ***Malaysia***	TAM	Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Perceived Risk (PR), Perceived Finance Cost (PFC), SI, Personal Innovativeness in Information Technology (PIIT)	PU is a significant factor in predicting the intention to use MCC. PEOU is a significant construct in predicting MCC adoption and has a positive relationship with PU with turn in affect MCC acceptance. PR and PFC is an insignificant construct in this research. The intention of both the genders followed the same patterns equally, therefore gender was found to have moderating insignificant effect on the paths of the structural model.

Dutot (2015)	Factors influencing Near Field Communication (NFC) adoption: An extended TAM approach ***France***	TAM	SC, SI, Technology Available, Trust, PEOU, PU, Intention of Use (IU), Usage	Trust, SI and technology availability effect positively PU. SC issues affect PEOU. The results are showing a strong support for the extended TAM model proposed.
Yan & Yang (2015)	Examining Mobile Payment User Adoption from the Perspective of Trust ***China***	TAM	PEOU, PU, Structural assurance, Ubiquity, Trust, usage intention	PU, PEOU, ubiquity, and structure assurance have significantly positive influence on trust, which will turn to affect usage intention of consumer. Merchants and providers in mobile service context must to concern about trust to make a good condition for adoption and usage of M-payment services.
Di Pietro et al. (2015)	The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance	UTAUT, TAM	Attitude towards mobile services, Compatibility, Ease of Use, Usefulness, SC, IU, Behavioral	The intention to use a new technology is affected by the Ease of use, Usefulness, and the SC of that technology. The Usefulness is simultaneously affected by Ease of
	(IMMPA): An empirical application to public transport ***Italy (Europe)***		use,	use, Compatibility, and Attitude towards mobile services. The model confirms that IU has a significantly direct effect on M-payment actual usage.

2.2. Related Theory: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Drawing The UTAUT was developed by Venkatesh et al. (2003) which is an extension of Technology acceptance model (TAM), representing a shift from technology acceptance to unified view (Wong et al., 2015). UTAUT has two endogenous variables

consist of BI to use and UB of technology; Four exogenous variables including facilitating conditions (FCs), SI, performance expectancy (PE), and effort expectancy (EE); Four moderators which are voluntariness, experience, age, and gender.

UTAUT was built not only to predict and explain the adoption of technological innovations in organizations (Venkatesh et al., 2003), but also it can be employed to investigate the adoption of information systems of consumers and private users. For instance, UTAUT is frequently adopted and used of information systems such as M-payment acceptance research (Leong et al. 2013; Di Pietro et al., 2015), Mobile Banking (Oliveira et al., 2014), Internet Banking (Martins et al., 2014), Electronic payment (Junadi, 2015*)*, Mobile Advertising (Wong et al., 2015), Technology - Based Service (Tsourela & Roumeliotis, 2015), 3G Mobile Communications (Mardikyan et al., 2012), Education (chang, 2013), and so on.

2.3. Relevant research and relationship between research constructs

The following table provides the definition of the constructs relating to this study and shows some previous researches that have demonstrated the relationship between all of the constructs.

Table 2. Definition and relationship of the constructs

Construct	Definition	Relationship between research construct
System Quality	ST represents the quality of the information system processing itself, which includes software and data components (Lee and Yu, 2012). ST measures following aspects: ease of use, ease of learning, compatibility, function ability, reliability, availability, user requirements, flexibility, system features, (Garcia-Smith& Effken (2013); Balaban et al., (2013)).	Many studies have found that ST and BI to Use have positive relationships. (Cheng, 2012; Islam, 2012; Li et al., 2012; Ramayah et al., 2010; Wang & Chiu, 2011; Zhou (2013)).

Service Quality	SV was defined as the overall support delivered by the M-payment service provider, and it applies regardless of whether this support is delivered by the banking service provider, an outsourcing software merchant, or an Internet service provider (Delone & McLean, 2003; Lee & Yu, 2012).	A number of researchers examined the relationship between SV and consumer BI to use. Wang and Chiu (2011) discovered SV as a significant factor in determining users' intentions towards e-learning system use. Similarly, Cheng, 2012; Li et al., 2012; Balaban (2012); Zhou (2013) also reported a significant positive effect of SV on intention to use.
Security	Huang and Cheng (2012) referred SC is a set of procedures, mechanisms and computer programs to authenticate the source of information and ensure the integrity and privacy to avoid the problems of the data and the network. Some SC standards and rules will allow consumers to perform all operations in a safety way.	Some researchers believe that current SC standards and rules will allow consumers to perform all operations in a safety way. They demonstrated that SC and intention to use have a positive relationship (Nasri & Charfeddine, 2012; Junadi[a], 2015; Di Pietro et al., 2015).
Social Influence	SI is defined as the degree to which an individual perceives that important others believe he or she should use the new system (Venkatesh et al., 2003; Chong et al., 2010; Thakur, 2013; Dutot, 2015).	The relationship between SI and BI has been empirically investigated by many previous studies (Kwong & Park, 2008; Tsu Wei et al., 2009; Gu, Lee, & Suh, 2009; Kim et al., 2011; Chong et al., 2010; Chong et al., 2012). Many studies have found the
		significantly positive relationship between SI and Intention to Use (Nikou & Bouwman, 2014; Lu et al., 2011; Yang et al., 2012; Tan et al., 2014; Liébana-Cabanillas, 2014).

Behavioral Intention to Use	Mohammadi (2015) defined Intention as the likelihood that an individual will use an Information System.	In the technology acceptance dimension, many studies are conducted to exploring the relationship between this two construct: BI and UB. Nikou & Bouwman (2014) Mohammadi, 2015; Di Pietro et al., 2015 reported that Intention to Use has a significant relationship influence on Use.

3. Research Design and Methodology

3.1. Research Framework

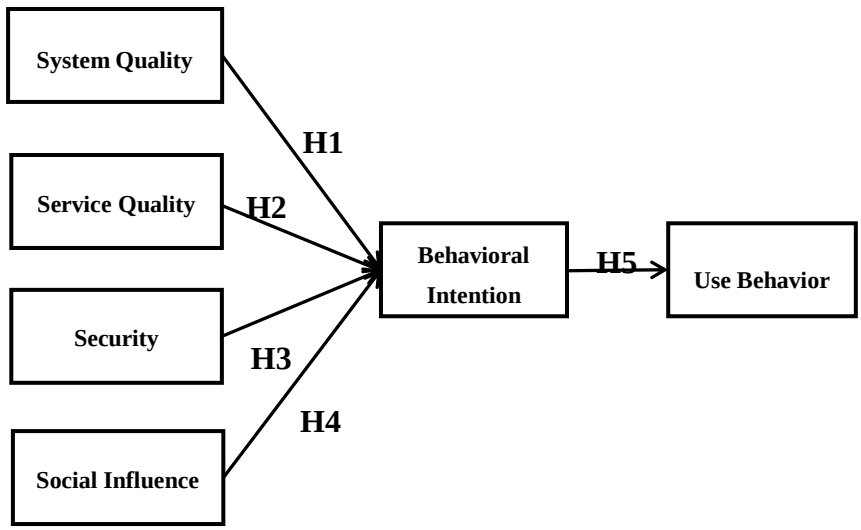


Figure 1. Conceptual Framework

3.2. Research Hypotheses

From the Literature Review, independent factors such as ST, SV, SC, SI have an indirect effect on M-payment acceptance through its impact on consumer' BI to use M-payment. Thus, the following five hypotheses will be tested:

H1: ST will affect positively Consumer' BI to use in the context of M-payment.

H2: SV will affect positively Consumer' BI to use in the context of M-payment.

H3: SC will affect positively Consumer' BI to use in the context of M-payment.

H4: SI will affect positively Consumer' BI to Use in the context of M-payment.

H5: BI will affect positively Consumer' UB in the context of M-payment.

3.3. Research Design

A quantitative research technique, the self- administered was developed in English version and then translated into Vietnamese. Survey questionnaires were sent to the target population from 5 big cities in Viet Nam: Hanoi, Ho chi minh, Can tho, Da nang, Hai Phong. All of the items in questionnaire are generated from previous studies, then modified to fit the context of M-payments and written in the form of statements with which M-payment users

are to agree or disagree on a five-point Liker-type scale. After dispensing the links of questionnaires through Facebook accounts to 400 target populations, a total 245 valid survey responses were collected. All data collected was back-translated into English. SmartPLS (Smart Partial Least Squares) were used to analysis the collected data to examine the relationship between dependent and independent constructs in the research model.

4. Analysis and Resuts

4.1. Validity and reliability measures (PLS measurement model results)

According to our result, the measurement model is completely satisfactory. Firstly, all standardized loading are greater than 0.740 (table 4). Furthermore, PLS does not directly provide significance tests. Significance levels for loadings, weights, and paths were calculated through bootstrapping. We used bootstrapping (*N=1000*) to perform significance testing for the loadings. Factor loading of each item was highly significant (P <0.001) as illustrated by the t- value (T-statistics) of the outer loadings in smartPLS output. These values ranged from a low value of 16.5 to a high of 141 (table 5). Consequently, the individual item reliability is adequate.

Table 4. Factor loadings (both) and cross loadings

	System Quality	Service Quality	Security	Social Influence	Behavioral Intention	Use Behavior
STQ1	**0.793**	0.322	0.338	0.350	0.266	0.254
STQ2	**0.883**	0.315	0.370	0.347	0.257	0.254
STQ3	**0.827**	0.310	0.339	0.315	0.296	0.248
STQ4	**0.752**	0.314	0.354	0.303	0.236	0.202
STQ5	**0.740**	0.347	0.354	0.289	0.341	0.295
STQ6	**0.840**	0.315	0.343	0.289	0.230	0.255
SVQ1	0.314	**0.802**	0.679	0.592	0.625	0.476
SVQ2	0.387	**0.759**	0.648	0.639	0.585	0.479
SVQ3	0.366	**0.889**	0.708	0.657	0.641	0.572
SVQ4	0.274	**0.775**	0.638	0.595	0.591	0.464
SVQ5	0.302	**0.845**	0.660	0.660	0.676	0.550
SVQ6	0.340	**0.866**	0.686	0.616	0.599	0.512
SC1	0.412	0.749	**0.905**	0.754	0.691	0.609
SC2	0.391	0.717	**0.845**	0.740	0.661	0.556
SC3	0.431	0.711	**0.854**	0.747	0.714	0.595

SC4	0.359	0.648	**0.837**	0.672	0.594	0.516
SC5	0.232	0.619	**0.807**	0.578	0.570	0.508
SI1	0.408	0.703	0.722	**0.912**	0.669	0.490
SI2	0.289	0.634	0.760	**0.845**	0.591	0.525
SI3	0.349	0.639	0.728	**0.851**	0.675	0.544
SI4	0.337	0.717	0.745	**0.929**	0.743	0.571
SI5	0.343	0.660	0.697	**0.869**	0.700	0.567
BI1	0.314	0.687	0.723	0.672	**0.905**	0.653
BI2	0.313	0.661	0.650	0.693	**0.890**	0.668
BI3	0.291	0.665	0.666	0.690	**0.875**	0.568
UB1	0.334	0.614	0.684	0.640	0.697	**0.939**
UB2	0.250	0.535	0.532	0.491	0.619	**0.922**

Table 5. T-Statistics and P-Values of outer model loading

Constructs	Items	T Statistics	P Values
System Quality α : 0.893	STQ1	21.214	0.000
	STQ2	35.414	0.000
	STQ3	25.695	0.000
	STQ4	18.407	0.000
	STQ5	16.498	0.000
	STQ6	26.015	0.000
Service Quality α : 0.912	SVQ1	34.943	0.000
	SVQ2	23.957	0.000
	SVQ3	60.257	0.000
	SVQ4	28.191	0.000
	SVQ5	46.255	0.000
	SVQ6	46.545	0.000
Security α : 0.901	SC1	69.043	0.000
	SC2	44.082	0.000
	SC3	47.157	0.000

	SC4	37.909	0.000
	SC5	33.905	0.000
Social Influence α : 0.948	SI1	65.129	0.000
	SI2	31.226	0.000
	SI3	34.364	0.000
	SI4	100.997	0.000
	SI5	40.000	0.000
Intention to Use α : 0.869	BI1	72.211	0.000
	BI2	64.969	0.000
	BI3	49.883	0.000
Actual Usage α : 0.846	UB1	140.989	0.000
	Ub2	77.432	0.000

Second, six constructs meet the requirement of composite reliabilities are greater than 0.7, demonstrated in table 13. In addition, such latent variables achieve convergent validity because their average variance extracted (AVE) was above the recommended value of 0.5 (table 6). Thus we concluded that all our constructs had satisfactory convergent validity.

Table 6. Convergent validity and discriminant validity

CR	AVE		ST	SV	SC	SI	BI	UB
0.918	0.652	STQ	0.807					
0.927	0.679	SVQ	0.401	0.824				
0.929	0.723	SC	0.435	0.813	0.850			
0.946	0.778	SI	0.392	0.761	0.826	0.882		
0.919	0.792	BI	0.344	0.754	0.764	0.769	0.890	
0.928	0.866	UB	0.316	0.619	0.658	0.612	0.709	0.931
CR : (Construct / composite reliabilities) AVE : (Average variance extracted) Matrix diagonals (both): The square roots of the AVEs								

Finally, we can observe that the six constructs demonstrate adequate discriminant validity. This is achieved both via the comparison of the square root of AVE vs correlations (table 6) and the cross-loadings table (table 5). In addition, most constructs have good distribution because the skewness is < 2 and kurtosis < 5 as shown in table 7.

Table 7. Kurtosis, Skewness, mean, and Standard deviation

	Mean	Standard deviation	Kurtosis	Skewness
ST1	4.135	0.690	-0.058	-0.409
ST2	4.159	0.719	-0.309	-0.447
ST3	4.176	0.776	-0.534	-0.527
ST4	4.131	0.722	-0.606	-0.334
ST5	4.155	0.740	-0.706	-0.378
ST6	4.106	0.737	-0.534	-0.355
SV1	4.245	0.704	-0.027	-0.598
SV2	4.037	0.784	-0.240	-0.474
SV3	4.000	0.952	-0.632	-0.543
SV4	4.147	0.805	-0.024	-0.699
SV5	4.069	0.857	-0.471	-0.565
SV6	4.041	0.903	-0.407	-0.583
SC1	4.020	0.941	-0.821	-0.514
SC2	4.053	0.940	-0.525	-0.671
SC3	4.012	0.887	-0.259	-0.588
SC4	4.090	0.871	-0.443	-0.623
SC5	4.122	0.751	-0.818	-0.322
SI1	4.069	0.782	-0.750	-0.329
SI2	4.057	0.846	-0.621	-0.476
SI3	4.061	0.867	-0.199	-0.611
SI4	4.086	0.831	0.106	-0.592
SI5	4.037	0.905	0.489	-0.771
BI1	4.184	0.795	0.277	-0.735
BI2	4.024	0.908	0.198	-0.773
BI3	4.151	0.851	-0.133	-0.695
UB1	3.649	1.121	-0.236	-0.709
UB2	3.131	1.128	-0.738	-0.054

4.2. Hypotheses results (PLS structure model results)

The SmartPLS result for Beta value of all path coefficients and the R2 are indicated in Figure 1, significant paths are represented with bold arrows. Table 8 summarized the hypotheses and outcome

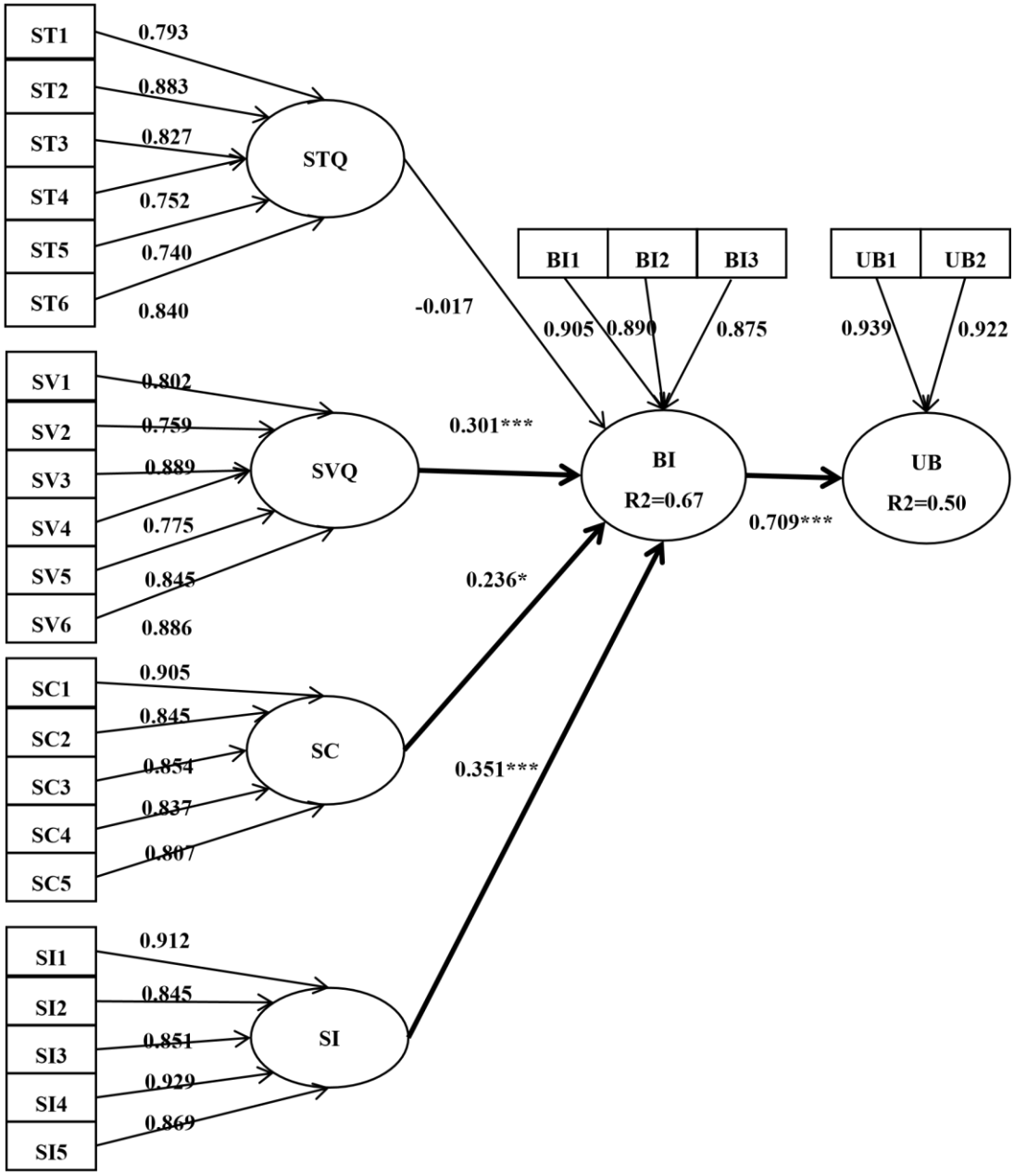


Figure 1. Structure Model Result

Table 8. Hypotheses Testing Results

Hypothesis	Suggested effect	Path coefficients	T-value (bootstrap)	P-value	Support
H1: ST→BI	+	-0.017	0.416	0.677	No
H2: SV→BI	+	0.301***	3.743	0.000	Yes
H3: SC→BI	+	0.236*	2.362	0.018	Yes
H4: SI→BI	+	0.351***	3.954	0.000	Yes
H5: BI→UB	+	0.709***	22.891	0.000	Yes
*P<0.05; **P<0.01; ***P<0.001 (based on t(999); two-tailed test)					

As shown in figure 1 and table 6, all most beta path coefficients were positive and statistically significant excepting the path between ST and BI. This also means hypotheses 2, 3, 4 and 5 were supported while hypothesis 2 was not supported. At first, the weak influence of ST on BI was not statistically significant, because the path between ST and BI was insignificant (beta = -0.017; t = 0.416; p > 0.05) hence hypothesis 1 was rejected. In contrast, SV had a positive influence on intention since the path between SV and BI was highly significant (beta = 0.301; t = 3.743; p < 0.001), fully supporting hypothesis 2. SC also had a positive effect on BI when the path between this two construct was moderately significant (beta = 0.236; t = 2.362; p > 0.05), upholding hypothesis 3. Besides, the path between SI and BI was also highly significant (beta = 0.351; t = 3.954; p > 0.001), SI thus had a significantly positive influence on BI, confirming hypothesis 4. Finally, BI is concluded that had positively affected UB, this two construct yielded a significant path (beta =0.709; t = 22.891; p > 0.001), hypothesis 5 was thus accepted.

It is important to note that we used R^2 to measure the model's explanatory power, interpreted in the same way as for regression analysis. The coefficient of determination, R^2 is 0.672 for the BI endogenous latent variable. This reveals the latent variables ST, SV, SC, and SI explain about 67% (R^2 = 0.672) of the variance in BI. UB, similarly, the coefficient of determination, R^2 is 0.503, this reveals the latent variables BI explain about 50% (R^2 = 0.503) of the variance in UB.

5. Conclusion and Dicussion

5.1. Theoretical Implications

This study extends the UTAUT to explain consumer acceptance of M-payments and promises an understanding of the factors that influence the acceptance of M-payments. The results of this study indicated that SV, SC issues, SI had an indirect influence on the M-payment adoption of Vietnamese consumers through consumers' BI to use. Frist at all, SI had the strongest effect on BI to use M-payment, followed by SV and SC issues. In addition, BI also had strong influence on UB of consumers. Thus we conclude that this study contributes to a better understanding of the factors that influence the acceptance of M-payments in Vietnam.

M-payments system is one of the most exciting mobile applications for the next few years in Vietnam, so that the results of the research in this thesis should be of interest to the business communities. The results of this study provides valuable information for mobile phone manufacturers, merchants, banking system, software developers, and practitioners as well as governments when developing their communication and business strategies regarding to Mpayment adoption. The identification of important factors concerning M-payments in this study will assist them to develop and improve their systems and service to ensure the full acceptance and continuous use of the systems.

5.2. Practical Implications

The results obtained from this research suggest a few areas the M-payments industry should consider in order to develop and establish the industry. To increase the adoption of Mpayments, it is important that M-payment provider should think a way to build a good reputation or having a good company image in order to attract more M-payments customers. These approaches will be associated with ST. Service providers and system designers should ameliorate and improve the quality of the system in the early stage of the development. Furthermore, Good quality of service has always proved important to consumers' acceptance of M-payment. To attracting and retaining customers, M-payment provider should maintain and enhance the quality of their service. Last but not least, SC issue is one of the determinants that influence consumer acceptance of M-payments. Providers should concern about selecting an appropriate and secure technology solution, therefore with the advantage of new technologies, service providers can increase the SC of the M-payment environment.

5.3. Limitations

Firstly, this study was conducted in only 5 major metropolises in Vietnam with data collection were geographically constrained, therefore the results may not be applicable to the whole country or other countries. Secondly, the sample method used in this study is convenience sampling and snowballing sampling, this method makes the randomness of sampling is in insufficient and may lead to the deviation of a sample. Thirdly, the research framework only takes into consideration the consumers' perspective and was focused only on ST, SV, SI and SI dimensions. It might not fully reflect overarching situation of M-payment services in Vietnam.

5.3. Future research

The results of our study offer insights into several issues that deserve further investigation.

First at all, researcher should gather the viewpoints of merchants in subsequent research works. Besides, future research can extend UTAUT theoretical model to investigate the acceptance of M-payment system in particular, and generally technology applications in Vietnam or other countries. Finally, in view that M-payment is still at the infancy stage in Vietnam, it call for research in different dimension such as research can be extended to proposing ways to increase M-payment adoption rate, studying of factors affect continuous use of M-payment, or exploring the satisfaction of M-payment consumers, etc.

REFERENCE

1. Adebiyi, A. A., Alabi, E., Ayo, C. K., & Adebiyi, M. (2013). "An Empirical Investigation of the Level of Adoption of Mobile Payment in Nigeria". *African Journal of Computing & ICT, 6*(1), 197-207.
2. Balaban, I., Mu, E., & Divjak, B. (2013). "Development of an electronic Portfolio system success model: An information systems approach". *Computers & Education, 60*(1), 396-411.
3. Chang, C. C. (2013). "Library mobile applications in university libraries". *Library Hi Tech, 31*(3), 478492.
4. Cheng, Y. M. (2012). "Effects of quality antecedents on e-learning acceptance".*Internet Research, 22*(3), 361-390.
5. Chong, A. Y. L., Darmawan, N., Ooi, K. B., & Lin, B. (2010). "Adoption of 3G services among Malaysian consumers: an empirical analysis". *International Journal of Mobile Communications, 8*(2), 129-149.
6. Chong, A. Y. L., Ooi, K. B., Lin, B., & Bao, H. (2012). "An empirical analysis of the determinants of 3G adoption in China". *Computers in Human Behavior,28*(2), 360-369.
7. DELOITTE (2012). "Mobile Payments: A Deloitte Analysis". Deloitte, 1-11.
8. Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). "The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update". *Journal of management information systems, 19*(4), 9-30.
9. Di Pietro, L., Mugion, R. G., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). "The Integrated Model on
10. Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport". *Transportation Research Part C: Emerging Technologies, 56*, 463-479.
11. Dutot, V. (2015). "Factors influencing Near Field Communication (NFC) adoption: An extended TAM approach". *The Journal of High Technology Management Research*
12. Garcia-Smith, D., & Effken, J. A. (2013). "Development and initial evaluation of the clinical information systems success model (CISSM)". *International journal of medical informatics, 82*(6), 539-552. http://english.vietnamnet.vn/fms/science-it/136783/mobile-commerce-grows-fast-in-vietnam.html http://m.ictnews.vn/cntt/nghi-quyet-36nqtw/pho-thu-tuong-vu-duc-dam-thanh-toan-di-dong-o-vn-phattrien-cham-121278.ict

    http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/67a0740047f652aab0d3f5299ede9589/EMcommerce.pdf?MOD=
13. AJPERES http://www.slideshare.net/hiepsikien/vietnam-mobile-internet-2014-by-mwork-short-version
14. Huang, E., & Cheng, F. C. (2012). "Online Security Cues and E-Payment Continuance
15. Intention". *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEEI), 3*(1), 42-58.
16. Islam, A. K. M. (2012). "The Role of Perceived System Quality as Educators' Motivation to Continue E-learning System Use". *AIS Transactions on Human-Computer Interaction, 4*(1), 25-43.

17. Junadi[a], S. (2015). "A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System in Indonesia".
18. Kim, K. K., Shin, H. K., & Kim, B. (2011). "The role of psychological traits and social factors in using new mobile communication services". *Electronic Commerce Research and Applications*, *10*(4), 408-417.
19. Kwong, S. W., & Park, J. (2008). "Digital music services: consumer intention and adoption". *The service industries journal*, *28*(10), 1463-1481.
20. Lee, S. K., & Yu, J. H. (2012). "Success model of project management information system in construction". *Automation in construction*, *25*, 82-93.
21. Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2013). "Predicting the determinants of the NFCenabled mobile credit card acceptance: a neural networks approach". *Expert Systems with Applications*, *40*(14), 5604-5620.
22. Li, H., Liu, Y., & Heikkilä, J. (2014). "UNDERSTANDING THE FACTORS DRIVING NFCENABLED MOBILE PAYMENT ADOPTION: AN EMPIRICAL INVESTIGATION".
23. Li, J., Liu, J. L., & Ji, H. Y. (2014). "Empirical study of influence factors of adaption intention of mobile payment based on TAM model in China". *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, *7*(1), 119-132.
24. Li, Y., Duan, Y., Fu, Z., & Alford, P. (2012). "An empirical study on behavioural intention to reuse e ‐learning systems in rural China". *British Journal of Educational Technology*, *43*(6), 933-948.
25. Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). "Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age". *Computers in Human Behavior*, *35*, 464-478.
26. Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y., & Cao, Y. (2011). "Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective". *Information & Management*, *48*(8), 393-403.
27. Mardikyan, S., Beşiroğlu, B., & Uzmaya, G. (2012). "Behavioral intention towards the use of 3G technology". *Communications of the IBIMA*, *10*.
28. Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application". *International Journal of Information Management*,*34*(1), 1-13.
29. Mohammadi, H. (2015). "Investigating users' perspectives on e-learning: An integration of TAM and IS success model". *Computers in Human Behavior*, *45*, 359-374.
30. Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior". *The Journal of High Technology Management Research*,*23*(1), 1-14.
31. Nikou, S., & Bouwman, H. (2014). "Ubiquitous use of mobile social network services". *Telematics and Informatics*, *31*(3), 422-433.

32. OECD. (2012). “Report on consumer protection in online and mobile payments”.*OECD Digital Economy Papers*, No. 204. Paris: OECD Publishing.
33. Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). “Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM”. *International Journal of Information Management*, *34*(5), 689-703.
34. Ondrus, J., & Pigneur, Y. (2006). “Towards a holistic analysis of mobile payments: A multiple perspectives approach”. *Electronic Commerce Research and Applications*, *5*(3),246-257.
35. Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Chong, S. C., & Hew, T. S. (2014). “NFC mobile credit card: the next frontier of mobile payment?”. *Telematics and Informatics*,*31*(2), 292-307.
36. Thakur, R. (2013). “Customer Adoption of mobile payment services by professionals across two cities in india: an empirical study using modified technology acceptance model”. *Business Perspectives and Research*, *1*, 17.
37. Tsourela, M., & Roumeliotis, M. (2015). “The moderating role of technology readiness, gender, and sex in consumer acceptance and actual use of Technology-based services”. *The Journal of High Technology Management Research*.
38. Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K. B., & Arumugam, S. (2009). “What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis”. *Industrial Management & Data Systems*, *109*(3), 370-388.
39. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). “User acceptance of information technology: Toward a unified view”. *MIS quarterly*, 425-478.
40. Wang, H. C., & Chiu, Y. F. (2011). “Assessing e-learning 2.0 system success”. *Computers & Education*, *57*(2), 1790-1800.
41. Wong, C. H., Tan, G. W. H., Tan, B. I., & Ooi, K. B. (2015). “Mobile advertising: The changing landscape of the advertising industry”. *Telematics and Informatics*, *32*(4), 720-734.
42. Xin, H., Techatassanasoontorn, A. A., & Tan, F. B. (2013). “Exploring the influence of trust on mobile payment adoption”.
43. Yan, H., & Yang, Z. (2015). “Examining Mobile Payment User Adoption from the Perspective of Trust”. *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, *8*(1), 117-130.
44. Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012). “Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits”. *Computers in Human Behavior*,*28*(1), 129-142.
45. Zhao, Y., & Kurnia, S. (2014). “EXPLORING MOBILE PAYMENT ADOPTION IN CHINA”.
46. Zhou, T. (2013). A”n empirical examination of continuance intention of mobile payment services”. *Decision Support Systems*, *54*(2), 1085-1091.

A STUDY ON VIETNAM AND THE CPTPP: BENEFITS, OPPORTUNITIES, ACHIEVEMENTS AND CHALLENGES

NGHIÊN CỨU VỀ VIỆT NAM VÀ CPTPP: LỢI ÍCH, CƠ HỘI, THÀNH TỰU VÀ THÁCH THỨC

Te Fu Chen

Lunghwa University of Science and Technology

Abstract

The CPTPP is a high-standard regional economic agreement which Vietnam has ratified and is expected to bring the country much benefits, opportunities, achievements and challenges which have to grapple with are significant. The study aims to analyze the characteristics of the CPTPP as a new generation FTA, the study uses literature analysis methods to summarize the benefits, opportunities, achievements and challenges of Vietnam's CPTPP participation and constructs an integrated model to be the reference for the industries in Vietnam. The results show that with the participation of the CPTPP, the average growth in Vietnam's export turnover will increase compared with the non-CPTPP scenario and given its unique conditions, Vietnam could be a good example of how a developing Asian country and one with a dominant state-owned sector can successfully pursue economic integration via the CPTPP. The study also suggests government to promote the export of Vietnamese goods in the context of participation in CPTPP.

Keywords: *Vietnam, CPTPP, Benefits, Opportunities, Achievements and Challenges*

Tóm tắt

CPTPP là hiệp định hợp tác kinh tế khu vực tiêu chuẩn cao mà Việt nam đã thông qua và được kỳ vọng sẽ mang lại cho quốc gia này nhiều lợi ích, cơ hội, thành tựu và thách thức có ý nghĩa quan trọng. Nghiên cứu này nhằm mục tiêu phân tích các đặc điểm của CPTPP với tư cách là Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích tổng quan để tổng kết các lợi ích, cơ hội, thành tựu và thách thức của việc Việt Nam tham gia vào CPTPP và xây dựng một mô hình tích hợp để làm tham chiếu cho các ngành tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy với việc tham gia vào CPTPP, tỷ lệ tăng trưởng trung bình trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sẽ tăng lên so với trường hợp không tham gia CPTPP và với những điều kiện đặc trưng của mình, Việt Nam có thể là một ví dụ điển hình cho một quốc gia châu Á đang phát triển và ngành kinh tế chủ yếu thuộc sở hữu nhà nước có thể hội nhập kinh tế thành công thông qua CPTPP. Nghiên cứu cũng đề xuất chính phủ nên tăng cường xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam trong bối cảnh gia nhập vào CPTPP.

Từ khóa: *Việt Nam, CPTPP, Lợi ích, Cơ hội, Thành tựu và Thách thức.*

1. Introduction

1.1 Overview of the CPTPP

According to Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan(May 2019), the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) is among the most notable mega-free trade agreements (FTAs) in the world today.The TPP, originally known as the "P4 agreement" (Brunei, Chile, New Zealand and Singapore), was extended into a 12-member agreement, following the entry of Australia, Peru, Vietnam, the United States (US), Canada, Malaysia, Mexico and Japan. The fanfare surrounding the TPP declined significantly after US President Donald Trump announced the US withdrawal from this deal. Overcoming this setback, at the TPP summit in Chile on 14 March 2017, all 11-remaining member countries of the TPP affirmed that the TPP should maintain its high standards and be comprehensive in all areas. This commitment was reaffirmed by participating countries on the sidelines of the Asia-Pacific Economic Cooperation (25th APEC) Summit in Vietnam, held on 11 November 2017. At this summit, the TPP was renamed the "Comprehensive and Progressive Agreement for Trans Pacific Partnership (CPTPP)" to reflect the new configuration after the US withdrawal. The CPTPP officially came into force on 30 December 2018 following ratification by the first six countries, namely Mexico, Japan, Singapore, New Zealand, Canada and Australia.[15] Despite the US withdrawal, the CPTPP remains one of the largest FTAs in the world, accounting for 13.3 percent of global gross domestic product (GDP).[16]

The CPTPP aims to set a new standard for global trade, and incorporates new and emerging issues by holding forth five key features. Firstly, it aims to create a comprehensive market access that eliminates tariffs and other barriers to trade in goods and services and investment. Secondly, it aims to create a regional agreement by facilitating the development of production and supply chains among TPP members. Thirdly, it employs an approach of cross-cutting trade issues through building on work being done in the APEC and other fora by incorporating four new cross-cutting issues: regulatory coherence, competitiveness and business facilitation, small-and medium-sized enterprises, and development. Fourthly, it focuses on new trade challenges by addressing emerging trade issues such as those caused by digital technology. Fifthly, it is a living agreement that allows for the updating of the agreement in response to potential trade issues in the future as well as new issues stemming from expansion of the agreement to include new countries.[17]

Compared to the TPP, the CPTPP differs in several ways.

---

[15] "CPTPP to be effective in Vietnam from January 14", https://en.vietnamplus.vn/cptpp-to-be-effective-in-vietnam-from-january-14/145042.vnp, accessed on 1 April 2019.

[16] "The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP)", https://www.mfat.govt.nz/en/trade/free-trade-agreements/free-trade-agreements-in-force/cptpp/cptpp-overview/, accessed on 6 April 2019.

[17] Outlines of the Trans-Pacific Partnership Agreement", http://www.sice.oas.org/tpd/tpp/Negotiations/TPP_outlines_Nov11_e.pdf, accessed on 7 April 2019; and see Ian F. Fergusson, Coordinator, Mark A. McMinimy, and Brock R. Williams (2015), "The Trans-Pacific Partnership (TPP) Negotiations and Issues for Congress", Congressional Research Service, https://fas.org/sgp/crs/row/R42694.pdf, accessed on 7 April 2019.

(1) It suspends the application of 22 provisions from the chapters on trade facilitation, investment, services, public procurement, intellectual property rights (IPR), environment and transparency, which were inserted in the TPP at the request of Washington.[18]

(2) The CPTPP emphasizes that when making policies, member states should first and foremost consider their own changing "country-specific" circumstances and priorities.[19]

(3) The CPTPP is a progressive agreement as it goes beyond reducing costs for businesses. For instance, it includes commitments to safeguard high labour and enironmental standards across the Asia-Pacific region.[20]

1.2. The CPTPP evolved from the Trans-Pacific Partnership (TPP)

According to Riyaz Dattu, Gajan Sathananthan (2019), the CPTPP evolved from the Trans-Pacific Partnership (TPP), which was a comprehensive regional trade agreement negotiated between 12 countries bordering the Pacific Ocean including the United States (U.S.). However, on the heels of being inaugurated into his Office in January 2017, U.S. President Donald Trump issued an executive order unilaterally terminating the U.S.'s involvement in the deal. As the TPP required ratification by at least six states that together accounted for more than 85% of the GDP of all signatories, the TPP could not proceed without the U.S. involvement.The TPP was revived as the CPTPP by the remaining 11 countries: Australia, Brunei, Canada, Chile, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore and Vietnam. The CPTPP incorporates, by reference, large portions of the TPP agreement, with the exception of some provisions relating to intellectual property and investor-state dispute settlement (specifically concerning "investment agreements" and "investment authorizations"), which were previously important demands for U.S. participation in the TPP.

1.3. CPTPP implemented in Vietnam

The study will explain the implications of the CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership, implementation in Vietnam, Canada's largest trading partner in the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) region since 2015.On January 14, 2019, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) was implemented in Vietnam, following the December 30, 2018 implementation by Canada, Australia, Mexico, New Zealand, Japan and Singapore. This occurred in advance of the inaugural meeting of the CPTPP Commission held in Japan on January 19, 2019.Vietnam has a population of 94.5 million people and has a nominal gross domestic product of US $247.43 billion. It has been Canada's largest trading partner in the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) region since 2015, with Canada exporting nearly $750 million per year in goods and nearly

[18] Matthew P. Goodman (2018), "From TPP to CPTPP", Center for Strategic and International Studies (CSIS), https://www.csis.org/analysis/tpp-cptpp, accessed on 7 April 2019.
[19]Pradumna B. Rana and Ji Xianbai (2017), "TPP's Resurrection: Will It Be Finally Ratified?", RSIS Commentary, No. 219 - 17 November 2017.
[20] "The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP)".

$100 million in services to Vietnam and importing approximately $4.7 billion in goods and $100 million in services from Vietnam. Historically, Canada's top five exports to Vietnam have been agricultural products, seafood, metals and minerals, fertilizers and industrial machinery, and Vietnam's top five imports into Canada have been electronic machinery and equipment, textiles, industrial products, footwear and seafood. Vietnam is a rapidly emerging economy, with GDP growth of over 6% in 2018.With Vietnam's adoption, the remaining countries that have yet to do so are Brunei, Chile, Malaysia and Peru. Once fully implemented, the CPTPP will create a vast Pacific-rim trading bloc made up of almost half a billion consumers and representing 13.5% of the global GDP (Riyaz Dattu, Gajan Sathananthan, 2019).

1.4. The impact of the CPTPP on Vietnam's exports

Since Vietnam officially became a member of ASEAN (1996), the country has recorded important achievements including a rapid growth in and high growth rate of goods export turnover over the years. Vietnam's export turnover reached $214.1 billion (2017), nearly 30 times higher than its export turnover 20 years ago (in 1996, the total export turnover was only $7.2 billion) (Ministry of Industry and Trade, 2018). Composition of export goods. Industrial goods comprise the highest proportion of total exports from Vietnam, accounting for 81.3%, followed by agricultural and aquatic products (12.1%) and fuel and minerals (only 2%). Vietnam exports 29 items with a turnover of over USD$1 billion each; among these, 8items have a turnover of over USD$6 billion each. The leading exports comprise phones and components, textiles, footwear, machinery, equipment, tools, and spare parts (Ministry of Industry and Trade, 2018).

However, up to now, the localization rate in Vietnamese industries manufacturing key export products 1272 has remained limited. The textile, leather and footwear industries have the highest localization rates of 51% and 45%, respectively. Meanwhile, the localization rates in such industries as automobiles and electronics are only 10% and 20%, respectively. Export market structure. In addition to traditional markets, such as ASEAN and Northeast Asia (Japan, China, Korea), Vietnam's exports have increased strongly to other markets, such as the EU, the US andespecially the markets of countries with which Vietnam has signed a FTA. Specifically, in 2017 Vietnam's exports to the US totaled USD 41.61 billion (accounting for 19.43% of total export turnover).Similarly, exports to Europe, China, ASEAN, Japan and South Korea accounted for USD 41 billion (19.15%), USD 35.46 billion (16.56%), USD 21.7 billion (10.14%), USD 16.8 billion (7.85%), and USD 14.8 billion (6.91%), respectively. Thus, in recent years, the US and the EU have been Vietnam's two largest export markets (in 2017, turnover came to more than USD 80 billion, accounting for 38.58% of all exports), with which Vietnam gained a trade surplus of nearly USD 60 billion) (Ministry of Industry and Trade, 2018).

According to Van Su Haa and Hoi Quoc Leb(2019), Vietnam's participation in the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) is expected to facilitate the country's international integration after its WTO membership in 2007 as the agreement will create one of the world's biggest free trade blocs accounting for about one tenth of the world economy. In particular, the CPTPP is a new generation FTA,

which is more comprehensive in all areas (Nguyen, 2016; Petri & Plummer, 2016).

This study of Van Su Haa and Hoi Quoc Leb(2019) aims at estimating the impact of the CPTPP on Vietnam's exports in comparison with a scenario of non-implementation of the agreement, and suggesting some policies and measures to promote the export of Vietnamese goods in that context. This research forecasts the impact of the CPTPP on Vietnam's export of goods after this agreement is officially put into effect. The study shows positive results in assessing the relationship between Vietnam and CPTPP partner countries on the export of goods without US involvement as well as the impact of Vietnam's export partners, such as China and Korea.

While vast existing studies have analyzed the benefits and challenges for participating countries as well as the roles of key players such as Japan and Australia in the CPTPP, little attention has been paid to the participation and contribution of smaller economies such as Vietnam. Vietnam offers an interesting case study as it is among the few ASEAN Member States and the only socialist economy joining the CPTPP.[21]The aim of this paper is to shed light on Vietnam's position on the CPTPP, and begins with an overview of the CPTPP, followed by a discussion about the benefits and opportunities to Vietnam stemming from this arrangement. The final section examines Vietnam's achievements and challenges to the CPTPP and constructs an integrated model to be the reference for the industries in Vietnam.

2. Literature Review

2.1. CPTPP has started to benefit Vietnam's economy

According to Minh Thu - Jun (10, 2019), after four months of implementing CPTPP, Vietnam's trade with Canada, Mexico and Japan has increased by over 70 per cent, 8 per cent and 4 per cent, respectively.Vietnam's trade with Canada and Mexico has increased by over 70 per cent and 8 per cent, respectively. According to Deputy Prime Minister Pham Binh Minh at the recent National Assembly meeting, in the first four months of implementing the recent Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), Vietnam has witnessed positive trading results with some of the CPTPP members compared to the same period last year.For example, Vietnam's trade with Canada and Mexico has increased by over 70 per cent and 8 per cent, respectively. These two countries, nevertheless, have not signed a free trade agreement (FTA) with Vietnam yet. For Japan, the trading partner that Vietnam has already had a FTA with, the trade figure has risen by 4 per cent during the period.

These figures themselves, as noted by Minh, have started to prove that CPTPP is in fact benefiting Vietnam's economy.The country, however, is also facing certain difficulties and challenges in the implementation of CPTPP. Minh said that as it is a new-generation FTA that comes with high standards, Vietnam will come across strict regulations in terms of the origin of goods for even sectors of its strength like textile and garment.To take advantage of the zero or low tariff governed by CPTPP, the sector therefore must satisfy

[21] Besides Vietnam, Brunei, Malaysia and Singapore are ASEAN Member States participating in the CPTPP.

the origin of goods test, which could come in as a rather big challenge for many domestic enterprises.In addition, the country may have to deal with foreign goods that detour into Vietnam to change their origin, in a bid to enjoy the tariff reductions under CPTPP or under other FTAs that Vietnam has signed.CPTPP, meanwhile, has provisions for investor-state dispute that allow foreign investors to sue the member state. To gear up for this, Vietnam must comply with all regulations to keep itself free from any trouble arising from the dispute with foreign investors.To fully appreciate all benefits from CPTPP, Vietnam will need to round up its legal framework to implement the trade pact in an efficient way. Businesses, on the other hand, must understand thoroughly the favours, opportunities and challenges that CPTPP offers to ramp up their activities and production accordingly (Minh Thu - Jun, 2019).

2.2. CPTPP Brings Vietnam Direct Economic Benefits and Stimulate Domestic Reforms

According to Hanoi(March 9, 2018), the Comprehensive and Progressive Pacific Partnership (CPTPP) will yield robust economic gains for Vietnam, says a new World Bank report, released today as Vietnam and 10 other countries sign the agreement. Multilateral trade agreements such as the CPTPP are expected to further boost Vietnam's investment and export driven growth model, according to the report, Economic and Distributional Impacts of Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership: The Case of Vietnam."Even under conservative assumptions, the report estimates that CPTPP would increase Vietnam's GDP by 1.1 percent by 2030. Assuming a modest boost to productivity, the estimated increase of GDP would amount to 3.5 percent from CPTPP," according to Ousmane Dione, World Bank Country Director for Vietnam.

All income groups are expected to benefit from this new agreement, although higher-skilled workers in the top 60 percent of the income distribution may reap more. In addition, the anticipated increase in FDI is expected to lead to a further expansion of services sectors and boost productivity growth. It will create opportunities for domestic private firms to integrate into global value chains and promote the development of the SME sector. "The new agreement will bring direct benefits to Vietnam, from trade liberalization and improved market access. Most importantly, it will help stimulate and accelerate domestic reforms in many areas." said Sebastian Eckardt, the World Bank Lead Economist for Vietnam. "Delivering commitments under the CPTPP will contribute in promoting transparency and supporting the creation of modern institutions in Vietnam."(Hanoi, 2018)

The CPTPP is expected to stimulate reforms in areas such as competition, services (including financial services, telecommunications, and temporary entry of service providers), customs, e-commerce, environment, government procurement, intellectual property, investment, labor standards, legal issues, market access for goods, rules of origin, non-tariff measures, trade remedies etc.The report is supported by the Australia - World Bank Group strategic partnership (ABP II) which supports Vietnam's development agenda through technical assistance, capacity building, and analytical work. "Together with the World Bank, we are committed to helping Vietnam take advantage of the substantial economic opportunities created through CPTPP" Australian Charge d' Affaires Rebecca

Bryant said. “This includes assistance to enhance competitiveness, reduce trade barriers, and improve connectivity” (Hanoi, 2018).

2.3. CPTPP opens up new opportunities for Vietnam’s exports

TRUNG HUNG(2019) indicated, the textile and apparel industry still has more room for export growth.NDO - The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) and related tariff commitments have opened up multiple opportunities for Vietnam's export industries, with a range of key products including furniture, garments and footwear, experts have said.Sharing at a recent seminar on "Vietnam's textile, footwear, furniture and beverage industries under the opportunities and challenges from CPTPP,” which was co-organised by the Vietnam Chamber of Commerce and Industry and the Australian Embassy in Vietnam, economists projected that CPTPP and its tariff commitments will open up markets of the 11 economies participating in the agreement offering great opportunities for many Vietnamese export items.

Experts held that among the export sectors gaining more opportunities from the CPTPP, the wood and textile industries will be the two to benefit the most. Specifically, with zero import tax tariff, experts said that the CPTPP will bring great opportunities for the lumber industry, as once the CPTPP is implemented, 95 tariff lines will be reduced to 0%.For that reason, timber enterprises will benefit from importing raw materials from the markets such as Canada and Japan in the CPTPP, while exporting products within the bloc they will also enjoy the zero percent tax rate. In addition, the benefit of zero import tax is also a great opportunity for businesses to cut their costs for renewing machinery and equipment by 20-30%.In recent years, export turnover of Vietnam’s wood industry has continuously increased. Vietnam is now the second largest timber exporter in Asia and among the Top 5 timber exporting countries in the world. In 2019, the export turnover of Vietnamese wood and forest products is expected to reach about US$11 billion. With that growth, in addition to the export tax advantages from CPTPP, the Government and Vietnam's timber industry have set a target of reaching a total export value of about US$20 billion by 2025 for the sector (TRUNG HUNG, 2019).

Both the wood and textile industries are facing great opportunities from CPTPP.Along with the wood industry, it is also expected that there will be more growth opportunities from CPTPP for the textile sector. Currently, Vietnam's leather and footwear exports are the second largest in the world, behind only China. Vietnam’s textile and apparel exports are also ranked third in the world, behind China and approximately equal to India.Before the CPTPP took effect, the CPTPP member countries' markets accounted for 12.5% of Vietnam's total footwear exports, 16% of total textile exports, 20% of total wooden exports and more than 23% of the country’s total beverage exports to the world.However, experts also warned about the new challenges that will arise from the CPTPP. Besides creating opportunities to access new markets, CPTPP with commitments on market opening will also result in considerable competitive pressure for enterprises, even in the domestic market.Especially, the detailed and complex conditions of CPTPP's rules of origin would be another obstacle for businesses, as not all of them could meet to take advantage of tariff preferences, not to mention that the CPTPP also includes other

commitments on labour, environment, intellectual property, etc., that could increase the cost for businesses(TRUNG HUNG, 2019).

With the two sectors identified as gaining the most opportunities - the wood and textile sectors each have different commitments on tariff reduction and rules of origin. Therefore, in order to boost exports in the future, experts suggested enterprises to have appropriate business plans and sustainable development solutions to effectively take advantage from the CPTPP (TRUNG HUNG, 2019).

2.4. Vietnam - The CPTPP for exporters: opportunities available now

Frederick et al., (2019) indicated, what are the main and immediate benefits that the CPTPP brings to Vietnam exporters? The entry into force of the CPTPP brings with it preferential import tariff rates applicable to CPTPP originating goods. Import tariffs can amount to a substantial increase on the end cost of goods. For businesses operating in a competitive market preferential tariff rates may afford them a comparative advantage by reducing costs. Under the CPTPP, import tariff rate reductions occur automatically after the Agreement has entered into force in a member country's territory. Import tariff rate reductions will follow the terms of pre-negotiated schedules included in the Annex of the original TPP Agreement. There are two main conditions for access to CPTPP preferential tariff rates abroad: (1) goods must 'originate' in one or more CPTPP member countries, and (2) goods must be imported into another CPTPP member's territory.

(1) Originating goods

To be an “originating good” a good must be grown, raised, caught, hunted, mined or extracted within a CPTPP member country. A product that is made from materials originating in a CPTPP territory would likewise be originating, as would a product that has undergone substantial manufacturing within CPTPP members' territories. The actual manufacturing inputs required to qualify a good as CPTPP originating are product specific. Additionally, the "accumulation principle" allows goods produced in a process that involves more than one CPTPP member to qualify as well. Manufacturers assessing the origin of their goods are encouraged to contact Baker McKenzie for a product specific origin analysis. After a Vietnam exporter has established their good as originating they can apply to their respective Foreign Trade Management Office to certify the origin of the good under the CPTPP (Frederick et al., 2019).

(2) Member countries

CPTPP member countries are shown as table 1:

Table 1: CPTPP member countries

Country	Time frame for tariff elimination	2019 tariff rate year	Goods with a multi-year tariff phase out schedule (note: most tariffs are immediately eliminated)
Australia	Maximum 4 Years (2021)	Year 2	Polymers, tires, floor coverings, pipes, steel, woven fabrics, textiles, footwear, and used cars.
Canada	Maximum 12 Years (2029)	Year 2	Livestock, agricultural goods, prepared meals, sugars, baked goods, dairy, tobacco, textiles, footwear, and vehicles.
Japan	Maximum 21 Years (2038)	Year 2	Livestock, meats and seafood, nuts, grains, seeds, fruits, coffee, oils, prepared foods and beverages, alcohol and tobacco, motor oil, leathers, wood products, silk and lace, footwear and metals.
Mexico	Maximum 16 Years (2033)	Year 2 (Year 1 with Vietnam)	Agricultural products, coffee, animal fats, sweeteners, dairy products, wines, textiles, some household goods, tools and motorcycles.
New Zealand	Maximum 7 Years (2024)	Year 2	Textiles and clothing, polymers, wood products and wire.
Singapore	Maximum 1 Year (2018)	Tariffs eliminated	None
Vietnam	Maximum 21 Years (2038)	Year 2 (Year 1 with Mexico)	Meats and seafood, dairy, eggs, vegetables, nuts, fruits, tea, coffee, spices, grains, oils, prepared foods, beverages, alcohol and tobacco, petroleum, toiletries, construction materials, rubber, textiles, stationary, housewares, furniture, precious metals, bicycles, appliances, machinery, vehicles and motorcycles.
Brunei	Maximum 11 Years (20--)	-	Coffee, tea, petroleum, alcohol, toiletries, film, tires, prayer rugs, tiles, footwear, glass, engines, pumps, and parts, machinery, electronics, blubs, vehicle parts, motor cycle parts and medical equipment.
Chile	Maximum 8 Years (20--)	-	Livestock, meats, dairy, eggs, grains, prepared meats, sugar and spices, prepared foods, cement, textiles, apparel, footwear, metals, appliances and electronics.
Malaysia	Maximum 16 Years (20--)	-	Livestock, meat, eggs, fruits, grains, alcohol, tobacco, cement, chemicals, polymers, rubber, wood, paper, stone, glass, metals, housewares, engines, appliances, machinery, bulbs and electronics, vehicles, motorcycles, and stationary.
Peru	Maximum 16 Years (20--)	-	Meats, dairy, vegetables, fruits, grains, oils, sugar, salt, prepared foods, alcohol, chemicals, construction inputs, wood articles and paper, textiles, apparel, footwear, safety glass, metal, appliances, motorcycles, furniture and stationary.

Source: (Frederick et al., 2019)

Only member countries who have legally adopted the CPTPP and formally notified other members of their adoption may enjoy preferential tariff rates. This includes the first 6 members to ratify the CPTPP (Australia, Canada, Japan, Mexico, New Zealand and

Singapore), and Vietnam, the seventh member to ratify. Annual tariff rate reductions occur on 1 January of each calendar year following entry into force. 3 The first 6 members and Vietnam have completed two rounds of tariff cuts on CPTPP originating goods, with round three cuts set to occur on 1 January 2020.4. Importantly, not all signatories have ratified the CPTPP, Brunei, Chile, Malaysia and Peru have yet to complete legal procedures to bring the Agreement into effect.Additional market opportunities will be realized as the remaining 4 CPTPP signatories ratify the Agreement(Frederick et al., 2019).

(3)Exporter gains

Since 14 January 2019, Vietnam originating goods exported to other CPTPP members have been eligible for preferential tariff rates in the 6 other CPTPP ratified countries.5 Similar to Vietnam's tariff rate schedule discussed above, each of the other CPTPP member countries have their own respective tariff rate elimination schedule. Many import tariffs are immediately eliminated under the CPTPP. The below table summarizes each member country's time frame for tariff elimination, the current year of tariff rate treatment and a summary of goods which have a multi-year tariff phase out schedule, rather than outright tariff elimination.For importers from all countries except Singapore, this means that they will need to check the specific duty rate for a specific time period to determine the applicable CPTPP duty rate, noting the possibility that even more favorable import tariffs may be available under other trade agreements, be they current or future agreements.CPTPP exporters are encouraged to continue monitoring the progress of CPTPP ratification, since preferential tariff rates will be immediately available as the agreement enters into force for each of the remaining 4 signatories(Frederick et al., 2019).

2.5. Vietnam and the CPTPP: Achievements and Challenges

(1) Benefits and challenges to Vietnam (*Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan, 2019)*

Vietnam joined the CPTPP talks in 2008. There are many motivations behind Vietnam's participation in this deal.Thanks to tariff reduction, Vietnam will be able to benefit from increased exports to CPTPP markets, especially those with which Vietnam does not currently have FTAs such as Canada, Mexico, and Peru, and particularly of goods for which Vietnam enjoys comparative advantages such as textiles, footwear, electronic and agricultural products. In particular, Vietnam is predicted to be the biggest beneficiary, with expected growth in foreign trade and investment of 30.1 per cent and 14.4 per cent respectively by 2030.[22] By entering into production networks among the CPTPP members, Vietnam can further integrate itself in global production value chains, thereby promoting economic growth and reducing poverty.

In particular, according to Ousmane Dione, World Bank Country Director for Vietnam, even under "conservative assumptions" a 2018 World Bank report "estimates that CPTPP would increase Vietnam's GDP by 1.1 percent by 2030. Assuming a modest boost to productivity, the estimated increase of GDP will amount to 3.5 percent from

[22] CPTPP Commission holds first meeting in Tokyo", https://vietnamnews.vn/economy/484155/cptpp-commission-holds-first-meeting-in-tokyo.html#0tPqZdKgEgP1YGsH.97", accessed on 8 April 2019.

CPTPP".[23] At the same time, the increasing export to CPTPP markets can create about 20,000-26,000 jobs on average each year for Vietnam particularly in the manufacturing sector such as in textile and garment, thereby helping to reduce the number of people living under the poverty line, by nearly one million by 2030.[24]

Additionally, the commitments on services and investment in the arrangement can possibly help Vietnam improve its investment climate and attract more foreign direct investment (FDI) from countries within and outside CPTPP, thereby improving the production capability of the whole economy. Furthermore, Vietnam's participation in CPTPP may spur the process of domestic economic restructuring, particularly regarding economic institutions and the reform of state-owned enterprises (SOEs),[25] while creating a more level-playing field for private sector and small and medium enterprises (SMEs).Vietnam also faces remarkable challenges by signing on to the CPTPP. The industrial production structure of Vietnam is not consistent with the provisions of the CPTPP, particularly regarding the rules of origin. Due to the small scale of its domestic industries and the lack of strong supporting industries, Vietnam has to import most of its intermediate inputs. This makes it difficult for Vietnam to meet the requirements of domestic content under the CPTPP.

Vietnam also has to revise many existing regulations regarding trade, customs, intellectual property, and labour to bring them in line with the CPTPP as well as bridge any existing gaps between the CPTPP and other bilateral and multilateral agreements that Vietnam is participating in, such as the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). At the same time, Vietnam will also face a challenge in state budget revenue as the reduction and removal of import tariffs under the deals will lead to a decrease in state revenue.[26]

Other challenges include facing the increasing competition of exports and investment from other CPTPP members, promoting the participation of private sectors and SMEs in economic activities of the country, and carrying out comprehensive reforms of the SOEs.[27] In Vietnam, SOEs perform multiple significant economic and social roles such as generating employment and promoting social stability. However, under the CPTPP, these roles will be considerably constrained by new regulations that will restrict the SOEs from obtaining financing or preferential treatment from the Vietnamese government. Furthermore, all SOEs in CPTPP member states have to ensure transparency in operation

[23] The World Bank, "CPTPP Brings Vietnam Direct Economic Benefits and Stimulate Domestic Reforms", PRESS RELEASE, https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2018/03/09/cptpp-brings-vietnam-direct-economic-benefits-and-stimulate-domestic-reforms-wb-report-says, accessed on 8 April 2019.

[24] "HiệpđịnhđốitáctoàndiệnvàxuyênTháiBìnhDương" (The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership), http://cptpp.moit.gov.vn/?page=overview&category_id=9040e56c-c3f5-4592-9fe7-baa47f75a7c0, accessed on 11 April 2019.

[25] Le Hong Hiep (2015), "The TPP's Impact on Vietnam: A Preliminary Assessment", ISEAS Perspective, No. 63 Issue 2015.

[26] "Vietnam gets to grips with CPTPP", Vietnam Investment Review, https://www.vir.com.vn/vietnam-gets-to-grips-with-cptpp-63736.html, accessed on 28 March 2019.

[27] Bui Thanh Nam (2018), "CPTPP Serving Vietnam as Opportunities and Challenges", Modern Diplomacy, https://moderndiplomacy.eu/2018/01/17/cptpp-serving-vietnam-opportunities-challenges/, accessed on 28 March 2019.

and information provision.[28] With the additional need to promote fair competition between foreign companies and SOEs under the CPTPP, SOEs are further constrained from giving preferential treatment to local firms.[29] These conditions put strong pressure on SOEs to undertake critical reforms especially in the way they are run, managed and assessed.

(2) Vietnam's contribution (*Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan, 2019)*

Given its unique conditions and status, Vietnam stands to enhance the value of the CPTPP in various ways:

A. The demonstration effect that developing Asian countries or countries with a dominant state-owned sector can take part in a high-standard trade deal such as the CPTPP.

B. With an emerging market and strategic geographical position, Vietnam provides other CPTPP countries attractive opportunities to do business and expand their presence inthe region.

C. As a proactive member, Vietnam made crucial contributions in terms of hosting meetings and finalizing negotiations to complete the signing of the CPTPP.

D. The participation of RCEP countries such as Vietnam, Singapore and Malaysia which are also part of the CPTPP also helps to accelerate negotiations on the RCEP itself.

E. Vietnam's presence in the CPTPP will facilitate other countries' participation in this agreement in the future.

F. As a CPTPP member, Vietnam can capitalize on its unique position to play the role of a hub that offers investors services and a production base for entry into the lucrative CPTPP market.

In summary, Vietnam has demonstrated positive and proactive participation and contribution towards regional free trade integration through the CPTPP. Vietnam has also re-affirmed its commitment to free trade and the rationale of its regional and international economic integration strategy.

2.6. The impact of participation in the CPTPP agreement on exports

With strong export growth in recent years, Vietnam is expected to take a firmer second step towardsintegration by participating in the "new generation FTAs," especially the CPTPP Agreement. Comparedwith traditional FTAs, the CPTPP offers Vietnam many opportunities and challenges with its distinctive, emerging characteristics as follows (Van Su Haa and Hoi Quoc Leb, 2019):

(1) The level of liberalization (openness) is substantial.

(2) The CPTPP offers a wide range of commitments.

(3) There are institutional commitments in this agreement.

(4) With respect to partnerships, Vietnam has big leading trading partners in the CPTPP such as theUnited States (if the United States returns to the TPP), Japan, Singapore, Malaysia, etc.

---

[28] SOE divestment a priority in CPTPP era", Vietnam Investment Review, https://www.vir.com.vn/soe-divestment-a-priority-in-cptpp-era-65586.html, accessed on 7 April 2019.

[29] "The New CPTPP Trade Pact is Much Like the Old TPP", http://www.ipsnews.net/2018/03/the-new-cptpp-trade-pact-is-much-like-the-old-tpp/, accessed on 7 April 2019.

Regional integration plays an extremely important role in Vietnam's foreign policy. Recently, some free trade agreements have been conceived as new generation free trade agreements or "new generation FTAs". Participation in new generation FTAs is a decisive factor in Vietnam's international integration and will enhance the country's position, especially in a dynamic, sensitive area such as the Asia-Pacific region, where there is strategic economic and trade competition among major countries. In March 2018, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership — CPTPP Agreement was officially signed in Chile with 11 member countries (Australia, Brunei, Canada, Chile, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore and Vietnam). The CPTPP or TPP-11 Agreement superseded the Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP or TPP-12) after the United States withdrew from it. The CPTPP will create one of the world's largest free trade areas, with a market of about 499 million people and a gross domestic product (GDP) of about $10.1 trillion, accounting for 13.5% of world GDP (Petri et al., 2012). The new generation FTA is believed to have the strongest impact on the economies and trade of the Asia-Pacific region and in the world. Therefore, joining the CPTPP (or TPP-11) demonstrates a new level for the country in the regional and international integration process. Compared to traditional FTAs, the new generation FTA has the following three outstanding points (Nguyen, 2016).

(1) the new generation FTAs include agreements that are considered "non-commercial", such as those dealing with labor or the environment, and involving a commitment to sustainable development and good governance.

(2) compared with traditional FTAs and WTO agreements, new generation FTAs have more new content, relating to investment, competition, public procurement, and e-commerce, and promote the development of small and medium enterprises, providing technical assistance for developing countries as well as allowing reasonable time for transition, so that these countries can adjust their policies in line with their level of development (Bivens, 2015).

(3) in addition with the content of previous FTAs and WTO agreements, new generation FTAs include new content and are better prepared to deal with such matters as trade in goods, the protection of animal and plant health in international trade, trade in services, intellectual property rights (IPR) (also known as "TRIPS plus" and "TRIPS super plus"), trade protection, rules of origin, transparency and anti-corruption measures, and investor-state dispute settlement (ISDS).

Thus, in comparison with WTO agreements, new generation FTAs include "WTO plus" elements which address issues previously not under the auspices of the WTO but currently necessarily agreed to because of changes in the international trade context (Ha, 2016).

The CPTPP is expected to be a paradigm for regional cooperation, create favorable conditions for trade and investment, and have the ability to address some of the new challenges in international trade relations in the early 21st century. To meet these expectations, the CPTPP has five main characteristics (described in the following

paragraphs) that make it not only a new generation FTA but also a landmark agreement for the 21st century, creating a new standard for global trade (Nguyen et al., 2011).

(1) **Comprehensive market access:** The CPTPP will reduce or eliminate tariffs and non-tariff barriers in the trade in both goods and services. In this respect, whereas other FTAs only cut tariffs in line with the roadmap, the CPTPP's general rule is that all tariff lines are subject to a 0% import tax rate. (World Bank, 2018).

(2) **A regional approach to making commitments:** The CPTPP facilitates the development of production and supply chains, as well as of uninterrupted regional trade networks. It enhances efficiency, supports the achievement of employment creation goals, improves living standards and competitiveness, promotes conservation efforts and creates favorable conditions for cross-border integration and the opening up of the domestic market (Petri & Plummer, 2016).

(3) **The help in coping with new trade challenges:** The CPTPP also helps deal with the new challenges posed by commercial development practices. Achieving goals through CPTPP commitments will contribute to improving innovation, productivity and competitiveness by addressing new issues, including the Internet and the development of the digital economy, the role and increased participation of state-owned enterprises (SOEs) in the global economy via international trade and investment, the ability of small enterprises to take advantage of trade agreements, and other issues (Vu, 2015).

(4) **The comprehensive commercial feature of the agreement:** The CPTPP commitments are not limited to traditional trade issues but cover non-commercial ones, such as intellectual property, SPS and TBT measures, competition and public procurement, labor issues, the environment, government procurement, state-owned enterprises, etc. Therefore, the CPTPP has added new elements to ensure that economies at all levels of development and businesses of all sizes can benefit from trade (Le, 2015).

(5) **A foundation for close regional economic integration:** The signing of the CPTPP will provide a solid foundation for regional economic integration and open the door to other economies in the Asia-Pacific region. The CPTPP itself is a means to unite a group of different countries in the region with various geographical and historical features, languages, as well as diverse scales and levels of their development (Van Su Haa and Hoi Quoc Leb, 2019).

2.7 Opportunities from TPP for Vietnam

(1) Opportunities for regional economy

If launched, TPP will become one of the largestcommercial areas in the world with over 800 millionpeople, contributing over 40% of the world GDP andabout 30% of global trade turnover. The impact of TPP inthe prime time is relatively small, but in 2025, TPP canbring increased revenue for the global economy up to104 billion US dollars. This study indicates that TPP is the path to regional liberalizationwhich brings the most benefit for the countries. By 2025, the global GDP will increase 104.3 US billion, corresponding to 0.1% increase level. All countriesparticipating in TPP gain benefits from this Agreement (Phan Quan Viet, 2015).

Table 2: GDP increases by country in 2025 with TPP scenario

Countries	GDP in 2025 (without TPP) (billion USD)	GDP increases thanks to TPP (billion USD)	% compared with GDP
TPP countries			
United States	20.337	13,9	0,07
Australia	1.426	2,4	0,17
Canada	1.982	2,3	0,12
Chile	289	2,3	0,78
Mexico	1.999	11,7	0,58
New Zealand	206	1,7	0,83
Peru	311	6,6	2,12
Brunei	22	0,1	0,48
Japan	5.332	30,7	0,58
South Korea	2.063	15,1	0,73
Malaysia	422	9,4	2,24
Singapore	386	1,4	0,35
Vietnam	235	33,5	14,27
Some other countries			
China	16.834	-15,7	-0,09
Russia	2.790	-1,0	-0,03
Europe	22.237	1,6	0,01
India	5.229	-0,6	-0,01
World	**101.967**	**104,3**	**0,1**

Source: Ministry of Planning and Investment.

(2) Opportunities for Vietnam

A. Opportunity to boost exports

Many countries participating in TPP areimportant export markets of Vietnam. Among them, there are 2 of the 3 largest importers of our country asthe United States and Japan. Therefore, TPP will openup opportunities to increase exports of Vietnam to theUnited States, Japan and other members of TPP, thanksto stronger and higher commitments to open marketsthan the existing commitments in the region. As for theUnited States, through TPP, Vietnam will have theopportunity to increase exports the products withinherent strengths (textiles, seafood, footwear, woodproducts...) to this market.TPP poses very high demand that is to eliminateall import duties immediately after the Agreement comesinto force (except for the group of goods with 3-5 yearroadmap, few with a roadmap of less than 10 years).This requirement is both opportunity and challenge forVietnamese enterprises. With the elimination of all tariffbarriers, export items of Vietnam will have a chance topenetrate the United States market.If you look at the current members of TPP, theUnites States is the most important strategic partner.The United States is the largest export market ofVietnam. Vietnam exports to the United States anaverage of 3 years (2010-2012) reaching 17 billion USdollars with the impressive growth rate of 17.5%. IfVietnam does not join TPP, the possibility of establishinga bilateral FTA with the United States is extremely difficult (Phan Quan Viet, 2015).

Among traditional and mainstay exports ofVietnam, textile is at the top, followed by footwear, woodand wood products, seafood with exports turnover in2012 respectively reaching 7.5 billion US dollars, 2.3billion US dollars, 1.8 billion US dollars and 1.2 billionUS dollars. If the United States eliminated import tariffsfor these items that will be a huge advantage (textilesand footwear are the commodity groups that the UnitedStates imposes a very high tax (12-48%).However, whether these advantages are reallybeneficial for exporters or not will depend on the rules todetermine the origin of goods.Besides the opportunities to import higherquality goods with cheaper price to replace sources ofgoods from countries with lower technological level asASEAN, China, the enterprises will face the removal oftariff barriers dropped from an average of 11.7% today.While the tax is almost the only protection tool, ifbeing lifted, the request set out is to review a lot of plansand strategies to develop the sector at present, forexample, the strategy to develop automobile industry (Phan Quan Viet, 2015).The opportunity to boost exports and increase in income and export turnover of Vietnam compared with TPP countries and some other countries in the region in 2025shown as the follows and table 3:

a.**Financial services:** This is a field very interested by TPP countries, particularly the United States with extensive commitments on market access in the areas of banking, insurance and securities. With a low level of development, Vietnam faces new proposals and is under pressure to open its markets.

b.**Agriculture and rural areas:** For the agricultural sector, with about 70% of the population being engaged in agricultural activities, TPP has brought opportunities but also many challenges. Opportunities opened up when joining TPP are our agricultural products will have access to a large market with high consumption, especially in the US market.

c. **Textile sector - gaining big benefit from TPP:** With Vietnam's textile industry, since the government issued a policy on innovation, implementation of the policy of international economic integration and deployment of the strategy of industrialization and modernization of the country, there have been outstanding developments. Textile industry in Vietnam has grown to become a key economic sector, leading the country in terms of export turnover.

d. **Fisheries:** The direct impact of TPP for Vietnam fisheries industry has been identified as coming from the tariff measures (tax incentives for Vietnam's fisheries imported into TPP member countries as well as tax incentives for fisheries of TPP partner countries for import into Vietnam) and border measures related to the import (trade remedies, technical barriers, sanitary and phytosanitary measures,...).

e. **Livestock sector:** The concern of the livestock industry about the ability to lose at home is totally reasonable. Many Vietnamese livestock businesses will be heavily affected by livestock products imported under TPP commitments; especially the source of beef, chicken, pork from 4 countries as the United States, Canada, Australia and New Zealand... currently flooded in Vietnam market.

Table 3: Increase in income and export turnover of Vietnam compared with TPP countries and some other countriesin the region in 2025

No.	Countries	% GDP increase	% increase of export turnover
1.	Vietnam	14,27	25,8
2.	Malaysai	2,24	5
3.	New Zealand	0,78	5,7
4.	South Korea	0,73	7,7
5.	Japan	0,58	4,9
6.	Mexico	0,58	3,1
7.	Brunei	0,48	1,8
8.	Singapore	0,35	0,6
9.	China	-0,09	-0,5

Source: Ministry of Industry and Trade

B. Promoting and attracting investment

Joining TPP, Vietnamese goods have opportunities to penetrate export markets more strongly thanks to lower taxes. Accordingly, Vietnam attractsforeign investors more strongly than the countries in the region. The foreign investors, especially from China, ASEAN will increase their investment in Vietnam to takeadvantage of a TPP member of Vietnam. Many expertssaid that this is the biggest benefit that Vietnam obtains from TPP. Besides, within TPP member countries there arealso countries which are important investment partners,with highly additional capabilities for Vietnamese economy such as the United States, Australia, NewZealand, Singapore... When TPP is in effect, thisagreement will also help promote and increase investment of the above countries in Vietnam, especially in some areas Vietnam wants to develop such as high tech industries, raising the level of sectors of industry,services, agriculture, enabling Vietnam to participatebetter in the value chain of the region and the globe (Phan Quan Viet, 2015).

C. Stepping up international integration andempowerment of the position of the country

The participation in TPP will help Vietnam have further conditions and opportunities to implement the policy of enthusiastic and proactive international integration that the Eleventh Party Congress in 2011 set out. This Agreement will also help Vietnam strengthen multifaceted relations with international partners in the Asia-Pacific, which has many important partners ofVietnam in particular and ASEAN in general, such as the United States, Japan, Korea... Joining TPP with manyprovisions and high level of requirements in liberalizationof trade and market of products, services andenvironment... also demonstrates the determination and commitment to reform and change strongly of the Government of Vietnam. Thereby, it increases the attractiveness of Vietnam’s market in particular and the prestige of Vietnam in general for investors and international community; contributing to raising Vietnam's position (Phan Quan Viet, 2015).

D. Promoting institutional reform, restructuring andimproving the competitiveness of the economy

In fact, after nearly 30 years of innovation andopening, it is shown that the successful opening of theeconomy always motives to boost economic reformsand improve the development of Vietnam. At the sametime, the active reforms and opening policies create opportunities for Vietnam's successful international integration. TPP has created challenges and also pressure on Vietnam to promote its institutional reform, improving the business environment, reforming SOEs, perfecting the legal system... These reforms ahead is toensure adequate conditions for Vietnam to enter the "playground" of TPP... but in the long run, they have apositive impact on the health of the economy, promoting economic and social development of Vietnam. Through TPP, relations of trade, investment andcooperation in education, science and technology between Vietnam with TPP members can improve and expand quickly. Accordingly, it creates more resourcesfrom outside to help Vietnam to develop and modernizethe country in the new period.According to the quantitative study of the East -West Center (US), the countries with economies of smallscale, especially in Vietnam will be the country receivingthe most benefit from TPP and the free tradeagreements in the region. The center predicts that by2025 Vietnam's GDP will increase by 14.7%, mainly dueto the expansion of trade through TPP. TPP is a comprehensive regional free tradeagreement. With Vietnam, joining TPP is "an opportunityto make a leap" in areas such as economicdevelopment and export promotion, trade facilitation, efficiency in supply chain, modernization and upgradingservice sectors, accelerating the equalization of State enterprises, opening the market... (Phan Quan Viet, 2015)

(3). Some Challenges for Vietnam

However, besides opportunities, joining TPP wouldalso pose many difficulties and big challenges forVietnam. Here are the main challenges (Phan Quan Viet, 2015).

A. Increasing pressure on market opening, competition

Joining TPP will increase the pressure on market opening, competition for enterprises of Vietnam, in the context of Vietnam’s generally weak competition capacity and many inadequacies in the ability to manage. The opening degree of Vietnam's economy is still low and is protected more than any other TPP member countries. In fact, in Vietnam, services market, labor market, science and technology... have not yet fully developed or have only been at the beginning to emerge.

B. Difficulties for some key export sectors

TPP refers to all economic and social issuessuch as tariffs, technical barriers, non-traditional sectors (labor, environment and anti-corruption...) in 22 groupsof field. Besides tax reduction opportunities, the barriersas technical regulations, sanitary and phytosanitary ordefense of trade with the regulation of non-marketeconomy which the United States implemented are verylikely to disable the benefit from reduction of tariffs ongoods of Vietnam. For example, the provisions of TPP on rules of origin and environment... will cause difficulties for some key export items of Vietnam, suchas textiles, fisheries, seafood...

C. Pressure of consolidating the legal framework andthe criteria according to international standards

The commitment and implementation of deepand broad commitments within the framework of TPP will require Vietnam to quickly strengthen its legalsystem, indicators on quality of products, environment, society, etc. according to international practices. Meanwhile, the legal system of Vietnam is lessdeveloped than the other partners in TPP. Vietnam's law is weak from the stage of draftingto promulgation and enforcement.

D. Too large gap for the level of development

The most serious challenge for Vietnam covering the above-mentioned challenges is that Vietnam has a too large gap in the level of development compared to all TPP members. Besides, Vietnam also has major differences with the partners in TPP such as:

- On the market economy.

- Vietnam has made great strides in the process ofliberalizing the economy and become a member of WTO.

- Trade relations between Vietnam and other partnersin TPP are mainly related "vertically", which means the export of raw materials, processed products andthe importation of technology, machinery, etc.

(4) Some Measures and Proposals

TPP or any other free trade agreements havetwo sides of theirs, including opportunities and challenges with the economy. The efficient utilization of opportunities that TPP brings depends largely on the maturity, vision and pragmatism required of eachcountry. From practical opportunities and challenges posed by TPP to Vietnam as analyzed above, based onstrategic research perspective, we propose a number of recommendations to contribute to help Vietnam take advantage of opportunities and cope better with the challenges, as follows (Phan Quan Viet, 2015):

A. Vietnam should join TPP in the stage of negotiations with a more positive and more proactive spirit.

B. To participate in TPP effectively, Vietnam should accelerate the implementation of the commitments to reform and develop the market economy, improve the efficiency and competitiveness of the economy. .

C. It is necessary to quickly consolidate thelegal system, the system of economic assessment indicators to be in conformity with international practice.

2.8 CPTPP - Customs issues for Vietnam

The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) officially entered into force for Vietnam on 14 January 2019. From a customs perspective, there are a number of noteworthy issues as follows (Fred Burke et al., 2019):

(1) Drastic Tariff Elimination and Reduction: CPTPP member countries agreed to eliminate duties on 97% to 100% of tariff lines for imports from Vietnam that qualify under the applicable rules of origin. For example, Canada agrees to eliminate duties in 95% of tariff lines, which accounts for 78% of the total value of exports from Vietnam.

(2) Advanced Rules of Origin: CPTPP inherited its advanced rules of origin and origin procedure from the Trans-Pacific Partnership (TPP). In particular, the CPTPP rules

of origin encourage the integration of member countries' production, and promotes the formation of a complete supply chain among member countries.

(3) Simplified Origin Procedure: For the first time, Vietnam is engaging in a FTA where origin can be self-certified by the importer. Traditionally, origin is only certified by the exporter or the manufacturer, after which the Certificate of Origin must be issued by the competent authority of the exporting country.

(4) Delay in CPTPP Implementation: Though the CPTPP entered into force on 14 January 2019 for Vietnam, the Vietnamese Government is behind schedule on promulgating relevant legislation to implement the CPTPP. In particular, Resolution 72/2018/QH14 approving the CPTPP does not accommodate the direct application of a number of chapters including Chapter 3 on origin and origin procedure.

2.9 Taiwan's participation in the CPTPP strengthens Vietnam-Taiwan bilateral economic relations

According to The Bureau of Foreign Trade, MOEA, Taiwan[30], in 2017, Taiwan was Vietnam's fifth largest trading partner and fourth largest FDI source. Vietnam and Taiwan have been enjoying close cooperation in the sectors including education, health, industry, agriculture and tourism.

(1)Vietnam's proactive role in the CPTPP (MOEA, 2017)

Taiwan welcomes Vietnam's efforts in strongly supporting trade liberalization, and accordingly playing an active role to conclude this significant agreement. As a founding country of the Comprehensive and Progressive Trans Pacific Partnership (CPTPP), Vietnam can look to maximize its interests when considering the admission of other countries. Taiwan's participation would certainly be in Vietnam's interests.

(2)Long term trade and investment relations (MOEA, 2017)

Vietnam and Taiwan enjoy close and cooperative economic ties. In 2017, Taiwan was Vietnam's fifth trading partner. Imports from Taiwan to Vietnam were worth US$ 127 billion (6.02 percent of its total imports) imports), making Taiwan Vietnam's fourth largest source of imports. Meanwhile, Taiwan was Vietnam's 18th largest export market at US$ 257 billion (1.2 percent of the total). Taiwan is a major investor in Vietnam, with investment s amounting to US$30.9 billion between 1988 and 2017, 80 percent of which are focused on manufacturing, a key sector for Vietnam's economic development. Taiwanese investments have created an estimated 1.4 million jobs in Vietnam, and both countries benefit from their complementary economic structures.

(3)Building stronger economic ties

Based on these deep trade and investment relations, Taiwan's participation in the CPTPP will certainly result in mutual benefit on the economic front, including through table 4 (MOEA, 2017):

[30] https://www.trade.gov.tw/English/

Table 4: Taiwan's participation in the CPTPP will result in mutual benefit on the economic front

Mutual benefit	Contents
A. Enhanced investment	Taiwan's participation in the CPTPP will strengthen bilateral investment relations, make foreign direct investment more efficient and effective, and encourage more foreign portfolio investments in Vietnam. Interested Vietnamese companies are also welcome to seek investment opportunities in Taiwan's robust market.
B. Expanded trade	Taiwan's inclusion in the CPTPP will further enhance Vietnam's export competitiveness by linking its producers to supply chains throughout the Asia-Pacific region. Under the CPTPP, Taiwan envisages importing more products from Vietnam, such as textiles, footwear, agriculture, seafood, furniture, phones, vehicles, and equipment/accessories. It also creates great potential for the exchange of services, such as education, tourism, and banking.
C. Business collaboration and success stories	Taiwanese companies have already made major investments in Vietnam, including: Formosa Plastic's integrated steel plant in Ha Tinh; China Steel Sumkin Joint Stock Co. in Ba Ria Vung Tau; Foxconn's electronics manufacturing facilities in Bac Ninh and Bac Giang; Far Eastern Group's textiles project in Binh Duong Province; and Pou Chen Group's footwear manufacturing in Ho Chi Minh City and neighboring provinces. Taiwan is one of Vietnam's main sources of yarn. With the Yarn Forward rules of origin in the CPTPP, Taiwan's inclusion will reduce the need for Vietnam's textile and clothing industries to alter their established supply source. Taiwan's yarn industry can further strengthen the competitiveness of Vietnam's growing apparel industry.
D. Economic cooperation	Taiwan's integration into this agreement will also reinforce bilateral cooperation, enabling both economies to work together to increase Vietnam's capacity in areas such as labor, environment, investment, customs, trade facilitation, and various services sectors, creating a win-win scenario for both countries.
E. Agriculture exchange	Agriculture is one of Taiwan's strengths. To cope with the challenges of climate change and food safety, and contribute to environmental protection, we have been promoting intelligent agriculture. This policy also corresponds to Vietnam's needs in terms of establishing high-tech agricultural parks. Taiwan is also willing to strengthen cooperation with Vietnam on quality production systems, such as those for rice, disease-resistant banana breeding, bio-agriculture, and microbial fertilizers. Based on a bilateral cooperation platform, Taiwan and Vietnam have been actively collaborating with each other to help further develop their agricultural industries.
F. E-commerce	Taiwan and Vietnam signed an MOU on e-commerce cooperation in 2017 to establish a specialized product marketing section on B2B network platforms. The electronic commerce chapter in the CPTPP encourages members to work together to assist SMEs to overcome obstacles to its use; exchange information and share experiences on regulations, policies, enforcement and

	compliance regarding electronic commerce; exchange information and share views on consumer access to products and services offered online. Taiwan's inclusion in this agreement will broaden the bilateral e-commerce cooperation in multiple areas, enabling SMEs from both sides to expand on-line business opportunities.

Source: (MOEA, 2017)

3. Constructing an integrated model of CPTPP in Vietnam

After above comprehensive literature review, the study constructs an integrated model as figure 1, the model begins with an overview of the CPTPP, followed by a discussion about the benefits and opportunities to Vietnam stemming from this arrangement. The final section examines Vietnam's achievements and challenges to the CPTPP and constructs an integrated model to be the reference for the industries in Vietnam.

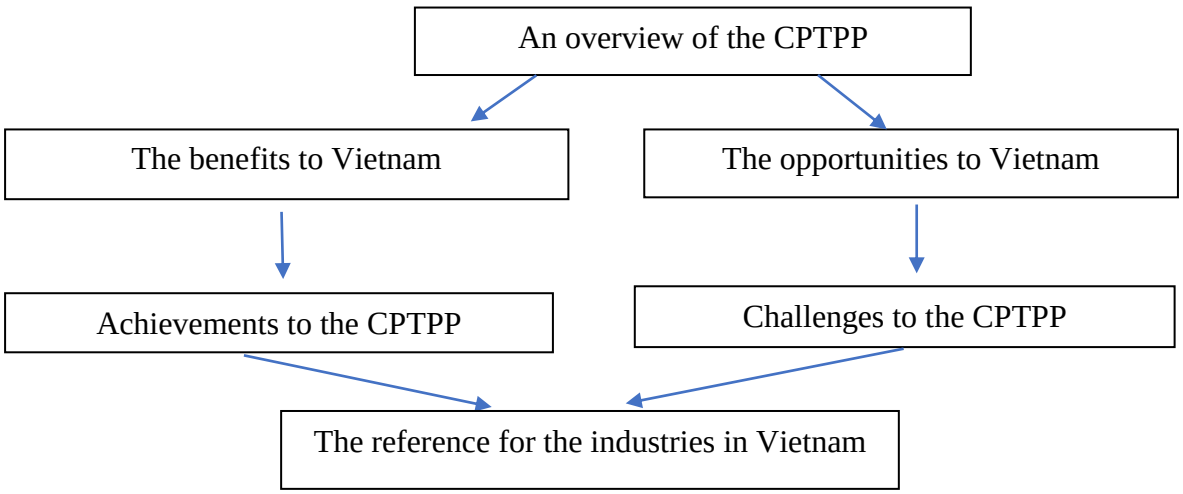


Figure 1: An integrated model of CPTPP in Vietnam

An overview of the CPTPP: set a new standard for global trade, and incorporates new and emerging issues by holding forth five key features:

(1) Firstly, it aims to create a comprehensive market access that eliminates tariffs and other barriers to trade in goods and services and investment.

(2) Secondly, it aims to create a regional agreement by facilitating the development of production and supply chains among TPP members.

(3) Thirdly, it employs an approach of cross-cutting trade issues through building on work being done in the APEC and other fora by incorporating four new cross-cutting issues: regulatory coherence, competitiveness and business facilitation, small-and medium-sized enterprises, and development.

(4) Fourthly, it focuses on new trade challenges by addressing emerging trade issues such as those caused by digital technology.

(5) Fifthly, it is a living agreement that allows for the updating of the agreement in response to potential trade issues in the future as well as new issues stemming from expansion of the agreement to include new countries.

The benefits to Vietnam: Vietnam will be able to benefit from increased exports to CPTPP markets, especially those with which Vietnam does not currently have FTAs such as Canada, Mexico, and Peru, and particularly of goods for which Vietnam enjoys comparative advantages such as textiles, footwear, electronic and agricultural products. In particular, Vietnam is predicted to be the biggest beneficiary, with expected growth in foreign trade and investment of 30.1 per cent and 14.4 per cent respectively by 2030. By entering into production networks among the CPTPP members, Vietnam can further integrate itself in global production value chains, thereby promoting economic growth and reducing poverty.

The opportunities to Vietnam:

(1) Opportunities for regional economy: If launched, TPP will become one of the largest commercial areas in the world with over 800 million people, contributing over 40% of the world GDP and about 30% of global trade turnover.

(2) Opportunities for Vietnam:

A. Opportunity to boost exports

a. Financial services:

b. Agriculture and rural areas:

c. Textile sector - gaining big benefit from TPP

d. Fisheries

e. Livestock sector

B. Promoting and attracting investment

Joining TPP, Vietnamese goods have opportunities to penetrate export markets more strongly thanks to lower taxes. Accordingly, Vietnam attracts foreign investors more strongly than the countries in the region.

C. Stepping up international integration and empowerment of the position of the country

D. Promoting institutional reform, restructuring and improving the competitiveness of the economy

Achievements to the CPTPP: Given its unique conditions and status, Vietnam stands to enhance the value of the CPTPP in various ways:

The demonstration effect that developing Asian countries or countries with a dominant state-owned sector can take part in a high-standard trade deal such as the CPTPP.

A. With an emerging market and strategic geographical position, Vietnam provides other CPTPP countries attractive opportunities to do business and expand their presence in the region.

B. As a proactive member, Vietnam made crucial contributions in terms of hosting meetings and finalizing negotiations to complete the signing of the CPTPP.

C. The participation of RCEP countries such as Vietnam, Singapore and Malaysia which are also part of the CPTPP also helps to accelerate negotiations on the RCEP itself.

D. Vietnam’s presence in the CPTPP will facilitate other countries’ participation in this agreement in the future.

E. As a CPTPP member, Vietnam can capitalize on its unique position to play the role of a hub that offers investors services and a production base for entry into the lucrative CPTPP market.

Challenges to the CPTPP:

Some Challenges for Vietnam:

A. Increasing pressure on market opening, competition

B. Difficulties for some key export sectors

C. Pressure of consolidating the legal framework and the criteria according to international standards

D. Too large gap for the level of development

4. Conclusions and Recommendations

The CPTPP is a high-standard regional economic agreement which Vietnam has ratified and is expected to bring the country much benefits, opportunities, achievements and challengeswhich have to grapple with are significant. The study aims to analyze the characteristics of the CPTPP as a new generation FTA, the study uses literature analysis methods to summarize the benefits, opportunities, achievements and challenges of Vietnam’s CPTPP participation and constructs an integrated model to be the reference for the industries in Vietnam. The results show that with the participation of the CPTPP, the average growth in Vietnam’s export turnover will increase compared with the non-CPTPP scenario and given its unique conditions, Vietnam could be a good example of how a developing Asian country and one with a dominant state-owned sector can successfully pursue economic integration via the CPTPP. The study also suggests governmentto promote the export of Vietnamese goods in the context of participation in CPTPP.

The study makes a comprehensive literature review on introduction including OVERVIEW OF THE CPTPP, The CPTPP evolved from the Trans-Pacific Partnership (TPP), CPTPP implemented in Vietnam, The impact of the CPTPP on Vietnam's exports. furthermore, makes Literature Review including CPTPP has started to benefit Vietnam's economy, CPTPP Brings Vietnam Direct Economic Benefits and Stimulate Domestic Reforms, CPTPP opens up new opportunities for Vietnam’s exports, Vietnam - The CPTPP for exporters: opportunities available now, Vietnam and the CPTPP: Achievements and Challenges, The impact of participation in the CPTPP agreement on exports, Opportunities from TPP for Vietnam, CPTPP - Customs issues for Vietnam: (1) Drastic Tariff Elimination and Reduction(2) Advanced Rules of Origin(3) Simplified Origin Procedure(4) Delay in CPTPP Implementation.

The CPTPP, a high-standard regional economic agreement which Vietnam has ratified, is expected to bring the country much benefit but the challenges it has to grapple with are significant. Given its unique conditions, Vietnam could be a good example of how a developing Asian country and one with a dominant state-owned sector can successfully

pursue economic integration via the CPTPP.Vietnam's contribution towards the successful conclusion of the CPTPP was evidently demonstrated during APEC 2017 held in Da Nang City. To meet the requirements of the CPTPP, Vietnam will need to significantly upgrade its industrial production structure and reform its economic institutions, domestic regulations and the SOE sector (Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan, 2019).

World Trade organization (WTO) accession can be seen as a milestone marking Vietnam's first step towards integration. The country is now trying to negotiate a number of free trade agreements called "new generation FTAs" in particular the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership - CPTPP (or TPP-11), which is expected to constitute the second step for Vietnam towards stronger integration (Van Su Haa and Hoi Quoc Le, 2019).

In short, Vietnam has been playing a proactive and important role in promoting mega-regional trade agreements such as the CPTPP. Vietnam's accession to the CPTPP created motivation for low-income countries or countries with a dominant state-owned sector to be part of a high-standard trade agreement as well as to play a role in rule-making. Vietnam has made positive contributions to the negotiations and signing of the CPTPP, particularly in the 2017 APEC summit held in Da Nang. With an emerging market and strategic geographic location, Vietnam provides other CPTPP members opportunities to promote exports and do business, thereby simultaneously expanding their presence in the region. Vietnam's participation in the CPTPP also contributes to speeding up the negotiation of the RCEP and encourages other RCEP members to take part in the CPTPP.Yet to meet its commitments under the CPTPP, Vietnam will need to press on with much needed economic reforms in general and to upgrade its industrial production structure in particular. In addition, a more concerted effort should be put on improving domestic regulations and institutions as well as the competitiveness of SOEs (Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan, 2019).

Finally, Taiwan's participation in the CPTPP strengthens Vietnam-Taiwan bilateral economic relations. In 2017, Taiwan was Vietnam's fifth largest trading partner and fourth largest FDI source. Vietnam and Taiwan have been enjoying close cooperation in the sectors including education, health, industry, agriculture and tourism. Based on these deep trade and investment relations, Taiwan's participation in the CPTPP will certainly result in mutual benefit on the economic front, including through: A. Enhanced investment B. Expanded trade C. Business collaboration and success stories D. Economic cooperation E. Agriculture exchange F. E-commerce.

REFERENCES

1. Bivens, J. (2015). The Trans-Pacific Partnership Is Unlikely to Be a Good Deal for American Workers. EPI Briefing Paper No. 397, Economic Policy Institute, Washington, DC.
2. Bougheas, S., Demetriades, P. O., &Morgenroth, E. L. (1999). Infrastructure, transport costs and trade. Journal of international Economics, 47(1), 169-189.
3. Capaldo, J., Izurieta, A., &Sundaram, J.K. (2016). Trading Down: Unemployment,

Inequality and Other Risks of the Trans-Pacific Partnership Agreement. Global Development and Environment Institute, working paper No.16-01, Tufts University Medford MA 02155, USA.

4. Carrere, C. (2006). Revisiting the effects of regional trade agreements on trade flows with proper specification of the gravity model. European Economic Review, 50(2), 223-247.
5. Clarete, R., Edmonds, C., & Wallack, J. S. (2003). Asian regionalism and its effects on trade in the 1980s and 1990s. Journal of Asian Economics, 14(1), 91-129.
6. Dao, N.T. (2013). Impact of factors on the flow of goods imports and exports between Vietnam and TPP countries. Journal of Economics and Forecasting, 4(540), 23-28.
7. Do, T. T. (2006). A gravity model for trade between Vietnam and twenty-three European countries. 1280
8. Doanh, N. K., &Heo, Y. (2009). AFTA and trade diversion: an empirical study for Vietnam and Singapore. International Area Review, 12(1), 163-192.
9. Foreign Trade University, 2012, Summary record of International Workshops: Trans-Pacific Partnership Agreement: opportunities and issues posed, Information and Communications Publishing House.
10. Fred Burke, Thanh Nguyen and Ngoc Trung Tran (February 6, 2019), CPTPP - Customs issues for Vietnam, https://globalcompliancenews.com/cptpp-customs-issues-vietnam-20190128/
11. Frederick R. Burke, Lan Phuong Nguyen and Rachelle Komarnisky (April 26 2019), Vietnam - The CPTPP for exporters: opportunities available now, https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=15ba6814-54d9-4c63-af5f-9ef5152053ea
12. Gereffi, G. (2002). The international competitiveness of Asian economies in the apparel commodity chain.
13. Gereffi, G., &Memedovic, O. (2003). The global apparel value chain: What prospects for upgrading by developing countries (pp. 1-40). Vienna: United Nations Industrial Development Organization.
14. Ha, V. S. (2010). Restructure of production sectors in Vietnam towards the increased added value of export goods. The Six International Conference on Business and Management in the 21st Century, Kaohsiung University, Taiwan on October 15, 2010.
15. Ha, V. S. (2016). Strengthening the capacity and effectiveness of participating in the global value chain for the agricultural products exports of Viet Nam. National workshop on Trade development of Vietnam in 2016 - 2025 held by Trade Research Institute - Ministry of Industry and Trade and the European Investment and Trade Policy Support Project.
16. Hanoi (March 9, 2018), CPTPP Brings Vietnam Direct Economic Benefits and Stimulate Domestic Reforms, WB Report Says, https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2018/03/09/cptpp-brings-vietnam-

direct-economic-benefits-and-stimulate-domestic-reforms-wb-report-says

17. Heo, Y., & Nguyen, K.D. (2009). AFTA and trade diversion: An empirical study for Vietnam and Singapore. International Area Review, 12(1), 163-192.
18. http://giacavattu.com.vn/tin-thi-truong-hang-hoa-vietnam.gplist.99.gpopen.105363.gpside.1.gpnewtitle.hiepdinh-tpp-co-hoi-thach-thuc-cho-su-phat-trien-kinh-teviet-nam.asmx;
19. http://www.trungtamwto.vn/trang/lich-su-hinh-thanh-vadien-bien-dam-phan-tpp;
20. http://www.vietrade.gov.vn/tin-tuc/20-tin-tuc/4693-co-hoidoi-voi-viet-nam-khi-la-thanh-vien-day-du-cua-hiep-dinhdoi-tac-kinh-te-xuyen-thai-binh-duong-tpp.html.
21. http://www.vnep.org.vn/Upload/TTP%202%20full-1.pdf;
22. Krugman, P. R. (2008). International economics: Theory and policy, 8/E. Pearson Education India.
23. Le, H. H. (2015). The TPP's Impact on Vietnam: A Preliminary Assessment. Perspective, 63(2015).
24. Le, Q.H., & Chu, M.H. (2016). Credit market depth and income inequality in Vietnam: A panel-data analysis. Journal of Economics and Development, 18(2), 5-18
25. Mac Callum, R. C. (1995). Model specification: Procedures, strategies, and related issues.
26. Martinez-Zarzoso, I. (2003). Gravity model: An application to trade between regional blocs. Atlantic Economic Journal, 31(2), 174-187. May 2012.
27. Micco, A., Stein, E., &Ordoñez, G. (2003). The currency union effect on trade: early evidence from EMU. Economic policy, 18(37), 315-356.
28. Minh Thu - Jun (10, 2019), CPTPP has started to benefit Vietnam's economy, https://e.theleader.vn/cptpp-has-started-to-benefit-vietnams-economy-1560053464817.htm
29. Ministry of Industry and Trade (2018). Export and import Report of 2018. Industrial and Commercial Publishing House.
30. Nguyen Huy Hoang and Truong Quang Hoan (May 2019), Vietnam and the CPTPP: Achievements and Challenges, RESEARCHERS AT ISEAS - YUSOF ISHAK INSTITUTE ANALYSE CURRENT EVENTS, ISSUE: 2019 No. 41
31. Nguyen, T. T. (2016). An overview of new generation FTAs. http://giaoducvaxahoi.vn/tin-phap-luat/tng-quan-v-cac-fta-th-h-m-i.html.
32. Nguyen, T.H.T., Nguyen, T.T.T., & Vu, H.N (2011). An inquiry into the determinants of Vietnamese product export. Development and Policies Research Center (DEPOCEN), working paper no.08, Vietnam.
33. Obstfeld, M., Shambaugh, J. C., & Taylor, A. M. (2009). Financial instability, reserves, and central bank swap lines in the panic of 2008. American Economic Review, 99(2), 480-86.
34. Petri, P. A., & Plummer, M. G. (2016). The economic effects of the Trans-Pacific

Partnership: New estimates. Peterson Institute for International Economics Working Paper, (16-2).

35. Petri, P., Plummer, M., &Zhai, F. (2012). The Trans-Pacific partnership and Asia-Pacific integration: A quantitative assessment. Policy Analyses in International Economics 98, Peterson Institute for International Economics, Washington DC.
36. Phan Quan Viet (2015), Opportunities and Challenges When Vietnam Joins TPP, Global Journal of Management and Business Research Volume XV Issue X Version I
37. Riyaz Dattu, Gajan Sathananthan (Jan 28, 2019), CPTPP implemented in Vietnam, https://www.osler.com/en/resources/cross-border/2019/cptpp-implemented-in-vietnam
38. The Ministry of Industry and Trade (2012), Summary record of scientific seminars: International experience of economic integration strategy.
39. The project to support multilateral trading EU-VN (MUTRAP)/International experience of economic integration strategy/Summary record of seminars,
40. Tinbergen, J. J. (1962). Shaping the world economy; suggestions for an international economic policy.
41. Tran, L.H. (2017). Determinants of Vietnamese product export to Asean members. Journal of Economics and Development, 19(3), 91-102.
42. TRUNG HUNG (2019-12-13), CPTPP opens up new opportunities for Vietnam's exports, https://en.nhandan.org.vn/business/economy/item/8221102-cptpp-opens-up-new-opportunities-for-vietnam%E2%80%99s-exports-experts.html
43. Tu, T.A., & Dao, N.T. (2008). Factors affecting the level of trade concentration of Viet Nam with Asian + 3. the CEPR study, NC-05/2008
44. University of Economics, Vietnam National University Hanoi, 2013, Summary records of scientific seminars: Investment environment towards sustainable development in Vietnam.
45. Van Su Haa and Hoi Quoc Leb (April 20, 2019), The impact of participation in the comprehensive and progressive trans-pacific partnership agreement on exports: The case of Vietnam, Management Science Letters 9 (2019) 1269-1280.
46. Vu, T. L. (2015). New generation Free Trade Agreements: Opportunities and Challenges for Vietnam Economy. http://enternews.vn/cac-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-the-he-moi-co-hoi-va-thach-thuccua-nen-kinh-te-viet-nam-90312.htm.
47. World Bank (2018). Economic Impact and income distribution of Comprehensive and Progressive Agreement for Trans - Pacific Partnership: Vietnam's case. Washington, DC, Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

THE BALANCE SCORECARD - STRATEGIC MANAGEMENT TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF CORPORATIONS IN VIET NAM

BALANCE SCORECARD - CHIẾN LƯỢC QUẢN LÝ ĐỂ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC TỔNG CÔNG TY Ở VIỆT NAM

Le Van Hung

PhD student, Political Academy

Abstract

The Balanced Scorecard (BSC) is a performance measurement tool as well as a strategic management tool developed by Kaplan & Norton in the early 1990s and has been successfully implemented in many countries over the world. Quantitative research was conducted in this paper, using questionnaire survey to collect information from 68 Vietnamese enterprises, showing factors influencing the success of the BSC model in the Vietnamese economic background include perception on BSC, management involvement from the leader and the role of the finance department in the business. This contribution helps managers to consider issues and propose solutions such as the need for a clear understanding of BSC, the need for managers to have high commitment and assurance of support to the implementation team during the implementation or construction of a strong financial unit.

Keywords: *balance scorecard, Vietnamese enterprise, perception on BSC, performance measurement.*

Tóm tắt

Balance scorecard (BSC) là một công cụ đo lường hiệu suất cũng như công cụ quản lý chiến lược được phát triển bởi Kaplan & Norton vào đầu những năm 1990 và đã được triển khai thành công ở nhiều quốc gia trên thế giới. Nghiên cứu định lượng được thực hiện trong bài báo này, sử dụng câu hỏi khảo sát để thu thập thông tin từ 68 doanh nghiệp Việt Nam, cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của mô hình BSC trong nền kinh tế Việt Nam bao gồm nhận thức về BSC, sự tham gia quản lý từ lãnh đạo và vai trò của bộ phận tài chính trong kinh doanh. Đóng góp này giúp các nhà quản lý xem xét các vấn đề và đề xuất các giải pháp như nhu cầu hiểu rõ về BSC, cần các nhà quản lý có cam kết cao và đảm bảo hỗ trợ cho nhóm thực hiện trong quá trình thực hiện hoặc xây dựng một đơn vị tài chính mạnh.

Từ khóa: *Balance scorecard, doanh nghiệp Việt Nam, nhận thức về BSC, đo lường hiệu suất.*

1. Introduction

In the current trend of integration and competition, improving the competitiveness of enterprises in particular and the economy in general is one of the most important tasks of Vietnam. According to Kaplan & Norton (1992): “what you measure is what you get”. It

can be seen that an enterprise's measurement system greatly impacts the behavior of the managers and employees of that enterprise. In today's dynamic, continuously changing environment, the traditional financial accounting measures such as return-on-investment, earnings-per-share, can lead to misleading signals and no longer catch up with recent trends.

Balanced Scorecard is a performance measurement tool as well as a strategic management tool developed by Kaplan & Norton in the early 1990s that actually created a storm in the industry of accounting. According to Niven (2006), more than 50% of Fortune 1000 companies have adopted this method. Furthermore, he also pointed out that 49% of enterprises in North America, 54% of European enterprises, 52% of Asian enterprises and 56% of Latin American enterprises used BSC. Because of its wide acceptance and high efficiency, the BSC is considered one of the 75 most influential inventions of the twentieth century, as published by the Harvard Business Review in 2000.

In theory, since its launch in 1992, BSC has become one of the topics that attracted researchers to study about it. The previous studies on BSC are quite diverse and have many different research directions such as studies on exploitation, development according to the functions of BSC; studies on the application of BSC in various sectors; Study on the extent to which BSC is accepted in the specific context of the economies of different countries, etc...However, the BSC has not been widely applied in Vietnam and there are quite few research articles on BSC in Vietnam. Therefore, the study of the factors affecting the successful application of the BSC under Vietnam's specific conditions is not only of practical significance but also of theoretical contribution to complement and perfect the theory on BSC.

In addition, the article also gives the reader the most comprehensive overview of the BSC and, more importantly, the research findings show the factors that affect the success of the BSC model in economic conditions, including: (1) Awareness of BSC, (2) Management involvement of the leaders and (3) Role of the finance department in the enterprise. This contribution helps managers evaluate and consider the issues when implementing BSC. At the same time, study also provides recommendations and solutions to promote the application of BSC in Vietnam and improve the efficiency of the BSC model in corporate governance.

2. Theoretical basis

2.1. Balance scorecard

The scorecard was first developed by Robert Kaplan (Harvard University professor) and David Norton (a consultant in the Boston area). In 1990, they began researching a number of companies for the purpose of discovering new ways to measure performance. Traditionally, industries measure performance primarily on the basis of financial indicators. However, after conducting research with the top 12 performance measurement companies, Kaplan and Norton (1992) presented a "Balance Scorecard" - a set of financial measures that allowed managers to find out the results of the actions taken and the measures that drive the future development, including: customer satisfaction,

internal processes and learning for development. The balance scorecard allows managers to transform a company's strategy into specific measurable objectives, to examine the business from four key aspects, and to provide answers to the following basic questions:

- On the aspect of finance: “How do we meet the requirements of shareholders?”

- On the aspect of customers: “How do customers see us?”

- On the aspect of internal process: “What are we to do?”

- On the aspect of study and development: “Would we be able to continue progressing and creating more added value?”

In terms of content, BSC is designed by Kaplan & Norton including four aspects: finance, customer, internal processes, learning and development. (Figure 1)

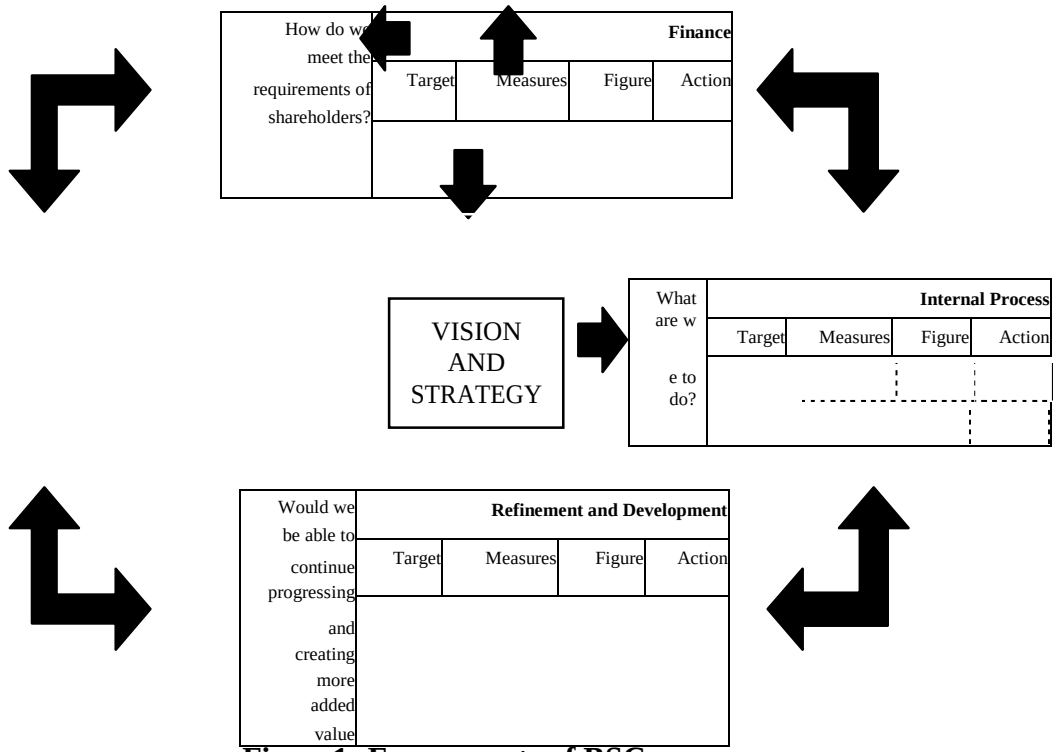


Figure1: Four aspects of BSC

Source: Robert Kaplan & David P.Norton, 1992

2.2. Factors that affect successful application of BSC

(1) **Perception of Balanced Scorecard:** According to Dragan Pujas (2010) and Niven (2006), one of the reasons why BSC fail is because enterprises do not understand exactly what the BSC is and what it involves. Whether the enterprise implements BSC by itself, or outsources consultants. Therefore, the hypothesis No. H1 is: The level of perception of BSC has a positive impact on the successful application of BSC model in Vietnamese enterprises.

(2) **Management involvement from the leaders:** According to Dragan Pujas (2010) and Geert Braam and Ed Nijssen (2008), the leaderspay an important role in strategy formation, organizational design and system management. They have a great influence in the enterprise and are responsible for the strategic and operational

effectiveness of the company. Thus, the hypothesis No. H2 is:The level of management involvement from the leader has a positive impact on the successful application of the BSC model in Vietnamese enterprises.

(3) **The role of the finance department:** According to Geert Braam and Ed Nijssen (2008), the accounting department would have a specific knowledge of the organizational method to benefit from the use of performance metrics and management systems like BSC. When the accounting department is influential in the enterprise, the role involved in maintaining and updating accounting processes will be respected, as long as BSC is considered as an accounting tool. Thus, the hypothesis No. H3 is: *The role of the finance department has a positive impact on the successful application of the BSC model in Vietnamese enterprises*.

(4) **Information Technology:** According to Niven (2006) and Eric Tanyi (2011), the process of gathering, analyzing, reporting and distributing information related to the BSC can be labor-intensive and time-consuming; This process can put a lot of pressure and fatigue on the BSC team. This problem can be overcome by designing an automated information delivery system and an easy-to-use BSC application software in the enterprise. Therefore, the hypothesis No. H4*: The level of information technology application has positively impacted the successful application of BSC model in Vietnamese enterprises.*

(5) **Education and Training:** According to Dragan Pujas (2010), Niven (2006), many managers believe that proper education and training are not compulsory. Such a conclusion would permanently damage the project and lead to the failure of the BSC. Therefore, the H5 hypothesis is:*the level of education and training has a positive impact on the successful application of the BSC model in Vietnamese enterprises.*

(6) **Internal Communication:** According to Niven (2006), BSC fails because the enterprise does not communicate enough information to employees. The success of the BSC is based on the cooperation and support of staff. A communication plan enhances the ability of employees through tools and helps the BSC become a tool for business decision making. Thus, the H6 hypothesis is: *The internal communication level has a positive impact on the sucessful application of the BSC model in Vietnamese enterprises.*

3. Research methodology

This article uses quantitative methods and surveys through questionnaires as it is a very appropriate way to measure relationships and test hypotheses when the amount of information to be collected is large; it saves money and time and can cover a large scale of survey.

3.1. Research design and data collection

Since launched in 1992, BSC has become a matter of concern among researchers. There have been a wide range of in-depth studies on BSC such as ones on its operating methods, its functions and applications in various sectors and key indicators that affect successful application of BSC in different business forms in the economic context of different countries. Among those mentioned above, the ones on factors that influence effective implementation of BSC have attracted great attention of researchers. An overseas

research "Beer & Eisenstat" (2000) pointed out three factors attributing to the utilization of BSC, which are: the leader participate in management, information technology (IT), and internal communication. Another study "Key factors make Balanced Scorecard Successful" by Barkdoll Jake & John Kamensky, which was published on the website of BSC Interest Group in July 2005, added up two more factors: finance and education.

In the Vietnamese first study regarding to BSC, "An application of Balanced Scorecard in Vietnamese service businesses" by Dang Thi Huong, published on Journal of Economic and Business Studies, Vietnam National University 26 (2010) 94-104, the author identified five key performance indicators that affect BSC, including Management Involvement from the leaders, role of the financial department, the perception on BSC, education and training and IT. Another honorable mention is Mai Xuan Thuy's (2012). Findings of researches on factors that influence the success of BSC are summarized in the table below:

Table 1. Summary of factors that affect successful application of BSC model

Factors	Management Involvement from the leaders	Role of the Financial Dep't	Perception on BSC	Education & Training	IT	Internal Communication
Beer & Eisenstat (2000)	x				x	x
Barkdoll Jake & John Kamensky (2005)	x	x		x	x	x
Oana Adriana (2007)	x	x	x	x		x
Geert Braam và Ed Nijssen (2008)	x	x				x
Nguyen Anh Thu (2010)	x	x	x	x		x
Dang Thi Huong (2010)	x	x	x	x	x	
Dragan Pujas (2010)	x		x	x	x	x
Eric Tanyi (2011)	x		x		x	
Mai Xuan Thuy (2012)	x		x	x		x
Simon K.Cheruiyot (2013)	x	x		x	x	

Source: Developed by the authors

Based on the research model of Dragan Pujas (2010), combined with other studies by Geert Braam and Ed Nijssen (2008), Eric Tanyi (2011) and Simon K.Cheruiyot (2013), together with the current situation in Vietnam, the authors propose the research model as follows

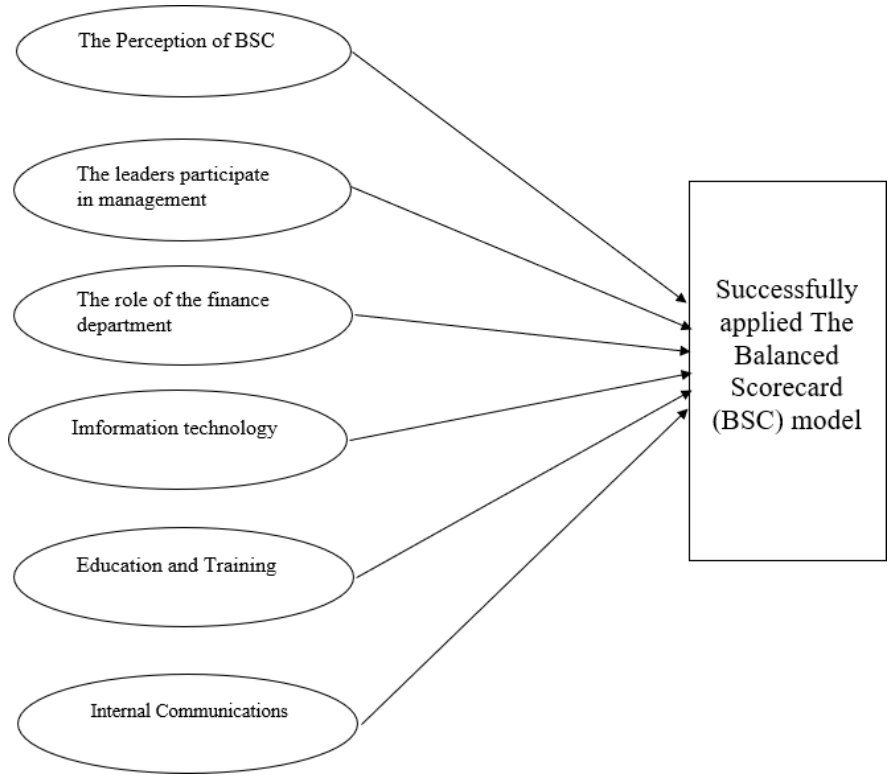


Figure 2: Research model

Source: Developed by the authors

The SPSS 20 software is used to test the reliability of the scale and the hypotheses of the study. The questionnaires of 20 questions are divided into three main sections:

Introduction: This section aims at introducing the objectives, the importance of the research and a brief overview on BSC model. Thus, questions numbers 1 to 5 are about the general information of the company such as: fields of activity, forms of ownership, scales of the business, etc.

Section 1 - Business characteristics: This section aims at identifying features of enterprises surveyed.

Section 2 - Balanced Scorecard (BSC): This is the major part of the questionnaires, containing questions relating to elements of the research and the application of BSC in the business (including questions number 6 to 10). The content of the questions is designed according to the model and the scale presented above in order to test the hypotheses. The detail is as below:

Section 3 - Personal information: This section aims at collecting additional information to make notes if necessary such as full name, address, email, etc.

In terms of Exploratory Factor Analysis (EFA), according to the study by Hair, Anderson, Tatham and Black (1998) on reference to expected sample size. Whereby, the minimum sample size quintuples the total number of observed variables, with the formula being n = 5*m, in which m being the number of the questions in the study. In this study, the number of questions relating to factors is 6, therefore, the minimum sample size is 30, and the size 33 is acceptable.

3.2. Variables and measures

All independent and dependent variables use the scale presented in previous studies by Dragan Pujas (2010), Geert Braam and Ed Nijssen (2008), Eric Tanyi (2011), and Simon K.Cheruiyot (2013).

3.2.1. Independent variables

The successful application of BSC in Vietnamese enterprises is characterized by:

- BSC brings a high level of efficiency in operating activities

- BSC conveys visions and strategies effectively in the whole enterprise.

3.2.2. Dependent variables

All the dependent variables are used in measuring different factors:

* Perception on BSC: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010) and Eric Tanyi (2011).

The understanding level of BSC is characterized by:

- BSC not only measures the efficiency but also varies in application in the enterprise.

- BSC is planned explicitly, presenting the link among four aspects.

* Management Involvement from the leaders: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010), Geert Braam and Ed Nijssen (2008), Eric Tanyi (2011), Simon K.Cheruiyot (2013).

The level of management involvement from the leaders in operating BSC is characterized by:

- Senior leaders engare in the process of introducing BSC within the enterprise.

- Senior leaders understand that appropriate use of KPIs is fundamental for the prosperity of the company.

- Senior leaders support the BSC groups.

- Senior leaders can obtain information from many new resources.

* Role of the Financial Department: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010), Geert Braam and Ed Nijssen (2008), Simon K.Cheruiyot (2013).

The level of financial support in implementing BSC is characterized by:

- The financial department has stronger power in the organization than others.

- Accountants have influences and even prevail over other positions in the enterprise.

- Compensation systems for staffs

* Information Technology: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010), Eric Tanyi (2011) and Simon K.Cheruiyot (2013).

The level of IT application to BSC is characterized by:

- Utilize IT in the process of operating BSC.

- Application software is simple to use.

* Education and Training: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010), and Simon K.Cheruiyot (2013).

The level of education and training regarding to BSC is characterized by:

- Participants of BSC are experienced.

- Seminars about BSC during the performing process

- Hire BSC consultants.

* Internal communication: applying the scale introduced in researches by Dragan Pujas (2010), Geert Braam and Ed Nijssen (2008)

The level of internal communication is characterized by:

- The access to administrative and financial information is limited at different levels.

- Information exchange among departments in the enterprise is important and frequent.All the independent and dependent variables use the scale established in previous studies by Dragan Pujas (2010), Geert Braam and Ed Nijssen (2008), Eric Tanyi (2011), and Simon K.Cheruiyot (2013). This has been indicated by questions and statements surrounding the implications of the variables for the respondents to express their perspectives. The variables are measured by using a wide range of items and statements in the form of Likert with the scale of 1 to 5 (1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = normal/neutral, 4 = agree, 5 = strongly agree), unless otherwise stated.

+ The multivariable regression equation for the model is as follows:

$Y = f(x) = þ_O + þ_1X_1 + þ_2X_2 + þ_3X_3 + þ_4X_4 + þ_5X_5 + þ_6X_6 + s$

Of which:

Y - MHTC: the success of BSC model in Vietnamese enterprises

X_1 - NTVB: Perception of BSC

X_2 - TGQL: management involvement from the leaders

X_3- BPTC the role of the finance department

X_4- CNTT: Information technology X_5 - GDDT: Education and training X_6 - TTNB - Internal communication $þ_O$ Is a constant

$þ_1, þ_2, þ_3, þ_4, þ_5, þ_6$ are the coefficients of resonance

s is a random error

4. Results

4.1. Verification of scale reliability

All independent variables and dependent variables have Cronbach's Alpha> 0.6 and Corrected Item-Total Correlation > 0.3, so the variables are highly reliable.

Only independent variables of internal communication have Cronbach's Alpha coefficient

= 0.207 <0.6 and are therefore excluded from the study.

Therefore, the research model after excluding internal communication is shown as follows:

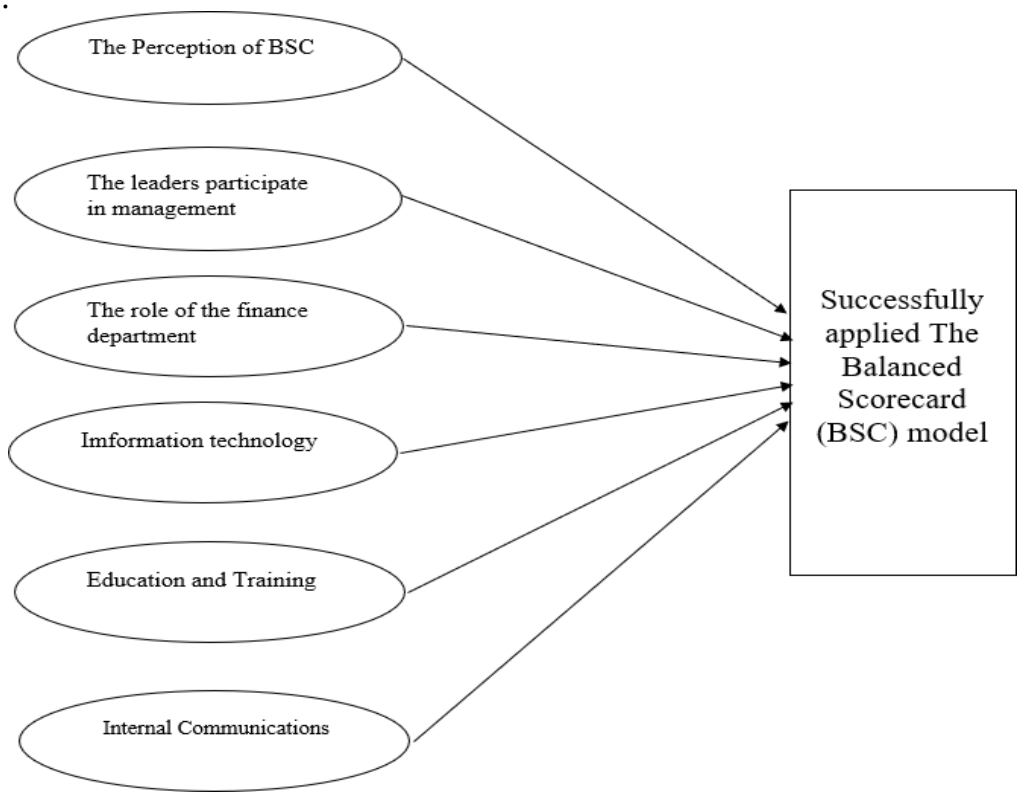


Figure 3: Adjustment of research model

Source: Developed by the Authors

4.2. Test of hypotheses

This is the most important step to be taken to test hypotheses in the research model as well as to answer the research questions that have been raised. The method used is multivariate regression analysis with the support of SPSS 20 software.

After the test on the SPSS software, we obtained the following tables:

Table 3: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.664[a]	0.441	0.338	0.464	2.142

a. Predictors: (Constant), GDDT, NTVB, CNTT, TGQL, BPTC

b. Dependent Variable: MHTC

Source: Test results on SPSS software

As shown in Table 1, the R-Square coefficient of 0.441 means that the independent variables explain 44.1% of the variance of the dependent variables.

The Durbin-Watson test indicates whether the model has autocorrelation. Durbin-Watson statistic values are from 1 to 4. According to Durbin-Watson (1950), the self-correlation value is positive when the Durbin- Watson is 0, and is negative when the

Durbin- Watson is 4, and no autocorrelation at 2. According to Table 3, the Durbin-Watson value = 2,142, which is close to 2, so the model does not have autocorrelation.

Table 4: Correlation coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	(Std. Error)	Beta			Tolerance	VIF
1	Constant	0.739	0.838		0.882	0.386		
	NTVB	0.172	0.085	0.307	2.035	0.018	0.907	1.103
	TGQL	0.202	0.109	0.287	1.854	0.046	0.863	1.158
	CNTT	0.038	0.122	0.045	0.311	0.414	0.965	1.037
	GDDT	0.105	0.089	0.174	1.175	0.464	0.941	1.063
	BPTC	0.322	0.102	0.492	3.164	0.004	0.856	1.168

a. Dependent Variable: MHTC

Source: Test results on SPSS software

When correlating the correlation coefficients, Pearson discusses multi-collinearity, so authors will consider multi-collinearity through the Variance Influence Factor (VIF). One convention is that if VIF $\geq$ 10, there is a high multi-collinearity between independent variables in the model. However, this is an experimental convention; foe some authors like Allison (1999), VIF $\geq$ 2.5 is considered to be a hyper-collinear phenomenon. In Table 4, the VIF coefficient is less than 2.5 and fluctuates around 1.1, so there is no collinearity in the model.

Table 4 shows that the sigma coefficients of NVTB, TGQL, BPTC <0.05, so they are statistically significant or the hypotheses No. H1, H2, H3 are accepted. The two variables CNTT and GDDT have sig> .05, which is not statistically significant, so the hypotheses H4, H5 are rejected because they are of no statistical significance.

(1) Perception on BSC

Hypothesis H1: The level of perception on BSC has a positive influence on the successful application of BSC model in Vietnamese enterprises.

According to the results, the relationship between awareness of BSC and success of BSC model with a regression coefficient of β_1 = 0.307 demonstrates the sole effect of perception on BSC on the success of BSC model. To be more specific, when the perception on a BSC increases (decreases), 1 unit in the average success of BSC in the enterprise will correlatively increase (decrease) 0.307 unit.

With significance level of sig = 0.018 <0.05, the H1 hypothesis is thus accepted. This indicates that gaining understanding about BSC prior to the model implementation has a significant implication for the effectiveness of the outcomes.

(2) Leaders' Management Involvement

The hypothesis H2 states that the level of involvement of leaders in management brings about a positive influence on the successful implementation of the BSC model in

Vietnamese enterprises. The results of the research show that the existence of correlation between the involvement of leaders in management and the success of the BSC model with a value of $\beta_2 = 0.287$ demonstrates the sole influence of the participation of leaders on the success of BSC model. Specifically, when the involvement of leaders increases (decreases) 1 unit, the average success of the BSC in the enterprise will increase (decrease) 0.287 unit.

The significance level sig = 0.046 <0.05 validates the hypothesis. Therefore, the support and direct participation of leaders in the process of receiving and deploying BSC will implicitly affect the success of the BSC model in the enterprise.

(3) Financial Department

Hypothesis H3 indicates that the financial department positively influences the successful application of the BSC model in Vietnamese enterprises.

The research's results show that the correlation between the influence of financial department and the success of the BSC model is $\beta_3 = 0.492$, reflecting the sole influence of the finance department on the success of the BSC model. As the role of the financial department increases (decrease) 1 unit, the average success of the BSC in the enterprise will increase (decrease) 0.492 unit.

With the result of sig = 0,004 < 0,05 the hypothesis is accepted. In a business, the financial and accounting department is assessed to have an important part in providing and controlling financial information which will exert an effect on the success of the BSC model. Furthermore, the Beta value of this variable is highest, proving its importance in the success of the BSC model.

(4) Information and Technology

According to hypothesis H4, The level of information and technology application has a positive influence on the successful application of BSC model in Vietnamese businesses. It can be seen from the result that the correlation between information technology and the success of the BSC model has a value of $\beta_4 = 0.045$ with statistical significance level sig = 0.414> 0.05.. With this result, the hypothesis is rejected. As sig> 0.05, this variable is not statistically significant, or it can be inferred that the application of information technology has nothing to do with the success of the BSC model.

(5) Education and Training

Hypothesis H5 states that The level of education and training has a positive influence on the successful application of the BSC model in Vietnamese businesses. Education and training and success of the BSC model are related to each other by the value $\beta_5 = 0,174$ with statistical significance level sig = 0,464 > 0,05. With this result, thus, the hypothesis is rejected. Similar to information and technology, variable of education and training is not statistically significant in the model.

5. Conclusion and Recommendation

5.1. Conclusion

Because of the actual situation in Vietnamese businesses in the context of

increasingly fast competition and integration, improving competitiveness through the usage of new and advanced management methods and tools has become one of the leading priorities of Vietnamese enterprises. The BSC was first introduced in 1992 by Robert S. Kaplan and David Norton, and so far has been successfully implemented in many countries around the world. This research aims to help managers identify the factors that affect the success of the BSC model in Vietnamese enterprises, and the influence of each factor, thereby promote the widespread utilization of this model.

Based on the model developed from the previous studies, quantitative research methodology conducted through questionnaire survey to collect information from 68 Vietnamese enterprises was used. The authors used SPSS software to conduct hypothesis testing and multivariate analysis of the research model. The results are as follows:

(1) Three factors have been identified that influence the successful adoption of the BSC model in Vietnamese. They are:

Perception on BSC

Leaders' Management Involvement

Role of the Financial Department

(2) Although the factors have a positive influence on the dependent variable, the level of influence from each factor varies. Specifically:

Perception on BSC

A lack of understanding of BSC is one of the reasons leading to failure of BSC, which have been affirmed by previous studies. Not knowing what BSC is or where to deploy BSC can lead to erroneous decisions from the start. BSC is not only a system for tracking performance indicators or performance monitoring, but it also helps companies interpret strategies into specific goals and metrics, describes the business strategies in a way that all people working in the same organization can understand, it helps connect the business objectives effectively and is classified into four aspects of the BSC which are: finance, customers, internal processes, learning and development... The four aspects must be well connected altogether in a series of cause- effect relations. By that way, the BSC communicates the strategy in a clear, concise manner to all members involved inside and outside the business.

Leaders' Management Involvement

Previous studies have shown the role of senior managers for the favorable outcome of the BSC model in strategic management of enterprises. Senior managers play a crucial role in promoting the development process in general and success of the BSC model in particular: Research results have pointed out the importance of leadership in the successfulness of the BSC model. To promote this factor, the following four issues need to be addressed: (1) The leaders need to be actively involved in the process of introducing strategic management systems throughout the enterprise. (2) Insight that the use of indicators and standards to build and implement strategies is essential to business success is required. (3) Enterprises should be provided with sufficient information and support to improve their strategic management system.

(4) Leaders are supposed to keep the information up-to-date, particularly when things go wrong, as well as update innovations so that their businesses are not left behind. These four contents reflect the level of interest of leaders in the development and adoption of BSC in their businesses, thus leading to concern in how to make BSC effective as expected. Previous researchers have demonstrated this, and the authors affirm this in the context of Vietnamese enterprises through their research results.

- *Role of financial sector*

The influence of the financial sector explains that financial measures play an important role and have a strong influence on the measurement of management effectiveness. Especially when the role of management accounting is enhanced, the extent of its influence on the change in business governance is significant. One of the most important aspects of the BSC model is financial indicators, which are the end result, as a result of other indicators. Thus, when there is an abnormal change from the financial indicators, there is certainly a change in the indicators from other aspects, which means that there must have necessary adjustment in one or more specific activities of departments in the business. It can be said that these are the most important indicators and are mentioned first in the BSC. If strategies are specified by financial indicators, specific measures and measures, it is easy for financial departments in the enterprise to carry out their work. Therefore, if the financial sector in the enterprise is strong enough, it will have a positive influence on the success of the BSC model.

5.2. Limitations

Like other studies, there exist a number of limitations in this research:

First is a limitation on research samples. Quantitative research employs a (non-probabilistic) judgment method, focusing primarily on enterprises in the VNR500 ranking list. The sample size used in the analysis was limited to 68 respondents. However, the number of samples is still very low, showing a certain limitation on the sample.

Second is a limitation on data collection methods. In the quantitative study, the method of collecting information was conducted through questionnaires and online answers. This method is fairly common in Vietnam yet its response rate is not as high as expected (15,70%), which has had a certain impact on the results of the study.

Third is limitations in data processing. One out of six variables were removed from the model. In addition, the authors failed to analyze the research results by sectors, scales and scope of application. The study model has explained 44.1% of variation in the dependent variable. This implies that 55.9% of the factors other than the model influence the success of the BSC, which is not mentioned in the model.

BSC is one of the most influential management instruments of the 20th century. Being first developed in 1992 by Robert S. Kaplan and David Norton, the research on BSC remains very narrow compared to other management models, especially in the specific environment and condition of Vietnamese enterprises. Therefore, the research orientation on the BSC is quite diverse. Based on the results of the study and the shown limitations, the authors propose two further studies. Specifically, (1) *In-depth research by sectors,*

fields of activity: This way is quite common in developed countries where the level of BSC application is high. In the time to come, as the number of Vietnamese enterprises applying the BSC grows, in-depth research by sectors, fields of activity is very important and can be more accurate. Identification of influencing factors may be more comprehensive, and the explanatory meaning of the research model will be more reasonable than the results of the current article. (2) *Research on the effectiveness of BSC application*: This is probably the most expected research orientation for scholars as well as for managers. However, as mentioned above, the big obstacle is that the number of samples is not enough since the number of Vietnamese enterprises using the BSC model is limited. In the coming time, when the number of large-scale application of the company, this research direction will become more feasible.

5.3 Recommendations

Based on the study results, the authors have provided a number of recommendations as follows:

First, businesses should have a clear understanding of the BSC. Scorecards should be designed to clearly and specifically describe the strategies to meet the goals and vision of the business. If the linkages and goals are clearly stated, so that each and everyone in the business can understand them, the BSC is likely to succeed.

Second, to make the BSC achieve success, managers need high determination and assurance to support the team during the implementation process. It should be managers who can communicate and deliver the benefits BSC brings to the business. Implementing BSC is not a simple process, many difficulties may hinder the success of the BSC. Managers, therefore, need absolute trust in the BSC and support the team when everything changes in the negative direction. Managers should believe in their decisions and persuade the whole business to adopt this model. Once those are done, the application of the BSC may be more fruitful.

Third, it is necessary to build a strong financial department. For BSC in particular and all activities in businesses in general, the activities will run more smoothly and effectively when the financial department asserts their voice and strength. For that reason, businesses need to pay more attention to the financial department and consider it a solid rear in their operations.

In order to boost the effective application of BSC model in Vietnam, besides the efforts of businesses, it is also important that the State consider enacting appropriate macro policies to complement and create resonance to accelerate the application of this model.

REFERENCES

1. Abedalqabah and Ashraf Batainch, 2016, *Factors Influencing Balanced Scorecard Implementation,* Research Journal of Finance and Accounting Vol.7 No.2, 2016.
2. Allison Paul, 1999, *Comparing Logit and Probit Coefficients Across Groups,*
3. Sociological Methods and Research 28.
4. Braam' G.J.M. and Nijssen' E.J, 2008, *Exploring the antecedents of balanced scorecard*

adoption as a performance measurement and strategic management system, Nijmegen center of economic (NiCE) Institute for management research, radboud university Nijmegen, December 2008.

5. Dragan Pujas, 2010, Barriers to the Successful Implementation of the Balanced Scorecard - the Case of Plava Laguna J.S.C, Vienna, MA.
6. Eric Tanyi, 2011, Factors Influencing the use of Balanced Scorecard by Managers, Hanken School of Economics, MA.
7. Kaplan R.S. and Norton D.P., 1992, *The Balanced Scorecard - measures that drive performance*, Harvard Business Review.
8. Kaplan R.S. and Norton D.P., 1993, *Putting the Balanced Scorecard to Work*, Harvard Business Review.
9. Kaplan R.S. and Norton D.P., 1996, *Using the Balanced Scorecard as a strategic management system*, Harvard Business Review.
10. Kaplan R.S. and Norton D.P, 2000, *Having trouble with your strategy? Then map it*, Harvard Business Review.
11. Kaplan R.S. and Norton D.P, 2000, Balanced Scorecard as basis for Strategy - focused Organization, Harvard Business Review
12. Kaplan R.S. and Norton D.P., 2004, *Measuring the strategic readiness of intangible assets*, Harvard Business Review.
13. Mai Xuan Thuy, 2012, "*Issues in the balanced scorecard implementation: A Vietnamese case study*", Journal of Economic & Development, NEU, Vietnam
14. Niven P., 2006: Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results, 2nd ed., John Wiley & Sons, New York.
15. Nguyen Anh Thu, 2010, "Applying the BSC to manage strategy implementation in North Kinh Do Food Joint Stock Company", MA Thesis, National Economics University, Vietnam.
16. Simon K.Cheruiyot, 2013, An Investigation into Factors Affecting Implementation of The Balanced Score Card in State Corporations in Kenya: A Case Study of Kenya Bureau of Standards, the Open University of Tanzania, MA.

DISCOVERING INTEREST TOPIC OF ONLINE CUSTOMER BY MACHINE LEARNING

PHÁT HIỆN CHỦ ĐỀ QUAN TÂM CỦA KHÁCH HÀNG TRỰC TUYẾN BẰNG HỌC MÁY

Nguyen Thi Hoi, MA

Thuongmai University

Abstract

With the explosion of social media in e-commerce such as service portals, websites, social networks, and online entertainment channels, it has created a fertile ground for researchers to customer study. Moreover, with the spread of the 4.0 technology revolution, machine learning is considered a very useful tool for online business forecasting and analysis problems. Based on these two trends, the paper proposes a way to detect the interest topics of online customers to apply to customer data analysis problems, forecasting problems or application in the recommendation system. The approach of the paper is based on analyzing customer historical data. The goal is to analyze and classify topics of interest to customers based on a number of supervised machine learning algorithms.

Keywords: *interest of customer, machine learning, topic discovering, text mining, social media.*

Tóm tắt

Với sự bùng nổ của các phương tiện truyền thông xã hội trong thương mại điện tử như các cổng dịch vụ, các trang web, mạng xã hội, và các kênh giải trí trực tuyến tạo nên mảnh đất màu mỡ cho các nhà nghiên cứu về khách hàng. Hơn thế nữa, với sự lan tỏa của cách mạng công nghệ 4.0, thì học máy được xem là công cụ rất hữu ích cho các bài toán dự báo và phân tích dữ liệu kinh doanh trực tuyến. Dựa trên hai xu hướng này, bài báo đề xuất một cách thức phát hiện các chủ đề quan tâm của khách hàng trực tuyến để ứng dụng vào các bài toán phân tích dữ liệu khách hàng, bài toán dự báo hoặc ứng dụng trong hệ thống khuyến nghị sản phẩm. Hướng tiếp cận của bài báo dựa trên việc phân tích dữ liệu lịch sử của khách hàng. Mục tiêu là phân tích và phân loại các chủ đề quan tâm của khách hàng dựa trên một số thuật toán học có giám sát của học máy.

Từ khóa: *quan tâm của khách hàng, học máy, phát hiện chủ đề, khai phá văn bản, phương tiện truyền thông xã hội*

1. Introduction

In the context of the 4th industrial revolution and the spread of social media, machine learning is considered a useful tool for forecasting problems and data analysis in business. So, we propose a social interest discovery approach based on customer history data such as comments on websites, status on social network or entry on portal in this

paper. Discovering common interests shared by customer on social media is a fundamental problem in social networks since it is the bread-and-butter function of building user communities of the same interests, finding the domain experts in different subjects, identifying hot social topics, and recommending personalized relevant contents.

There are two kinds of existing approaches to discover shared interests in social media. One is user-centric, which focuses on detecting social interests based on the social connections among customers or customer; the one other is object-centric, which detects common interests based on the common objects fetched by customers or customers in a social community.

In the user-centric approach, Schwartz et al., [14] and Ali-Hasan et al., [3] analyzed customers' social or online connections to discover customers with particular interests or expertise for a given user. In the object-centric approach, Sripanidkulchai et al., [15] and Guo et al., [9] explored the common interests among customers based on the common objects they fetched in peer-to-peer networks. However, without other information of the objects, it cannot differen the various social interests on the same object. Furthermore, in the Internet social networks such as del.icio.us, baidu.com most of objects are unpopular. Thus, it is difficult to discover common interest topics of customers or users on them. Our approach focuses on directly detecting social interests or topics by taking advantage of user contents which are produced by customers or users on social media.

In this paper, we discover common interests topic shared by groups of customer on social media by utilizing history data such as status on social networks, comment on websites, opinions on portal or groups communities on others. We focus on customer's text data to discover their interest on social media. Four text mining algorithms in machine learning are used to processing because machine learning is considered the optimal approach in processing text data. CNN (Y. Kim, 2014), MNB (L. Buitinck, 2015), W2V (Kowsari. K, 2019) and K-NN (Kowsari. K, 2019), they are rated as the latest improved algorithms of machine learning in analyzing and processing text data.

2. Literature review

2.1. Machine Learning in Business Problems

In (Alex Smola and S.V.N. Vishwanathan, 2008) and (Tang Jiliang, et al., 2013), machine learning can appear in many guises. In this section will discuss a number of applications, the types of data they deal with, and finally, we introduct some of algorithms which are used to classifying interest topic of online customers on social media. The problems that are solved by machine learning in business inlcudes: page ranking, collaborative filtering, automatic translation of documents, security applications, named entity recognition, speech recognition, problems of classification, etc.

Most readers will be familiar with the *concept of web page ranking*. That is, the process of submitting a query to a search engine, which then finds webpages relevant to the query and which returns them in their order of relevance. That is, the search engine returns a sorted list of webpages given a query. To achieve this goal, a search engine needs to 'know' which pages are relevant and which pages match the query.

A rather related application is *collaborative filtering*. Internet bookstores such as Amazon.com or video rental sites such as Netflix.com used this information extensively to entice users to purchase additional goods. The problem is quite similar to the one of web page ranking. As before, it wants to obtain a sorted list. The key difference is that an explicit query is missing and instead it can only use past purchase and viewing decisions of the user to predict future viewing and purchase habits.

An equally ill-defined problem is that of *automatic translation of documents*. At one extreme, it could aim at fully understanding a text before translating it using a curated set of rules crafted by a computational linguist well versed in the two languages that would like to translate. This is a rather arduous task, in particular given that text is not always grammatically correct, nor is the document understanding-part itself a trivial one. This machine learning approach proved quite successful.

Many *security applications*, such as access control, use face recognition as one of its components. That is, given the photo (or video recording) of a person, recognize who this person is. In other words, the system needs to classify the faces into one of many categories or decide that it is an unknown face.

Another application where machine learning helps is *the problem of named entity recognition*. That is, the problem of identifying entities, such as places, titles, names, actions, etc. from documents. Such steps are crucial in the automatic digestion and understanding of documents.

Other applications which take advantage of learning are *speech recognition*, the recognition of handwriting, trackpads of computers, the detection of failure in jet engines, avatar behavior in computer games, direct marketing and floor cleaning robots.

We conclude this section by discussing *the problem of classification*, since it will serve as a prototypical problem for a significant part of this paper. It occurs frequently in practice: for instance, when performing discovering topic interest of customers, we are interested in a yes/no answer as to whether content contains relevant information or not.

On social media, such as Facebook, Google+ and Twitter are becoming increasingly important methods of communication and social interaction between people. Social media is also a prominent economic domain, with social networks becoming one of the most important advertising platforms (Charles Steinfield, et al., 2017), (Z. e. a. Abbassi, 2015). The huge numbers of people using such services and the enormous volume of data readily available from such networks make them a very compelling research target for social scientists and data-mining experts. An important piece of information regarding a consumer for which we are trying to personalize advertising content is their interest areas (Z. e. a. Abbassi, 2015), (Guy Ido, et al., 2013). For example, a person interested in technology is likely to be a better advertising target for a company selling computer gadgets than a person who has no interest in technology. Unfortunately, information regarding the interests of a user is not always readily available, so it needs to be inferred from other information regarding the consumer.

2.2. Data and Algorithms

2.2.1. Data

It is useful to characterize learning problems according to the type of data they use. This is a great help when encountering new challenges, since quite often problems on similar data types can be solved with very similar techniques.

Vectors constitute the most basic entity we might encounter in our work. For instance, a life insurance company might be interesting in obtaining the vector of variables (blood pressure, heart rate, height, weight, cholesterol level, smoker, gender) to infer the life expectancy of a potential customer.

Lists: In some cases the vectors we obtain may contain a variable number of features. For instance, a physician might not necessarily decide to perform a full battery of diagnostic tests if the patient appears to be healthy.

Sets may appear in learning problems whenever there is a large number of potential causes of an effect, which are not well determined. For instance, it is relatively easy to obtain data concerning the toxicity of mushrooms. It would be desirable to use such data to infer the toxicity of a new mushroom given information about its chemical compounds.

Matrices are a convenient means of representing pairwise relationships. For instance, in collaborative filtering applications the rows of the matrix may represent users whereas the columns correspond to products.

Images could be thought of as two dimensional arrays of numbers, that is, matrices. This representation is very crude, though, since they exhibit spatial coherence (lines, shapes) and (natural images exhibit) a multiresolution structure.

Video adds a temporal dimension to images. Again, we could represent them as a three dimensional array. Good algorithms, however, take the temporal coherence of the image sequence into account.

Trees and Graphs are often used to describe relations between collections of objects..

Strings occur frequently, mainly in the area of bioinformatics and natural language processing.

Compound structures are the most commonly occurring object. That is, in most situations we will have a structured mix of different data types. For instance, a webpage might contain images, text, tables, which in turn contain numbers, and lists, all of which might constitute nodes on a graph of webpages linked among each other. Good statistical modelling takes such dependencies and structures into account in order to tailor sufficiently flexible models.

2.2.2. Algorithms

In this section we briefly introduce 4 algorithms that are rated as the most effective in analyzing customer data from text. They are also used in the paper to empirically detect interest topics of online customer data in e-commerce businesses.

- CNN algorithms: A Convolutional Neural Networks (CNN)-based auto-encoder

can be divided into two main steps (encoding and decoding) (Kowsari, K. et al., 2019). It is one of deep learning algorithms - is a set of machine learning algorithms based on multi-layer networks and in supervised approaches. Convolutional Neural Networks is extension of traditional multi-layer perceptron, based on 3 ideas: local receive fields, shared weights and spatial / temporal sub-sampling. CNN is multi-layer neural networks architecture includes: Convolutional + Non-Linear Layer; Sub-sampling Layer; Convolutional + Non-Linear Layer and Fully connected Layers.

- **Multinomial Naive Bayes:** In (A.M. Kibriya et al., 2004)) presented MultinomialNB implements the Naive Bayes algorithm for multinomially distributed data, and is one of the two classic Naive Bayes variants used in text classification (where the data are typically represent as word vector counts, although TF.IDF vectors are also known to work well in practice). The distribution is parametrized by vectors for each class where is the number of features (in text classification, the size of the vocabulary) and is the probability of feature appearing in a sample belonging to class

- **Word2Vec:** In (T.Mikolovetal et al., 2013) presented "Word to Vector" representation as an improved word embedding architecture. Word2Vec is a shallow, two-layer neural networks which is trained to reconstruct linguistic contexts of words. It takes as its input a large corpus of words and produces a vector space, typically of several hundred dimensions, with each unique word in the corpus being assigned a corresponding vector in the space. Word vectors are positioned in the vector space such that words that share common contexts in the corpus are located in close proximity to one another in the space. Word2Vec is a particularly computationally-efficient predictive model for learning word embeddings from raw text. It comes in two flavors, the Continuous Bag-of-Words (CBOW) model and the Skip-Gram model.

- **K-NN**: The *k*-NN classifier is based on the assumption that the classification of an instance is most similar to the classification of other instances that are nearby in the vector space (Kowsari, K. et al., 2019). KNN algorithm is used to classify by finding the K nearest matches in training data and then using the label of closest matches to predict. The main computation is the sorting of training documents in order to find the *k* - nearest neighbors for the test document.

3. Theoretical framework and methods

3.1. Related work

In the past, there have been a plenty of methods in discovering or finding customers with common interests. Having many studies have been conducted to investigate customers interests in Web documents for providing personalized search services (Qiu and Cho, 2006) using statistical approaches such as PageRank (Page et al., 1999). (Limam et al., 2010) considered customers queries as a context information of customers and analyzed semantic distance between queries by developing query taxonomies to extract user interests from search engine query logs. Work done in (Sugiyama et al, 2003; Zhang et al., 2011) for analyzing customers interest in online documents is based on the fact that context information of customers interests appears frequently in online documents, while Term

Frequency (TF) is generally used to check customers interests. However, on Twitter, some terms are closely related to customers interest but TF has the weakness that it cannot find information if the occurrence of such particular terms are low. Data on Twitter and Facebook consists of customers related information. Therefore, many studies have proposed approaches for discovering topics from customers personal web pages (Michelson and Macskassy, 2010; Lim and Datta, 2013). This is a challenging task as customers interests might be reflected by multiple variables.

In topic modeling, one of the earliest work is the probabilistic Latent Semantic Indexing (pLSI) (Hoffman, 1999). In pLSI, a document is modeled as a mixture of topics. However, in pLSI, there is no generative process to determine the document-topic distribution. This causes problems when probabilities are assigned to documents that are outside the training set. In topic modeling, recent work is generally based on the technique known as Latent Dirichlet Allocation (LDA) (Blei et al., 2003). In LDA, pLSI weaknesses are overcome by considering a Bayesian dependency in-between the documents, topics and words. (Weng et al., 2010) identified influential customers in Twitter by collecting customer tweets and used LDA to discover the latent topics of customers interest. On Twitter two different bag-of-words profiles are compared, observing that the profile built by customer own tweets performs better than the profile built by tweets of his/her follows (Chen et al., 2010). Categorizing of tweets using Wikipedia as a knowledge base is also done (Michelson and Macskassy, 2010). They developed a topic profile on those categories. (Ahmed et al., 2011) developed a statistical framework by using a variant of LDA for inferring long and short term interests of customer over a period of time in order to define interests over histories. (Ramage et al., 2010) characterized Twitter users and tweets into four dimensions (social, status, style and substance) by using labeled LDA. A probabilistic generative model known as Micro-Blog-Latent Dirichlet Allocation (MBLDA) in Map-Reduce framework can extract topics in micro-blogs (Zhang & Sun, 2012). A modified author topic model known as Twitter-user model is proposed to discover user interests (Xu et al., 2011). The model is based on a latent variable for determining if it is related to its author interests.

Some research is also done on mining topics and customer interests in social networks. Feature analysis is carried out on micro-blogs for use customer interest detection (Zhao et al., 2012). Personal information, content inside micro-blog and social relation features are used to investigate user interest. A model is developed for user interests with social tagging system (Liu et al.,2012). Similarly User Topic Model (UTM) is proposed for determining user interests on micro-blogs (Li et al., 2014). Other than finding user interests, UTM can also discover re-tweet interests. An approach is proposed to discover latent interests on micro-blogs (Liu et al., 2013). For extraction of interest features, LDA method was used and it was assumed that with certain probability, the interest feature can be communicated from follows to followers. A methodology is based on social annotations for deducing the topical expertise of popular Twitter users (Batacharya et al., 2014). They transitively infer the interests of those users who follow them. Their methods have demonstrated an improvement of results over other techniques such as Labeled LDA.

Another approach is based on considering topics of interests as a conjunction of several concepts, which correlate to one another temporally (Zarrinkalam et al., 2015). Based on this approach is active topics which are determined. Effectiveness of this approach is shown in personalized news recommendation system.

There is a method proposed to extract customer interests using Facebook.com feature 'Like' (Kim et al., 2013). A probabilistic generative model can capture both Twitter user information and network information to extract user interests (Budak et al., 2014). This model considers the interaction among users, their level of activity and propagation of information towards the neighbors. Another bi-relational graph model is proposed for finding user interests on Tumblr- micro-blogging site (Xu et al., 2015). The proposed graph model contains two sub-graphs: one sub-graph corresponds to customers and other corresponds to topics. The problem of finding customer interests is formulated as a multi-label learning problem. The model is validated on data collected from two micro-blogging sites (Twitter and Tumblr).

Different from their works, ours is based on the customer history data on social media, such as status on Facebook.com, tweets on Tweetter.com, comments on social networks, etc., thus can identify shared interests and cluster similar paper more accurately. This paper approach is object-centric, approach is based on the insightful study and observation on *the* history's customer data in social media systems such as portals, social networks, websites, etc. In these systems, people use statuses, comments, or short-text data as a descriptive label to annotate the content that they are interested in and to share with other users.

3.2. Methodologies

In this paper, we approached by **supervised learning** to discovering topic interest of customers from historical data on social media.

Supervised learning is the machine learning task of learning a function that maps an input to an output based on example input-output pairs. It infers a function from *labeled training data* consisting of a set of *training examples*. In supervised learning, each example is a *pair* consisting of an input object (typically a vector) and a desired output value (also called the *supervisory signal*). A supervised learning algorithm analyzes the training data and produces an inferred function, which can be used for mapping new examples. An optimal scenario will allow for the algorithm to correctly determine the class labels for unseen instances. This requires the learning algorithm to generalize from the training data to unseen situations in a "reasonable" way. In order to solve a given problem of supervised learning, one has to perform the following steps:

- *Determine the type of training examples*. Before doing anything else, the user should decide what kind of data is to be used as a training set. In the case of handwriting analysis, for example, this might be a single handwritten character, an entire handwritten word, or an entire line of handwriting.

- *Gather a training set*. The training set needs to be representative of the real-world use of the function. Thus, a set of input objects is gathered and corresponding outputs are also gathered, either from human experts or from measurements.

- *Determine the input feature representation of the learned function*. The accuracy of the learned function depends strongly on how the input object is represented.

- Determine the structure of the learned function and corresponding learning algorithm.

- *Complete the design*. Run the learning algorithm on the gathered training set. Some supervised learning algorithms require the user to determine certain control parameters. These parameters may be adjusted by optimizing performance on a subset (called a *validation* set) of the training set, or via cross-validation.

- *Evaluate the accuracy of the learned function*. After parameter adjustment and learning, the performance of the resulting function should be measured on a test set that is separate from the training set. Training data already trained.

The method proposed in this paper is illustrated in Figure 1, consisting of three phases:

- Data collection stage: Data collected from social media such as social networks, websites, entertainment portals, e-commerce websites, ect.

- Processing stage: There are two small steps: training data and learning by supervised learning algorithms

- Results saving stage: Save results and compare among four algorithms

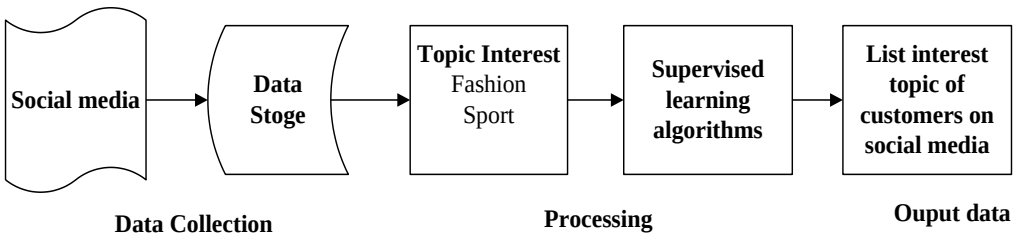


Figure 1: Flow chart of the proposed methodology.

In this paper, we used four algorithms in machine learning are CNN, MNB, W2V and K-NN which are supervised learning algorithms in employ and they are rated as the latest improved algorithms of machine learning in text-mining.

4. Experimental and discussion results

The objective of this experiment is to find out the most suitable classified for these datasets. The found classify will be used in the next experiments and susgest in real economic problems in the future.

4.1. Data samples

To experiment these algorithms, the paper collected the data sets of customers on Facebook.com and built a sample test set as follows:

The topic data set is identified that was built by listing the topics of 10 domestic websites and 5 foreign websites, after which the paper took out the list of 10 topics appearing the most in 15 newspaper pages to make labels for paper on social media;

A set of topic data samples to identify users' topic interest expressed through the paper, this sample set also has 2000 entries (status or comment on social media).

Besides, the paper also used two more standard datasets to identify the topics as the 20 Newsgroups dataset and to identify emotions as the SemEval-2017 dataset (M. H. Nguyen, 2018). The 20 Newsgroups corpus had 20 different topics, defined on the sample text. This lexicon is used extensively in common text classification problems. The SemEval-2017 dataset, collected from the Twitter social network, has four assigned emoticons and is the new set of emotions on social media.

Table 1: Parameter summary of sample data sets

Data sets	Total samples	Total sample test	Total label	Kind of label	Languages
20 Newsgroups	20000	2000	20	single	English
Semeval2017	6750	2000	4	single	English
Real of this paper	2000	2000	10	single	Vietnamese

4.2. Experimental scenario and output parameters

4.2.1 Experimental scenario

The paper carries out empirical scenario based on the labeling. For each experiment (corresponding to a set of data sets), the steps are similar to the One-vs-All method (A.M. Kibriya, 2004), (Alex Smola and S.V.N. Vishwanathan, 2008)) as follows:

This experiment is taken with the following scenario for each dataset:

1. For each text in the dataset, remove all stop-words.

2. Split the remaining character sequence into 1-gram.

3. Transform it into a vector of TF-IDF value

4. Using the k-folds crossed-validation: Split the dataset into ten sets (10-folds). Each time, a set is used for testing (called testing set), and the nine remain sets are used for training (called training set).

5. Train and test with following classifiers1:

5.1. Convolutional Neural Networks (CNN)

5.2. Multinomial Naive Bayes (MNB)

5.3. Word to Vector (W2V)

5.4. K-Nearest Neighbors (KNN or IBk)

6. Note the observed output parameters for each time of running.

7. Repeat the steps from 5 to 6 in ten times (10-folds) and take the mean values of each output parameters for all times of running.

4.2.2. Output parameters

We make use of these parameters based on the fusion matrix as follows:

Table 2: The fusion matrix

	Actual		
Predicted		**1**	**0**
	1	True positive (TP)	False positive (FP)
	0	False negative (FN)	True negative (TN)

The measures $Precision = \frac{TP}{TP + FN}$, $Recall = \frac{TP}{TP + FP}$, $F1 - score = \frac{2 * Precision * Recall}{Precision + Recall} * 100\%$ and $Accuracy = \frac{TP + TN}{TP + FP + FN + TN}$ are used to output parameters of expriments.

4.2.3. Results and discussion

For experiments, we used WEKA (Hall et al., 2009). WEKA is a popular machine learning tool that offers techniques for tokenization, stop words removal, attribution selection, feature weighting, selection of features in data, regression, classification, clustering and modeling algorithms.

The results of 20 Newsgroup with Accuracy and F1-score in the Table 3, in which shows that the MNB algorithm reaches the highest accuracy value in 20/20 labels, average results on all labels, MNB for the highest accuracy value, followed by CNN, W2V, and K-NN on Accuracy and F1-score.

Table 3: Results of 20 Newsgroup with Accuracy and F1-score

Label	**Accuracy**				**F1-scores**			
	CNN	**W2V**	**MNB**	**K-NN**	**CNN**	**W2V**	**MNB**	73.15
alt.atheism	80.89	77.14	95.45	61.48	84.22	83.03	96.09	67.35
comp.graphics	81.48	67.33	90.00	56.93	82.73	76.60	91.69	72.65
comp.os.ms-windows.misc	81.14	65.91	87.16	58.07	84.15	55.35	87.44	72.62
comp.sys.ibm.pc.hardware	78.62	71.25	87.73	65.45	79.10	79.99	90.16	71.84
comp.sys.mac.hardware	73.52	72.37	90.57	63.07	71.50	80.77	92.20	62.03
comp.windows.x	80.97	73.25	92.73	58.30	81.55	80.65	93.76	72.94
misc.forsale	83.36	76.25	91.14	61.14	83.26	83.12	92.59	71.63
rec.autos	79.28	75.91	93.86	59.66	82.49	78.30	94.78	70.20
rec.motorcycles	84.32	80.42	95.45	62.16	86.26	84.77	96.12	74.78
rec.sport.baseball	82.81	70.57	96.82	63.18	82.76	79.76	97.28	70.14
rec.sport.hockey	87.27	70.84	97.95	66.14	88.68	79.66	98.24	72.56
sci.crypt	84.66	65.11	94.43	61.59	86.38	76.57	95.30	65.59
sci.electronics	78.72	75.91	91.36	57.84	82.82	83.03	92.74	67.31
sci.med	82.27	63.64	93.30	61.82	84.49	75.68	94.34	70.97

sci.space	81.93	72.27	95.91	66.48	83.50	80.26	96.46	80.80
soc.religion.christian	85.80	62.00	98.07	72.95	88.18	74.95	98.33	77.73
talk.politics.guns	79.98	71.02	94.43	76.14	83.50	78.88	95.24	75.64
talk.politics.mideast	80.57	69.08	96.82	65.23	81.36	77.85	97.26	68.31
talk.politics.misc	75.64	72.16	87.61	69.66	78.96	80.25	90.12	68.83
talk.religion.misc	79.25	75.10	93.07	70.57	82.91	82.07	94.15	71.35
Average of labels	81.12	71.38	**93.19**	63.89	82.94	78.58	**94.21**	73.15

The results of Semeval2017 with Accuracy and F1-score in the Table 4, in which shows that the MNB algorithm reaches the highest accuracy value in 4/4 labels, average results on all labels, MNB for the highest accuracy value, followed by W2V, CNN and K-NN on Accuracy and F1-score.

Table 4: Results of Semeval2017 with Accuracy and F1-score

Labels	**Accuracy**				**F1-score**			
	CNN	**W2V**	**MNB**	**K-NN**	**CNN**	**T2V**	**MNB**	67.94
anger	64.04	66.18	78.67	53.47	59.69	69.58	79.71	69.56
fear	59.69	66.36	76.12	56.22	54.05	66.99	77.27	40.70
joy	65.18	72.81	78.47	60.41	55.39	75.74	79.45	68.59
sadness	62.08	65.65	78.67	55.61	61.54	71.56	80.26	61.70
Average of labels	62.75	67.75	**77.98**	56.43	57.66	70.97	**79.17**	67.94

The results of Sample Vietnamese with Accuracy and F1-score in the Table 5, in which shows that the MNB algorithm reaches the highest accuracy value in 10/10 labels, average results on all labels, MNB for the highest accuracy value, followed by W2V, CNN and K-NN on Accuracy and F1-score.

Table 5: Results of Sample Vietnamese with Accuracy and F1-score

Labels	**Accuracy**				**F1-score**			
	CNN	**W2V**	**MNB**	**K-NN**	**CNN**	**T2V**	**MNB**	**K-NN**
Chính trị	67.14	72.14	***77.14***	64.29	26.29	71.12	***75.08***	66.06
Đời sống - Xã hội	68.57	50.00	***76.43***	64.29	28.90	58.94	***68.58***	45.84
Giáo dục	68.57	55.48	72.86	46.43	60.63	60.98	***69.82***	63.37
Khoa học - Công nghệ	59.29	59.29	67.14	36.43	43.71	38.94	***54.30***	53.14
Kinh doanh	67.14	63.57	***75.71***	58.57	26.10	54.62	***56.29***	36.52
Thời sự	62.14	47.86	62.86	41.43	44.54	***47.32***	31.57	18.31
Văn hóa - Giải trí	67.86	65.71	***76.43***	36.43	56.16	61.14	58.12	63.86
Pháp luật	75.71	85.00	***85.71***	64.29	54.43	***79.49***	75.86	70.72
Thể thao	***85.71***	82.75	84.29	36.43	***71.66***	64.27	69.91	63.86
Sức khỏe	75.71	70.71	***85.71***	59.29	66.60	66.64	***78.41***	60.11
Average of labels	69.79	65.25	**76.43**	50.79	47.90	60.34	**63.79**	54.18

5. Conclusions and policy implications

5.1. Policy implications

Use of Machine Learning is one of those changes that will make people work differently and will make business environments different in future. Besides, it is another big difference between Data Science and Business Data Analytics, so the conversation flows nicely from the previous part.

In this article, text data from social media trends are analyzed for customer in the world. Collected text data from social media are modeled with two approaches: use-centric based and object-centric based. Text data from social media are used in modeling as textual information can often be noisy and coarse. Four algorithms in machine learning are CNN, MNB, W2V and K-NN which are supervised learning algorithms is trained in WEKA to check the effectiveness of our representation. Text data are analyzed to find popular customer topics, which are categorized. Obtained results indicate that the methodology can be used in the development of information filtering and prediction systems. The proposed methodology can also be used to find customer interests and apply in business problems such as page ranking, collaborative filter, automatic translation of documents, security applications, named entity recognition, speech recognition, problems of classify, etc.

The following steps are all going to be using machine learning in your business: First, understanding what the difference between Artificial Intelligence and Machine Learning. Machine Learning is a subset of Artificial Intelligence field, it is a predefined programming model which is trained by a huge number of data to make predictions. ML can help you to automate daily human processes and make a decision/judgment. Seconds, study your business processes and identify which processes can be ML-enabled. Third, data collection and feature extraction for machine learning, this are the keys to machine learning. The best practice is storing all data in a database for future better data analysis and management. Forth, find the best model, your firm have training data and then run different models and tests to find the best model based on the training data. Fifth, verify the accuracy of the model and then finally, measure the ROI, the last and most important step is to measure the ROI of whole Machine Learning implementation.

Machine learning algorithms were also integrated in data analysis tools such as R which is a programming language developed by Ross Ihaka and Robert Gentleman in 1993. R possesses an extensive catalog of statistical and graphical methods. It includes machine learning algorithm, linear regression, time series, statistical inference to name a few; Python which for data analysis and interactive computing and data visualization, Python will inevitably draw comparisons with other open source and commercial programming languages and tools in wide use, such as R, MATLAB, SAS, Stata, and others. In recent years, Python's improved support for libraries (such as pandas and scikit-learn) has made it a popular choice for data analysis tasks. Combined with Python's overall strength for general-purpose software engineering, it is an excellent option as a primary language for building data applications and so on.

5.2. Conclusion

This paper considered the problem of topic interest classify with the distinction of online customers. There are three datasets of text label with text content are built and introduced, one in Vietnamese, another in English. Based on results of experiment could see that the MNB algorithm in machine learning is the best result with text data in social media. The result of paper could be apply to customer data analysis problems, forecasting problems or application in the recommendation system. This are problems which is concerned in firms nowaday.

REFERENCES

1. A.M. Kibriya, E. Frank, B. Pfahringer and G. Holmes (2004), *Multinomial Naive Bayes for Text Categorization Revisited*, in: Proceedings of the 17th Australian Joint Conference on Advances in Artificial Intelligence, AI'04, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, pp. 488-499.
2. Ahmad Abdul-Rahim, et al., (2014), *"Determinants of Online Buying Behavior of Social Media Customers in Saudi Arabia: An Exploratory Study*," India, 2014.
3. Alex Smola and S.V.N. Vishwanathan, (2008), *"Introduction to Machine Learning",* Cambridge University Press The Edinburgh Building, Cambridge CB2 2RU, UK
4. Charles Steinfield, et al., (2017), "*Online Social Network Sites and the Concept of Social Capital,"* International Journal of Applied Sociology, vol. 7, no. 1, pp. 13-19, 2017.
5. E. Diaz-Aviles et al., (2013), *What is Happening Right Now That Interests Me?: Online Topic Discovery and Recommendation in Twitter*. In ACM CIKM.
6. G. Salton and M.J. McGill, (1986), *Introduction to Modern Information Retrieval*, McGraw-Hill, Inc., New York, NY, USA, 1986. ISBN 0070544840.
7. Guy Ido, et al., (2013), *"Mining Expertise and Interests from Social Media,"* in Proceedings of the 22Nd International Conference on World Wide Web , WWW '13 ,Rio de Janeiro, Brazil, 2013.
8. H. Kautz, B. Selman, and M. Shah, (1997), *Referral Web: combining social networks and collaborative filtering*. Communications of the ACM, 40(3):63-65, 1997.
9. J. Chen, R. Nairn, L. Nelson, M. Bernstein, and E. H. Chi, (2010), *Short and tweet: experiments on recommending content from information streams.* In ACM SIGCHI, 2010.
10. Kleiton M. Bishop (2006), *Pattern Recognition and Machine Learning*, Springer.
11. Kowsari, K., Meimandi, K. J., Heidarysafa, M., Mendu, S., Barnes, L. E. & Brown, D. E. (2019). *Text Classification Algorithms: A Survey*, ACM Journal.
12. L. Buitinck, J. van Amerongen, E. Tan and M. de Rijke (2015). *Multi-emotion detection in user-generated reviews.* Proc. 37th European Conference on Information Retrieval (ECIR). 2015
13. L. Hong, A. S. Doumith, and B. D. Davison, (2013), *Co-factorization Machines: Modeling User Interests and Predicting Individual Decisions in Twitte*r. In ACM WSDM, 2013.

14. Lee, D. D., and Seung, H. S., (2001), *Algorithms for nonnegative matrix factorization*. Advances Neural Information Processing Systems 13:556-562.
15. M. F. Schwartz and D. C. M. Wood, (1993), *Discovering shared interests using graph analysis*. Communications of the ACM, 36(8):78-89, 1993.
16. M. H. Nguyen, (2018), *On the Distinction of Subjectivity and Objectivity of Emotions in Texts*. International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA), 9(9), p.584-589, 2018.
17. M. Michelson and S. A. Macskassy, (2010), *Discovering customers' topics of interest on Twitter: a first look*. In ACM Workshop on Analytics for Noisy Unstructured Text Data, 2010.
18. R.G. Rossi, R.M. Marcacini and S.O. Rezende, (2013), *Benchmarking Text Collections for Classification and Clustering Tasks*, Technical Report, 395, Institute of Mathematics and Computer Sciences - University of Sao Paulo, 2013.
19. S. M. Mohammad and F. Bravo-Marquez (2017), *Emotion Intensities in Tweets*. In Proceedings of the sixth joint conference on lexical and computational semantics (*Sem), August 2017, Vancouver, Canada.
20. S.M. Mohammad and S. Kiritchenko, (2015), *Using Hashtags to Capture Fine Emotion Categories from Tweets*, Computational Intelligence 31(2) (2015), 301-326.
21. T. Mikolov, I. Sutskever, K. Chen, G. Corrado, and J. Dean, (2013), *Distributed representations of words and phrases and their compositionality*. In Proceedings of the 26th International Conference on Neural Information Processing Systems - Volume 2 (NIPS'13), Vol. 2. Curran Associates Inc., USA, 3111-3119.
22. Mikolov, T.; Chen, K.; Corrado, G.; Dean, J. (2013), *Efficient estimation of word representations in vector space*. arXiv 2013, arXiv:1301-3781.
23. Tang Jiliang, et al.,(2013) *"Mining Social Media with Social Theories: A Survey,"* SIGKDD Explor. Newsl., vol. 15, no. 2, pp. 20-29, 2013.
24. Xiang, L.; Yuan, Q.; Zhao, S.; Chen, L.; Zhang, X.; Yang, Q.; and Sun, J. (2010), *Temporal recommendation on graphs via long- and short-term preference fusion*. In Proc. 16th ACM SIGKDD Conference on Knowledge Discovery and Data Mining (KDD 2010).
25. Y. Kim (2014), *Convolutional Neural Networks for Sentence Classification*, Proceedings of the 2014 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP-2014), Doha, Qatar 2014, pp.1746-1751.
26. Z. e. a. Abbassi, (2015), *"Optimizing Display Advertising in Online Social Networks*," in Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web, WWW '15, Florence, Italy, 2015.
27. https://data.world/crowdflower/sentiment-analysis-in-text

SOME SOLUTIONS TO DEVELOP COASTAL ECONOMIC ZONES IN VIET NAM NOWADAY

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KHU KINH TẾ VEN BIỂN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

Ma Duc Han, MA

Ph.D student, Political Academy

Abstract

Coastal economic zones belong to the group of open general economic zones in the coastal areas and their surrounding neighbourhoods. They are founded and developed under Vietnam's legal conditions, procedures and regulations. Our Party and State advocate building the coastal economic zones and consider these as a new type of development model in order to foster socio-economic development of localities, particularly poor coastal ones and provide the basis for mobilizing and attracting investments, seeking and applying new economic policies to integrating into the world economy as well as combining economic development with defence and security consolidation. In this article, the author present some solutions to develop coastal economic zones in Vietnam in the near future.

Keywords: *Coastal, coastal economic zone, Viet Nam*

Tóm tắt

Khu kinh tế ven biển thuộc nhóm các khu kinh tế tổng hợp mở ở khu vực ven biển và các khu vực lân cận. Chúng được thành lập và phát triển theo các điều kiện, thủ tục và quy định pháp lý của Việt Nam. Đảng và Nhà nước ta ủng hộ xây dựng các khu kinh tế ven biển và coi đây là một mô hình phát triển mới nhằm thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội của các địa phương, đặc biệt là các vùng ven biển nghèo và tạo cơ sở để huy động và thu hút đầu tư, tìm kiếm và áp dụng chính sách kinh tế mới để hội nhập vào nền kinh tế thế giới cũng như kết hợp phát triển kinh tế với củng cố quốc phòng và an ninh. Trong bài viết này, tác giả trình bày một số giải pháp phát triển khu kinh tế ven biển ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: *Vùng ven biển, khu kinh tế ven biển, Việt Nam*

I. Introduction

Over the past 10 years of implementing the Government's Decree 29/2008/NĐ-CP, dated March 14th 2008, on industrial, export processing, and economic zones and especially the Prime Minister's Decision 1353/QĐ-TTg, dated September 23rd 2008 on approving the Project entitled "development of Vietnam's coastal economic zones towards 2020", up to now, the country has established 18 coastal economic zones and initially achieved significant results, making contributions to its economic development. However, in the process, there have been weaknesses. Typically, the planning work has yet to be

comprehensive; investments have yet to be focalized, proper, or feasible; technical-economic facilities have yet to be synchronous or meet the practical requirements; the effectiveness of coastal economic zones in some area have been low.

To develop the coastal economic zones, improve their effectiveness, and meet the requirements of economic development and international integration, our Party and State have issued various resolutions and directives. Typical examples include: the Government's Decree 82/2018/NĐ-CP, dated May 22nd 2018 on the management of industrial and economic zones and the 12th Party Central Committee's Resolution 36/NQ-TW, dated October 22nd 2018 on "the Strategy for the sustainable development of Vietnam's marine economy towards 2030, with a vision towards 2045". In those documents, our Party and State focus on building and multiplying coastal economic zones in line with the formation and development of strong coastal economic centres, ensuring that those coastal economic zones must play a key role in developing and connecting the regions. By 2020, the coastal economic zones shall contribute 15%-20% to the country's GDP and create non-agricultural employments for about 1.3-1.5 million people. By 2030, the GDP of 28 coastal provinces and cities will account for 65%-70% of the country's GDP.

In this article, the author conducts an assessment of the current state of development of coastal economic zones in Vietnam. On that basis, the author proposes a number of solutions to promote the development of coastal economic zones in Vietnam. In order to carry out the aforementioned research purpose, the paper focuses on analyzing the achievements and pointing out the existing shortcomings in the planning and development of coastal economic zones in Vietnam.

II. Litterature Review

Coastal economic zone means an economic zone formed in a coastal area and adjacent areas of a coastal area. Economic zone means an area with a defined geographical boundary, comprising many functional areas, which was established to fulfill the objectives of attracting investment, socio-economic development and protecting national defense and security.

In terms of policies, conditions for establishing a coastal economic zone are presented as follows:

There must be a coast and a port.

There must be wide ground.

Must be an underdeveloped place to enjoy preferential policies in attracting investment.

Coastal economic zones are a type of general open economic zone, covering many different fields, essentially the first phase of the form of special economic zone (economic zone) commonly found in the world. These open economic zones are applied special policies to encourage investment, expand business freedom and open administration in the "one-door" direction in investment activities. This is also a place to pilot new economic mechanisms and policies to draw experience and apply them generally. These economic

zones do not have hard fences but have clear boundaries to apply management policies in certain territorial space. Particularly for bonded areas, free ports, industrial parks (IZs), export processing zones (EPZs) in open economic zones, there are fences separating from the rest for goods management. Compared to the IP, the operation of the open economic zone is more diverse, not only in industry but also in other economic sectors (trade, services, finance, banking, securities, tourism, industry, fisheries, culture, sports,...) but also inhabits the population. This is a "zone" model. In the open economic zone, there is a non-tariff area to allow investment liberalization and the highest preferential mechanism according to the current law. Investors are allowed to invest in all areas of production, export processing, trade, import and export, bonded, financial services, banking, insurance, post and telecommunications,... Operating in a non-tariff area is a foreign activity, incurring no taxes, no time limit for warehousing; Like in free ports, foreign ships are allowed to directly enter the ports of the non-tariff area and receive and do not have to go through immigration procedures.

III. Research Methodology

The paper uses analytical and general method which is the main research method to analyze the current situation of the development of coastal economic zones in Vietnam, especially the three coastal economic zones of Chu Lai, Dung Quat and Phu. Quoc - Nam An Thoi. The author's data source used in this article is taken from data provided by the General Statistics Office, Ministry of Planning and Investment, Ministry of Finance, Ministry of Natural Resources and Environment.

From the development of coastal economic zones, the article draws some lessons learned: it is necessary to build economic zones at favorable locations, located on the main transport axes, including the sea. , road and air; It is necessary to conduct careful surveys and surveys before development, to build a close association of coastal economic zones with surrounding areas; Local authorities (Management Board of Economic Zones) need more independence and autonomy to promote their initiatives and experiments; It is necessary to concentrate resources on the definitive construction of economic zones which have been carefully surveyed and surveyed and suitable to the general planning. It is necessary to have an overall and long-term vision, to avoid being dominated by group interests, local interests of the locality and the industry.

IV. Results finding

4.1. Situation of developing some coastal economic zones in Vietnam

4.1.1. Chu Lai open economic zone

Chu Lai open economic zone is located in Nui Thanh district, Quang Nam province with a total area of about 32,400 hectares established under the Prime Minister's Decision No. 108/2003/QD-TTg of June 5, 2003 to become a important lever of the Central key economic region.

Chu Lai open economic zone has a favorable geographical position to develop and attract investment. The economic zone has favorable transportation conditions to connect

other localities of Vietnam and the world through National Highway 1A, Trans-Vietnam railway, sea route through Ky Ha port, and air route via Chu International Airport. Lai. The airport has been approved by the Government to open the sky with three main functions of international cargo transshipment, passenger transportation, and heavy aircraft maintenance and repair. Chu Lai open economic zone is an integrated economic zone, including a sub-tariff area and a non-tariff area. The non-tariff sub-zone (or free port zone) associated with Ky Ha port includes activities of producing exports and goods serving on the spot (including processing, manufacturing), trade in goods[31], trade in services[32], trade promotion[33], and other commercial activities following the 3-in-1 model: airports - free trade zones - seaports. The tariff area has industrial parks, export processing zones, special entertainment areas, service areas, residential areas and administrative areas.

The development of Chu Lai open economic zone is a priority to attract light industries in combination with tourism and high-class urban tourism. the economic zone has 5 concentrated industrial parks with a total area of 3,000 ha, located next to National Highway 1A and the trans-Vietnam railway which is very convenient for traffic; With more than 30 km of coastline with white sand and golden sunshine, it is an ideal environment for building high-class tourist and entertainment areas. Especially, the economic zone can exploit tourism potential because it is located in Quang Nam province, where there are 2 world cultural heritages: Hoi An ancient town and My Son ancient temple area.

Since the construction and development of Chu Lai open economic zone, Nui Thanh district has made great strides in all areas. Infrastructure, such as electricity, roads, urban areas and industrial complexes, which have been invested and built more and more synchronously, have had certain spillover effects to the surrounding areas.The economic structure of Nui Thanh district in 2003 when there was no economic zone was in the direction of "agriculture - industry - service", in 2011, it was shifted to the structure of "industry - agriculture - service"[34]; the average industrial production value of the district in the 2005-2010 period increased by 37.66% / year. (1)

Enterprises in the economic zone have brought a sharp increase in the district budget revenue and Nui Thanh becomes the district with the highest budget revenue in Quang Nam province. If in 2001 the budget revenue in the locality was less than VND 50 billion, by 2011 the total budget revenue would reach VND 1,500 billion, an increase of 30 times. From a district that has to rely on provincial subsidies, Nui Thanh now contributes significantly to the provincial budget. Building and developing an open economic zone has contributed to job creation and labor restructuring in Nui Thanh district. On average, the

[31] Including export, import, border-gate transfer, temporary import for re-export, distribution and retail supermarkets

[32] Including services such as sorting, packing, transporting and forwarding goods in transit, preserving, post and telecommunications warehouses, telecommunications, finance, banking, transportation, insurance, entertainment and entertainment warehouses, restaurant,...

[33] Including various types of promotion such as product introduction, trade fairs, branches, representative offices of domestic and foreign companies, including financial institutions, banks,...

[34] In which industry accounts for 61.9%, agriculture
enterprises account for 21.4% and services: 16.7%.

district creates jobs for about 5,000 workers. In 2012, the proportion of district employees working in industry, construction and services accounted for over 40%, the percentage of laborers working in agriculture - forestry - fishery sectors decreased to less than 60%.

By the end of February 2011, Chu Lai economic zone had a total of 65 projects licensed for investment with a total registered capital of more than US $ 1.5 billion, of which 38 projects were operating and recruiting 11,000 employees. some of which are more than 90% local labor; The total investment capital is about USD 600 million. Chu Lai open economic zone has attracted well-known manufacturers such as Chu Lai - Truong Hai automobile (Thaco) which is now one of the largest automobile manufacturers and assemblers in Vietnam. (4)

However, despite these achievements, up to now, the construction and development of this economic zone is still limited. The progress of finishing the economic zone is rather slow and currently the infrastructure system has not met the development requirements. The support policies and compensation prices are slow to change, the compensation unit price in a long time is much lower than the market price so it has slowed down the clearance progress and caused annoyance among people in the region. relieve. The planning of construction of resettlement areas in the economic zone has not met the requirements of the people as the new urban area is located quite far from the production area.

Vocational training, job creation, and life stabilization for people after clearance have not been well implemented. For example, businesses only employ skilled young workers, so the number of unskilled workers and elderly people in areas of displaced areas are underemployed. The planning and land use planning of the economic zone only focuses on major and key project works, but has not focused on projects that bring benefits closely to the locality. (5)

4.1.2. Dung Quat economic zone

Dung Quat economic zone, formerly known as an industrial park, has been transformed into an open economic zone under the Prime Minister's Decision No. 50/2005 /QD-TTg of March 11, 2005. Dung Quat economic zone has a favorable geographical position, located in the east of Binh Son district, Quang Ngai province, in the central coastal region of Vietnam, about 860 km from Hanoi and Ho Chi Minh City. It is adjacent to National Highway 1A, the Trans-Vietnam railway and is the beginning of one of the trans-Asia routes connecting Laos, Cambodia and Thailand. In addition, this economic zone is adjacent to Chu Lai airport; Dung Quat deep-water port; there are auxiliary towns with infrastructure - full utilities and high quality services. Therefore, Dung Quat economic zone has comparative advantages to become an attractive business location for domestic and foreign investors.

Dung Quat is an open, integrated and diversified economic zone, including: (i) Heavy industry development including refining - petrochemical industry, steel refining, shipbuilding, manufacturing industry. cement production, mechanical engineering, heavy equipment, automobile assembly and production, etc. (ii) Development of light industry,

mainly in electronics-electronics, high-tech materials, textiles , leather shoes, consumer goods processing, export goods,... (iii) Developing industrial services; financial and banking services; insurrance; educations; housing, entertainment - tourism...

As of August 2012, Dung Quat Economic Zone has granted investment certificates to 114 projects with a total registered capital of VND 136,000 billion; including 101 domestic projects with a total registered capital of 76,725 billion VND, 13 foreign projects with a total registered capital of 3 billion 746.56 million USD. Among investment projects, there are 67 active projects; The total value of implemented capital is about 60%. Including a number of big and important projects such as Dung Quat oil refinery, Doosan Vina heavy industry factory, PP plastic factory, shipyard, BioEthanol factory, Dung Quat cement plant and the system. ports, along with many hotel and restaurant service systems,... Of the 67 projects currently operating in Dung Quat Economic Zone, 47 projects perform quite well compared to other projects. in other economic zones, especially refining - petrochemical projects, Doosan heavy industries, port operations; creating jobs for 13,800 workers. Currently, Dung Quat Economic Zone has completed the first stage of development as planned (by 2010), with the Dung Quat oil refinery and Polypropylene petrochemical refinery officially put into operation in 2009 and 2010, creating momentum for new development. According to the development plan, in phase II (2010-2015 Dung Quat economic zone will expand the area from 10,300 hectares to 46,000 hectares, to build Dung Quat following the model of special economic zone or industrial city; the refinery capacity will increase to 10 million tons / year and develop the corresponding petrochemical complex; complete two steel refining plants with a capacity of 10 million tons / year, and complete other heavy industrial plants (heat electricity, shipbuilding, manufacturing heavy equipment,...), developing phase II seaports for oil tankers and cargo ships of up to 50,000 DWT; gradually developing hi-tech projects,... Van Tuong urban area on an area of about 500 ha By 2015, it is expected that Dung Quat economic zone will attract over 20 billion USD[35]. (2)

Although Dung Quat Economic Zone is considered as the most successful economic zone in the country, the development speed of this economic zone has been slowed down. Many investment projects with large amounts of capital have been abandoned[36]. The petrochemical plants and refineries did not work as expected, and sometimes even suffered losses. Land planning and job creation for people in cleared areas also face many difficulties. Currently, there are more than 13,000 employees in the project area, but there are nearly 4,700 unemployed or unstable jobs; more than 3,000 ha of land of 5,572 households (more than 20,000 people) have been acquired, but only 17 resettlement areas and residential clusters have been built to relocate and arrange for 1,617 households (5,523 people). Because people have to relocate, the natural ecological environment is

[35] Including $ 4 billion to expand the refinery capacity to 10 million tons /year; US$ 2 billion for the construction of large-scale petrochemical plants; 500 million USD for projects to build post-petrochemical and chemical plants; 750 million USD for shipbuilding industry complex; 95 million USD for cement plants; 8 billion USD for two steel rolling mills; $1 billion for other heavy industry plants and about $ 3 billion for other projects.

[36] At least 15 major projects are abandoned in Dung Quat

changed, lack of productive land leads to unemployment, lack of jobs, and upsetting the lives of local people.

4.1.3. Phu Quoc - Nam An Thoi economic zone

Phu Quoc - Nam An Thoi economic zone was established under the Prime Minister's Decision No. 38/2006 / QD-TTg of February 14, 2006. This economic zone covers an area of 56,100 ha, covering Phu Quoc island and Nam An Thoi island cluster in Phu Quoc district, Kien Giang province. On the southwestern sea of Vietnam, Phu Quoc island plays a particularly important role in the strategy of developing marine economy, facilitating the development of Vietnam's southernmost maritime economy. The island has abundant natural conditions, favorable for eco-tourism development and can become a hub for air and sea routes and aims to build an international city. According to the Vietnam coastal and coastal socio-economic development master plan under the Gulf of Thailand by 2020, this economic zone will become a comprehensive marine economic center of the country and will be (5) In this economic zone, there are non-tariff areas and other functional areas such as tourism, service, port and port logistics services, industrial parks, urban areas, residential areas, administrative areas and other functional areas. Non-tariff area associated with An Thoi port and Phu Quoc airport. The operation of the non-tariff area includes the main types of production and business such as: (1) Manufacturing, processing, recycling, assembling exports, imports and goods serving on the spot; (2) Trade in goods[37]; (3) Trade in services[38]; (4) Trade promotion[39] and other trade activities.

All projects investing in Phu Quoc - Nam An Thai economic zone will enjoy preferences for areas with exceptionally difficult socio-economic conditions. The tourism business investment projects here are those invested in national tourist areas in the sectors and fields where investment is encouraged. The Government pledged to appropriately invest capital from the budget and concessional credit, support the hiring of foreign consultants to formulate detailed planning of functional areas and develop technical infrastructure system - important social and service facilities and public facilities are necessary to ensure the operation and development of Phu Quoc - Nam An Thoi economic zone. The Government also supported investment in the development of infrastructure systems, such as building a main road across the island from An Thoi - Duong Dong - Bai Thom; roads around the island and feeder routes to tourist destinations and residential areas; to build tourist ports in Dat Do bay, Duong Dong and Bai Vong ports; cargo ports of An Thoi, Vinh Dam and some other passenger ports of appropriate sizes in service of transportation to and from tourists; building Phu Quoc international airport; diesel power plants, developing wind and solar power, building underground cables to bring electricity to the island and a uniform grid system throughout the island; construction of other technical infrastructure such as water supply and drainage, post and telecommunications...

[37] Including export, import, border-gate transfer, temporary import for re-export, distribution, shops and retail supermarkets, duty-free shops and supermarkets.
[38] Including classification, packaging, freight forwarding, storage, warehousing, bonded warehouse, finance, banking, transport, insurance, entertainment, entertainment, restaurants
[39] Such as trade fairs, product showcase stores, branches and representative offices of domestic and foreign companies and financial institutions - banks

Since the issuance of Decision No. 38/2006 / QD-TTg, up to now, Phu Quoc island has been invested and developed strongly. The image of the island has been upgraded, creating favorable conditions to exploit the potential and strengths of tourism and become an attractive tourist destination, attracting domestic and foreign tourists. Phu Quoc economy grew highly, on average 22% / year; GDP per capita in 2012 reached 50 million VND; tourist arrivals average more than 13% per year, reaching 362,281 arrivals in 2012[40]. On the island, there are many tourist resorts and modern hotels. In 2012, the island put Phu Quoc international airport into operation. Currently, Phu Quoc is also in the process of completing the route around the island. By April 2012, Phu Quoc island district had 87 registered investment projects, with a total capital of more than VND 59,000 billion, most of which were tourism, residential and urban development projects.

Phu Quoc island district strives to achieve average economic growth of 26% / year by 2020; The economic structure consists of trade-service (50%), agriculture-forestry-fishery (27%) and industry-construction (23%). Every year, mobilizing social investment capital of over VND 5,000 billion, attracting 2 million tourists; The rate of poor households reduces to less than 2%. Phu Quoc will basically meet the criteria as "High-quality eco-tourism center".

However, Phu Quoc's economy has not yet developed commensurate with the potential and advantages of this island. The mechanisms and policies to encourage investment, support programs and projects of the State have not brought into play the synchronous effectiveness. Investment in building the transport system, electricity, water has not met the development needs.

Tourism business efficiency is still low, service-tourism quality is not high, tourists staying, especially international visitors are very few. Monotonous tourism products, uneven quality, low competitiveness,... The implementation of investment projects in Phu Quoc island district also has many shortcomings, affecting the socio-economic development strategy. local assembly. According to a report of the Government Inspectorate, by the end of 2010, Phu Quoc has approved 229 investment projects, with a total land area of 10,756.11 hectares. In particular, local authorities have issued investment certificates for 56 projects, with a land area of 2,329.44 ha; 181 projects have not yet been granted investment certificates due to detailed planning and planning review. However, up to April 2012, of the 9 projects licensed for investment, only 9 projects were put into operation[41], the remaining projects are still "suspended".

The granting of investment and land is not according to the planned schedule and has spread greatly affecting the life and production of people. According to the land use plan to 2020 in Phu Quoc district, the land fund for tourist areas is 1,800 ha and by 2030 is 3,861 ha, but by 2012 local authorities have granted investment licenses for tourism projects. The calendar has a total area of nearly 7,000 hectares, far exceeding the planning

[40] Compared to the 2004 timeline when the "Kien Giang Island Master Plan to 2010 and Vision to 2020" of Kien Giang Province was issued, the mobilization of social investment capital in 2012 increased by 11 times. Compared to 2004, the rate of poor households decreased from 14% in 2004 to 2.24% in 2011

[41] There is a total investment of only VND 713 billion

target, including many projects that coincide with the location, not suitable to the plan. Out of 137 investment projects that have been inspected, 97 projects are proposed to be stopped, of which 63 projects need to be revoked because of wrong planning, overlapping locations, delayed implementation, or investors. self return project; 20 projects need to be reviewed due to inappropriate land use (forest) purposes as planned or behind schedule[42]. In addition, the Government Inspectorate also said that the management of protection forests of Phu Quoc District People's Committee is very loose. Phu Quoc's protection forest area in 2005 was 11,653 ha, according to the plan by 2010 to reduce to about 7,813 ha, but by the end of 2010 the actual area of protection forest was only about 4,254 ha.

4.2. Some solutions to develop coastal economic zones in Viet Nam in the near future

Firstly, it is necessary to review and accurately assess the advantages, potentials and difficulties of coastal economic zones. On that basis, implementing the plan with long-term vision, overall, synchronized, with a specific implementation roadmap in each stage of development. Clearly identify the roadmap for mobilizing resources for implementing the plan. Each coastal economic zone must create demand for the whole region and the whole development region, opening up the demand for domestic and foreign investors to invest. In this way, the State's investment in new coastal economic zones is not wasteful, not spreading and promoting investment efficiency. To build a network of road, waterway, sea, rail, railway and road infrastructure infrastructure, connecting to national and international transportation networks. Investors must see coastal economic zones as a "gateway" for goods and services, not only of Vietnam, but also of ASEAN and the world, with strengths in connecting economy and trade. trade and investment with the region and the world. Accordingly, the development of Dinh Vu - Cat Hai coastal economic zone (Hai Phong) necessarily creates development needs for the Northern Delta region; at the same time, creating development demand for countries in Southeast Asia, Northeast Asia in the production and circulation of goods, developing marine economic sectors. Coastal economic zones in the Central region must create development demand for all localities in the Central region and Central Highlands in terms of goods trade and marine economic development... Phu Quoc economic zone and cluster Nam An Thoi island (Kien Giang) must create the development demand for the southern delta region, the countries in the region on cooperation, development, trade in goods and development of marine economy.

Secondly, It is necessary to clearly define the strengths of each coastal economic zone, avoiding concentrated investment, avoiding scattered development investment and many fields. Select qualified investors who can participate in the development strategy and orientation. (3)

Thirdly, Creating a connection of coastal economic zones, forming a driving force for coastal development, in which, there is a strict division in development of branches and domains among economic zones. To study the formation and development of new economic zone models associated with specific policies and mechanisms towards openness, creating a development breakthrough for coastal economic zones. Focusing on

[42] Among these, there are 59 tourism projects, including 37 eco-tourism projects.

developing motive projects has now attracted investment projects and essential technical infrastructure in coastal economic zones as a premise for the formation of industrial development areas. strategy in economic zones and continue to attract investors. In parallel with perfecting the infrastructure system, it is necessary to develop a national investment promotion program for coastal economic zones, in the immediate future it is possible to build a general website to promote investment needs. and investment promotion mechanism. Promote consolidation, improve the capacity of the contingent of managers of coastal economic zones to meet development requirements.

V. Recommendations

By studying the development status of Vietnam's coastal economic zone, especially the three coastal economic zones of Chu Lai, Dung Quat and Phu Quoc - Nam An Thoi, the author gives some recommendations as follows:

Firstly, economic zones need to be built in favorable locations, located on major transportation axes, including sea, road and air. With the "integrated" nature, coastal economic zones should have favorable geographical conditions to become modern cities in the near future. However, compared to the remaining two open economic zones, only Phu Quoc has a lot of development potential to become urban in the nearest future. From the perspective of coastal economic zones, it can be seen that the development prospects of Vietnam's border economic zones are not very bright because most of these economic zones do not have a position. Favorable geography, not to mention built in more backward areas than the whole country.

Secondly, all three economic zones were established quickly but developed very slowly and recently showed signs of slowdown. Investment projects in here are not as many as expected, many projects are still in the state of "hanging" to ever. This is a common feature in the massive and inefficient development process of economic zones throughout the country. Even Chu Lai economic zone is the earliest established economic zone in the country (since 2003), but investment projects that have been implemented so far are still delayed. Moreover, the economic linkage between economic zones and the surrounding areas is limited. Separating Chu Lai from Dung Quat alone shows that invisible barriers to administrative division create economic spatial separation, which is worth drawing experience.

VI. Conclusions

EZs should be built in favorable locations, located on the main transportation axes, including sea, road and air. With the "aggregate" nature, coastal economic zones should have favorable geographical conditions to become modern cities in the near future. However, compared to the remaining two open EZs, only Phu Quoc has a lot of potential to become urban in the nearest future. From the perspective of coastal economic zones, it can be seen that the development prospects of Vietnam's border gate economies are not very bright because most of these economic zones do not have a favorable geographical position. The narrative is built in more backward regions than the whole country. all three EZs were established quickly but developed very slowly and recently showed signs of

slowdown. Investment projects here are not as many as expected, many projects are still in the state of "hanging" as ever. This is a common feature in the massive and inefficient development process of EZs in the country. Even the Chu Lai EZ is the earliest established EZ in the country (since 2003), but the investment projects implemented so far have been delayed. Moreover, the economic links between EZs and surrounding areas are limited. Separating Chu Lai from Dung Quat alone shows that invisible barriers to administrative division create economic spatial separation, which is worth drawing experience.

REFERENCES

1. Chu Lai Open Economic Zone Authority (2012), Report on investment and development situation of Chu Lai Open Economic Zone, Quang Nam.
2. Dung Quat Open Economic Zone Authority (2013), Report on investment and development situation of Dung Quat Open Economic Zone, Quang Ngai.
3. Ministry of Planning and Investment (2012), Proceedings of the Conference summarizing 20 years of construction and development of industrial parks, export processing zones and economic zones in Vietnam. Hanoi.
4. Ha Minh (2009), "Chu Lai open economic zone: Is it really open?", "Saigon liberated" newspaper on February 19, 2009.
5. Journal of Communist and Quang Nam Provincial Party Committee (2009), Chu Lai Open Economic Zone - Practices of construction, development and issues raised, Proceedings of Scientific Conference.

CULTURAL DIMENSIONS AND CULTURAL DIVERSITY IN INTERNATIONAL PROJECT TEAMS: KEY SUCCESS FACTORS IN THE ERA OF INTEGRATION AND GLOBALISATION

CÁC KHÍA CẠNH VĂN HÓA VÀ SỰ ĐA DẠNG VĂN HÓA TRONG CÁC NHÓM DỰ ÁN QUỐC TẾ: CHÌA KHÓA THÀNH CÔNG TRONG KỶ NGUYÊN HỘI NHẬP VÀ TOÀN CẦU HÓA

Pham Trung Tien, PhD

Thuongmai University

Abstract

In the era of integration and globalisation, with the growing trend in number of international (multicultural) project teams, it is proved that business success is based on the effectiveness in management of diversity. Based on the Hofstede's model of cultural dimensions, this paper summarises literature about the charateristics of multicultural project teams. Therefore, the study discusses advatages and disadvatages of cultural diversity and stresses the effects of cultural diversity on multicultural project team activities Throught these discussions, the paper contributes to knowledge about cultural diversity and international project teams. Consequently, this paper highlights major recommendations to the team leaders or project managers to improve the management effectiveness of cultural diversity in international project teams.

Keywords: *cultural dimensions, cultural diversity, project teams*

Tóm tắt

Trong kỷ nguyên của hội nhập kinh tế và toàn cầu hóa, số lượng các nhóm dự án quốc tế (hay còn gọi là các nhóm dự án đa văn hóa) đang ngày càng gia tăng nhanh chóng. Thành công của các hoạt động quản trị và kinh doanh, nhất là các hoạt động kinh doanh quốc tế đang phụ thuộc lớn vào hiệu quả của việc quản trị tính đa dạng văn hóa của các nhóm dự án. Xuất phát từ mô hình của Hofstede về các khía cạnh của văn hóa các quốc gia, bài viết tập hợp và phân tích các nghiên cứu về các nhóm dự án đa văn hóa. Các ưu điểm và hạn chế của yếu tố đa dạng văn hóa đối với nhóm dự án được phân tích và bình luận. Qua các phân tích đó, bài viết đóng góp vào các kiến thức về đa dạng văn hóa và quản trị dự án quốc tế. Hơn nữa, bài viết đề xuất một số giải pháp căn bản cho các lãnh đạo nhóm, các nhà quản trị dự án nhằm quản trị có hiệu quả các yếu tố đa dạng văn hóa trong các nhóm dự án quốc tế.

Từ khóa: *các khía cạnh văn hóa, đa dạng văn hóa, nhóm dự án*

Introduction

It is widely accepted that projects are implemented by team's activities. Therefore, the achievement and performance of a project depend on how the project manager and the team leader manage their project team. Can they create and foster the cooperative and mutual understanding environment among the team members. Team working is not individuals work separately in a team but all the members have to work collaboratively to reach common goals.

Project teams, in which individuals from previously loosely coupled areas in an organization are brought together to perform complex or specialized tasks of a multidisciplinary nature, represent an important type of group in organizations (Cohen and Bailey, 1997). A project team is built and developed for one main purpose: complete the assigned task by a certain date or dates, and then disband. Unlike a permanent group, it has a definite life span. The imposition of this time frame and assured impermanence are key factors driving the differences in the ways temporary group members perceive their working relationships with the group (Bryman *et al*., 1987).

In order to identify the key factor that lead to high levels of team performance, Ammeter and Dukerich (2002) conducted a survey with interviews to team members from 151 project teams in the engineering and construction industry. The survey focused on project team leader behaviors, use of team building, and team member characteristics as predictors of project cost and schedule performance. Leader behaviors were found to be significant predictors of project cost performance, and neither team building nor team member characteristics were considered to be significant predictors of performance.

Heimer (1994) argues that international project teams (also known as multicultural project teams) are where most of the boundary spanning works in international enterprise goes on, therefore they are crucial factor in organizational success and a positive catalyst for individual's success. The ability to build, to manage and to work with international project teams is seen as a key developer of a broader international outlook. International project teams contribute to sharing information, knowledge and resources across boundaries, creating and fostering corporate culture and values. They also are convincing examples of best practice.

A multicultural project team is defined as a team that "made up of members with differing cultural, ethnic, and corporate backgrounds" (Miller et al, 2000, p18). In the economic integration and globalization context, there is increasing trend in number of multicultural project team. Many organizations are convinced that they can improve their flexibility and responsiveness in increasing competitive environments through deployment of multicultural project teams (Iles and Hayers, 1997). For example, Xerox Corporation formed a project to develop a "world copier" with the participation of Japanese and US engineers and Eastman Kodak implement a project to promote the photo CD simultaneously in European countries (Iles and Hayers, 1997).

This paper discusses the cultural issues that the project manager or the team leader have to concern among a multicultural project team through four main points: defining diversity as an important characteristic of multicultural project teams; reviewing cultural dimensions and cultural diversity; identifying the advantages and disadvantages of cultural diversity in project teams and discussing some key points that the project manager have to concern in managing diversity in multicultural project teams.

Diversity - characteristic of multicultural project teams

Diversity is one important characteristic that remarkably contributes to the effectiveness of a project team. Diversity is known as the term refers to the different

experiences, ages, gender, expertise, personality, culture, background of the project team (Iles and Hayers, 1997). Recent field research reveals that diversity can build more powerful solutions. It helps the organizations to respond more effectively to their widely diverse markets and thereby gain competitive advantages. Parker (1996) introduces an understanding and appreciation of the differences as fundamental factor to the effective team. Similarly, Losoncy (1997) argues that team success partially because of inherent respect for the individual asset that each team member brings in the form of his or her individual, unique skills. Natale *et al* (1998) conducted an interview with this question "what is the surest sign that leadership understands the concept of individuality and strength in difference". The result was 187 out of 200 answered a firm belief in the power of diversity. Although there are variety kinds of diversity, this paper only focuses on the cultural diversity in multicultural project teams.

Cultural dimensions and cultural diversity - Hofstede's framework

From 1967 to 1973, Hofstede (1983) conducted research with 116,000 questionnaires from more than 72,000 employees working in 66 different national subsidiaries of IBM Corporation (named Hermes in the research). There were four dimensions of culture identified and named: power distance, uncertainty avoidance, individualism versus collectivism, and masculinity versus femininity (Hofstede, 1983). In 1991, based on a study of student's values in 23 countries, the fifth dimension, long-term versus short-term orientation or the Confucian dynamic was added (Hofstede, 1991). Nearly twenty year later, in 2010, the final dimension, indulgence versus restraint was added in the third edition of the author's well-known book, Software of the Mind (Hofstede et al., 2010).

Hofstede et al. (2010, p 61) defined power distance (PDI) as "the extent to which the less powerful members of institutions and organizations within a country expect and accept that power is distributed unequally". In addition, this dimension was explained with the perceptions of behaviour of both supervisors and their subordinates, mostly in organisational decision-making processes (Hofstede, 1983). Power distance scores indicate the dependence relationship in a country. In low power distance score countries, subordinates are limited dependent and have small emotional distance with their bosses. In contrast, for high power distance score cultures, there is considerable dependence of subordinates on bosses and also, there is extensive emotional distance between subordinates and their bosses (Hofstede et al., 2010).

Uncertainty avoidance (UAI) was defined as "the extent to which the members of a culture feel threatened by ambiguous or unknown situations" (Hofstede et al., 2010, p.191). The feeling of uncertainty creates anxiety and is manifested in a need for predictability: a need for written and unwritten rules (Hofstede et al., 2010).

The individualism versus collectivism dimension (IDV) was defined with two opposite poles. Individualism "pertains to societies in which the ties between individuals are loose: everyone is expected to look after him- or herself and his or her immediate family" (Hofstede et al., 2010, p.92). In contrast, collectivism "pertains to societies in

which people from birth onward are integrated into strong, cohesive in-groups, which throughout people's lifetime continue to protect them in exchange for unquestioning loyalty" (Hofstede et al., 2010, p.92).

The fourth dimension, masculinity versus femininity (MAS) represented the differences between gender roles among both traditional and modern societies (Hofstede et al., 2010). Therefore, a masculine society was defined as "when emotional gender roles are clearly distinct: men are supposed to be assertive, tough, and focused on material success, whereas women are supposed to be more modest, tender, and concerned with the quality of life" (Hofstede et al., 2010, p.140). In contrast, a society is considered feminine "when emotional gender roles overlap: both men and women are supposed to be modest, tender, and concerned with the quality of life" (Hofstede et al., 2010, p.140).

The fifth dimension added later, long-term versus short-term orientation (LTO) was defined as follows: "long-term orientation stands for the fostering of virtues oriented toward future rewards- in particular, perseverance and thrift. Its opposite pole, short-term orientation, stands for the fostering of virtue related to the past and present- in particular, respect for tradition, preservation of "face", and fulfilling social obligations" (Hofstede et al., 2010, p.239).

The final dimension, called indulgence versus restraint (IVR), indulgence was defined as "a tendency to allow relatively free gratification of basic and natural human desires related to enjoying life and having fun". Its opposite pole, restraint reflects "a conviction that such gratification needs to be curbed and regulated by strict social norms" (Hofstede et al., 2010, p. 281).

Table 1. Hofstede's dimension values of some countries

	PDI index (0-100)	IDV index (0-100)	MAS index (0-100)	UAI index (0-100)	LTO index (0-100)	IVR index (0-100)
Australia	38	90	61	51	21	71
Germany	35	67	66	65	83	40
Great Britain	35	89	66	35	51	69
France	68	71	43	86	63	48
USA	40	91	62	46	26	68
China	80	20	66	30	87	24
India	77	48	56	40	51	26
Japan	54	46	95	92	88	42
Malaysia	104	26	50	36	41	57
Thailand	64	20	34	64	32	45
Vietnam	70	20	40	30	57	35

Adapted from Hofstede et al., 2010

The Hofstede's framework is widely accepted as the most comprehensive framework to identified cultural dimensions (see Table 1). It contributes to the awareness of cultural differences and can be used to explain these differences.

Advantages of cultural diversity

Firstly, it is believed that project teams with diverse members can be more innovative and creative in the way of thinking and perceiving than teams in which everyone shares the same background. In multicultural teams, multiple points of view can be brought to bear on any project problem. According to Kanter (1983) creativity feeds on diversity since every project team activities and decisions are based on every aspect not just certain elements. On the other hand, a homogeneous team, which all members share common cultural background, tends to have the same world of views. Members who have been educated in similar cultures share the same notions of values, believe in certain things and expect certain types of behavior. All of these things lead to the certain styles of working system are created and widely accepted.

Although not all members of a homogeneous team will deal with problems uniformly, it is clear that certain normal attitudes can be happened. In some cultures, for example, Japan, modesty and quiet demeanor are valued (Fernandez, 1993). This belief can lead to hesitancy and more seriously, everyone thinks that since everyone else believes the same thing it must be a good idea.

Secondly, multicultural project teams are more likely to come up with alternative solutions to a problem because different way of views and practical experiences often lead to different solutions to deal with problems. Nemeth (1986) argued that if the group environment values diversity and the differences in people, these solutions can be a more regular part of the project environment than in an equivalent homogeneous team.

Thirdly, Hoffman (1961) stressed that the diverse team is more flexible in adapting to change. This is extremely important in project because of the continuingly changing nature of the work in any aspects. Many research found persuading evidence that members of minority groups are more flexible thinkers. This can be linked to the research showed that people who can speak more than one language have higher levels of divergent thinking and cognitive flexibility than monolingual people (Lambert, 1977).

Disadvantages of cultural diversity

It is clear to recognize that the multicultural project teams have to deal with communication problems. If entire team members grown in the same culture, they speak the same language, use the same words, expressions, meanings and also the same nonverbal cues to meaning. It is much easier for them to communicate and understand each others and then create the cooperative environment together. On the other hand, among multicultural project teams which members who speak different languages; many problems are derived. Even some team members can speak one common language, for example, English as the first language; they still have difficulties in comprehensive the strange dialects or accents. The problems are becoming severe with people who use English as foreign language. They may communicate effectively but lack understanding about idiomatic expressions that are used by the native speakers in the team. Due to poor communication, misunderstanding, tension and confusion are happened and more seriously, conflicts may be triggered.

In addition to communication problems, team cohesiveness is also worthy to be concerned. Everyone generally tend to link with people who have the same beliefs, values, language, and appearance. It is very difficult to create cohesiveness among members of multicultural project teams.

Some of the advantages of multicultural team may become serious disadvantages if not be properly managed. For example, a huge number of alternative solutions to problems can be detrimental if no effective measures applied to identify which is the optimal to follow (Shephard, 1964). Also, if the project goals and scopes are not clearly perceived by all members, the commonality of purpose in every activity will be absent and decision making will become inefficient.

Managing cultural diversity in project teams

Managing multicultural project teams is a difficult and demanding job. It requires a broad range of skills, perceptions and political understanding to solve many unprecedented and unpredictable problems. Stallworthy and Kharbanda (1987) cited a number of examples where international project teams have run into numerous obstacles and disasters. Flexibility and responsiveness are considered as the key to effective multicultural project management teams. (Adler, 1991)

According to Miller et al (2000), in order to manage effectively a multicultural project team, the project manager should have fully understanding and about some key points such as: team members' personalities, group identifications and affiliations, common elements and the differences between people. The manager also have ability to apply properly some techniques namely applying fundamental human motivators, promoting communication, creating a flexible and accommodating system.

Maznevski and Martha (1994) listed five key points that lead to diversity competencies namely having cultural awareness, promoting communication, acknowledging stereotypes, valuing differences and gaining synergy from the differences. These five points are very important and it needs efforts from the project manager to follow effectively.

In order to broaden cultural awareness, according to Triandis et al (1965), informal sessions with small groups should be held to discuss the differences in cultural expectations. The differences should be ignored in the way of understanding but every member should learn as much as possible the differences to build a spirit of cooperation and enthusiasm.

In term of promoting communication and understanding among project team, short sessions in communication techniques can be a useful solution. For example, team members will be provided with beneficial techniques to interpret the ideas or sentences, to make definition and explanation of difficult terms or vocabularies. These sessions are also the chances to tighten the relationship and to deepen the mutual understand through discussing the communicating issues and resolving any problems.

It is usual that people tend to rely on stereotypes to help them understand an individual from different culture. They identify the group that they think this person belongs and then recall their memories of the group stereotypes.

People use stereotypes and they seem to simplify the task of understanding someone or something. Iles and Hayers (1997) mentioned two big problems about relying on stereotypes as a tool to boost mental efficiency. Firstly, the assumptions about the

characteristics of the group are in question whether they are correct or not. Secondly, even if the assumptions about the group are reasonably correct, it is certainly not sure that the characteristic of the group will match the individual.

Therefore, the project manager should not only depend on stereotypes but also need to value diversity. Valuing diversity means the manager must base on valid data to recognize the characteristics of a culture.

Lastly, if all of above points are properly demonstrate, the project team will get the synergy of diversity in a cooperative environment. The differences between cultural backgrounds of team members are actually the resource or asset of multicultural project teams to achieve the goals.

Conclusion

International projects play an increasingly important role in boosting the performance and achievements of organizations in the present competitive environment. They also help the organizations broaden their knowledge, strengthen international relationships and improve their flexibility. Moreover, in the wide spreading economic integration and globalization trend, international projects are proved to be an integral part of every organization.

Cultural diversity is believed that one of the most important characteristics of international project teams. That why international project teams are also known as other term- multicultural project teams. Many researches prove that cultural diversity makes the project team more creative, innovative in thinking and more flexible in operating. It not only benefits the project team but also positively contributes to the development of every project team members.

On the other hand, cultural diversity also probably is the root of misunderstandings and conflicts occurred if not handled properly. Therefore, managing effectively cultural diversity is one of complicated and challenging task of every project managers or team leaders. Further theoretical and empirical research on cultural diversity and managing international project teams is neccesary and beneficial in the future.

REFERENCES

1. Adler, N. J. 1991, International Dimensions of Organizational Behaviour, Kent Publishers, Boston, MA.
2. Ammeter, A. P. & Dukerich, J. M. 2002, 'Leadership, team building and team member characteristics in high performance project teams', Engineering Management Journal, Vol. 14, No. 4, December.
3. Bryman, A., Bresnen, M., Beardsworth, A. D. et al. 1987, 'The Concept of the Temporary System: The Case of the Construction Project', Research in the Sociology of Organizations, Vol. 5, pp. 253-283.
4. Cohen, S. G. & Bailey, D. E. 1997, 'What Makes Teams Work: Group Effectiveness Research from the Shop Floor to the Executive Suite', Journal of Management, Vol. 23, No.3, pp. 239-290.
5. Fernandez, J.P. 1993, The Diversity Advantage. How American Business Can Outperform Japanese and European Companies in the Global Marketplace, Lexington Books, New

York.

6. Heimer, C. 1994, Paper presented to conference on Training for Change, IAE, Aix-en-Provence, France.
7. Hoffman, L.R. & Maier, N.R.F. 1961, 'Quality and Acceptance of Problem Solutions by Members of Homogeneous and Heterogeneous Groups', Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 62, No. 2, pp 401-407.
8. Hofstede, G 1983, 'The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories', Journal of International Business Studies, Vol.14, Fall 1983, pp. 75-89.
9. Hofstede, G 1991, Cultures and Organisations: Software of the Mind, McGraw-Hill, London, UK.
10. Hofstede, G, Hofstede, GJ & Minkov, M 2010, Cultures and Organisations: Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival, 3rd edn, McGraw-Hill, USA.
11. Iles, P. &. Hayers, P. K. 1997, 'Managing diversity in transnational project teams: A tentative model and case study', Journal of Managerial Psychology, Vol. 12 No. 2, pp. 95-117.
12. Kanter, R. M., 1983, The change masters, Simon & Schuster, New York.
13. Lambert, W. 1977, The Effects of Bilingualism on the Individual: Cognitive and Sociocultural Consequences in Bilingualism: Psychological, Social, and Educational Implications, Academic Press, San Diego.
14. Losoncy, L.E. 1997, The best team skills, St Lucie Press, Delray Beach, FL.
15. Maznevski, M. & Martha, L. 1994, 'Understanding our differences', Human Relations. May 94, Vol. 47, No. 5, pp 531-552, May.
16. Miller, M. D., Fields, R., Kumar, A. & Ortiz, R. 2000, 'Leadership and organizational vision in managing a multiethnic and multicultural project team', Journal of management in engineering, November/December.
17. Natale, S.M., Libertella, A.F. & Edwards, B., 1998, 'Team management: developing concerns', Team Performance Management, Vol. 4 No. 8, pp. 319-330.
18. Nemeth, C. J. 1986, 'Differential Contributions of Majority and Minority Influence', Psychological Review, Vol. 93, pp 23-32.
19. Parker, G.M. 1996, Team Players and Teamwork: The New Competitive Business Strategy, Jossey-Bass, San Francisco, CA.
20. Shephard, C. R. 1964, Small Groups, Chandler Publishing, San Francisco.
21. Stallworthy, E. A. & Kharbanda, O. P. 1987, 'The project manager in the 1990s', *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 7, No. 5, pp 3-75.
22. Triandis, H.C., Hall, E.R. & Ewen, R. B. 1965, 'Member heterogeneity and dyadic creativity', Human Relations, Vol. 18, pp 33-55.

QUẢN TRỊ QUAN HỆ NHÀ CUNG CẤP CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH NÔNG SẢN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN HANOI AREA- CURRENT STATUS AND SOLUTIONS

ThS. Đoàn Ngọc Ninh

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Cùng với các yếu tố chịu sự tác động tòa cầu hóa, doanh nghiệp kinh doanh nông sản luôn là những đơn vị khá nhạy cảm với những biến động của thị trường, của chuỗi cung ứng. Đối với Hà Nội là một trong những thị trường tiêu thụ nông sản lớn nhất cả nước, với nhu cầu cung ứng cho khoảng 10 triệu dân, đây là thị trường khá tiềm năng cho doanh nghiệp nông sản Việt Nam. Tuy nhiên thực tế năng lực kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn còn khá nhiều hạn chế, đặc biệt trong đó là khả liên kết giữa doanh nghiệp kinh doanh nông sản với nhà cung cấp. Vì vậy dựa trên quan điểm tiếp cận của chuỗi cung ứng, bài viết hệ thống cơ sở lý luận về quản trị quan hệ nhà cung cấp tại doanh nghiệp. Vận dụng lý luận với phân tích thực trạng, đánh giá những thành công và hạn chế của công tác này và đề xuất một số giải pháp giúp tăng cường hiệu quả quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội.

Từ khóa: *Chuỗi nông sản, chuỗi cung ứng, nông sản Hà Nội, quan hệ nhà cung cấp, nhà cung cấp nông sản, doanh nghiệp nông sản.*

Abstract

With the elements affected by globalization, agricultural enterprises are always quite sensitive on with market fluctuations and supply chain. Hanoi is one of the biggest agricultural consumption market in Vietnam. Hanoi is the potential market for Vietnam agricultural enterprises because of demand for nearly 10 million people. However, the actual business capacity in the area is quite limited, especially it is the ability to link better agricultural enterprises and supplier. Therefore, based on the approaching perspective of supply chain, this writing provides a theoretical basic about supplier relationship management in enterprises. Applying theory with situation analysis, evaluats success and limitations of this jod and proposing some solutions to enhance the effectiveness of supplier relationship management of agricultural enterprises in Hanoi area.

Keywords: *Agricultural product chain, supply chain, Hanoi agricultural product, supplier relationship, agricultural product supplier, agricultural enterprises*

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là quốc gia nông nghiệp hiện nay có gần 70% dân số sống ở khu vực nông thôn và sản xuất nông sản. Chúng ta có lợi thế rất lớn về thời tiết, khí hậu, địa hình và nguồn lực lao động tại nông thôn dồi dào. Nhiều sản phẩm nông sản mũi nhọn của Việt

Nam như Cà phê, hồ tiêu, gạo vv... luôn có tỷ trọng xuất khẩu tốp đầu thế giới. Tuy nhiên có thể nhận thấy việc xuất khẩu nông sản rất nhạy cảm với những biến động của thị trường quốc tế, diễn biến của dịch bệnh. Điều này có thế thấy rất rõ trong thời gian gần đây tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam liên tục gặp khó khăn, hàng hóa bị ùn ứ ở cửa khẩu không thể thông quan xuất khẩu. Xuất phát từ nhiều nguyên nhân, nhưng nhìn chung các vấn đề về chất lượng sản phẩm hàng hóa, kiểm soát quy trình sản xuất chế biến, truy xuất nguồn gốc, thị trường và phương thức xuất khẩu vv.... đang là những vấn đề nổi bật đặt ra đối với ngành nông sản của Việt Nam. Vì vậy tình trạng được mùa mất giá diễn ra phổ biến, ở rất nhiều mặt hàng. Đã có nhiều giải pháp tình thế được đưa ra, tuy nhiên còn rất nhiều hạn, dẫn đến câu chuyện giải cứu nông sản lặp đi lặp lại.

Hà Nội là thị trường tiêu thụ nông sản lớn nhất trên cả nước, nhu cầu tiêu thu nông sản đáp ứng cho gần 10 triệu dân, đây là thị trường vô cùng tiềm năng cho các doanh nghiệp kinh doanh nông sản Việt Nam. Dễ dàng nhận thấy trong bối cảnh gặp khó khăn, bất lợi từ thị trường xuất khẩu thì doanh nghiệp kinh doanh nông sản có thể nhận ra đầu tư vào thị trường trong nước là giải pháp hữu hiệu, lâu dài và bàn đạp cho chiến lược xuất khẩu bền vững. Đặc biệt với những thị trường tiêu thụ nông sản lớn và tốc độ tăng trưởng nhanh như Hà Nội. Thiết nghĩ các doanh nghiệp kinh doanh nông sản cần xây dựng chuỗi cung ứng ứng nông sản tại trường Hà Nội một cách chuyên nghiệp, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng. Đây là thị trường lâu dài bền vững cho các doanh nghiệp kinh doanh nông sản.

Tuy nhiên thực tế cho thấy việc tận dụng những tiềm năng này còn rất nhiều hạn chế. Có thể xuất phát từ rất nhiều nguyên nhân nhưng nổi bật trong đó chính là việc quản lý hiệu quả các dòng chảy hàng hóa trong chuỗi. Từ sản xuất, thu gom, thương lái và bảo quản chế biến còn nhiều bất cập. Nổi bật trong đó là quản lý nguồn cung hàng hóa đầu vào, quản lý quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp kinh doanh nông sản. Đây là khâu có tính chất quyết định tới chất lượng sản phẩm hàng, chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng và tối ưu hóa chi phí tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Vấn đề này có khả năng quyết sự thành bại của doanh nghiệp, việc tìm kiếm nhà cung cấp tiềm năng, thiết lập mối quan hệ lâu dài, bền vững với các nhà cung cấp này yêu cầu cấp thiết với doanh nghiệp kinh doanh nông sản hiện nay.

Vì vậy việc nghiên cứu quản trị quan hệ nhà cung cấp của các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội sẽ phần nào giải quyết được bài toàn nâng cao chất lượng của chuỗi nông sản trên địa bàn này, bài viết đưa ra những căn cứ, lý luận về quản trị quan hệ nhà cung cấp tại các doanh nghiệp, trên cơ sở gắn với thực trạng thị trường nông sản trên địa bàn Hà Nội nhằm có những nghiên cứu, định hướng cho sự phát triển của lĩnh vực quan trọng này của Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

Khái niệm quản trị quan hệ nhà cung cấp

Quản trị là khái niệm được rất nhiều các nhà khoa học trên thế giới đề cập đến, và được tiếp cận dưới nhiều quan điểm khác nhau. Tuy nhiên quan điểm được sử dụng phổ

biến hiện nay là khái niệm của Stoner và Robbins, theo đó "*Quản trị là tiến trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát những hoạt động của các thành viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu đã đề ra*".

Về bản chất, *quản trị chính là hoạt động sử dụng tối ưu hóa các nguồn lực hữu hạn nhằm đạt được các mục tiêu nhất định nào đó*. Chính vì vậy trong hoạt động kinh doanh của mọi doanh nghiệp tất cả các chức năng và qui trình kinh doanh đều được quản trị để tối ưu hóa các nguồn lực hữu hạn của doanh nghiệp cho mục tiêu cuối cùng là lợi nhuận.

Quản trị quan hệ nhà cung cấp chính là một phần trong quản trị kinh doanh của doanh nghiệp, không nằm ngoài các mục tiêu của quản trị, tuy nhiên với những nội dung cụ thể gắn với yêu cầu của các mặt tác nghiệp khác nhau trong quản trị quan hệ nhà cung cấp. Cũng như hoạt động quản trị, quản trị quan hệ nhà cung cấp cũng được rất nhiều các tác giả trên thế giới đưa ra những quan điểm riêng về vấn đề này. Có thế thấy một số các tiếp cận như sau:

Burt & cộng sự, (2011), chỉ ra nội dung quan hệ nhà cung cấp chiến lược bao gồm; (1) hợp lý hóa cơ sở nhà cung cấp; (2) Phát triển tiềm năng nhà cung cấp; (3)Sự tham gia của nhà cung cấp sớm; (3) Đàm phán nhà cung cấp chiến lược; (4) Mối quan hệ nhà cung cấp bao gồm cả quan hệ đối tác, liên kết sản xuất và nhà cung cấp. Tương tự, Chopra, S. & Meindl, P. (2009), đã xem việc hợp tác chuỗi cung ứng, đó là khái niệm rộng hơn về hợp tác chiến lược của nhà cung cấp và khẳng định sự hợp tác chiến lược như vậy chắc chắn sẽ tăng cường hiệu quả giữa các đối tác hợp tác trong chuỗi cung ứng. Do đó, hợp tác chiến lược với các nhà cung cấp sẽ có thể tăng cường các nỗ lực của chuỗi cung ứng để có hiệu suất tốt hơn.

Một quan hệ đối tác nhà cung cấp thực sự, khuyến khích các nỗ lực lập kế hoạch và giải quyết vấn đề, hỗ trợ lẫn nhau và rất quan trọng trong việc vận hành chuỗi cung ứng. Quản lý nhà cung cấp đề cập đến hiệu suất và nhận thấy rằng quản lý nhà cung cấp hiệu quả có liên quan trực tiếp đến mức độ phù hợp hiệu suất cao hơn. Baily P. (2011) chỉ ra thực tế là vai trò chiến lược và đóng góp của mua và quản lý nguồn cung được công nhận trong nhiều mối quan tâm thương mại hàng đầu có nghĩa là quyết định mua chiến lược có thể được thực hiện bằng cách tham gia mua tại cấp chiến lược, chứ không phải bởi một người quản lý bộ phận.

Theo Dwyer & cộng sự (1987), *quản trị quan hệ với nhà cung cấp là một cách tiếp cận toàn diện để quản lý các tương tác của một tổ chức với các công ty cung cấp các sản phẩm và dịch vụ mà nó sử dụng*.

Theo Leftwich & cộng sự (2004), *quản trị quan hệ với nhà cung cấp được hiểu là một cách tiếp cận mang tính chiến lược, bao quát được toàn doanh nghiệp, dài hạn, đa chức năng, năng động nhằm chọn lựa nhà cung ứng hàng hóa và dịch vụ và quản lý chúng*. Việc sử dụng tất cả mạng lưới giá trị từ khâu nguyên vật liệu đến khách hàng cuối cùng để giảm bớt chi phí chủ sở hữu, xử lý rủi ro và cải thiện tình hình kinh doanh.

Có thể thấy nhiều quan điểm và cách tiếp cận khác nhau về quan hệ nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng, tuy nhiên có thể thấy quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng có những đặc điểm cơ bản như sau:

- Quản trị nhà cung cấp là quá trình từ việc hoạch định mối quan hệ với nhà cung cấp, triển khai quan hệ và đánh giá mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà cung cấp.

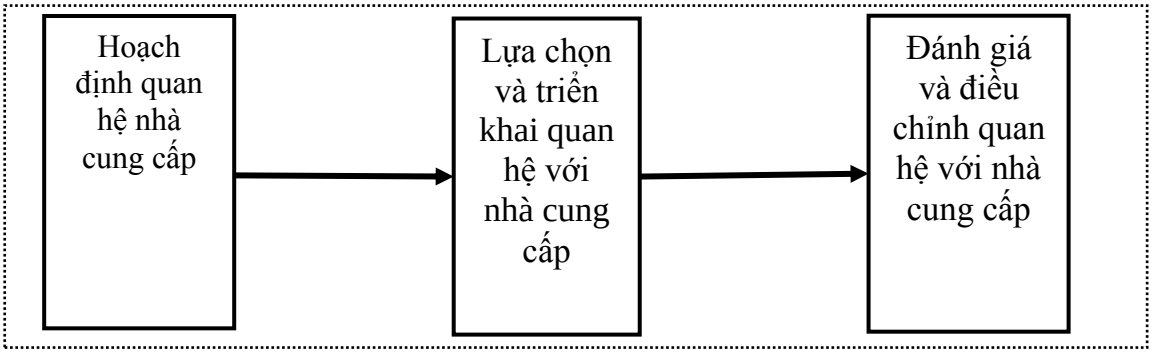
- Thiếp lập mối quan hệ với nhà cung cấp hàng hóa đầu với trên nguyên tắc đôi bên cùng có lợi (win-win)

- Nâng cao giá trị lợi ích cho các bên tham gia trong quá trình cung ứng hàng hóa, gia tăng giá trị cho toàn chuỗi.

Với cách tiếp cận nghiên cứu xem quản trị quan hệ nhà cung cấp là một phần nội dung quản lý nguồn cung đầu vào của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng. Vì vậy có thể hiểu quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp là *tiến trình hoạch định, triển khai và đánh giá và điều chỉnh những mối quan hệ với nhà cung cấp đầu vào nhằm hỗ trợ tối ưu cho hoạt động mua hàng và mục tiêu quản trị chuỗi cung ứng (Lysons, 2016),.*

Quy trình quản trị quan hệ nhà cung cấp

Từ cách tiếp cận vấn đề theo quan điểm của chuỗi cung ứng về quản trị quan hệ với nhà cung cấp có thể khái quát lại nội dung (qui trình) quản trị quan hệ nhà cung cấp gồm: thứ nhất, Hoạch định quan hệ với nhà cung cấp (bao gồm xác định phạm vi và thiết lập mục tiêu dài hạn trong quan hệ chiến lược với nhà cung cấp) từ việc xác định chiến lược này doanh nghiệp lựa chọn và triển khai quan hệ với nhà cung cấp, cuối cùng là đánh giá và để điều chỉnh quan hệ với nhà cung cấp. Hình 1 dưới đây cho thấy khái quát quy trình quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp. Các bước được triển khai liên tục theo quá trình và các mối quan hệ với nhà cung cấp của doanh nghiệp có thể được thay đổi và điều chỉnh theo thực tế triển khai các mối quan hệ này.



Hình 1: Quy trình quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp

Nguồn: Lysons (2016)

Việc hoạch định quan hệ nhà cung cấp là quá trình đề ra các công việc cần thực hiện của doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu để chỉ rõ những nhân tố chính trong quan hệ nhà cung cấp, xác lập các mục tiêu ngắn hạn, trung hạn và dài hạn. Trong quá trình hoạch định cần định ra được một cách rõ ràng nhiệm vụ, tổ chức và các nguồn lực để thực thi quan hệ với nhà cung cấp. Dựa trên những công cụ dự báo, nghiên cứu nhà quản trị cần xác định được số lượng quan hệ và mức quan hệ với từng nhà cung cấp đối với từng mặt hàng, nhà cung cấp chiên lược khác nhau. Theo Cohen & Roussen (2005) có 4 dạng quan hệ trong chuỗi cung ứng căn cứ theo mức độ quan hệ và các số lượng quan hệ với nhà cung

cấp bao gồm (1) Quan hệ theo giao dịch, (2) Quan hệ cộng tác hợp tác, (3) Cộng tác phối hợp, (4) cộng tác đồng bộ. Mỗi dạng quan hệ sẽ quyết định đáng kể đến các mục tiêu đề ra, vì vậy việc thiết lập các mục tiêu căn cứ vào những dự báo nhu cầu, dự báo tiềm năng của đối tác. Vấn đề lõi trong việc hoạch định quan hệ nhà cung cấp đó chính là việc đề ra các mục tiêu chiến lược trong quan hệ nhà cung cấp để doanh nghiệp theo đuổi.

Lựa chon và triển khai quan hệ nhà cung cấp có thể được xem như là việc chuyển đổi từ những mục tiêu chiến lược sang những việc làm cụ thể, hay còn gọi là giai đoạn hành động để biến những mục tiêu thành những nội dung công việc chi tiết để đạt được nó. Lựa chọn nhà cung cấp tiềm năng quyết định khả năng thiết lập các mối quan hệ lâu dài với nhà cung cấp. Theo Lambert & cộng sự (1998) việc xây dựng quy trình lựa chọn nhà cung cấp bao gồm các bước: (1) Xác định đặc điểm nhu cầu hàng hóa; (2) Lập hồ sơ, tìm kiếm nhà cung cấp; (3) Đánh giá và lựa chọn; (4) Đàm phán với nhà cung cấp; (5) thử nghiệm và đánh giá quan hệ. Việc triển khai quan hệ nhà cung cấp chú ý đến những mục tiêu thường niên, các chính sách cho bộ phận và phân bổ nguồn lực. Giai đoạn triển khai đòi hỏi sự nhạy cảm, sự quyết tậm của nhà quản trị. Việc triển khai quan hệ nhà cung cấp phải đồng bộ, thống nhất giữa các bộ phận chức năng liên quan, bao gồm cả nguồn nhân lực. Sự nhạy cảm của nhà quản trị sẽ giúp nâng cao được hiệu quả của quá trình triển khai quan hệ nhà cung cấp, sử dụng tối ưu các nguồn lực, khuyến khích động viên cá nhân, bộ phân chức năng nhằm đạt được các mục tiêu đề ra.

Giai đoạn cuối cung trong quản trị quan hệ nhà cung cấp là đánh giá và điều chỉnh quan hệ nhà cung cấp. Những nhân tố của môi trường kinh doanh luôn biến động nên mọi chiến lược, mục tiêu đều có thể bị thay đổi trong quá trình triển khai. Vì vậy đánh giá và điều chỉnh quan hệ nhà cung cấp tập chung vào các công việc chính xem xét lại các yếu tố môi trường, đánh giá mức độ thực hiện và thực hiện điều chỉnh nếu cần thiết. Việc đánh giá là vô cùng cần thiết do sự biến động liên tục của môi trường kinh doanh, những vấn đề này sinh trong quá trình thực hiện. Luôn có biện pháp để kiểm soát quá trình dựa trên các chỉ tiêu để đo lường đánh giá và tuyệt đối không chủ quan trong bất kỳ mối quan hệ nào sẽ giúp doanh nghiệp luôn chủ động và duy trì được các mối quan hệ bền vững với nhà cung cấp.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Về cơ sở lý luận quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp được tiếp cận theo quan điểm của quản trị chuỗi cung ứng, từ việc xác lập mục tiêu quan hệ, lựa chon nhà cung cấp, quan hệ chiến lược nhà cung cấp và đo lường đánh giá quan hệ với nhà cung cấp tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản.

Nguồn cung cấp nông sản cho thị trường Hà Nội từ nhiều địa phương trên cả nước. Bài viết tập trung vào nghiệp cứu quy trình lựa chọn nhà cung cấp và thiết lập mối quan hệ chiến lược với nhà cung cấp tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội.

Với mục đích nghiên cứu thực trạng quản trị quan hệ nhà cung cấp tại doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội, tác giả đã tiến hành phỏng vấn các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội. Nội dung của phỏng vấn xoay quanh các

vấn đề lý luận của quản trị quan hệ nhà cung cấp của doanh nghiệp được đề cập ở phần cơ sở lý luận. Nhằm có được thông tin dữ liệu thực tế nội dung này tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản.

Phương pháp phỏng vấn được sử dụng bằng việc lựa chọn một số doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội, phỏng vấn trực tiếp và kết hợp với phỏng vấn qua điện thoại, email. Các phương pháp diễn giải, thống kê, bảng biểu được sử dụng để phân tích, so sánh và đánh giá thực trạng quản trị quan hệ nhà cung cấp tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội.

3. Thực trạng quản trị quan hệ nhà cung cấp tại doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội

Đến nay, Hà Nội đã xây dựng, duy trì được 65 chuỗi liên kết an toàn thực phẩm từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm. Trong đó, chuỗi có nguồn gốc động vật đã thu hút gần 3.000 hộ chăn nuôi, khoảng 100 doanh nghiệp, cá nhân tham gia. Trung bình mỗi ngày, cung cấp cho thị trường Hà Nội 57,4 tấn thịt lợn, 0,75 tấn thịt bò, 14,3 tấn thịt gia cầm, 296.000 quả trứng và khoảng 78 tấn sữa tươi

Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn Hà Nội đã phối hợp với sở, ngành liên quan của thành phố thí điểm cấp 10 giấy xác nhận cho 10 cơ sở của 15 chuỗi rau, thịt với 21 điểm kinh doanh nông sản an toàn để tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu đến người tiêu dùng. Đồng thời, phối hợp với các tỉnh, thành phố triển khai mô hình quản lý an toàn thực phẩm theo chuỗi. Ví như chuỗi sản xuất rau theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP) với tỉnh Sơn La tiêu thụ tại hệ thống cửa hàng, siêu thị Biggreen, Fivimart trên địa bàn TP Hà Nội;

Thành phố đã xây dựng chuỗi liên kết do các doanh nghiệp tổ chức chăn nuôi gia công, hiện đã xây dựng được nhiều chuỗi liên kết chăn nuôi tiêu thụ sản phẩm. Qua đó, đã tạo ra sự ổn định cho 3.500 hộ sản xuất và cung cấp một lượng lớn sản phẩm cho người tiêu dùng thủ đô.

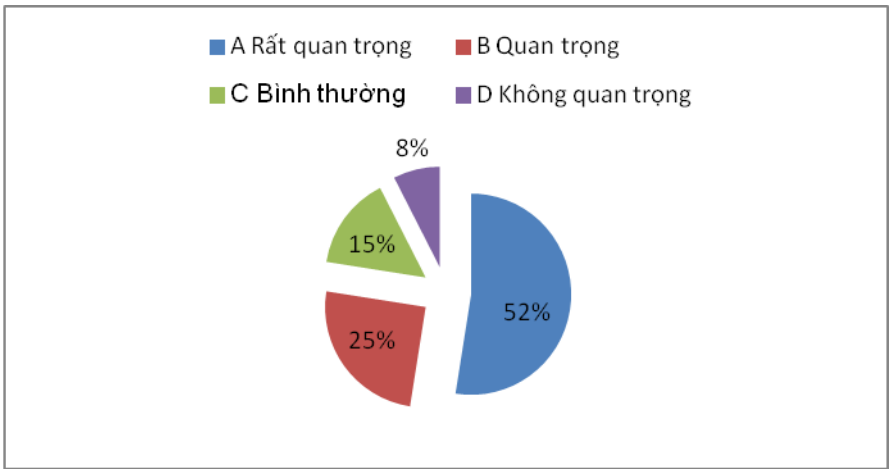
Hà Nội hiện có khoảng 152.000 doanh nghiệp, trong đó có trên 1.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp. Các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp tập trung chủ yếu kinh doanh cung cấp dịch vụ vật tư đầu vào và làm trung gian phân phối tiêu thụ sản phẩm đầu ra. Bên cạnh đó trong thời gian qua trên địa bàn thành phố đã xuất hiện một số doanh nghiệp đã tổ chức liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị, mang lại hiệu quả cao cho người sản xuất và người tiêu dùng.

Thực trạng hoạch định quan hệ với nhà cung cấp

Hiện nay các doanh nghiệp bán lẻ nông sản trên địa bàn đã chú trong vào công tác quan hệ nhà cung cấp, đa phần các doanh nghiệp đã có được những nhận thức về tầm quan trọng của việc thiết lập quan hệ nhà cung cấp. Trong việc lựa nguồn hàng và nhà cung cấp doanh nghiệp đã có kế hoạch và xác lập các mục tiêu khá cụ thể, rõ ràng. Chúng ta thấy hình 3 dưới đây thể hiện nhận thức về vai trò của quan hệ nhà cung cấp trong doanh nghiệp kinh doanh nông sản tương đối cao.

Đa phần các doanh nghiệp đều cho rằng việc thiết lập quan hệ với nhà cung cấp quan trọng, trong đó chỉ có một số ít các doanh nghiệp cho rằng việc vai trò việc quan

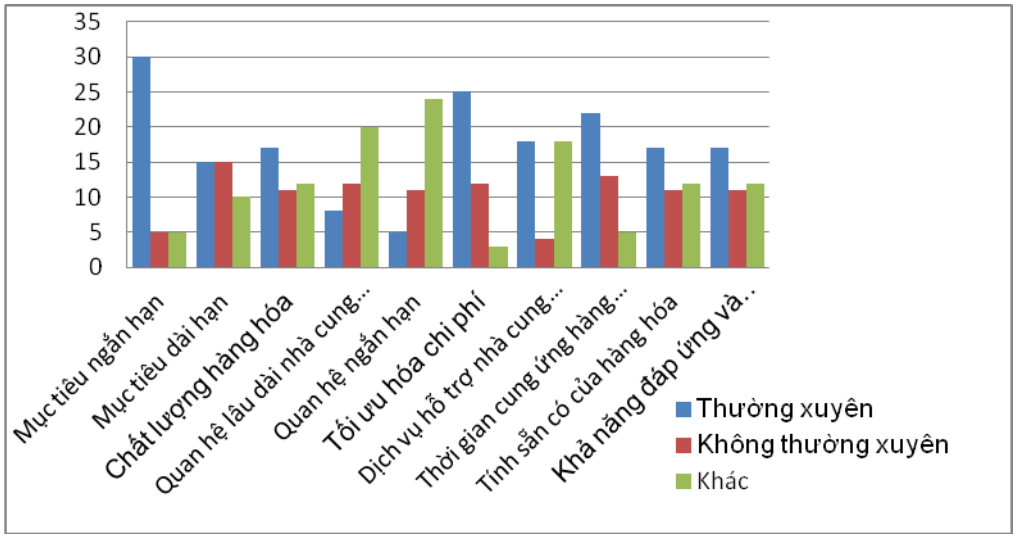
hệ nhà cung cấp là không cần thiết. Có thể nhận thấy rằng các doanh nghiệp kinh doanh nông sản hiện nay đã có nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của nhà cung cấp trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình. Điều này tác động rất nhiều đến việc thiết lập các mối quan hệ chiến lược với nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng nông sản trên địa bàn Hà Nội.



Hình 2. Nhận thức của DN nông sản về vai trò của quan hệ nhà cung cấp

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Trên thực tế với nhận thức cao về tầm quan trọng nhà cung cấp, các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội đã xác định mục tiêu chiến lược quan hệ nhà cung cấp.



Hình 3: Sử dụng các mục tiêu tại DN kinh doanh nông sản địa bàn Hà Nội

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Đa phần các doanh nghiệp có bộ phận phụ trách công tác quản trị quan hệ nhà cung cấp và mua hàng. Vì vậy việc lập kế hoạch mua và xác lập mục tiêu quan hệ nhà cung cấp được triển khai khá bài bản và hiệu quả. Từ việc dự báo nhu cầu mua hàng, thiết lập các mục tiêu được chú trọng. Các mục tiêu chủ yếu mà doanh nghiệp kinh doanh nông sản

thường sử dụng như là: (1) Các mục tiêu dài hạn, (2) các mục tiêu ngắn hạn, (3) Quan hệ chiến lược nhà cung cấp, (4) Lựa chọn loại quan hệ nào, (5) Chất lượng hàng hóa vv... Hình 3 ở trên thể hiện mức độ sử dụng các mục tiêu trong quản trị quan hệ nhà cung cấp tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội.

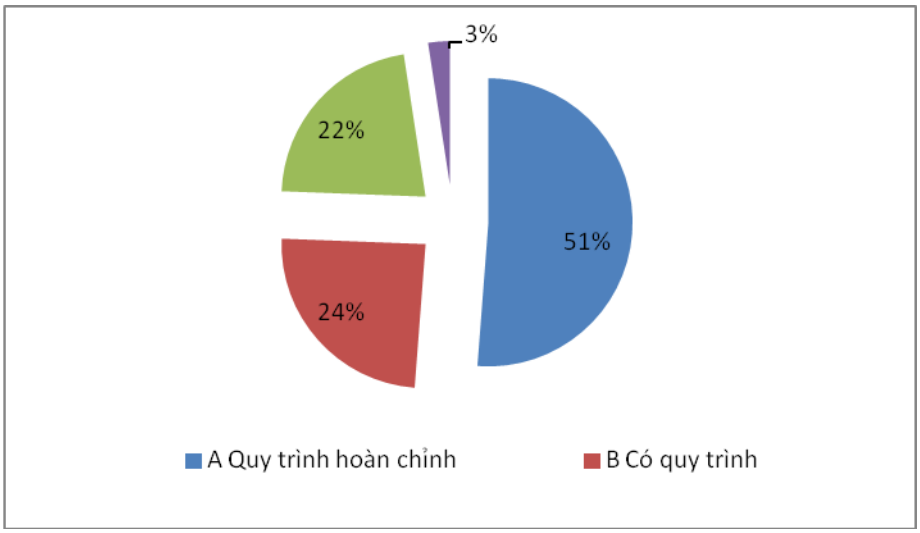
Kết quả phỏng vấn cho thấy các mục tiêu ngắn hạn được các doanh nghiệp kinh doanh nông sản ưu tiên hơn và thường xuyên sử dụng trong việc thiết lập quan hệ nhà cung cấp. Trong quá trình khảo sát các doanh nghiệp kinh doanh nông sản cho rằng đối với các sản phẩm nông sản thường có tính thời vụ cao và ổn định kém, đặc biệt các nhà cung cấp của họ thường xuyên thay đổi. Vì vậy việc thiết lập các mục tiêu dài hạn trong quan hệ nhà cung cấp thường được ít sử dụng hơn. Chỉ tập trung vào một số mặt hàng chính, chủ lực của doanh nghiệp và có những nhà cung cấp mạnh, chiến lược lâu dài. Thực trạng này có thể đã và đang tác động tiêu cực đến công tác quản trị quan hệ NCC, và rộng hơn là tình hình kinh doanh của DN nông sản. Đặc biệt trong những tình huống bất ngờ khi mà nguồn cung hàng hóa nào đó trên thị trường sụt giảm, doanh nghiệp không có mối quan hệ hợp tác hay liên minh chặt chẽ sẽ gặp khủng hoảng về nguồn cung, kéo theo sự sụt giảm doanh thu và lợi nhuận.

Nhìn chung việc thiết lập mục tiêu quan hệ nhà cung cấp đã được các doanh nghiệp kinh doanh nông sản xác định rõ ràng và khẳng định vai trò và tầm quan trọng của công tác này trong quy trình quan hệ nhà cung cấp chiến lược.

Thực trạng triển khai, lựa chọn và thiết lập quan hệ nhà cung cấp chiến lược

Trong quá trình triển khai lựa chọn các nhà cung cấp chiến lược doanh nghiệp bán lẻ nông sản trên địa bàn Hà Nội đã thực hiện khá tốt, đã hình thành nên nhiều chuỗi cung ứng có tính liên kết, đặc biết các quan hệ nhà cung cấp được hình thành và phần nào đã mang lại những hiệu quả tích cực. Tuy nhiên trên thực tế công tác này vẫn còn nhiều hạn chế, bất cấp. Về tổng thể việc lựa chọn và thiết lập quan hệ nhà cung cấp được các doanh nghiệp bán lẻ nông sản trên địa bàn Hà Nội có thể đánh giá trên hai khía cạnh.

Thứ nhất, Hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội đều có quy trình lựa chọn nhà cung cấp đáp ứng được các mục tiêu doanh nghiệp đặt ra. Hình 4 thể hiện có tới 75% các doanh nghiệp nông sản đã có quy trình lựa chọn nhà cung cấp, 22% doanh nghiệp có quy trình nhưng chưa hoàn thiện, chỉ có 3% tỷ lệ doanh nghiệp chưa có quy trình lựa chọn nhà cung cấp. Tuy nhiên hình trên cũng cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp có quy trình lựa chọn nhà cung cấp rất cao nhưng quy trình hoàn chỉnh, hiệu quả, có tính khoa học cao còn hạn chế, chỉ chiếm 51%. Đây cũng là vấn đề đặt ra đối với việc xây dựng một quy trình lựa chọn nhà cung cấp chuẩn, nhằm nâng cao hiệu quả của việc tìm kiếm nguồn cung, gia tăng giá trị cho doanh nghiệp cũng như toàn chuỗi cung ứng.



Hình 4: Tỷ lệ doanh nghiệp có quy trình lựa chọn NCC

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Thứ hai, các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội đã xây dựng được tiêu chí đánh giá lựa chọn nhà cung cấp, với tùy từng mặt hàng, thời điểm và nhà cung cấp cụ thể các doanh nghiệp kinh doanh nông sản đã có những tiêu chuẩn riêng, chi tiết cho từng mặt hàng. Tuy nhiên việc thiết lập này vẫn dựa trên những đánh giá chủ quan của doanh nghiệp, chưa có tính khoa học cao và chưa xây dựng được những tiêu chuẩn khung cho việc đánh giá lựa chọn nhà cung cấp.

Như đã trình bày ở trên quá trình lựa chọn và quan hệ nhà cung cấp chiến lược của doanh nghiệp bao gồm 5 tiêu chí quan trọng, bao gồm: xác định đặc điểm nhu cầu hàng hóa, dịch vụ cần; lập hồ sơ các nhà cung cấp; xây dựng, đánh giá theo các tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp; tiến hành đàm phán; và tiến hành thử nghiệm nhà cung cấp.

Bảng 1. Tỷ lệ sử dụng các bước trong quy trình lựa chọn nhà cung cấp

STT	Chỉ tiêu	Thường xuyên	Không thường xuyên
1	Xác định đặc điểm nhu cầu hàng hóa	100%	0%
2	Lập hồ sơ các nhà cung cấp	70%	30%
3	Đánh giá nhà cung cấp	60%	40%
4	Đàm phán với nhà cung cấp	60%	40%
5	Tiến hành thử nghiệm nhà cung cấp	80%	20%

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Theo bảng 1 cho chúng ta thấy việc sử dụng các bước trong quy trình lựa chọn nhà cung cấp là không giống nhau ở các doanh nghiệp kinh doanh nông sản. Với các bước như lập hồ sơ nhà cung cấp chỉ có 70% các doanh nghiệp sử dụng thường xuyên, còn lại có 30% doanh nghiệp không thường xuyên sử dụng các bước này. Đặc biệt đối với các mặt hàng nông sản mua của các đơn vị nhỏ lẻ và mua số lượng ít thì bước này hầu hết là doanh nghiệp bỏ qua. Với đặc thù mặt hàng nông sản, khi khảo sát bộ phận quản lý mua hàng đầu vào cũng cho thấy các bước trong sơ đồ quy trình chỉ có việc xác định nhu cầu hàng hóa

doanh nghiệp nào cũng thực hiện thường xuyên, tỷ lệ 100% doanh nghiệp được khảo sát thực hiện bước này.

Có hai bước khá quan trọng là (1) Đánh giá nhà cung cấp và (2) Đàm phán với nhà cung cấp thì theo kết quả khảo sát tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện thường xuyên các bước này khá thấp. Điều này cũng là hạn chế rất lớn đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nghiệp nói chung và đặc biệt là hoạt động quan hệ nhà cung cấp. Như đã phân tích ở trên bước đánh giá nhà cung cấp sẽ giúp lựa chọn nhà cung cấp tiềm năng, nhà cung cấp tốt và có thể xác định các mục tiêu quan hệ lâu dài. Việc đàm phán nhà cung cấp cũng có vai trò rất quan trọng tương tự vậy. Tuy nhiên doanh nghiệp kinh doanh nông sản lại chưa thực sự chú ý công tác này. Đây là hạn chế, vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay.

Bên cạnh đó việc xác lập dạng quan hệ cũng là một vấn đề với các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay. Theo bảng 2 số doanh nghiệp được hỏi sử dụng các dạng quan hệ nào chủ yếu đối với nhà cung cấp của mình, kết quả cho thấy chỉ có 5% số doanh nghiệp được hỏi cho rằng có quan hệ cộng tác đồng bộ với nhà cung cấp của mình và có đến 60% doanh nghiệp cho rằng chủ yếu quan hệ với nhà cung cấp theo giao dịch.

Bảng 2: Mức độ quan hệ giữa nhà cung cấp và doanh nghiệp kinh doanh nông sản

STT	Mức độ quan hệ cộng tác	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Quan hệ theo giao dịch	60%	
2	Quan hệ cộng tác hợp tác	20%	
3	Quan hệ cộng tác phối hợp	5%	
4	Quan hệ đồng bộ	5%	

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay chưa thực sự có những quan hệ các nhà cung cấp chiến lược một cách lâu dài và đồng bộ. Có nhiều lý do để doanh nghiệp không thực hiện các mối quan hệ công tác chiến lược này, tuy nhiên có thể thấy lý do nổi bật nhất ở đây là đối với mặt hàng nông sản tính mùa vụ rất cao, nhiều nhà cung cấp nhỏ lẻ, thường xuyên thay đổi mặt hàng và nhiều nhà cung cấp chưa chuyên nghiệp. Ngay cả số lượng hàng hóa nhập vào của các doanh nghiệp kinh doanh nông sản cũng là lý do tác động tới mức độ quan hệ với các nhà cung cấp của mình.

Việc phát triển quan hệ với các nhà cung cấp chiến lược có vai trò rất quan trọng tới công tác quan trị quan hệ nhà cung cấp. Tuy nhiên đây hiện là khâu yếu đối với các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay.

Đánh giá và điều chỉnh các quan hệ với nhà cung cấp

Đánh giá và điều chỉnh quan hệ nhà cung cấp là công tác vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp thương mại nói chung và với doanh nghiệp kinh doanh nông sản nói riêng. Đặc biệt trong bối cảnh môi trường kinh doanh luôn có sự biến động bất thường và các số lượng, chất lượng nhà cung cấp cũng có nhiều biến động. Việc đánh giá nhà cung cấp thường xuyên sẽ giúp doanh nghiệp luôn kiểm soát được nguồn cung của mình là tốt

nhất ở mọi thời điểm có những sự thay đổi biến động từ thị trường nguồn cung lẫn tiêu thụ đầu ra.

Tuy nhiên thực tế công tác này ở các doanh nghiệp kinh doanh nông sản chưa thực sự được chú trọng, theo kết quả khảo sát các nhà bán lẻ nông sản đa phần cho rằng công tác này không được thực hiện thường xuyên, các hoạt động mua hàng thường được kiểm soát theo từng thương vụ mua bán cụ thể, đánh giá trực tiếp loại hàng hóa và chất lượng cũng như năng lực của các nhà cung cấp theo từng lần nhập hàng.

Bảng 3. Đánh giá điều chỉnh quan hệ nhà cung cấp

STT	Chỉ tiêu	Thường xuyên	Không thường xuyên	Không thực hiện
1	Đánh giá lại mức độ phù hợp của NCC một cách định kỳ	50%	30%	20%
2	Việc đánh giá lại đặt trong điều kiện mới thông qua những tiêu chí mới	50%	25%	25%
3	Các tiêu chí đánh giá nhà cung cấp xét đến chiến lược, sự phù hợp về văn hóa, cơ cấu tổ chức, công nghệ giữa hai bên	43%	27%	30%
4	Phân loại lại các mối quan hệ nhà cung cấp (loại bỏ những NCC không phù hợp, xây dựng các mối quan hệ mới, nâng tầm mối quan hệ với các NCC tiềm năng...)	40%	30%	30%
5	Điều chỉnh lại mối quan hệ dựa trên việc đánh giá lại khách quan được tiến hành trước đó	40%	33%	27%

Nguồn: Kết quả phỏng vấn

Theo bảng 3 thực trạng công tác đánh giá điều chỉnh quan hệ nhà cung cấp có thể thấy ở các tiêu chí đánh giá thì tỷ lệ nhà cung cấp sử dụng khá thấp, thậm chí có nhà cung cấp trả lời không hề thực hiện công tác này. Cụ thể ở tiêu chí (1) đánh giá định kỳ quan hệ nhà cung cấp, chỉ có 50% doanh nghiệp trả lời có thực hiện công tác này một cách thường xuyên định kỳ điều này cho thấy rằng việc đánh giá định kỳ chỉ được thực hiện ở một số ít ở doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay. Đa phần doanh nghiệp thực hiện đánh giá không thường xuyên, theo từng lần từng thương vụ mua bán và đặc biệt số thương vụ mua bán không thành công thì doanh nghiệp có thể thay đổi nhà cung cấp ngay mà không cần công tác đánh giá chi tiết, thậm chí nhiều doanh nghiệp không thực hiện việc đánh giá thường xuyên này. Cũng trên bảng 3 còn cho chúng ta thấy các tiêu chí khác cũng tương tự như vậy, tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện thường xuyên dưới 50% số doanh nghiệp được hỏi.

Việc không thực hiện công tác đánh giá quan hệ các nhà cung cấp chiến lược thể hiện việc các doanh nghiệp kinh doanh nông sản chưa thực sự chuyên nghiệp trong công tác quản trị quan hệ nhà cung cấp. Vì đây là một giai đoạn quan trọng trong quy trình quản trị quan hệ nhà cung cấp để doanh nghiệp luôn có một nhà cung cấp tốt, chiến lược cho mình.

5. Một số kết luận và đề xuất giải pháp

5.1. Một số kết luận

Hà Nội là một thị trường có rất nhiều tiềm năng để doanh nghiệp kinh doanh nông sản có thể khai thác những cơ hội ở đây. Đặc biệt với nhu cầu cung ứng nông sản cho gần 10 triệu dân, đây là thị trường lớn nhất nhì cả nước. Một điều kiện rất thuận lợi cho sự phát triển của các doanh nghiệp kinh doanh nông sản. Từ những phân tích thực trạng công tác quản trị quan hệ nhà cung cấp tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản bên địa bàn Hà Nội có thể nhận thấy một số thành công đáng kể. Tuy nhiên bên cạnh những thành công có thể thấy trong công tác quan trị quan hệ nhà cung cấp vẫn còn những tồn tại như sau:

- Do yếu tố đặc trưng của mặt hàng nông sản có những tính chất, yêu cầu rất khác biệt so với mặt hàng khác trong dòng chảy của chuỗi cung ứng. Điều này tác động khá nhiều đến mối quan hệ chiến lược giữa doanh nghiệp kinh doanh nông sản và nhà cung cấp. Thị trường nông sản Hà Nội có rất nhiều các nhà cung cấp nhỏ lẻ, hộ nông dân sản xuất phân tán, thương lái thì làm ăn manh mún chụp giật. Điều này dẫn đến những mục tiêu lâu dài rất khó thực hiện. Thực trạng cho thấy doanh nghiệp nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay mới chỉ chú trong tới các mục tiêu ngắn hạn mà ít quan tâm hơn tới các mục tiêu dài hạn, chiến lược lâu dài. Các doanh nghiệp mới chỉ tập chung một vài mặt hàng chính, chủ lực và chưa có một chiến lược kế hoạch lâu dài đối với nhiều mặt hàng không kém phần quan trọng. Đây mặc dù không chỉ là hạn chế trong chuỗi cung ứng nông sản Hà Nội mà là thực trang chung của ngành nông sản Việt Nam. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh nông sản cũng chưa thể hiện được vai trò của mình trong việc cải thiện những hạn chế này.

- Các chuỗi liên kết nông sản trên địa bàn còn ít và nhiều hạn chế về cơ chế liên kết. Đã có chính sách khuyến khích phát triển các liên kết, nhiều hội nghị, hội thảo tìm gia giải pháp liên kết hiệu quả nhưng đến nay chưa thực sự có nhiều những liên kết thành công điển hình trên thị trường nông sản Hà Nội. Các bước trong thực hiện lựa chọn nhà cung cấp chưa đồng bộ, còn nhiều các tiêu chuẩn lựa chọn doanh nghiệp chưa nhận thức được một cách nghiêm túc, trong đó việc lựa chọn nhà cung cấp tốt lại là yếu tố để quyết định giai đoạn tiến hành quan hệ lâu dài.

- Trong công tác quản trị quan hệ nhà cung cấp mặc dù có nhận thức rất rõ ràng vài trò của nhà cung cấp là không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nghiệp kinh doanh nông sản nào. Nhưng hành động thì rất nhiều hạn chế, từ việc thực hiện quy trình quan trị nhà cung cấp còn rất nhiều vấn đề. Như đã phân tích ở phần thực trạng trên cho thấy đa phần doanh nghiệp thực hiện quy trình lựa chọn nhà cung cấp chưa chuẩn, việc đánh giá nhà cung cấp không được thực hiện thường xuyên, đặt biệt còn những doanh nghiệp không thực hiện quy trình đánh giá nhà cung cấp. Trong bối cảnh những biến đổi bất thường của thị trường tác động rất mạnh mẽ tới nguồn cung hàng hóa của doanh nghiệp. Sẽ có rất nhiều thay đổi từ phía nhà cung cấp mà doanh nghiệp khó lường trước được. Chính vì vậy việc không kiểm soát, đánh giá thường xuyên quan hệ nhà cung cấp là một tồn tại mà doanh nghiệp cần khắc phục ngay.

5.2. Đề xuất giải pháp

Nâng cao năng lực, nhận thức của doanh nghiệp kinh doanh nông sản

Thực tế cho thấy các doanh nghiệp kinh doanh nông sản còn hạn chế về nguồn lực

và tư duy nhận thức về quản trị quan hệ nhà cung cấp. Năng lực của doanh nghiệp quyết định đáng kể đến khả năng thiết lập các quan hệ chiến lược với các nhà cung cấp. Việc tăng quy mô các nguồn lực, thay đổi nhận thức là một cách thức để doanh nghiệp có thể vận hành chuỗi cung ứng cũng như thiết lập mối quan hệ tốt hơn với các nhà cung cấp.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, bản thân các doanh nghiệp kinh doanh nông sản cần nỗ lực phát triển, mở rộng quy mô, xây dựng sự chuyên nghiệp và uy tín trong kinh doanh. Để mở rộng qui mô, các doanh nghiệp phải liên kết và sáp nhập với doanh nghiệp trong và ngoài ngành dưới dạng chia sẻ đơn hàng hoặc kết hợp với nhau thành một đầu mối nhằm dễ dàng đàm phán trong việc mua nguyên liệu từ các nhà cung cấp trong nước và đặc biệt nước ngoài. Trong bối cảnh thị trường đầy tiềm năng, hấp dẫn nhưng doanh nghiệp kinh doanh nông sản Hà Nội lại có quy mô kinh doanh nhỏ và thiếu kinh nghiệm quản lý, cần thiết phải tìm các đối tác đầu tư chiến lược để không chỉ tăng cường nguồn lực mà còn cải thiện năng lực quản lý và nghiên cứu - phát triển.

Nâng cao nhận thức về quyền và lợi ích của các bên liên quan tham gia vào chuỗi cung ứng nông sản. Đặc biệt là nhận thức của người nông dân sản xuất nguyên liệu và doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ sản phẩm hướng đến sự phát triển bền vững và nâng cao uy tín, chất lượng, thương hiệu của các sản phẩm nông sản Việt Nam. Có như vậy người nông dân cũng như các doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ sản phẩm mới có thể tự nguyện thực hiện các hợp đồng đã ký với nhau, thực sự cùng nhau hợp tác đầu tư khoa học, công nghệ cho nuôi trồng, chế biến, chế biến sâu, chia sẻ lợi ích, khó khăn cho nhau. Thực tế cho thấy, trong điều kiện hiện nay việc thực hiện liên kết thông qua hợp đồng đã ký giữa doanh nghiệp và nông dân vẫn trông chờ chủ yếu vào sự tự nguyện của các bên.

Giải pháp xây dựng quy trình quan hệ nhà cung cấp hiệu quả

Để đạt được hiệu quả cao trong quá trình triển khai xây dựng và phát triển quy trình quản trị quan hệ với nhà cung cấp, một trong những yêu cầu quan trọng đối với các DN kinh doanh nông sản là cần phải cụ thể hóa các bước triển khai. Doanh nghiệp cần mô tả từng công việc cụ thể của các bước nhằm mục tiêu thống nhất và hướng dẫn thực hiện cho các đối tượng triển khai gắn với các tiêu chí và tiêu chuẩn đánh giá cho từng công việc cụ thể. Trong thực tế, các doanh nghiệp thường thiết lập quy trình nhưng trong quá trình triển khai và đánh giá kết quả đạt được thì lại khó lượng hóa và đo lường, chính vì vậy, hiệu quả của việc áp dụng quy trình quản trị quan hệ với nhà cung cấp thường thấp.

Giải pháp hoàn thiện công tác đánh giá quản trị quan hệ nhà cung cấp

Bất cứ quy trình hay công việc nào được tiến hành sẽ khó đạt được kết quả tốt nếu hoạt động đó không được đo lường một cách cụ thể. Để cho việc áp dụng quy trình quản trị quan hệ với nhà cung cấp và phát triển tốt mối quan hệ, một yêu cầu rất quan trọng đó là cụ thể hóa bằng tiêu chí đo lường kết quả cho từng công việc trong các bước của quy trình. Mỗi một doanh nghiệp sẽ có các tiêu chí đo lường khác nhau phụ thuộc vào mục tiêu của quá trình xây dựng quy trình và đặc thù của mỗi doanh nghiệp. Các tiêu chí đo lường có thể là định lượng, định tính hoặc tiêu chí có thể đáp ứng được yêu cầu về tiêu chuẩn.

Thực trạng tại các doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay

như đã phân tích cho thấy đây là khâu yếu của các doanh nghiệp kinh doanh nông sản. Chính vì vậy việc thiết kế quy trình đánh giá quản trị quan hệ nhà cung cấp là cần thiết đối với doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên địa bàn Hà Nội hiện nay.

Trước tiên doanh nghiệp kinh doanh nông sản Hà Nội phải xây dựng quy trình đánh giá quan hệ nhà cung cấp theo đề xuất ở phần cơ sở lý luận, trong đó việc xây dựng bộ tiêu chí đánh giá quan hệ nhà cung cấp tác giả xin đề xuất một số các tiêu chuẩn mà doanh nghiệp kinh doanh nông sản có thể tham khảo.

Bảng 4. Một số tiêu chí đánh giá quan hệ nhà cung cấp

Yếu tố xem xét	Kém	Trung bình	Tốt
Chất lượng - Nguồn gốc hàng hoá (nếu có). - Kết tra chất lượng mẫu (Do nhà cung cung cấp hoặc do DN nông sản kiểm nghiệm). - Phiếu chứng nhận chất lượng hàng hoá. - Hệ thống quản lý chất lượng. - Bảo hành hàng hoá. - Sự phù hợp của hàng hoá với nhu cầu.			
Giá cả và thanh toán - Báo giá của các đơn vị - Tìm hiểu và so sánh giá trên thị trường. - Hình thức thanh toán và thời gian thanh toán.			
Khả năng sẵn sàng cung cấp và giao hàng - Cam kết của nhà cung ứng về: Thời gian, địa điểm giao hàng, khả năng cung ứng và phương tiện vận chuyển. - Năng lực cung ứng của NCC - Các dịch vụ hỗ trợ sau bán hàng.			
Uy tín - Thông tin tự tìm hiểu. - Giới thiệu của các đơn vị trung gian. - Cung cấp từ nhà cung ứng - Mối quan hệ đã có với DN			
- Liên tục nâng cao đổi mới - Giấy phép kinh doanh			

Giải pháp phát triển liên kết các thành viên trong chuỗi kinh doanh nông sản Hà Nội

Xác định đầy đủ và hài hòa được lợi ích của tất cả các bên liên quan trong chuỗi cung ứng nông sản. Đây là vấn đề mấu chốt để hình thành và phát triển chuỗi cung ứng nông sản. Đặc biệt, trong việc hình thành các chuỗi liên kết cung ứng nông sản cần chú ý đến vai trò của người thu gom nguyên liệu, nhà khoa học, khuyến nông và ngân hàng. Có thể nói các chuỗi liên kết cung ứng nông sản chỉ tồn tại và phát triển được nếu nó phù hợp với các quy luật kinh tế khách quan, hay nói cách khác là các chuỗi liên kết này chỉ tồn tại được khi nó hợp lý mà việc xác định đúng, đủ và hài hòa lợi ích của các bên liên quan trong chuỗi chính là việc tuân thủ các quy luật khách quan của vấn đề này, tạo ra sự hợp lý của chuỗi liên kết.

Tăng cường mức độ hợp tác giữa các thành viên. Đặc biệt là các nông hộ nhỏ lẻ, manh mún, thiếu vốn, thiếu kỹ thuật, thiết thông tin thị trường cần phải được tổ chức lại và thành lập mô hình hợp tác xã. Với sự hỗ trợ đắc lực của cơ chế và chính sách hỗ trợ thích hợp của Chính quyền các cấp, loại hình hợp tác xã sản xuất này có thể cung cấp những hỗ trợ kỹ thuật cần thiết cho các nông hộ, đúng vai trò làm cầu nối giữa nông dân với các cơ sở chế biến và nhà sản xuất. Như vậy, sẽ có cơ hội giảm bớt số lượng trung gian và đồng thời giảm bớt quyền lực của các trung gian, tránh để nông dân bị thiệt thòi vì thương lái ép giá. Không vì sự thất bại của nhiều mô hình hợp tác xã trước đây mà phủ nhận khả năng tập hợp các nông hộ thành một lực lượng lớn mạnh hơn, có tổ chức hơn và có quyền lực cao hơn để có thể thương lượng công bằng với các đơn vị chế biến quy mô lớn.

Tăng cường khả năng truy nguyên nguồn gốc xuất xứ. Để bảo đảm chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm thì tất cả các khâu trong chuỗi bảo đảm chất lượng thực phẩm (từ khâu nuôi trồng, đánh bắt, đến sản xuất, chế biến, bảo quản, vận chuyển, kinh doanh, sử dụng) đều phải đạt vệ sinh và an toàn. Nếu bất kỳ khâu nào không đạt yêu cầu thì nguy ngộ độc thực phẩm đều có thể xảy ra. Trách nhiệm bảo đảm chất lượng là của tất cả mọi người trong xã hội từ các cấp chính quyền, đoàn thể đến các nhà khoa học, các cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh và đến cả người tiêu dùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baily (2005), Chartered Institute of Purchasing & Supply - Purchasing principles and management, Financial Times Prentice Hall
2. Burt & Pinkerton, (2011), A Purchasing Manager's Guide to Strategic Proactive Procurement-AMACOM
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2012), Quy hoạch phát triển ngành nông nghiệp Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn 2030.
4. Chopra &Meindl, (2009). Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation. Prentice Hall.
5. Cohen & Roussel (2005), Strategic supply chain management McGraw Hill
6. Dwyer & cộng sự (1987), "Developing buyer - seller relationships Developing Buyer-Seller Relationships", Journal of Marketing.
7. Lysons (2016), Procurement & Supply Chain Management-Trans-Atlantic Publ.
8. Leftwich & cộng sự (2004), Organizational concepts for purchasing and supply management implementation, Santa monica, CA:Rand corporation
9. Lambert & cộng sự (1998), *Fundamentals of Logistics Management*, McGraw-Hill
10. Huỳnh Thị Thu Sương (2013), Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hợp tác trong chuỗi cung ứng đồ gỗ, trường hợp nghiên cứu vùng: Đông Nam Bộ, Luận án tiến sĩ, ĐH Kinh tế Thành Phố Hồ Chí Minh
11. Ủy ban nhân dân thanh phố Hà Nội (2012), Quyết định (17 / 2012/ QĐ- UBND) phê duyệt quy hoạch nông nghiệp Hà Nội đến năm 2020.

DEVELOPMENT BRAND OF LOCAL SPECIALTIES IN EFFORT TO PROTECT DOMESTIC MARKET

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CÁC SẢN PHẨM ĐẶC SẢN ĐỊA PHƯƠNG TRONG NỖ LỰC BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

Assoc Prof. Nguyen Quoc Thinh

MBA Nguyen Thi Van Quynh

Thuongmai University

Abstract

In a scenario that world protectionism is increasing and before pressures from opening commitments from new edition FTA, to protect and develop domestic market, brand development for local specialties has been concerned for years; however, there are many limitations raised from the awareness and efforts of the community. From the perspective that brand is reputation, prestige and trust in product, product line or product group, brand development needs to focus not only on improving the product but also the courage to enhance brand and product awareness, to increase perceived values about the brand from customers. Therefore, increasing their loyalty to the brand. Local specialty brands belong to community, associate in community. Therefore, it is necessary to find a proper model based on community resources.

The article analyzed and implied considerations derived directly from brand approached by customers, thereby to emphasize both the efforts of the brand owner and the feelings from customers when discussing about development of branded specialties. As a result, despite great efforts, branded specialties have not yet set a place in customers' mind. Some proposals suggested in this article in order to develop branded specialties. Hopefully to be applied in different provinces/cities, to improve the image and reputation of branded specialties in many localities.

Keywords: *Brand development; Local specialty; Collective brand; Certification brand; Geographical indication*

Tóm tắt

Trong bối cảnh bảo hộ thương mại trên thế giới đang ngày càng gia tăng và trước sức ép từ những cam kết mở cửa từ các Hiệp định thương mại thế hệ mới, để bảo vệ và phát triển thị trường trong nước, vấn đề phát triển thương hiệu sản phẩm đặc sản địa phương được quan tâm từ nhiều năm nay, song còn nhiều hạn chế xuất phát từ nhận thức và sự nỗ lực của cộng đồng. Với tiếp cận thương hiệu là danh tiếng, uy tín và lòng tin của công chúng đối với một sản phẩm, dòng hay nhóm sản phẩm thì việc phát triển thương hiệu cần tập trung không chỉ cho hoàn thiện sản phẩm mà rất cần đến những nỗ lực để nâng cao nhận thức về thương hiệu và sản phẩm, gia tăng những giá trị cảm nhận của khách hàng về thương hiệu, từ đó trung thành với thương hiệu. Thương hiệu đặc sản là của cộng đồng, phải trực tiếp gắn với cộng đồng. Vì thế cần tìm ra mô hình hợp lý để phát triển nó dựa trên các nguồn lực cộng đồng.

Bài viết phân tích và đưa ra những nhận định xuất phát từ tiếp cận thương hiệu dựa trên khách hàng, để từ đó nhấn mạnh cả đến những nỗ lực từ phía chủ sở hữu thương hiệu và những cảm nhận từ phía khách hàng khi bàn đến vấn đề phát triển thương hiệu sản phẩm đặc sản. Kết quả đã chỉ ra rằng dù rất cố gắng, song thương hiệu các sản phẩm đặc sản địa phương vẫn chưa có được chỗ đứng vững trong tâm trí khách hàng. Một số gợi ý để phát triển thương hiệu đặc sản được đề xuất, hy vọng sẽ có thể được áp dụng tại các tỉnh/thành phố để cải thiện hình ảnh và danh tiếng của các sản phẩm đặc sản ở nhiều địa phương.

Từ khóa: *Phát triển thương hiệu; Đặc sản địa phương; Thương hiệu tập thể; Thương hiệu chứng nhận; Chỉ dẫn địa lý.*

1. Introduction

Brand development for products are being promptly conducted in many provinces in the whole country. Depending on some conditions and distinct features of the local as well as the products, so that different models can be chosen based on settings and geographical indications or setting up collective trademarks or certification trademarks. Locally, brand development activities only seem to focus on intellectual property registration and operate via communication by introducing about the products in a short time related to its trend. Local participation in the progress of brand development is not high enough, commercial fraud situation, wrong origin of products, low quality local specialty products. All of them, are ruining image of branded specialties.

According to brand based customer, it can be seen as both strategic thinking and reality operation, brand development does not only stop at completing products and brand identity but also needs focusing on improving perceived values and brand awareness; therefore, maintaining and increasing customer's loyalty. This article does not generally mention all the issues in brand development and products in particular but strongly emphasizes the evaluation from direct subjects of brand; considerations from customers in order to propose better solutions for brand development of local specialties.

General analytical method and descriptive statistics used in the article alongsides with primary and secondary data.

Primary data collected:

- Direct interviews with 30 manufactures, among them: 8 tea manufactures in Moc Chau (Son La); 10 tea manufactures in Tan Cuong (Thai Nguyen) and 12 lychee manufactures in Thanh Ha (Hai Duong) from July to September 2019.

- Surveyed with 210 customers (people who always consume different kinds of fruit) in Ha Noi and Nghe An, from October to November 2019.

2. Contents of brand development

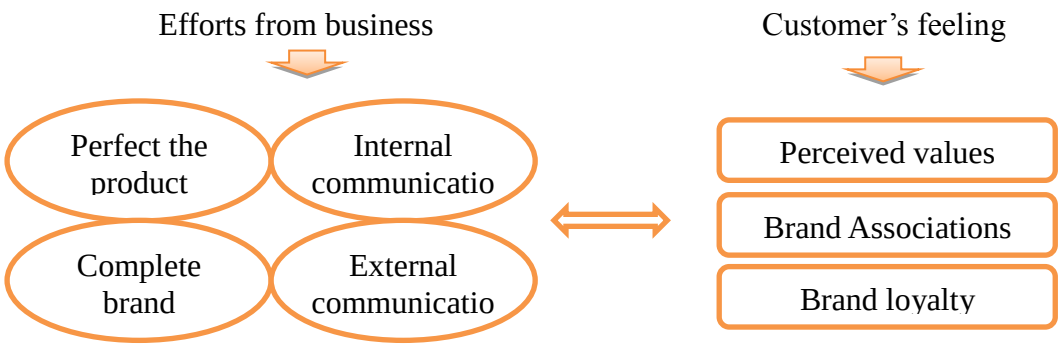
2.1. Approach about brand

Brand is not simply recognized as signs and to distinguish products but more important, it is approached as signs (intuition and feeling), values that a product, an

organization as well as local, even an individual brings to a related subject (for example customers, partners, organization members, etc. other subjects). From the perspective of a product, brand is *"one or group of all signs to identify and distinguish product, business; is an image of product and business in customers'mind and the public"* (Nguyễn Quốc Thịnh, 2018, p.15). Beisdes the intuition sign (able to see, hear, touch, etc.) also feelings, association, images and impressions stored in customers'mind and the public. Images and impressions on the product and the business are the most important to pull customers and public closer to products; accordingly, to create added value and strongly impact to behaviors, consumption decisions as well as loyalty towards products of one business.

Following authors (Aaker, 1991) and (Keller, 2007) implied that brand needs the approach based on customers instead of only viewing from financial perspectives. Therefore, to let a brand exist and develop, attract the attention and impact on customer's behavior, it is necessary to invest not only the efforts on perfecting the product, completing brand identity but importantly all the efforts for internal & external communication (for example product supplement, communication with community, communication activities, brand protection, etc.). Thus, creating perceived values and friendliness, strong association as well as increasing loyalty to the brand. Brand can be seen from two groups: efforts from the business and customers' feeling (Figure 1)

Figure 1: Brand based on customer's perspective



Source: Nguyen Quoc Thinh, 2019, 16

As can be seen from this model. All the activities on building and improving brand need measuring in order to create values that customers can perceive; accordingly, to form strong association and to be loyal to the brand and branded products. Efforts from the business can bring good feeling about products; in return good feelings about product can create reasonable judgements and achievements for business.

2.1.2. Brand development contents

From this point of view, brand development essentially is the development of brand equity (Aaker, 1991) and is understood as *"group of activities to increase strength and general ability, impacts of brand towards customers' mind and behavior as well as of the public"* (Nguyễn Quốc Thịnh, 2018, 219). Clearly, brand development was not only implied via communcation activities in which raising public's awareness about the brand,

additionally not only the product advertisement but all the activities applied towards products, business cultures, comunication, architecture and protection of a brand, ect. Especially, these activities need to fulfill customers' feeling; hopefully, will be a change in customer's behavior when facing a product and a brand.

Whereas brand equity can be approached (particular independence) via 3 angles: Financial based brand equity (FBBE) which means based on the monetary value of a brand; Employee based brand equity (EBBE) means feelings and efforts of employees; Customer based brand equity (CBBE) means the feelings of customers. Brand development can be seen either one of three angles or all three angles (Keller, 2007).

All the activities to develop brand can be focused on following contents: Raising brand awareness; Improving brand perceived values; Increasing general ability and control of a brand; Expanding financial values for a brand (Nguyễn Quốc Thịnh, 2018).

- Raising brand awareness is the activities towards increasing customers' awareness about a brand and branded product, in which firstly raising the knowledge then raising the understanding of customer about the brand via many communication tools. The knowledge of a brand is the lowest level in awareness of customer about the brand.

Communication activities at different scope and level are strictly used and operated both internal and external. Nevertheless, the important in communication to increase awareness is to share the core values, in which a brand as well as benefits and values that customers can perceive through branded products, impressions and images that customers can save in their minds. It does not simply remind them that there is a brand.

- Improving brand perceived values will be applied through completing and improving product quality, maintaining and improving indivual values of customers, therefore, customers can have higher perceived value when connecting with a brand and consuming. Targeting appropriate brand is based on differences and core values, distinctive feaures of product, which needs consideration in order to develop brand perceived values. Besides, communication activities need selective focus to increase image and association towards the brand, instead of only focusing on product advertisement.

Improving brand perceived value is not business-self effort in completing the products but also needs affirmation of third parties (for example, cultivation process; certified quality; origin identification; distribution system, etc.) especially affirmation from customer experience.

- Increasing general ability and control of a brand includes renewing and expanding the brand in different groups as well as forming sub-brands, new brands for different kinds of product; therefore increasing the general ability of a brand on the displays to customers. Alongsides, renewal activities; research and development (R&D) for new products, in which create more competitive advantages, sooner can absolutely be controlled on targeted market segment. Expanding brand for different product segments will help customers to feel more about individual values.

- Brand based financial value will be improved when a busines operated the awareness, increased perceived value and general ability, control of the brand. However,

expand brand financial value can be operated directly and in purpose via conncetion activities, joint venture, franchise and cooperation as well as transition of intellectual equity for different targets.

At different scope and level (in business or business group or industry, province, nation) then the contents of brand development will be applied and operated in different ways.

3. Local specialty and levels of brand development

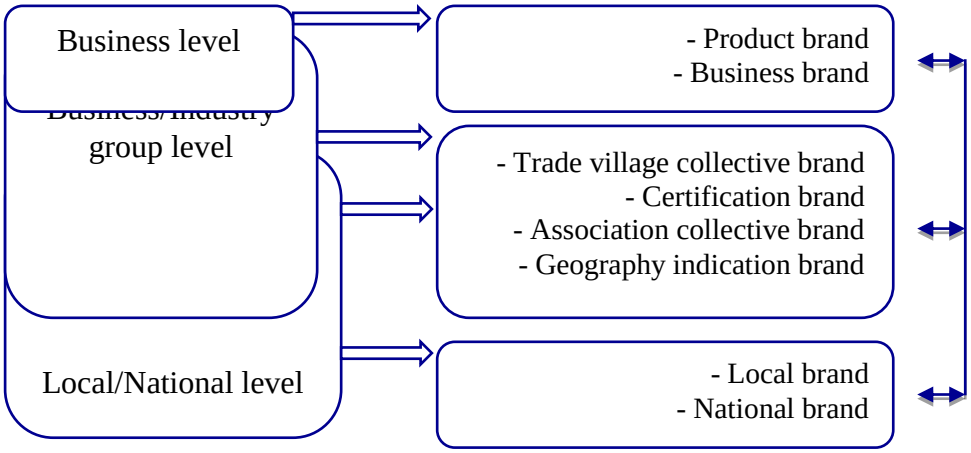
There was not a coherence approach on local specialties. Under circumstances, knowledge about local specialties still had relative differences. Generally, different approaches still have some common about products called specialty: specific about geography where the product produced (some products have specialty in its pedology, climate etc.), differences (superior) product quality and tradtional knowledge (experience, producer skill).

Author (Lưu Đức Thanh, 2019) implied *"Specialty is the product with its origin from a local, province, specific geographic area, has specific features about complexion, quality which is not similar to another product of the same kind and these features mainly gifted by the nature, local people who process and produce the product".* This article, firstly approach the term "local specialty" from the angle through agricultural products, mostly are grains, seeds, vegetables, fruits, poultry, cattle and other products produced from them. Hence, specialty is product produced from specific location, have difference (superior) about quality comparing to those of the same kind at different locations; with difference about geographic factors and local traditional knowledge.

Specialty products usually include community factor (not only one person created it); therefore, reputation and image, prestige of product depend mainly on participation of community. Specialty is also controlled and affected by many impacts from global warming and pressures from increasing extreme production. Therefore, building and maintaining, developing reputation for specialty products usually request simultaneous efforts from many parties, the control with all procedures of production, supply and trade.

Brand building and development for local specialty products (from another perspective is considered as community brand), often mentioned and associated with strategic orientation of collective brand, certification brand and geographical indication brand; alongside with particular brands of owners. Figure 2 clearly pointed out the level of brand development in general and associated with local specialty products in particular. At business level, the subjects carry out brand development activities are business owners; whereas at business/industry group, the subjects might be related collective organization; at local/national level then the subjects are local/national authorities.

Figure 2: Levels of brand building and development



Source: Nguyễn Quốc Thịnh, 2019, 15

Brand building and development for local specialty products (from another perspective is considered as community brand), often mentioned and associated with strategic orientation of collective brand, certification brand and geographical indication brand; alongside with particular brands of owners. Figure 2 clearly pointed out the level of brand development in general and associated with local specialty products in particular. At business level, the subjects carried out brand development activities are business owners; whereas at business/industry group, the subjects related to collective organization; at local/national level then the subjects are local/national authorities.

At business level, brand development for product can be chosen (for specific category or product group) or business brand (general brand for business). At business group level, trade village brand is collective brand (joint ownership) of different owners in a trade village (especially traditional trade village) (Chính phủ, 2018). Besides, development of collective brand for trade village (subject who participates is not limited about geographical space) or collective brand model brings/connects with geographical indication (subject who participates is limited about geographic area with the production of the product) is popularly applied.

With community features of local specialty (which mean same specialty products have simultaneous many manufactures); therefore, there are always conflicts about community benefits and individual subject if there is no relevant brand development model. All subjects need to cooperate in order to increase reputation for the product as well as direct competition in each segment. Accordingly, multi-brands model (brand development for individual business/manufacture as well as collective brand development/ or simultaneous collective factors) is absolutely operated and always effective comparing to the model of brand development of individual business/manufacture. Collective brand development (trade village or organization or geography indication) or certification brand, if well operated, in fact will be an important affirmation about origin and prestige, reputation of specialty products.

4. Situation of brand development for Vietnamese local specialty products

4.1. Situation of intellectual property registration for branded local specialty products

Based on the fact that features of local specialty products always have high community features, therefore brand development activities hardly separated from community owner model, or with community participation during its development. Multi-brands model is always chosen, but besides each business/manufacture builds their own brand (product brand or business brand) then general brand always exists as a certain guarantee for individual brand and this general brand absolutely exploits geographical indication of products such as local name (village, commune, suburban province, province).

Intellectual property registration sets a legal foundation for local specialty product brand development; besides businesses/manufactures actively process followed guidance of regular brand registration (individual brand of business/manufacture). There are three options for registration of general brand included: geographical indication registration, collective brand registration and certification brand registration. Essentially, the registration of geographical indication or collective brand, certification brand is just the beginning of setting the right (to own and exploit) legally from related parties. An important problem is trade development and increase value for products which carry geographical indication, collective brand and certification brand. This problem can be approached through the angle of economic - collective brand, certification brand.

- Registration for geographical indication is quite complicated and difficult to process, derived from strict requests of affirmation process and legal laws related to owner of geographical indication. According to the current law, owner of geographical indication is government; therefore, government authorities will make registration (Viet Nam Academy of Science and Technology, Department of Agriculture and rural development, Province committee, Suburban province/commune committee, etc.); whereas management subjects are usually collective organization, subjects participated in deploitation are authorized manufactures; hence, there are many conflicts about benefits.

According to Intellectual Property Office of Vietnam (unitl 31 October, 2019), there are 70 geographical indications in Vietnam have certifications. Except those products such as: grilled squid, mud clam, shrimp paste, sipunculus considred as seafood, the rest of geographical indications are local agricultural products. There are 41 provinces/cities have certified geographical indication, in which some locals have many products which were certified geographical indication, namely: Ha Giang - 5 products, Quang Ninh & Thanh Hoa - 4 products, Son La - 3 products, 13 provinces have 2 products.

- Registration for collective brand will be represented by an organization (usually co-operative organization, organization, association, etc.) which will make registration, build management principles for collective brand. According to Intellectual Property Office of Vietnam, until the end of October 2019, there were 936 certification for collective brand, especially agricultural products known as specialties, Hai Phong is one of the city which has the most of collective brands (54 brands), Ha Noi (64 brands), Tien Giang (39 brands).

Registration of collective brand is simpler comparing to registration of geographical indication brand both about the process and time. Therefore, this solution is mainly popular. Because the general scope and participation of subjects are based on a narrower collective brand registration, mostly at suburban province level (nearly 68%) therefore its flexibility is pretty high, the chance to approach and control participants much easier. However, due to narrow scope with specific restrictions from participants as well as collective management control, in many cases there are still many limitations and ability to approach and develop a proper market for specialty products.

- Certification brand will be a qualified organization/individual (according to legal laws) who will make the registration and authorize the use, exploitation for related organizations or individuals who want to use. To control certification brand, the owner has to build a set of principles about product quality, production procedure and other related conditions. Whenever, all subjects are qualified all the requirements in the principles, certification brand are allowed to use for their own products. With strict ties with certification brand, in fact, not many manufactures in geographic area which has specialty can participate and exploit certification brand, in order to develop brand for their own products.

In Vietnam, the subject who can register the certification brand mostly Committees or specialized authority of Committees which are qualified to register certification brand. In fact, among 270 registered certification brands, there are about 192 certification brands belong to Committees or Economic Office (or Agricultural & Rural Development office), 38 certification brands belong to department, the rest of 40 certification brands belong to office, centre or different owners.

However, surveyed of 210 people (from October, November 2019 in Ha Noi & Nghe An), there was only 2,85% (6 people) know and care about branded specialty which is registedred as geography indication or collective brand or certification brand. Therefore, registration followed by which intellectual property object and which model to develop brand for speicalty is not the important thing for customers, the most important is how to make them trust about quality and origin of branded products.

4.2. Situation of communication activities in order to raise awareness about branded local specialty products

Communication activites in order to raise brand awareness for local specialty products has been focused, especially strongly increase from 2016 until now at both local and national level.

At national level, National Brand Programme (Vietnam Value) and programme National Key Trade operate supportive activities from businesses and industry in building brand for potential products such as Handicrafts brand - Vietcraft Exellence (closely related to trade village), Food brand Vietnam programme - Food of Vietnam (direcly related to certification brand, collective brand). Vietnam Rice brand - Vietnam Rice also are being simultaneously operated based on approach of one national certified brand.

Programme Support intellectual equity for business (Decision 68/2005/QD-TTg 4

April, 2005), during the period 2016-2020 focused on diferent projects related to local intellectual equity, which emphasized to develop & trade exploitation of geographical indication, collective trademark and certification trademark for local products. At this stage, there are almost 100 projects have been operated to build the intellectual rights and brand development for local specialty in many provinces, cities in whole country.

The program One Commune One Product of Vietnam (OCOP) was conducted from 2016, therefore focused on completion and trade development for local products, solve the livelihood problem and developed the potential of local products. Many branded local products have been created and strongly developed in many areas domestically and abroad.

Many communication programs, trade fairs, product diplay models and brand were organized periodically at many different locations domestically and abroad, in order to advert about the Vietnamese branded products in general and especially local specialty in particular.

At local level, mostly they have orientations, decisions, and programs for brand development of potential products. Typically, some provinces such as Tien Giang, Ben Tre, Long An, Binh Thuan, Hai Phong, Dien Bien, Son La, Bac Giang, Ca Mau, An Giang, etc. with programs about trade village brand development, agricultural brand and handicrafts brand. Some projects received very good result, created a clear image domestically and abroad such as Luc Ngan lychee, Yen The hill chicken (Bac Giang), Song Ma longan; Yen Chau mango, Moc Chau Shan tuyet tea (Son La); dragonfruit (Binh Thuan); Lo Ren Star apple; Hoa Loc mango (Tien Giang); Phu Quoc fishsauce (Kien Giang), etc.

Almost all locals strongly operated communication programs for local specialty such as advertisement via website, sales points, many events like Fruit festival, local specialty, Local specialty week, etc. Besides, they actively promoted their brands via social media and their sales point as well as department stores, supermarkets and convenient stores. These activities increased customer's awareness about the branded products; therefore, brought higher value for specialty products.

According to author (Lưu Đức Thanh, 2019), with activities for brand development, particularly raising awareness about brand, specialy products which have been in better sales, bring more benefits for manufactures and community, for example: Cao Phong orange doubled the price, Dai Hoang banana increased 100-130%, Phuc Trach grapefruit increased 10-15%, especially Luan Van grapefruit increased 3,5 times than before being registered.

However, the result from communication activities improve awareness about the brand for local specialty; still there were some limitations such as lack of variations about methods and tools. Awareness of community about local specialty brands were still not high. As a result, from the author's suvey of 210 people (those who alsways use different kinds of fruits) in Ha Noi and Nghe An during the time of October & November 2019 showed:

80/210 people (38%) normally knew about the brand from internet (Facebook,

Zalo); 55/210 people (26.2%) knew through advertisement on TV; 38/210 (18.1%) knew via trade fairs; exhibiton; 33/210 people (15.7%) knew through sale points; 71/210 people (33.8%) knew through recommendation from acquantainces (through different channels). As a consequence, level of awareness toward the brand was not high enough, which means communication activities were not yet wide enough.

As can be seen from the author then mostly, communication activites were still mainly limited at local level, following low frequency season. The survey also focused to find out about evaluation of customers with communication message about local specialty brand (directly with Cao Phong orange and Luc Ngan lychee), the result recorded in Table 1.

From Table 1, even though communication activities for both products had a significant focus on differences and superior features of product and fairly, details about origin of product; however, attractiveness about advertisement image and level of details about usage, benefits of product was still careless. The bond between individual brand and collective brand has been focused to exploit the image of local products and created competitive advantages, but still at average level.

Table 1: Evaluation about media activities between Cao Phong orange and Luc Ngan lychee

TT	Evaluation about message and method	Evaluation points * (**/***)					Total	Average
		1	2	3	4	5		
1	Attractiveness of advertisement image	12/9	34/27	16/22	2/7	6/0	*70/65*	*2,37/2,42*
2	Detail about usage, features	9/11	23/31	17/22	20/1	1/0	*70/65*	*2,73/2,20*
3	Clearliness about origin	0/1	9/6	33/42	28/16	0/0	*70/65*	*3,27/3,12*
4	Superior differences about quality	3/6	19/9	22/31	11/17	15/2	*70/65*	*3,22/3,00*
5	Connection of business brand with collective brand	3/4	11/12	33/34	17/11	6/4	*70/65*	*3,17/2,98*
6	Varietion of media activities	15/8	21/9	11/28	3/11	20/9	*70/65*	*2,88/3,06*

** Level 1 is lowest and level 5 is highest.* *** Figures for Cao Phong orange*
**** Figures for Luc Ngan lychee*

Source: Author's survey with 210 people in Ha Noi, Nghe An from October, November 2019 (number of answered for Cao Phong orange is 70, Luc Ngan lychee is 65.

4.3. Activities in improving perceived value for brand

According to the figure (Lưu Đức Thanh, 2019), almost geographical indication, collective brand, certification brand that have been certified all included local name such as Vietnam, provinces/cities, communes or particular places (Table 2). The registration for brand with local name (where has the specialty) is the significant thing to a). Clear information about origin b). Affirmation for customer to justify about superior features and c). Create a specific condition to control products during supply, distribution.

Table 2: Locals chosen for intellectual property registration for specialty brand

TT		Country	Province/City	Commune	Local
1	Geographical indication	0	18	47	5
2	Collective trademark	0	58	261	632
3	Certification trademark	4	58	138	70
	Total	*4*	*134*	*446*	*707*

Source: Lưu Đức Thanh, 2019

However, currently there are many products associated with specialty name and justify and affirmation with product with the same kind unclear, therefore, trust and perceived value from customers about these products still have some doubts. Whereas Vietnam does not have proper legal law, justify and affirmation and standards about "specialty product", then many products which have certification from manufactures/business, called themselves "specialty", and promote them when authorities do not have punishments.

In fact, level of trust from the community with many brands was not yet high, which affected a lot to their brand image of local specialty products and prestige of community. Table 3 showed the level of trust by customers about quality and origin of fruits when purchased at different sale points.

As can be seen from Table 3, customers mostly trust when they purchase at sale points of exact local products, next comes the the trade fairs, accquaitances, shops specialized about vegetables & fruits. The lowest level includes street vendors, traditional markets, kiosk and online shopping. Appropriate distribution channel could be chosen for locals and collective organization to develop brand for their own products.

Table 3: Level of trust by cusomters about quality and origin of when purchased at different places

TT	Level of trust by cusomters about quality and origin of fruits when purchased:	Poitns					Average
		1	2	3	4	5	
1	Sale points	0	0	0	100	110	*4,52*
2	Fairs	0	0	45	116	49	*4,02*
3	Accquaintances	0	0	65	100	45	*3,90*
4	Shop specialized about fruit & vegetables	0	16	113	67	14	*3,37*
5	Big supermarkets	10	15	145	5	35	*3,19*
6	Convenient stores	9	26	184	8	1	*3,09*
7	Online shopping	30	90	78	10	2	*2,35*
8	Traditional market	55	65	67	9	14	*2,34*
9	Kiosk	45	79	78	5	3	*2,24*
10	Street vendors	72	118	9	11	0	*1,80*

**1 is less trust and 5 is most trust.*

Source: Author's survey (Ocotber, Novermber 2019) with 210 people in Ha Noi and Nghe An

From all activities in order to increase perceived value , besides based on evaluation of customers, the authors also carried out direct interviews at some manufactures to have a clearer observation about the efforts right from the communities where are home of local specitalties. The result from 30 representatives of manufacture (family business, still in the limit of geography indication) 3 group of geographical indication products are: Moc Chau Shan tea (8 manufactures), Thanh Ha lychee (12 manufactures) and Tan Cuong tea (10 manufactures) implied:

Only 8/30 manufactures (26.7%) have a certain knowledge about geographical indication (such as recognization, ranking affirmation, quality which only limited within geographical indication been certified, products from outside of the areas are not allowed to have geographical indication brand), whereas 73.3% manufactures have been interviewed but lacking of awareness about what geographical indication means'

14/30 manufactures (46.6%) implied about participation the community did not show any differences comparing to those who did not join the community (such as no supports, few actitvities or popupaar information, mostly they have to self-study and self-market).

25/30 manufactures felt qualified with the training programme about safe and clean production like VietGap, GlobalGap, transplantation techniques, anti-pesticide, manufactures felt more confident and more active in improving product quality via completing cultivation process, harvesting, process, packaging, etc. on products such as tea and lychee.

11/30 manufactures (36.7%) believed that frauds exist, tea product was mingled, low quality lychee, produced from provinces outside the area which was certified geographical indication. Products are still being sold with the tag 'geographical indication' without strictly control and punishment. Therefore, some manufactures reluctantly joined the community, in order to cheat easily.

Table 4 below was the result from 30 manufactures about level of important of necessary solutions applied for brand development of specialty products (particularly for tea and lychee product).

Table 4: Level of important of solutions for brand development of specialty products

No.	**Contents**	**Evaluation***					
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**Average**
1	Build clear, specific and transparent standards	0	0	8	12	10	*4,06*
2	Traceability stamp	0	0	12	9	9	*3,90*
3	Strict punishment of fraud about origin of products	0	0	5	13	12	*3,90*
4	Good connection with wholesale manufacture for distribution	0	0	13	11	6	*3,77*
5	Regularly train production technique for manufactures	0	2	11	13	4	*3,30*
6	Strictly control product sale at manufactures	5	5	5	11	4	*3,13*

7	Online sale	0	11	9	10	0	*2,97*
8	Frequently promote products via facebook, zalo, website	4	6	12	4	4	*2,93*
9	Control production procedure of every manufacture	3	6	18	1	2	*2,77*
10	Build product introduction points in community	5	6	11	7	1	*2,77*
11	Provide products in supermarkets, department stores	5	7	14	4	0	*2,57*
12	Participation of all manufactures into community	7	7	11	3	2	*2,53*
13	Participate trade fairs, exhibitions	12	3	8	7	0	*2,33*

**1 is least important and 5 is most important*

Source: Survey in July to September 2019 in Moc Chau (Son La), Thanh Ha (Hai Duong) and Tan Cuong (Thai Nguyen) with 30 manufactures, family owned manufactures, within the limit of geographical indication.

Solutions related to control specialty products (such as building quality standards, attaching origin stamps, punishing offences) considred as the most important, in order to develop brand because they gurantee prestige and image of product which is not buried and reduced. All evaluations have high concentration.

As a result, to improve pervceived value of a brand, quality of product should be placed as priority focus. Nevertheless, besides completing and improving quality, the focus on distribution channel should be well concerned.

5 Brand development solutions for local specialty products

Brand development for local specialty products essentially associates with community; therefore, participation from community is necessary. Brand development is not only an investment and concern about how product will be the best but importantly (as shown in Figure 1) concerns about many matters such as completing product, completing point of sales material in fact touch points); increase internal & external communication (like distribution, place & methods, communication behaviors, etc.). The following suggestions might helpful for locals, communities and subjects, in order to develop more for local specialty brand.

- Whatever model is chosen to develop brand (based on geographical indication or collective brand or certification brand) then the most important is building a strict disciplines to control product quality (with specific quality standards) and the supply of products into market. Depend on each model and different conditions then quality standards might towards increasing values and benefits for customers based on superior features and different from its origin. Control of product quality, production procedure, suply process need to be concretised and handed over for colletive organisation and related authorities, directly exploited and used brand. Appropriate authorities will orientate, schedule, support and external outside according to government managerial function.

- Trust of customer with specialty product is not only a name or logo but the most

important thing is authentic origin and commitment about quality shown, such as origin information and prestige of distribution system. Effort to bring product into supermarkets, department stores or stores/sale points will be an important guarantee about quality and prestige. It is necessary to regularly check all the sale points (especially along the street), in order to ensure there will be no fraud origin and quality of products, losing customer's credit towards local products. Approaching and appealling participation of all subjects, manufactures within geographical area and collective organisation together control and build brand for community product. Traceability origin based on modern technology such as QR code for all local products, with data basis established based on national standards and particular for each manufacture.

Technical support and expand training program are not only about production but also about production process for all related subjects, in order to continuously improve quality and diversify products.

- Increasing frequency and diversify of communication tool for specialty brand does not only operate within local scope but need to head target market such as big cities, residential center. Communication message needs emphasizing about values and benefits that brings brand to customers, especially exploiting superior features about quality, individual values from origin values, geographical indication and traditional knowledge, cultural value of local community. Exploiting strength of social media, increase communication activities to raise brand awareness and increase perceived values about brand and product. With support from central authority, it is necessary to set up gathered area in big cities to introduce local products periodically and regularly. Regularly maintain local products week in some provinces such as Son La, Bac Giang, Ha Noi and Ho Chi Minh city in the recent time.

Hopefully, with above suggestions, values should be clearly identified, in order to orientate appropriate strategy and optimal efforts for local product brand development, bring higher economic value for community and preserve, develop cultural values as well as improve resident life.

REFERENCES

1. Aaker (1991). *Managing Brand Equity*. The Free press, New York.
2. Keller (2007). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
3. Lưu Đức Thanh (2018). http://www.noip.gov.vn/phat-trien-chi-dan-ia-ly/-/asset_publisher/SGA9PgvmYtWI/content/thuong-hieu-cho-cac-ac-san-ia-phuong?inheritRedirect=false (truy cập 01/3/2020).
4. Lưu Đức Thanh (2019). http://www.noip.gov.vn/web/guest/chuong-trinh-phat-trien-tai-san-tri-tue/-/asset_publisher/vTLYJq8Ak7Gm/content/thuc-trang-trong-xay-dung-quan-ly-va-phat-trien-chi-dan-ia-ly-nhan-hieu-chung-nhan-va-nhan-hieu-tap-the?redirect=%2Fweb%2Fguest%2Fchuong-trinh-phat-trien-tai-san-tri-tue&inheritRedirect=true (truy cập ngày 01/3/2020).

5. Nguyễn Quốc Thịnh và cộng sự (2018). *Giáo trình Quản trị thương hiệu*. NXB Thống Kê.
6. Nguyễn Quốc Thịnh và Nguyễn Thành Trung (2009). *Thương hiệu với nhà quản lý*. NXB Lao động xã hội.
7. Nguyễn Quốc Thịnh (2019). *Xây dựng thương hiệu sản phẩm địa phương - Góc tiếp cận tư duy chiến lược*. Hội thảo "Phát triển thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh"
8. Chính phủ (2018). *Nghị định 52/2018/NĐ-CP về phát triển ngành nghề nông thôn*
9. http://www.noip.gov.vn/chi-dan-dia-ly (truy cập ngày 01/3/2020).

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH ỨNG DỤNG ERP CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ TẠI VIỆT NAM SỬ DỤNG KHUNG TOE

STUDY THE FACTORS AFFECTING ERP APPLICATION DECISION IN VIETNAM' S SMALL BUSINESS USED THE TOE FRAMEWORK

TS, Chử Bá Quyết

ThS Hoàng Cao Cường

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Kế hoạch hóa nguồn lực doanh nghiệp (ERP) là giải pháp công nghệ thông tin cho các doanh nghiệp. Khung lý thuyết ba nhóm yếu tố: Công nghệ - Tổ chức - Môi trường được sử dụng trong nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định ứng dụng ERP tại Việt Nam. Nghiên cứu thực định với phiếu điều tra 286 được xử lý để phân tích sáu nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ERP của tổ chức là doanh nghiệp nhỏ tại Việt Nam, từ đó nhóm nghiên cứu đưa ra một số khuyến nghị để đẩy mạnh ứng dụng ERP.

Từ khóa: *phần mềm kế hoạch hóa nguồn lực doanh nghiệp ERP, khung lý thuyết TOE, doanh nghiệp nhỏ, Việt Nam.*

Abstract

Enterprise resource planning (ERP) is an information technology solution for businesses. The theoretical framework of three factors groups: Technology - Organization - Environment is used in studying the factors affecting the decision to apply ERP in Vietnam. Survey with 286 questionnaires were processed to analyze the six factors that influence the organization's decision to use ERP in Vietnam, from which the authors suggest some recommendations to push strong ERP application.

Keywords: *T-O-E framework theories, ERP, small enterprise, Vietnam*

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, các doanh nghiệp, tổ chức phải tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT), tự động hóa nhiều công đoạn của hoạt động kinh doanh, tiến tới tự động hóa toàn bộ các quy trình vận hành của mình. Lợi ích của ứng dụng CNTT là rất rõ ràng và đôi khi là yêu cầu sống còn đối với các tổ chức. ERP được coi là giải pháp toàn diện giúp các tổ chức đồng bộ hóa toàn bộ các quy trình hoạt động của mình. Tuy nhiên, từ nhiều lí do khác nhau, như nhận thức của lãnh đạo doanh nghiệp, vốn đầu tư cho ERP, kĩ năng triển khai... mà tỉ lệ số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam có ứng dụng ERP còn rất thấp, thậm chí mới chỉ ứng dụng một số module ERP rất hạn chế. Bài viết này nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định ứng dụng ERP của doanh nghiệp nhỏ và vừa với sử dụng khung phân tích ba nhòm yếu tố Công nghệ (T), tổ chức (O) và môi trường (E) còn gọi là mô hình TOE.

2. Một số lý thuyết cơ bản

2.1. Khái quát về ERP

ERP (viết tắt của Enterprise Resource Planning) được hiểu là kế hoạch hóa các nguồn lực doanh nghiệp, là một trong những thành phần quan trọng nhất của hệ sinh thái CNTT. ERP gồm nhiều giải pháp khác nhau (các module) được các doanh nghiệp sử dụng trong các hoạt động kinh doanh quan trọng, từ bán hàng, kế toán, nhân sự, quản lý chuỗi cung ứng tới quản lý quan hệ khách hàng... [13]. Hiểu đơn giản, ERP là các phần mềm ứng dụng vào quản lý quy trình kinh doanh của doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp quản lý hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp [6]. ERP đã mang lại những lợi ích to lớn cho doanh nghiệp quy mô lớn [13]. Từ sau cách mạng công nghiệp lần thứ ba, tại các nước phát triển trên thế giới, hầu hết các doanh nghiệp lớn đã ứng dụng ERP như là một giải pháp góp phần vào sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Việc triển khai thành công ERP giúp các doanh nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm, nâng cao hiệu quả hoạt động và tính thống nhất, tăng cường dịch vụ khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh, và tạo ra nhiều giá trị. Trên thế giới, tổ chức Panorama chuyên nghiên cứu về ứng dụng ERP là đã đưa ra các báo cáo về tình hình ứng dụng ERP hàng năm [13]. Tổ chức này đã khảo sát những lý do chính mà doanh nghiệp dụng ERP là cải tiến quy trình kinh doanh (64%), dự báo chính xác thị trường (57%), phối hợp nội bộ tổ chức (57%), phục vụ khách hàng tốt hơn (54%), hiệu quả hơn sử dụng tài nguyên nội bộ (49%), và làm việc với đối tác tiện lợi hơn (47%), thông tin tích hợp và tin cây (45%), cụ thể:

ERP giúp doanh nghiệp cải tiến quy trình kinh doanh, giúp loại bỏ các quy trình lặp đi lặp lại và giảm đáng kể nhu cầu nhập thông tin thủ công, giúp cải thiện năng suất của người sử dụng và giảm thiểu sai sót nhập dữ liệu. Việc triển khai hệ thống ERP cũng sẽ cải thiện các hoạt động kinh doanh hàng ngày bằng cách hợp lý hóa các quy trình kinh doanh, giúp các công ty thu thập dữ liệu dễ dàng và hiệu quả hơn, bất kể họ đang làm việc ở bộ phận nào. được thiết kế để giữ cho các doanh nghiệp đi đúng hướng, nhận thấy mọi chi tiết và làm cho cuộc sống công việc trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn, từ người dùng phần mềm cho đến khách hàng của mình.

ERP giúp doanh nghiệp các công cụ họ cần để dự báo chính xác hơn. Nhờ dự báo đầu ra chính xác (mức độ tiêu thụ, bán hàng...) doanh nghiệp xây dựng kế hoạch sản xuất đúng đắn, giảm hàng tồn kho. Với dự báo chính xác hơn, các doanh nghiệp có thể giảm chi phí kinh doanh một cách hiệu quả, giúp tiết kiệm tiền cũng như trở thành một đơn vị chủ động hơn. Vì thông tin càng chính xác càng tốt, cập nhật theo thời gian thực, doanh nghiệp có thể đưa ra ước tính thực tế và dự báo hiệu quả hơn.

Phối hợp các bộ phận trong tổ chức đồng bộ hơn. Một tổ chức có nhiều bộ phận thực hiện riêng rẽ các chức năng nhưng không được kết nối, chia sẻ dữ liệu thì hiệu quả hoạt động của tổ chức thấp, và còn gây khó khăn cho công tác điều hành. Hợp tác giữa các phòng ban là một phần quan trọng và thường xuyên cần thiết của các doanh nghiệp, đặc biệt là khi các doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn rộng. ERP là giải pháp giải quyết được vấn đề này.

Sử dụng tài nguyên tổ chức, doanh nghiệp hiệu quả hơn: Nhờ sự phối hợp giữa các

bộ phận, các tài nguyên của tổ chức được sử dụng hiệu quả hơn. Các nguồn vốn của tổ chức có vòng quay cao hơn, mang lại lợi ích cho doanh nghiệp. Với một nguồn thông tin chính xác, thời gian thực, ERP vừa giúp giảm chi phí quản lý và vận hành, cho phép doanh nghiệp sử dụng tiền trong các lĩnh vực khác, rất cần thiết. Nó cho phép các nhà sản xuất chủ động quản lý các hoạt động, ngăn chặn sự gián đoạn và trì hoãn, giúp người dùng đưa ra quyết định nhanh hơn.

Sử dụng ERP giúp doanh nghiệp cung cấp dịch vụ khách hàng tốt hơn. Các nhân viên chăm sóc khách hàng có thể tương tác trực tuyến và trực tiếp, cải thiện mối quan hệ với họ thông qua việc truy cập nhanh hơn, chính xác hơn và liên tục.

ERP hoạt động như một trung tâm tổng hợp tất cả các thông tin quan trọng mà doanh nghiệp và các bộ phận cần duy trì các hoạt động hàng ngày. Vấn đề dữ liệu phân tán trên các cơ sở dữ liệu riêng biệt, các bộ phận riêng lẻ được giải quyết , tất cả thông tin sẽ được lưu trữ trong một địa điểm duy nhất. Điều này tạo ra tính nhất quán của dữ liệu, chính xác và duy nhất.

Tuy nhiên, ERP cũng có những hạn chế. Theo Zuzana Sasovova et al (2001), những hạn chế của ERP là [19]:

Sử dụng ERP đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư tốn kém. Các giải pháp ERP đầy đủ có thể có giá lên tới vài triệu đô la. Bên cạnh đó, phần cứng máy tính, thiết bị mạng cập nhật và phần mềm bảo mật cũng cần thiết để triển khai phần mềm ERP. Do đó, các tổ chức luôn có nguy cơ bị phụ thuộc vào một nhà cung cấp ERP cụ thể.

Mức độ tùy chỉnh ERP bị hạn chế. Việc tùy chỉnh thiết lập ERP bị hạn chế và nó có thể ảnh hưởng đến việc thay đổi toàn bộ nền tảng phần mềm ERP. Tính linh hoạt của thiết lập hoàn toàn phụ thuộc vào thương hiệu phần mềm đang được sử dụng.

Triển khai ERP cần nhiều thời gian thực hiện. Thời gian thực hiện và chi phí của các phần mềm ERP là vô cùng quan trọng để xem xét khi mua phần mềm. Thời gian cài đặt và đào tạo có thể làm xáo trộn chức năng của tổ chức và có thể gây ra rủi ro lớn về việc mất cơ hội kinh doanh trong giai đoạn triển khai nó. Quá trình cài đặt hoàn tất có thể mất tới một năm, tùy thuộc vào số module được cài đặt.

Triển khai ERP cần sự đồng bộ các bộ phận của tổ chức. Sự kết nối giữa các bộ phận khác nhau trong một tổ chức vừa có lợi vừa bất lợi. Sự không hiệu quả trong một bộ phận sẽ dẫn đến sự kém hiệu quả trong các bộ phận khác. Nếu một bộ phận bị ảnh hưởng và trở nên kém hiệu quả, nó có thể ảnh hưởng đến hiệu quả của các bộ phận khác.

Chính về những hạn chế của ERP, mà theo Panorama (2018), chỉ có khoảng 42% doanh nghiệp cho rằng ERP đem lại thành công, 30% doanh nghiệp chưa rõ hiệu quả ERP, và 28% doanh nghiệp cho rằng triển khai ERP là thất bại [13].

2.2. Tổng quan về khung TOE

Khoảng cuối thập niêm 1980 khi cách mạng công nghệ thông tin diễn ra, CNTT ngày càng được nhiều cá nhân và tổ chức ứng dụng trong các hoạt động của mình [4]. Các lý thuyết về ứng dụng công nghệ thông tin trong tổ chức đã ra đời như mô hình chấp nhận công nghệ TAM của Davis (1989), TOE, mô hình khuếch tán đổi mới IDT, mô hình hành động có nguyên nhân TRA... Khung lý thuyết TOE là khung các yếu tố ảnh hưởng đến ứng

dụng công nghệ thông tin của tổ chức nhưng được chia thành ba nhóm là Công nghệ (**T**echnology), Tổ chức (**O**rganisation) và Môi trường (**E**nvironment) do Tornatzky và Fleischer (1990) đề xuất. Trong mô hình, nhân tố **T** đề cập đến cách các tổ chức thực hiện quyết định áp dụng công nghệ dựa trên sự sẵn có của công nghệ và bối cảnh công nghệ hiện tại của tổ chức. Yếu tố **O** xem xét các đặc điểm của tổ chức như cấu trúc tổ chức, chất lượng nguồn nhân lực, quy mô tổ chức tác động đến quyết định áp dụng ERP. Yếu tố **E** đề cập đến môi trường hoạt động của tổ chức bao gồm môi trường ngành, áp lực cạnh tranh và các khuyến khích của chính phủ [1, 6, 9]. TOE không phải là mô hình duy nhất được sử dụng khi nghiên cứu nhân tố quyết định ứng dụng công nghệ của doanh nghiệp.

Theo Patrick Ajibade (2018), mỗi mô hình nghiên cứu có những ưu điểm và thích hợp với những kiểm định cụ thể, TOE được cho là mô hình thích hợp đối với hơn đối với tổ chức có ứng dụng CNTT [14].

Có nhiều nghiên cứu kiểm định sử dụng khung phân tích TOE. Các nghiên cứu đã phát triển khái niệm này trong từng bối cảnh, như ứng dụng TOE trong nghiên cứu thiết lập mô hình ra quyết định chuỗi cung cấp xanh ngành công nghiệp bán dẫn của Bang-Ning Hwang et al (2016) [1], trong nghiên cứu Chui-Yu Chiu và Shi (2017) về quyết định ứng dụng mobile của doanh nghiệp [3], trong nghiên cứu của Hart O. Awa et al (2016) quyết định ứng dụng ERP của doanh nghiệp. Bảng 1 tổng hợp một số nghiên cứu tiêu biểu sử dụng TOE trong thời gian 2003-2018.

Bảng 1. Các nghiên cứu sử dụng khung TOE và thành phần phụ

Nguồn	T	O	E	Lĩnh vực ứng dụng
Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017) [11]	Nhiệm vụ độc lập Lợi thế quan hệ Khả năng tương thích An toàn và tin cậy	Lãnh đạo ủng hộ Kiến thức nhân viên Tài chính	Áp lực cạnh tranh Quy định của chính phủ Hỗ trợ của nhà cung cấp	ERP, ERP đám mây
Chui-Yu Chiu, Shi Chen, Chun-Liang Chen (2017) [3]	Lợi thế quan hệ Khả năng tương thích Tính phức tạp Khả năng dùng thử Khả năng quan sát	Cường độ thông tin Lãnh đạo ủng hộ Kiến thức nhân viên Khả năng hấp thụ	Áp lực cạnh tranh Đối tác Hỗ trợ bên ngoài Hỗ trợ của chính phủ	Các ứng dụng di động
Hart O. Awa et al (2016) [6]	Hạ tầng CNTT Bí quyết công nghệ Khả năng tương thích Nhận thức lợi ích ERP Bảo mật	Quy mô tổ chức Ban quản trị tổ chức Sự sẵn sàng của tổ chức	Áp lực cạnh tranh Sự hỗ trợ bên ngoài Sự sẵn sàng của đối tác	ERP
Bang-Ning Hwang, Chi-Yo Huang, Chih-Hsiung Wu (2016) [1]	Lợi thế quan hệ Khả năng tương thích Sự phức tạp	Các nguồn lực tiềm năng của tổ chức Sự đổi mới của tổ chức Nhân lực của tổ chức	Quy định của chính phủ Nhu cầu khách hàng Áp lực cạnh tranh Cộng đồng xã hội	Chuỗi cung ứng
John Njenga Kinuthia (2014) [9]	Khả năng tương thích Lợi thế quan hệ Bảo mật	Lãnh đạo ủng hộ Sự sẵn sàng của tổ chức	Áp lực cạnh tranh của tổ chức Sự hỗ trợ của nhà cung	ERP

		Sự tập trung hóa tổ chức Sự chính thức hóa của tổ chức	cấp	
Yoon & George, 2013 [17]	Lợi thế quan hệ Khả năng tương thích Quan tâm bảo mật	Lãnh đạo ủng hộ Quy mô tổ chức Sự sẵn sàng của tổ chức Phạm vi hoạt động của tổ chức	Áp lực cạnh tramh Nhu cầu của khách hàng Các quy định tiêu chuẩn	Thế giới ảo
Duan, Deng, & Corbitt, 2012 [5]	Nhận thức lợi ích trực tiếp Nhận thức lợi ích gián tiếp	Quy mô tổ chức Sự sẵn sàng của tổ chức Lãnh đạo tổ chức ủng hộ	Áp lực bên ngoài	Thị trường điện tử
Low, Chen, & Wu, 2011a [12]	Mức độ phức tạp Khả năng tương thích Sự sẵn sàng công nghệ	Lợi thế quan hệ Quy mô tổ chức Lãnh đạo tổ chức ủng hộ	Áp lực cạnh tranh Áp lực của đối tác	Điện toán đám mây
Tiago Oliveira and Maria F. O. Martins (2009) [16]	Sẵn sàng công nghệ Tích hợp công nghệ Bảo mật	Lợi ích cảm nhận Chương trình đào tạo CNTT Truy cập hệ thống thông tin của tổ chức Quy định của tổ chức	Áp lực cạnh tranh Internet Áp lực cạnh tranh web Áp lực cạnh tranh TMĐT	Thương mại điện tử, website
Jang & Pan, 2008 [8]	Hạ tầng CNTT Sự sẵn sàng công nghệ	Quy mô tổ chức Lợi ích cảm nhận	Áp lực cạnh tranh Các chính sách của nhà nước	ERP
H.-F. Lin & Lin, 2008 [7]	Hạ tầng CNTT Đội ngũ chuyên gia CNTT	Khả năng tương thích của tổ chức Lợi ích kì vọng của tổ chức	Áp lực cạnh tranh Sự sẵn sàng của các đối tác	ERP
Chang et al., 2007 [2]	Tình tương thích hệ thống ERP với hạ tầng CNTT của tổ chức Tính an toàn của hệ thống ERP	Sự tham gia của người sử dụng Các nguồn lực đầy đủ Quy mô tổ chức Nhu cầu nội bộ	Hỗ trợ nhà cung cấp Chính sách của chính phủ Nhu cầu thị trường	ERP
Zhu, Kraemer, & Xu, 2006 [18]	Sự sẵn sàng của công nghệ Sự tích hợp công nghệ	Quy mô tổ chức Phạm vi toàn cầu Năng lực tài chính	Áp lực cạnh tranh Quy định pháp luật	Chuyển đổi số
Dedrick & West, 2003 [4]	Đổi mới CNTT Khả năng tương thích Độ tin cậy	Lợi thế quan hệ Chiến lược ứng dụng CNTT của tổ chức Quy mô tổ chức	Kĩ năng có sẵn Sự hỗ trợ của nhà cung cấp	Nguồn mở

Đáng chú ý là TOE chỉ là ba nhóm yếu tố mang tính định khung, còn nhóm yếu tố thành phần có thể thay đổi, tùy thuộc vào các nghiên cứu kiểm định.

Từ các tổng hợp nghiên cứu trên Bảng 1 và trong bối cảnh tại Việt Nam, nghiên cứu đưa ra các giả thuyết sau.

Với nhóm yếu tố **T**, hai giả thuyết được đề xuất:

H1: *Có một mối quan hệ có ý nghĩa thống kê giữa hạ tầng công nghệ thông tin sẵn sàng của tổ chức với quyết định sử dụng ERP*. Giả thuyết này có trong hầu hết các nghiên cứu của Zaidi Abd Rozan (2017), Martins and Oliveira 2009, John Njenga Kinuthia (2014)... Tại Việt Nam, các báo cáo về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng thương mại điện tử của Bộ Công Thương (Vecita, 2010, 2014), báo cáo ứng dụng công nghệ thông tin của Bộ Thông tin và Truyền thông (2012, 2014, 2016, 2018), sách trắng về chính phủ điện tử của Tổ chức Liên Hợp Quốc (UNDP, 2018, 2016) đều đánh giá mức độ sẵn sàng của hạ tầng công nghệ thông tin.

H2: *An toàn bảo mật thông tin có ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng ERP*. Yếu tố này thuộc nhóm nhân tố T trong các nghiên cứu của Zaidi Abd Rozan (2017), Chang et al. (2007), Martins and Oliveira (2009). Trong các báo cáo về hạn chế ứng dụng công nghệ thông tin tại Việt Nam, yếu tố an toàn thông tin luôn được xem là trở ngại (Báo cáo thương mại điện tử 2010), Sách trắng An toàn thông tin Việt Nam (2017, 2019).

Các yếu tố khác, như đổi mới công nghệ Dedrick & West (2003), nhận thức lợi ích (Duan, Deng, & Corbitt, 2012) vừa được sử dụng trong nhóm yếu tố E, vừa được sử dụng trong nhóm T với mức ít phổ biến không sử dụng trong nhóm yếu tố công nghệ.

Nhóm yếu tố tổ chức **O** gồm các yếu tố:

H3: *Chiến lược ứng dụng ERP của tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng ERP*. Chiến lược ứng dụng ERP của tổ chức trong các nghiên cứu của John Njenga Kinuthia (2014), Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017), Yoon & George (2013), hay yếu tố nhận thức và sự quan tâm của lãnh đạo tổ chức đến ứng dụng ERP của Duan, Deng, & Corbitt (2012), Hart O. Awa et al (2016).

Yếu tố quy mô tổ chức có thể ảnh hưởng đến ứng dụng ERP của tổ chức (xem bảng 1). Trong nghiên cứu kiểm định này, các tổ chức được điều tra đều có quy mô nhỏ, do đó yếu tố quy mô không sử dụng trong nghiên cứu kiểm định này.

Tuy nhiên, yếu tố chiến lược được thể hiện trong nghiên cứu bao gồm các câu hỏi về nhận thức ở cấp chiến lược, sự quán triệt tới toàn thể nhân viên và đào tạo kiến thức cho nhân viên (Chang et al., 2007), Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017), nhân lực của tổ chức sẵn sàng (Bang-Ning Hwang, Chi-Yo Huang, Chih-Hsiung Wu, 2016).

Nhóm yếu tố môi trường **E** bao gồm:

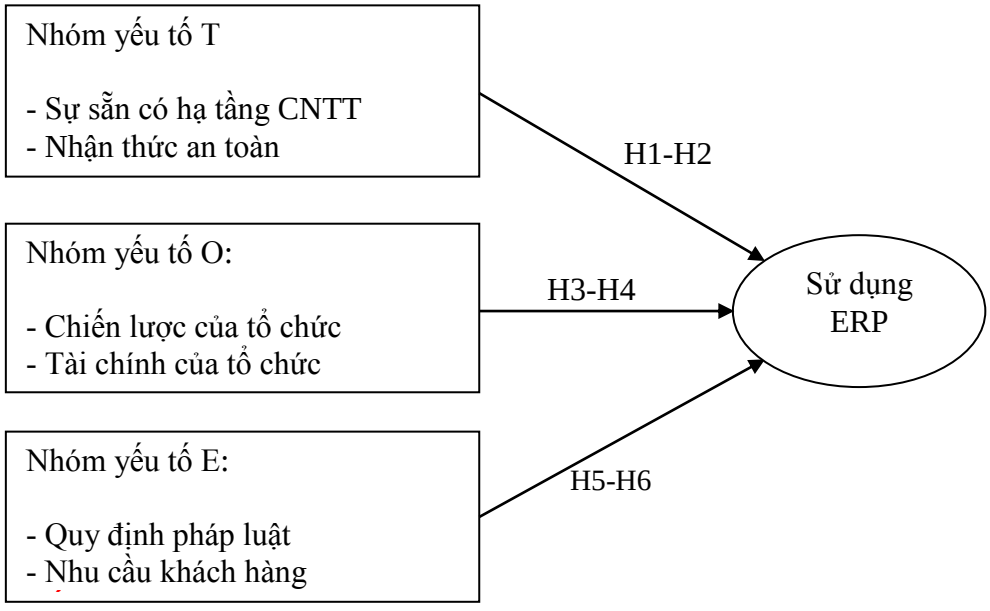
H4: Tài chính đầu tư cho ERP có mối quan hệ thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Yếu tố này được thể hiện trong các nghiên cứu của (Zhu & Kraemer, 2005) về năng lực tài chính của tổ chức, Chang et al., (2007) về các nguồn lực đầy đủ của tổ chức, Bang-Ning Hwang, Chi-Yo Huang, Chih-Hsiung Wu (2016) về vốn đầu tư cho ERP, Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017) về yếu tố tài chính.

H5*: Mối quan hệ giữa quy định pháp luật và việc sử dụng ERP có ý nghĩa thống kê.* Yếu tố này được thể hiện qua các quy định pháp luật là yêu cầu bắt buộc đối với tổ chức, các quy định có tác động khuyến khích tổ chức ứng dụng ERP. Các nghiên cứu của Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017), (Zhu, Kraemer, & Xu, 2006) đề cập đến quy định bắt buộc, hỗ trợ của chính phủ (Zhu & Kraemer, 2005), Jang & Pan (2008).

H6: *Mối quan hệ với khách hàng của tổ chức và việc sử dụng ERP có ý nghĩa thống*

kê. Yếu tố này được sử dụng trong các nghiên cứu của Bang-Ning Hwang, Chi-Yo Huang, Chih-Hsiung Wu (2016), Yoon & George (2013), nhu cầu thị trường Chang et al., 2007.

Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ERP của tổ chức được đề xuất như hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm tra ý nghĩa thống kê của các giả thuyết, dữ liệu được thu thập từ các tổ chức doanh nghiệp (tổ chức) có quy mô nhỏ, những tổ chức đã sử dụng ERP (ít nhất một module ERP). Yếu tố quy mô nhỏ trong nghiên cứu căn cứ vào số lao động hoặc tổng doanh thu trung bình trong ba năm gần nhất. Bảng 1 mô tả mẫu điều tra thu được. Phiếu điều tra được gửi trực tuyến và phát trực tiếp cho đại diện doanh nghiệp. Sau khi xử lí, có 286 phiếu được sử dụng cho phân tích. Tỉ lệ phiếu điều tra theo ngành nghề kinh doanh được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Mô tả mẫu điều tra

Ngành nghề kinh doanh	**Số doanh nghiệp /tổ chức**	**Tỉ lệ %**	**Ghi chú**
Lĩnh vực ngân hàng	22	7,7%	Chi nhánh
Giáo dục và đào tạo	42	14,7%	
Lĩnh vực y tế	32	11,2%	
Lĩnh vực du lịch, nhà hàng	27	9,4%	
Lĩnh vực sản xuất	40	14%	
Lĩnh vực bán lẻ	65	22,7%	
Lĩnh vực khác	58	20,3%	
Tổng	**286**	100%	

Phiếu điều tra ngoài thông tin chung về doanh nghiệp (gồm địa chỉ, lĩnh vực kinh

doanh chia thành 7 lĩnh vực, quy mô doanh nghiệp) là thông tin về tình trạng ứng dụng ERP. Có 31 phiếu điều tra được tách riêng, không đưa vào phân tích, đây là các tổ chức chưa có ứng dụng ERP hoặc là tổ chức không thuộc quy mô doanh nghiệp nhỏ. Phiếu điều tra ngoài những câu hỏi về thông tin chung của doanh nghiệp, gồm 21 câu hỏi làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến ứng dụng ERP và 4 câu hỏi làm rõ quyết định ứng dụng ERP. Tất cả các câu hỏi sử dụng thang đo sử dụng Likert 5 điểm (hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý).

Xác định cỡ mẫu cho điều tra, với mức tin cậy trên 90% được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu lĩnh vực kinh tế, xã hội (Trần Tiến Khai, 2012) [10], mức sai số tiêu chuẩn là 5%, thì quy mô mẫu tối thiểu là n = 270 (Pagoso, Garcia và Guerero, 1978). Trong phân tích nhân tố khám phá EFA, quy mô mẫu được xác định tối thiểu n = 5*m trong đó m là số lượng câu hỏi (Roger, 2006). Trong phân tích hồi quy đa biến, quy mô mẫu tối thiểu là n=50 + 8*m trong đó m là số biến độc lập (Tabachnick và Fidell, 1996). Trong bảng điều tra, với 6 biến độc lập, n tối thiểu phải là 125. Với 286 phiếu trả lời đã có ứng dụng ERP (ít nhất một module), quy mô mẫu đã đáp ứng yêu cầu về tính đại diện.

Bảng 2. Mã hóa dữ liệu và kết quả thống kê

STT	Mã hóa	Câu hỏi mô tả	Mức điểm và tỉ lệ trả lời				
Sự sẵn sàng hạ tầng CNTT của tổ chức (ht)			1	2	3	4	5
1	ht1	Tỉ lệ nhân viên có máy tính ảnh hưởng đến sử dụng ERP	12%	14%	42%	22%	10%
2	ht2	Mức đầu tư CNTT của tổ chức có ảnh hưởng đến sử dụng ERP	8%	15%	50%	21%	6%
3	ht3	Sử dụng ERP tương thích với hạ tầng CNTT	12%	13%	35%	25%	15%
4	ht4	Mọi nhân viên được đào tạo công nghệ thông tin	33%	27%	20%	10%	10%
Nhận thức an toàn dữ liệu (at)							
5	at1	Đảm bảo bí mật kinh doanh	9%	12%	44%	25%	10%
6	at2	Bí mật thông tin khách hàng được đảm bảo	8%	16%	52%	19%	5%
7	at3	Thông tin không bị sử dụng trái phép	9%	8,5%	45%	28%	9,5%
8	at4	Dữ liệu tổ chức đáng tin cậy	12%	23,5%	33%	15%	15,5%
Doanh nghiệp có chiến lược ứng dụng ERP (cl)							
9	cl1	Lãnh đạo doanh nghiệp có chiến lược ứng dụng ERP	12%	10%	46%	20%	12%
10	cl2	Lãnh đạo quan tâm đào tạo đội ngũ nhân viên	9%	11%	46%	24%	10%
11	cl3	Lãnh đạo doanh nghiệp đầu tư tài chính cho sử dụng ERP	14%	13%	39%	18%	16%

Nguồn lực tài chính dồi dào cho đầu tư ERP (tc)							
12	tc1	Tổ chức có nguồn lực tài chính dồi dào sẽ đầu tư ngay vào hệ thống ERP	5,5%	30%	40%	16,5 %	8%
13	tc2	Tổ chức cân nhắc chỉ đầu tư một số module ERP tùy thuộc vào tình trạng tài chính.	6,3%	24,7 %	38%	20%	11%
14	tc3	Tổ chức đầu tư sử dụng ERP dù có khó khăn về tài chính	18%	22%	42%	15%	13%
Các quy định pháp luật của nhà nước (pl)							
15	pl1	Chính phủ có hỗ trợ ứng dụng ERP	6,5%	30%	39%	15%	9,5%
16	pl2	Chính sách tài chính cho ứng dụng ERP	6%	26%	42%	19%	7%
17	pl3	Chính sách bắt buộc ứng dụng ERP	10%	30%	32%	17%	11%
18	pl4	Chính sách thuế khuyến khích ứng dụng ERP	32%	38%	12%	16%	2%
Nhu cầu của khách hàng (kh)							
19	kh1	Khách hàng mong muốn doanh nghiệp sử dụng ERP	9%	11%	46%	24%	10%
20	kh2	Thiếu ERP, cung cấp dịch vụ cho khách hàng khó khăn hơn	8%	12%	44,3 %	18%	17,3 %
21	kh3	Khách hàng sử dụng dịch vụ của tổ chức khác	7,5%	19% %	36%	29%	7%
Quyết định sử dụng ERP của tổ chức (qd)							
20	qd1	ERP cải tiến quy trình kinh doanh	23%	18%	39,5 %	17%	2,5%
21	qd2	ERP tiết kiệm các nguồn lực của tổ chức	20%	15%	45%	17%	3%
22	qd3	ERP mang lại lợi ích cho nhân viên của tổ chức	5%	15%	30%	27%	23%
23	qd4	ERP mang lại lợi ích tổng thể cho tổ chức	6%	13%	33%	25,3 %	21,7 %

4. Phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 22 để phân tích và xử lý các dữ liệu

4.1. Kết quả kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố

Kiểm định sự tin cậy nhân tố sự sẵn sàng cơ sở hạ tầng CNTT của tổ chức: ht

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,612	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ht1	10,650	4,242	,431	,517

	ht2	10,997	3,575	,668	,340
	ht3	11,185	4,362	,214	,689
	ht4	10,773	4,183	,335	,585

Kiểm định sự tin cậy của thang đo Nhân tố an toàn: at

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
at1	5,941	2,519	,577	,826
at2	6,577	2,413	,749	,641
at3	5,497	2,616	,654	,740

Kiểm định sự tin cậy thang đo nhân tố chiến lược ứng dụng ERP của tổ chức: cl

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,635	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
cl1	6,836	2,417	,440	,555
cl2	7,443	1,925	,594	,330
cl3	7,957	1,969	,344	,718

Kiểm tra sự tin cậy của thang đo nhân tố tài chính của tổ chức: tc

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tc1	6,077	2,696	,566	,910
tc2	6,427	2,681	,777	,674
tc3	5,524	2,973	,758	,711

Kiểm tra sự tin cậy của thang đo nhân tố pháp luật: pl

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,643	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pl1	10,290	4,614	,377	,605
pl2	10,717	4,218	,580	,478
pl3	11,066	4,083	,441	,561
pl4	10,871	4,380	,238	,648

Kết quả kiểm tra sự tin cậy của thang đo yếu tố khách hàng: kh

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kh1	6,469	1,934	,427	,656
kh2	6,133	2,031	,592	,441
kh3	6,112	2,121	,440	,623

Kết quả kiểm tra sự tin cậy của thang đo biến phụ thuộc: qd

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,714	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
qd1	10,368	4,233	,505	,650
qd2	10,925	3,933	,625	,582
qd4	11,196	4,058	,476	,667
qd3	11,482	3,985	,423	,707

Để đánh giá sự tin cậy của các thang đo trong mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả đã sử dụng hệ số tương quan biến tổng với tiêu chuẩn lớn hơn 0,6 cho các nghiên cứu kiểm định và hệ số tương quan biến tổng của biến quan sát lớn hơn 0,3. Các biến quan sát ht3, pl4 loại bỏ vì không đáp ứng yêu cầu.

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Để rút gọn tập biến độc lập trong mô hình nghiên cứu, nhóm nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá. Tiêu chuẩn phù hợp cho phân tích nhân tố khám phá là hệ số KMO > 0,5, phương sai giải thích lớn hơn 50%, các hệ số factor loading > 0,5. Phương pháp rút trích nhân tố được sử dụng là phương pháp thành phần chính vơi phép xoay varimax cho được kết quả như sau:

Kết quả phân tích nhân tố khám phá biến độc lập: Sau khi loại đi biến độc lập không phù hợp ht4, pl4 còn lại 19 biến độc lập, cho thấy hệ số KMO của nhân tố là 0,718> 0,5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig < 0,05), giá trị Eigenvalue > 1, tổng phương sai giải thích từ 6 trong 19 biến là 73,429% > 50%, cho thấy mô hình EFA là phù hợp.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,718
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2961,756
	df	171
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,183	22,015	22,015	4,183	22,015	22,015	3,839	20,203	20,203
2	3,696	19,453	41,468	3,696	19,453	41,468	2,846	14,978	35,181
3	1,942	10,221	51,689	1,942	10,221	51,689	1,945	10,236	45,417
4	1,850	9,735	61,425	1,850	9,735	61,425	1,892	9,956	55,373
5	1,254	6,602	68,027	1,254	6,602	68,027	1,843	9,698	65,071
6	1,026	5,402	73,429	1,026	5,402	73,429	1,588	8,358	73,429
7	,853	4,491	77,919						
8	,734	3,863	81,782						
9	,685	3,604	85,386						
10	,518	2,726	88,112						
11	,440	2,317	90,429						
12	,409	2,155	92,584						
13	,357	1,879	94,463						
14	,258	1,357	95,821						
15	,225	1,186	97,006						
16	,168	,886	97,892						
17	,149	,783	98,675						
18	,134	,703	99,379						
19	,118	,621	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc cho thấy KMO = 0,656 > 0,5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê sig < 0,05, giá trị Eigenvalues > 1, phương sai giải thích 54,841% > 50%, các hệ số tải đều lớn hơn 0,5 (qd3 thấp nhất là 0,655), 4 biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố. Điều đó cho thấy việc phân tích nhân tố là phù hợp và biến phụ thuộc là một thang đo đơn hướng.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,656
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	246,446
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,194	54,841	54,841	2,194	54,841	54,841

2	,787	19,663	74,504			
3	,658	16,461	90,965			
4	,361	9,035	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix[a]

	Component
	1
qd2	,831
qd1	,758
qd4	,706
qd3	,655

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy các dữ liệu thu thập được sử dụng phân tích khám phá nhân tố là phù hợp. Các nhân tố cấu thành từ phân tích thực nghiệm không có sự khác biệt với mô hình khung phân tích, do đó không phải điều chỉnh mô hình nghiên cứu.

4. 3. Kết quả phân tích tương quan giữa các biến

Để kiểm tra mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình với biến phụ thuộc trước khi phân tích hồi quy, nghiên cứu sử dụng phân tích hệ số tương quan đơn (Pearson) nhằm kiểm tra mối quan hệ tuyến tuyến giữa biến phụ thuộc qd với các biến độc lập và nhận diện vấn đề đa cộng tuyến giữa các biến độc lập. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy biến qd có quan hệ với tất cả các biến, (giá trị sig nhỏ hơn 0,05). Biến độc lập at có giá trị sig = 0,441 > 0,05 cần loại ra (giá trị sig > 0,05 thì không có tương quan giữa 2 biến).

Bảng 3. Kết quả phân tích tương quan giữa các biến

		qd	ht	cl	pl	kh	at	tc
qd	Pearson Correlation	1	,483**	,728**	,528**	,189**	-,046	,125*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,441	,035
	N	286	286	286	286	286	286	286
ht124	Pearson Correlation	,483**	1	,483**	,377**	-,013	-,067	,038
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,831	,257	,523
	N	286	286	286	286	286	286	286
cl	Pearson Correlation	,728**	,483**	1	,607**	,025	-,125*	,078

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,669	,034	,189
	N	286	286	286	286	286	286	286
nl	Pearson Correlation	,136*	,064	,085	,078	,012	,559**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,022	,284	,151	,190	,837	,000	,000
	N	286	286	286	286	286	286	286
pl	Pearson Correlation	,528**	,377**	,607**	1	,031	-,089	,032
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,601	,135	,588
	N	286	286	286	286	286	286	286
kh	Pearson Correlation	,189**	-,013	,025	,031	1	-,029	-,024
	Sig. (2-tailed)	,001	,831	,669	,601		,623	,681
	N	286	286	286	286	286	286	286
at	Pearson Correlation	-,046	-,067	-,125*	-,089	-,029	1	,693**
	Sig. (2-tailed)	,441	,257	,034	,135	,623		,000
	N	286	286	286	286	286	286	286
ct	Pearson Correlation	,128*	-,014	,025	,021	,697**	-,052	-,007
	Sig. (2-tailed)	,030	,807	,668	,720	,000	,378	,908
	N	286	286	286	286	286	286	286
tc	Pearson Correlation	,125*	,038	,078	,032	-,024	,693**	1
	Sig. (2-tailed)	,035	,523	,189	,588	,681	,000	
	N	286	286	286	286	286	286	286

Bảng phân tích tương quan cho thấy các biến độc lập có mối quan hệ với nhau. Biến at không đáp ứng yêu cầu (có Sig = 0,441 > 0,05) bị loại bỏ. Để kiểm tra các biến này có xảy ra đa cộng tuyến không, tác giả sử dụng phân tích hệ số VIF trong phân tích hồi quy.

4. 4. Kết quả phân tích hồi quy

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nhập (enter) đưa biến vào bảng. Biến độc lập at có sig lớn hơn 0,05 cần được loại bỏ. Kết quả phân tích hồi quy cho các bảng sau.

Bảng Model Summary, trong bảng này giá trị R bình phương hiệu chỉnh, phản ánh 5 biến độc lập đưa vào ảnh hưởng 59,0% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn 31,0% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Giá trị DW là 1,897 nằm trong khoảng biến thiên từ 1 - 3, giá trị gần bằng 2 chứng tỏ phần sai số không có tương quan chuỗi bậc nhất với nhau.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,773[a]	,597	,590	,41099	1,897

a. Predictors: (Constant), ct, kh, ht, pl, cl

b. Dependent Variable: qd

Phân tích bảng ANOVA nhằm kiểm tra xem mô hình hồi quy tuyến tính này có suy rộng và áp dụng được cho tổng thể hay không. Trong bảng giá trị sig của kiểm định F là nhỏ hơn 0,05, như vậy mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được phù hợp với tổng thể.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70,047	5	14,009	82,937	,000[b]
	Residual	47,297	280	,169		
	Total	117,344	285			

a. Dependent Variable: qd

b. Predictors: (Constant), ct, kh, ht, pl, cl

Bảng phân tích các hệ số tương quan biến độc lập và biến phụ thuộc. Trong bảng các hệ số tương quan, chỉ giá trị sig nhỏ hơn hoặc bằng 0,05 có nghĩa là biến đó có ý nghĩa trong mô hình, nếu sig lớn hơn 0,05 thì biến độc lập cần loại bỏ. Giá trị VIF < 2 hoặc Tolerance > 0,5 thì không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,099	,218		-,456	,649		
	ht	,152	,040	,165	3,780	,000	,755	1,325
	cl	,561	,050	,571	11,196	,000	,553	1,807
	pl	,109	,047	,111	2,307	,022	,622	1,609
	kh	,171	,037	,175	4,614	,000	,997	1,003
	tc	,061	,031	,075	1,967	,050	,993	1,007

a. Dependent Variable: qd

Sau khi loại bỏ biến độc lập at vì không có tương quan với qd, cả 5 biến ht, cl, pl, kh, và tc đều đáp ứng các yêu cầu và được giữ lại cho thiết lập phương trình về mối liên quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

4. 5. Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Kiểm định giả thuyết H1: Nhân tố Hạ tầng công nghệ thông tin sẵn sàng của tổ chức có mối quan hệ với quyết định ứng dụng ERP. Bảng **Coefficients[a]** giá trị sig của nhân tố ht < 0,05, hệ số Beta là 0,165 > 0. Nói cách khác, nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H1.

Kiểm định giả thuyết H2: Nhân tố an toàn thông tin có mối quan hệ thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Bảng trên , giá trị sig = 0,441 > 0,05 cho thấy nhân tố at không

có mối quan hệ thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Nói cách khác, không chấp nhận giả thuyết H2.

Kiểm định giả thuyết H3: Nhân tố chiến lược ứng dụng ERP của doanh nghiệp, giá trị sig < 0,05, hệ số Beta là 0,571 > 0. Nói cách khác, chấp nhận giả thuyết H3.

Kiểm định giả thuyết H4: Tài chính đầu tư cho ERP có mối quan hệ thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Bảng trên, giá trị sig =0,05 chứng tỏ hai nhân tố này có quan hệ thống kê với nhau. Giá trị Beta là 0,075 > 0 chứng tỏ là mối quan hệ cùng chiều. Nói cách khác, chấp nhận giả thuyết H6.

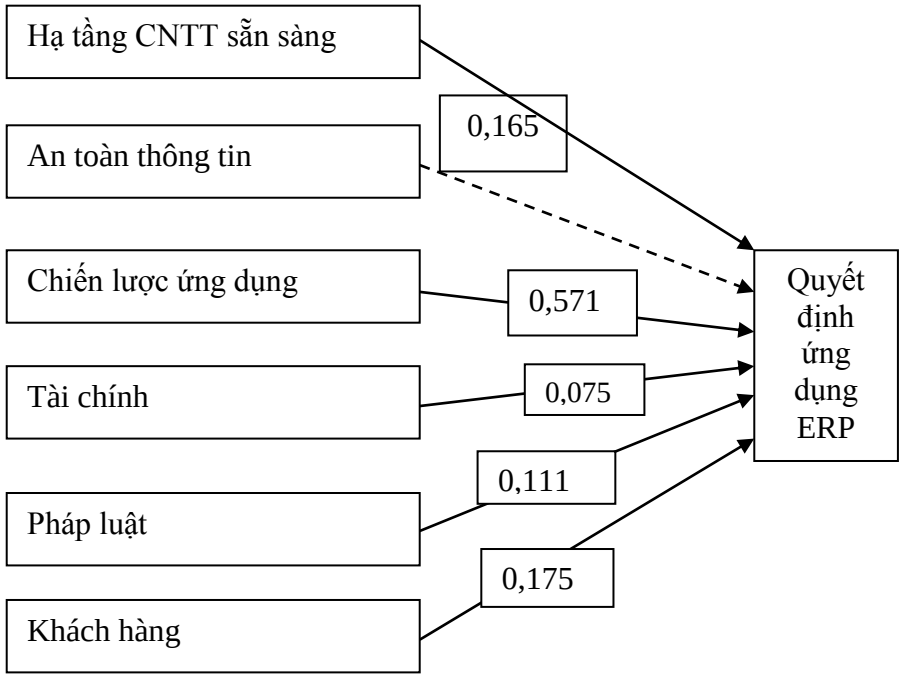
Kiểm định giả thuyết H5: Chính sách và quy định pháp luật có mối quan hệ thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Bảng trên, giá trị sig = 0,022 < 0,05 cho thấy nhân tố pl có mối quan hệ thống kê với nhân tố qd. Hệ số Beta là 0,111 > 0 chứng tỏ mối tương quan cùng chiều. Nói cách khác, chấp nhận giả thuyết H4.

Kiểm định giả thuyết H6: Nhu cầu của khách hàng có mối liên quan thống kê với quyết định ứng dụng ERP. Bảng trên, giá trị sig < 0,05 chứng tỏ hai nhân tố này có quan hệ thống kê với nhau. Giá trị Beta 0,175 > 0, chứng tỏ mối quan hệ là cùng chiều. Nói cách khác, chấp nhận giả thuyết H5.

4. 6. Đánh giá mức độ quan trọng các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định ứng dụng ERP của tổ chức

Kết quả phân tích hồi quy và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Kết quả kiểm định cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng tới quyết định ứng dụng ERP của tổ chức. Ảnh hưởng lớn nhất là nhân tố chiến lược ứng dụng của tổ chức, nhân tố thấp nhất là áp lực cạnh tranh. Mối quan hệ giữa các nhân tố và quyết định ứng dụng ERP được thể hiện trong sơ đồ sau:



Hình 2. Mô hình về mối quan hệ giữa các nhân tố với quyết định ứng dụng ERP

Phương trình hồi quy các nhân tố được viết như sau:

qd = 0,165 * ht + 0,571 * cl + 0,11 * pl + 0,175 * kh + 0,075 *ct

5. Các khuyến nghị

Dựa trên kết quả phân tích được, các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định ứng dụng ERP của tổ chức gồm: hạ tầng CNTT sẵn sàng của tổ chức, chiến lược ứng dụng ERP của tổ chức, tài chính đầu tư của tổ chức, các quy định pháp luật và nhu cầu khách hang. Từ hệ số quan trọng ảnh hưởng tích cực tới quyết định ứng dụng ERP là khác nhau, người nghiên cứu xin đưa ra các khuyến nghị sau:

Việc ứng dụng ERP phụ thuộc vào quyết định mang tính chiến lược của mỗi tổ chức. Do đó, nâng cao nhận thức của cấp lãnh đạo trong tổ chức về những lợi ích ERP mang lại là điều quan trọng hàng đầu. Trong thời gian dài, khi đề cập đến sử dụng ERP các tổ chức lo ngại đầu tư chi phí lớn, đặc biệt những tổ chức nhỏ không có vốn đầu tư. Nhưng ngày nay, khi giải pháp ERP đã trở thành thực sự thiết yếu, và chi phí sử dụng các module không quá cao đã làm thay đổi nhận thức của lãnh đạo cấp chiến lược. Việc ứng dụng ERP của mỗi tổ chức vì lẽ đó phụ thuộc vào nhận thức của lãnh đạo cấp chiến lược của tổ chức.

Yếu tố thứ hai là nhu cầu khách hàng. Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của cách mạng công nghệ, thương mại điện tử đem lại những tiện ích cho con người, cuộc sống được cải thiện rất nhiều. Khách hàng được tổ chức phục vụ và tổ chức phát triển được nhờ khách hàng. Chưa bao giờ mức độ cạnh tranh khách hàng giữa các tổ chức lại lớn như ngày nay. Có thể vì lí do đó, các tổ chức đã chú ý tới các dịch vụ khách hàng, quản trị mối quan hệ với khách hàng. Các module quản trị quan hệ khách hàng luôn được các tổ chức sử dụng đầu tiên trước khi sử dụng các module khác như quản trị quan hệ đối tác, quản trị kho hàng, quản trị nhân lực... Các tổ chức cần đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn với sử dụng ERP.

Yếu tố quan trọng thứ ba: là hạ tầng CNTT sẵn sàng của tổ chức. Trong những năm qua, các tổ chức đã ngày càng đầu tư cho hạ tầng CNTT, nâng cao tỉ lệ máy tính/nhân viên, kết nối mạng Internet, sử dụng CNTT trong các hoạt động của tổ chức, kiến thức sử dụng CNTT của nhân viên tổ chức. Yếu tố này đã giúp cho nhân viên tổ chức chủ động, không bị bỡ ngỡ trong tiếp nhận và sử dụng các module ERP. Duy trì đầu tư hạ tầng CNTT và nâng cấp hạ tầng CNTT giúp các tổ chức dễ dàng thích nghi với việc đưa ERP vào triển khai trong tổ chức.

Yếu tố quan trọng thứ tư và thứ năm là Các quy định pháp luật và tài chính sẵn sàng của tổ chức. Hai yếu tố này ảnh hưởng không lớn đến quyết định ứng dụng ERP của tổ chức, được hiểu là nhà nước không có quy định mang tính kĩ thuật về bắt buộc áp dụng ERP của tổ chức cũng như các khuyến khích ứng dụng ERP của tổ chức chưa đủ tác động mạnh mẽ đến thu hút sử dụng ERP. Các hạn chế về tài chính của tổ chức cũng ảnh hưởng đến quyết định ứng dụng ERP nhưng khá thấp. Điều này cũng cho thấy, đối với tổ chức, nếu cần huy động hoặc vay tiền đầu tư cho sử dụng ERP là không quá khó khăn, tùy thuộc vào nhu cầu thực tế của tổ chức và quyết định chiến lược của tổ chức có ứng dụng ERP hay không.

6. Các hạn chế và Kết luận

Nghiên cứu còn có những hạn chế về quy mô mẫu điều tra, ERP là giải pháp toàn diện cho hoạt động của tổ chức toàn diện, nhưng trong điều tra chỉ giới hạn các tổ chức chỉ sử dụng tối thiểu ít nhất một module ERP là phiếu điều tra đã được sử dụng cho phân tích. Do vậy, khái niệm ERP được hiểu theo nghĩa khá rộng, ERP là một phần mềm, hoặc nhóm phần mềm, không nhất thiết là giải pháp toàn diện.

Nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng đến quyết định ứng dụng ERP của tổ chức. Nghiên cứu cũng đưa ra các khuyến nghị đối với tổ chức trong việc triển khai ERP tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bang-Ning Hwang, Chi-Yo Huang, Chih-Hsiung Wu (2016), A TOE Approach to Establish a Green Supply Chain Adoption Decision Model in the Semiconductor Industry. Sustainability 2016, 8, 168; doi:10.3390/su8020168
2. Chang, I.-C., Hwang, H.-G., Hung, M.-C., Lin, M.-H., & Yen, D. C. (2007). Factors affecting the adoption of electronic signature: Executives' perspective of hospital information department. Decision Support Systems, 44(1), 350-359. doi:10.1016/j.dss.2007.04.006.
3. Chui-Yu Chiu, Shi Chen, Chun-Liang Chen (2017), An Integrated Perspective of TOE Framework and Innovation Diffusion in Broadband Mobile Applications Adoption by Enterprises, *International Journal of Management, Economics and Social Sciences 2017*, Vol.6(1), pp.14 - 39.
4. Dedrick, J., & West, J. (2003). Why firms adopt open source platforms: a grounded theory of innovation and standards adoption. In Proceedings of the workshop on standard making: A critical research frontier for information systems (pp. 236-257). Retrieved from http://www.joelwest.org/misq-stds/proceedings/145_236-257.pdf.
5. Duan, X., Deng, H., & Corbitt, B. (2012). Evaluating the critical determinants for adopting emarket in Australian small-and-medium sized enterprises. Management Research Review, 35(3/4), 289-308.
6. Hart O. Awa et al (2016), Using T-O-E theoretical framework to study the adoption of ERP solution, Cogent Business & Management (2016), 3: 1196571.
7. H.-F. Lin & Lin, (2008), Determinants of e-business diffusion: A test of the technology diffusion perspective. Technovation, 28(3): 135-145. DOI: 10.1016/j.technovation.2007.10.003.
8. Jang, W.-Y., & Pan, M.-J. (2008). Determinants of the Adoption of Enterprise Resource Planning within the Technology-Organization-Environment Framework: Taiwan's Communication Industry. *The Journal of Computer Information Systems*, 48(3), 94.
9. John Njenga Kinuthia (2014), Technological, organizational, and environmental factors affecting the adoption of cloud enterprise resource planning (ERP) systems, Eastern Michigan University.

10. Trần Tiến Khai (2012), *Phương pháp nghiên cứu kinh tế - Kiến thức cơ bản*, NXB Lao động Xã hội.
11. Khamis Haji Salum, Mohd Zaidi Abd Rozan (2017), Exploring the Challenge Impacted SMEs to Adopt Cloud ERP, *Indian Journal of Science and Technology*, Vol 9(45), DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i45/100452, December 2016.
12. Low, C., Chen, Y., & Wu, M. (2011a). Understanding the determinants of cloud computing adoption. Industrial Management & Data Systems, 111(7), 1006-1023.
13. Panorama (2019), Panorama's 2018 ERP Report
14. Patrick Ajibade (2018), Technology Acceptance Model Limitations and Criticisms: Exploring the Practical Applications and Use in Technology-related Studies, Mixedmethod, and Qualitative Researches, *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 1941. http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1941.
15. Sameh Al-Natour, Izak Benbasat (2009), The Adoption and Use of IT Artifacts: A New Interaction-Centric Model for the Study of UserArtifact Relationships, *Journal of the Association for Information Systems* Vol. 10 Issue 9 pp. 661-685 September 2009.
16. Tiago Oliveira and Maria F. O. Martins (2009), Determinants of information technology adoption in Portugal, *In Proceedings of the International Conference on e-Business*, pages 264-270 DOI: 10.5220/0002261502640270.
17. Yoon, T. E., & George, J. F. (2013). Why aren't organizations adopting virtual worlds? Computers in Human Behavior, 29(3), 772-790.
18. Zhu, K., Kraemer, K. L., & Xu, S. (2006). The process of innovation assimilation by firms in different countries: a technology diffusion perspective on e-business. Management Science, 1557-1576.
19. Zuzana Sasovova, Michael Heng, Michael Newman 2001, Limits to Using ERP Systems, *AMCIS proceeding*, Association for Information Systems
20. Đinh Văn Sơn, Vũ Mạnh Chiến (2014), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học*, NXB Thống Kê, Hà Nội.
21. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS - Tập 1*, NXB Hồng Đức, TP Hồ Chí Minh.

HIỆU ỨNG CỦA ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP RA NƯỚC NGOÀI ĐỐI VỚI KINH TẾ CỦA VIỆT NAM

THE EFFECTS OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT TO VIETNAM'S ECONOMY

TS. Lê Quang Huy

Trường Đại học Tài chính - Marketing

Tóm tắt

Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài là một trong những hoạt động di chuyển vốn từ quốc gia này sang quốc gia khác với nhiều mục đích khác nhau như tìm kiếm thị trường mới, khai thác hiệu quả, vượt qua hàng rào thương mại, chính trị. Trong giới hạn của mình, tác giả chỉ nghiên cứu ảnh hưởng của đầu tư trực tiếp ra nước ngoài đối với nền kinh tế nói chung. Tác giả sử dụng phương pháp hồi quy GDP theo OFDI, trong đó có xét đến hiệu ứng của xuất khẩu, với dữ liệu thống kê liên tục từ năm 1998 - 2019. Kết quả chỉ ra rằng có mối quan hệ tích cực giữa Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài (OFDI) với GDP của Việt Nam. Cụ thể, nếu vốn OFDI tăng 1 đơn vị thì GDP thực tế của Việt Nam sẽ tăng 9,38 đơn vị. Từ đó kiến nghị rằng các nhà lập chính sách Việt Nam nên có nhận thức tích cực hơn nữa đối với OFDI, cũng như có những chính sách hỗ trợ tích cực cho hoạt động này phát triển để mang lại nhiều lợi ích cho quốc gia.

Từ khóa: *Đầu tư trực tiếp ra nước ngoài, OFDI, FDI, Đầu tư trực tiếp nước ngoài*

Abstract

Purpose - The purpose of this paper is to examine the impact of outward foreign direct investment (FDI) on Vietnam's economic growth. Design/methodology/approach - The GDP regression method according to OFDI, which takes into account the effect of exports, with continuous secondary data from 1998-2019. Findings - The results indicate that outward FDI from Vietnam had a positive impact on the it's GDP growth. Specifically, if OFDI capital increases by 1 unit, Vietnam's real GDP will increase by 9.38 units. Therefore, it is recommended that Vietnamese policymakers should have a more positive awareness of OFDI, as well as have active supportive policies for Vietnam's OFDI to bring about national benefits.

Keywords: *Outward FDI, OFDI, FDI, Foreign direct investment*

1. Giới thiệu

Theo OECD (2008), **đầu tư trực tiếp nước ngoài** (FDI) là một loại đầu tư xuyên biên giới với mục tiêu thành lập lợi ích lâu dài trong một doanh nghiệp mà được cư trú trong nền kinh tế khác nền kinh tế của nhà đầu tư.

Cũng theo OECD (2008), khi nói về đầu tư trực tiếp nước ngoài, người ta cũng có thể xem xét theo một trong hai hướng, đó là đầu tư trực tiếp nước ngoài đi vào (Inward Foreign Direct Investment, viết tắt là IFDI) và đầu tư trực tiếp nước ngoài đi ra (Outward

Foreign Direct Investment hay Foreign Direct Investment Abroad, viết tắt là OFDI). Đầu tư trực tiếp đi vào hay đi ra phụ thuộc vào việc xác định quốc tịch của nhà đầu tư, doanh nghiệp đầu tư với quốc gia báo cáo. Trong đó OFDI là hoạt động FDI mà hướng ảnh hưởng là đi ra (Outward) đối với quốc gia báo cáo và tương tự đối với IFDI, hướng ảnh hưởng là đi vào (Inward) đối với quốc gia báo cáo. Vì thế khi nghiên cứu về IFDI hay OFDI, các nhà nghiên cứu thường sử dụng lý thuyết nền tảng về FDI, dùng chung cho cả IFDI và OFDI, chỉ khác nhau ở hướng báo cáo (Direction).

Trên thế giới, đã có nhiều nghiên cứu lý giải về vai trò đầu tư trực tiếp ra nước ngoài: đối với nhà đầu tư, nhằm để tìm kiếm hiệu quả từ tỷ suất lợi nhuận hấp dẫn ở các thị trường (Agarwal, 1980; Moosa, 2002) hoặc để thực hiện sự đa dạng hóa (Markowitz, 1959; Moosa, 2002) hoặc được tác động bởi sản lượng sản lượng đầu ra và quy mô thị trường nước tiếp nhận vốn (Moore, 1993; Wang & cộng sự, 1995). Bằng việc đánh giá động cơ đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp Nhật Bản, Kreinin và cộng sự (1999) kết luận rằng "sự bảo vệ thị phần là một hành động có động cơ quan trọng nhất cho FDI". Đối với nước thu hút vốn đầu tư, OECD (2008) chỉ ra FDI tạo nên hiệu ứng lan tỏa về công nghệ, hỗ trợ đầu tư nguồn nhân lực, đóng góp hội nhập thương mại quốc tế, giúp tạo nên môi trường kinh doanh cạnh tranh và gia tăng sự phát triển của doanh nghiệp. Tất cả điều này góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cao hơn và được xem như một công cụ hữu hiệu giúp tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia đang phát triển. Grossman và Helpman (1991), Hermes và Lensink (2003) đều chỉ ra rằng FDI đóng vai trò quan trọng trong việc hiện đại hóa và thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế ở nước tiếp nhận đầu tư. Tuy nhiên, tác động của FDI đối với nước đầu tư (Home country) không giống nhau ở các quốc gia. Đây là chủ đề của cuộc tranh luận chính sách công cộng rộng rãi. Những người phản đối đầu tư nước ngoài cho rằng đầu tư ra nước ngoài thay thế cho sản xuất trong nước khi các công ty chuyển các bộ phận của sản xuất ra nước ngoài. Theo đó, đầu tư ra nước ngoài chắc chắn làm giảm đầu tư trong nước, việc làm, năng suất và do đó tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế. Những người ủng hộ đầu tư ra nước ngoài, ngược lại, chỉ ra rằng đầu tư ra nước ngoài cho phép các công ty thâm nhập thị trường mới, để nhập khẩuhàng hóa trung gian từ các chi nhánh nước ngoài với chi phí thấp hơn và để tiếp cận công nghệ nước ngoài. Từ quan điểm này, toàn bộ nền kinh tế trong nước được hưởng lợi từ OFDI do khả năng cạnh tranh của các công ty đầu tư và liên kết năng suất lan tỏa đến các công ty trong nước. Thật không may, các nghiên cứu thực nghiệm không cung cấp một bức tranh rõ ràng về việc và làm thế nào hoạt động kinh tế trong nước chịu ảnh hưởng của vốn đầu tư nước ngoài. Theo Stevens và Lipsey (1992) với nghiên cứu hành vi đầu tư của 7 công ty đa quốc gia của Mỹ, chỉ ra rằng đầu tư ra nước ngoài và đầu tư trong nước là sự thay thế. BlomstrÖm và cộng sự (1997), tìm ra rằng, sản xuất ra nước ngoài càng cao bởi các công ty Mỹ, thì càng làm cho tỷ lệ tuyển dụng việc làm ở Mỹ thấp hơn. Desai và cộng sự (2005), mặt khác, sử dụng chuỗi thời gian dữ liệu cho các công ty Mỹ, tìm thấy một mối quan hệ tích cực giữa đầu tư trong và ngoài nước. Phát hiện này, đến lượt nó, phù hợp với một nghiên cứu của Lipsey (1994), có một mối tương quan tích cực giữa sản xuất ở nước ngoài và tăng tưởng lao động trong nước. Braconier và cộng sự (2001), kiểm định cho thấy không có mối tưởng quan giữa OFDI bởi các công ty và đầu tư trong nước Thụy Điển. Herzer (2009), kết luận cho có mối tương quan tích cực giữa OFDI bởi các công ty Mỹ và

tăng trưởng việc làm trong nước họ. Liu và Lu (2011), cũng tìm ra kết quả tưởng tự như với OFDI của Trung Quốc. Cung theo Liu và Lu (2011), hiệu ứng của OFDI bởi các nước đang phát triển có thể khác nhau. Đối với Việt Nam, trong nước chưa có nghiên cứu nào kiểm định bằng chứng rõ ràng về tác động của OFDI bởi Việt Nam với nền kinh tế trong nước. Theo đó, bài viết này kiểm định mô hình về tác động của OFDI với tăng trưởng kinh tế và trong đó có xét đến hiệu ứng của xuất khẩu và GDP của Việt Nam. Ngoài ra tác giả cũng tổng hợp các nghiên cứu về các chính sách đối với OFDI của các nước có nền kinh tế đang phát triển. Từ đó, tác giả đưa ra một số kiến nghị cho các nhà lập chính sách của Việt Nam trong hoạt động quản lý OFDI.

2. Cơ sở lý thuyết về mối quan hệ giữa FDI và tăng trưởng kinh tế

OFDI có thể tác động đến toàn bộ nền kinh tế của nước đầu tư, trước hết tác động trực tiếp vào các công ty đầu tư. Điều này đã được rất nhiều nghiên cứu trên thế giới khẳng định. Các tác động của OFDI đối với các công ty đầu tư có thể phân loại trong 4 nhóm tác động là: giúp các công tìm kiếm/ mở rộng thị trường, tìm kiếm nguồn lực sản xuất, tìm kiếm hiệu quả/chi phí, tìm kiếm tài sản sáng tạo/nâng cao trình độ khoa học - công nghệ (Dunning, 1988, 2002; UNCTAD, 2006). Thông qua hoạt động OFDI, ngược trở lại, các công ty đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh trong nước mình và trên phạm vi toàn bộ công ty (UNCTAD, 2006), và do đó tác động đến toàn bộ nền kinh tế trong nước (BlomstrÖm & Kokko, 1998, UNCTAD, 2006).

Về phương diện tác động đến nền kinh tế, OFDI có thể có các mối quan hệ sau:

Tác động lên cán cân thanh toán của quốc gia (UNCTAD 2006). Dòng vốn OFDI có thể lúc đầu đi ra nhiều hơn so với vốn mà nó mang lại (thu nhập từ các dự án nước ngoài, phí bản quyền, thu từ dịch vụ khác), tuy nhiên dần dần về sau số vốn (thu nhập) hồi hương sẽ cao hơn dòng vốn đi ra. Tuy nhiên, điều này sẽ khác nhau ở các quốc gia và theo thời gian, một phần phụ thuộc vào vòng đời phát triển đầu tư (Investment development path) ở các nước khác nhau và vào hành vi, chiến lược của các công ty đa quốc gia.

Tác động đến đầu tư trong nước của quốc gia. Minh chứng về sự tác động của OFDI đối với đầu tư trong nước ở các nước đang phát triển khác nhau. Trường hợp đối với Singapore, OFDI chiếm 22% tổng vốn (2005) làm giảm lượng vốn đầu tư trong nước. Ngược lại, OFDI của Trung Quốc và Ấn Độ sẽ không làm giảm lượng vốn đầu tư trong nước có ý nghĩa vì OFDI các nước này không phải tìm kiếm hiệu quả bởi các nước này đã là những cơ sở sản xuất tốt, nên dù cho OFDI thì các doanh nghiệp vẫn chú trọng đầu tư trong nước (UNCTAD, 2006).

- Tác động tích cực lên xuất khẩu. Điều này được giải thích bằng việc các dự án đầu tư ra nước ngoài cần nguồn cung cấp hàng hóa trong nước hay đối với những dự án đầu tư ra nước ngoài để tìm kiếm thị trường (Kim, 2000).

- Tác động tích cực lên tăng trưởng kinh tế (GDP) của nước đầu tư (Herzer, 2010).

- Tác động tạo ra việc làm cho nước đầu tư, trường hợp này đúng với các nước có nền kinh tế mới nổi (Masso & cộng sự, 2007).

- Giúp khai thác tài nguyên của nước khác để hạn chế cạn kiệt tài nguyên hay bù đắp vào tài nguyên quốc gia mình thiếu hụt/không có (Buckley & cộng sự, 2007).

- Giúp cho quốc gia nâng cao được năng suất lao động thông qua tìm kiếm tài sản sáng tạo, kỹ năng quản lý, công nghệ nước ngoài (UNCTAD, 2006).

3. Đặc trưng của OFDI Việt Nam thời gian qua

Đặc trưng theo số dự án và vốn đăng ký đầu tư

Năm 1986, tại Đại hội VI của Đảng, Việt Nam đã thực hiện chủ trương mở cửa nền kinh tế. Bước sang năm 1989, Việt Nam bắt đầu có dự án đầu tư ra nước ngoài với dự án Công ty liên doanh Gemasa Corporation của Liên hiệp hàng hải Việt Nam với một đối tác Nhật Bản tại Nhật Bản có số vốn đầu tư gần 0,6 triệu USD.

Tuy nhiên phải đến năm 1999 khi mà Chính phủ đưa ra Nghị định 22/1999/ NĐ-CP là nghị định chính thức đầu tiên về đầu tư ra nước ngoài thì hoạt động này mới thực sự chuyển biến rõ rệt. Vốn đầu tư ra nước ngoài năm 1999 gần bằng tổng vốn đầu tư của 10 năm trước đó, cũng như số dự án đã có sự gia tăng rõ rệt.

Bước sang năm 2002, số vốn đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp Việt Nam lại một lần nữa gia tăng đột biến, vốn đăng ký đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam trong năm này gần gấp 5 lần tổng vốn đăng ký của các năm trước đó. Nguyên nhân của điều này là do Thông tư 05/2001/TT-BKH được Bộ kế hoạch đầu tư ban hành ngày 30/8/2001 về việc "Hướng dẫn hoạt động đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp Việt Nam" đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về thủ tục đầu tư ra nước ngoài. Qua đó, cho thấy một chính sách của Nhà nước trong giai đoạn này có ý nghĩa tích cực trong việc thúc đẩy hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Việt Nam.

Đến năm 2007, vốn đăng ký đầu tư gần bằng gấp 3 lần số vốn đầu tư năm 2006 là năm trước khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, và tiếp theo sau vốn đầu tư năm 2008 bằng gấp 2,5 lần năm 2007, các năm sau quy mô vốn cũng tăng lên đáng kể so với thời điểm trước khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới. Sự tăng trưởng về hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài như trên của Việt Nam còn bởi Chính phủ ban hành Nghị định 78/2006/NĐ-CP là nghị định về Quy định đầu tư trực tiếp ra nước ngoài vào ngày ngày 09 tháng 08 năm 2006, có hiệu lực thi hành từ ngày 24 tháng 8 năm 2006, trong đó quy định những lĩnh vực khuyến khích đầu tư ra nước ngoài, làm gia tăng động lực đầu tư cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Sang đến năm 2009, 2010, vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam gia tăng đáng kể, một phần là do sự hồi phục "ảo" của nền kinh tế thế giới và Việt Nam, mặt khác là do lần đầu tiên Chính phủ đưa ra văn bản khuyến khích đầu tư ra nước ngoài, đó là Quyết định số 236-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án "Thúc đẩy đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài", ban hành ngày 20 tháng 02 năm 2009.

Tuy nhiên bước sang năm 2011, 2012, vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam giảm đi rõ rệt so với năm 2009, nguyên nhân bởi tình hình kinh tế khó khăn chung làm cho các doanh nghiệp dè dặt trong việc đầu tư ra nước ngoài. Ngoài ra, sự sụt giảm về vốn còn là Ngân hàng Nhà nước ban hành thông tư 45 năm 2011 về *"Quy định về quản lý ngoại hối đối với việc cho vay, thu hồi nợ nước ngoài của tổ chức tín dụng"*. Theo quy định của thông tư này, các ngân hàng thương mại khi cho vay vốn đầu tư ra nước ngoài đều phải báo cáo, giải trình cho Ngân hàng Nhà nước về khả năng cân đối ngoại tệ, báo cáo tình

hình tăng trưởng tín dụng, báo cáo tình tình thẩm định khoản vay..., làm cho dòng vốn ra nước ngoài bị ách tắc.

Đến năm 2013, tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam khôi phục trở lại với khoảng 3,1 tỷ USD. Có được thành tích này bởi sang năm 2013, tình hình kinh tế thế giới và trong nước đã khả quan hơn, làm động lực để các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh đầu tư ra nước ngoài nhằm tranh thủ xâm nhập thị trường thế giới, mặt khác với Thông tư 37 năm 2013 của NHNN về Quy định về quản lý ngoại hối đối với việc cho vay, thu hồi nợ nước ngoài của tổ chức tín dụng, đã ít khắt khe hơn năm 2011, các thủ tục để các Ngân hàng thương mại báo cáo Ngân hàng Nhà nước đơn giản hơn trước, từ đó khơi thông chuyển vốn ra nước ngoài.

Tiếp theo đến năm 2014, 2015, FDI Việt Nam ra nước ngoài giảm sút, điều này được lý giải bởi các doanh nghiệp chờ đợi Luật Đầu tư 2014 ra đời cũng như hướng dẫn thực hiện, và việc Nghị định số 83/2015/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết về hoạt động đầu tư ra nước ngoài nhằm mục đích kinh doanh; thủ tục đầu tư ra nước ngoài và quản lý nhà nước đối với hoạt động đầu tư ra nước ngoài, chuyển vốn đầu tư ra nước ngoài, xác định địa điểm thực hiện dự án, thực hiện chế độ báo cáo...; làm cho cac doanh nghiệp trong ngắn hạn dè dặt trong hoạt động đầu tư ra nước ngoài. Sang năm 2016, khi những quy định, hướng dẫn về đầu tư trực tiếp ra nước ngoài rõ ràng, cùng với sự tăng trưởng kinh tế Việt Nam, các nhà đầu tư Việt Nam đã gia tăng đầu tư ra nước ngoài cả về số dự án cũng như vốn đăng ký đầu tư. Sang năm 2017, FDI Việt Nam ra nước ngoài giảm sút bởi sự lo ngại của các nhà đầu tư đối với sự sụt giảm tăng trưởng kinh tế thế giới nói chung (đạt 350 triệu USD). Đến năm 2018, 2019, mặc dù trong bối cảnh kinh tế thế giới và Việt Nam không thuận lợi nhưng dòng vốn đăng ký đầu tư ra nước ngoài liên tục tăng lần lượt đạt 477,6 và 508,1 triệu USD. Qua các kết quả trên, có thể thấy những quy định chính sách của Việt Nam có ý nghĩa đối việc thúc đẩy hay kìm hãm dòng vốn đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp trong nước.

Đặc trưng theo ngành nghề

Dựa theo kết quả thống kê, đầu tư trực tiếp nước ngoài từ Việt Nam phân bố không đồng đều theo số dự án và vốn đăng ký đầu tư.

Xét theo số dự án đầu tư, dẫn đầu là ngành bán buôn - bán lẻ với 282 dự án (chiếm tỷ trọng 26,93%), tiếp theo là ngành công nghiệp chế biến - chế tạo với 119 dự án (chiếm tỷ trọng 11,37%), thứ 3 là ngành nông lâm nghiệp - thủy sản với 109 dự án (chiếm tỷ trọng 10,41%), thứ 4 là ngành thông tin - truyền thông với 80 dự án (chiếm tỷ trọng 7,64%), thứ 5 là ngành hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ với 66 dự án (chiếm tỷ trọng 6,3%).

Về vốn đăng ký đầu tư, những ngành tuy không phải chiếm tỷ trọng cao về số dự án nhưng lại là những ngành có vốn đăng ký đầu tư nhiều nhất. Vốn đầu tư chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực: khai khoáng (dầu khí) có số vốn đăng ký lớn nhất đạt khoảng 8 tỷ USD (chiếm tỷ trọng gần 40,11%) tổng vốn đầu tư ra nước ngoài; kế đến là lĩnh vực nông - lâm nghiệp - thủy sản trên 3 tỷ USD (chiếm tỷ trọng 10,41%); tiếp theo là các lĩnh vực thông tin truyền thông với 2,6 tỷ USD (chiếm tỷ trọng trên 13% tổng vốn đầu tư ra nước

ngoài), tiếp theo là các lĩnh vực sản xuất phân phối điện khí đốt, công nghiệp chế biến - chế tạo, lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, nghệ thuật - vui chơi và giải trí (Số liệu thống kê OFDI Việt Nam từ năm 1989 - 2017).

Đặc trưng theo quốc gia tiếp nhận vốn

Theo số liệu thống kê cập nhật đến hết năm 2017 bởi Tổng cục thống kê, đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Việt Nam tập trung nhiều nhất vào các nước có vị trí giáp biên giới với Việt Nam, trong đó FDI Việt Nam vào Lào với 196 dự án (chiếm tỷ trọng 18,72%) và vốn đăng ký đầu tư gần 4,8 tỷ USD (chiếm tỷ trọng 24,1%), tiếp theo là Campuchia với 168 dự án (chiếm tỷ trọng khoảng 16%) và 2,73 tỷ USD (chiếm tỷ trọng khoảng 13,7%), cả 2 nước này chiếm trên 40% tổng số dự án và 30% tổng số vốn FDI Việt Nam ra nước ngoài.

4. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

Dựa theo các công trình nghiên cứu lý thuyết và đặc trưng OFDI Việt Nam thời gian. Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu kiểm định mối quan hệ giữa OFDI với nền kinh tế (thông qua GDP) và xuất khẩu Việt Nam. Việc không đánh giá mối quan hệ đồng thời giữa OFDI với vốn đầu tư trong nước, bởi tỷ lệ OFDI so với tổng vốn đầu tư trong nước khá thấp. Ngoài ra OFDI Việt Nam thời gian qua không chỉ tìm kiếm hiệu quả (chi phí) mà còn nhằm mục tiêu tìm kiếm thị trường và tìm kiếm nguồn lực (Lê Quang Huy, 2019) nên mô hình nghiên cứu cũng không đánh giá mối quan hệ giữa OFDI với tổng số lao động trong nước.

Dữ liệu được lấy từ công bố chính thức của Tổng cục thống kê Việt Nam, từ năm 1998 đến 2019 (n= 22). Công cụ xử lý dữ liệu là phần mềm Eview, phiên bản 10.

Mô hình nghiên cứu sẽ đánh giá tác động của OFDI đối với quy mô kinh tế, trong đó có xét đến hiệu ứng của xuất khẩu. Mô hình cụ thể như sau:

$$GDP_t = \beta_1 + \beta_2 OFDI + \beta_3 EX + \varepsilon$$

Trong đó : GDP_t là GDP thực tế qua các năm OFDI là vốn FDI đăng ký đầu tư ra nước ngoài, EX là kim ngạch xuất khẩu theo giá thực tế của Việt Nam. Đơn vị tính là tỷ USD. ε là sai số.

5. Kết quả nghiên cứu

Kết quả mô hình hồi quy theo phương pháp bình phương bé nhất, với kiểm định t (đối với quy mô mẫu nhỏ hơn 30) như sau:

Bảng 1: Kết quả hồi quy

Dependent Variable: GDP				
Method: Least Squares				
Date: 03/21/20 Time: 14:25				
Sample: 1998 2019				
Included observations: 22				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.

C	21.40544	2.573934	8.316234	0.0000
OFDI	9.382037	1.329911	7.054635	0.0000
EX	0.935335	0.019629	47.65018	0.0000
R-squared	0.992419	Mean dependent var		115.5039
Adjusted R-squared	0.991621	S.D. dependent var		78.18740
S.E. of regression	7.156945	Akaike info criterion		6.900167
Sum squared resid	973.2153	Schwarz criterion		7.048946
Log likelihood	-72.90184	Hannan-Quinn criter.		6.935215
F-statistic	1243.663	Durbin-Watson stat		1.465911
Prob(F-statistic)	0.000000			

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bởi tác giả với phần mềm Eview 10.

Theo kết quả xử lý dữ liệu ở Bảng 1, cho thấy các hệ số của OFDI và EX lần lượt là 9,38 và 0,93 đều khác 0. Mô hình có 2 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc nên giá trị phân phối lý thuyết F(2;19) với mức ý nghĩa 1% là 5,93. Giá trị thống kê F ở bảng là 1243.66 lớn hơn rất nhiều so với giá trị F(2;19), nên mô hình có ý nghĩa, đạt được kiểm định F. Ngoài ra, theo kết quả bảng 1, ta có giá trị kiểm định Durbin-Watson là 1,46 nằm giữa khoảng $d_L(1,15)$ và $d^U(1,54)$ theo tra bảng (Durbin - Watson, trong đó k = 2 và n = 22) nên kết luận mô hình không có hiện tượng tự tương quan. Qua đó, cho thấy mô hình kiểm định hoàn toàn phù hợp và có ý nghĩa. Cũng từ kết quả bảng 1, có thể cho biết như sau: nếu OFDI tăng 1 đơn vị (giả sử 1 tỷ USD) thì GDP sẽ tăng 9,38 đơn vị (tương đương 9,38 tỷ USD). Vì vậy không có lý do gì để không khuyến khích hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Việt Nam.

6. Kinh nghiệm về chính sách thúc đẩy OFDI của một số nước

6.1. Kinh nghiệm từ các nước có nền kinh tế phát triển

Buckley và cộng sự (2010) đúc kết một số bài học thúc đẩy OFDI của một số nước phát triển mà các nước đang phát triển có thể học hỏi như sau:

☞ Cung cấp thông tin và hỗ trợ kỹ thuật

☞ Hỗ trợ tài chính

☞ Khuyến khích về tài khóa

☞ Các bảo đảm và bảo hiểm đầu tư

☞ Hỗ trợ phát triển có chọn lọc một số công ty để gia tăng khả năng cạnh tranh quốc tế

☞ Các thỏa thuận và hiệp ước đầu tư song phương, đa phương

☞ Chương trình hỗ trợ phát triển chính thức (ODA)

☞ Gỡ bỏ các biện pháp kiểm soát vốn trước khi thực hiện các chính sách xúc tiến vốn OFDI

❖ *Trường hợp điển hình: Nhật bản*

☞ Tập đoàn Tài chính Nhật Bản (JFC) một tổ chức tài chính của Chính phủ Nhật Bản làm nhiệm vụ hỗ trợ các doanh nghiệp của họ ra nước ngoài. Tập đoàn này thường xuyên ký các cam kết đối với Chính phủ các nước tiếp nhận vốn đầu tư về việc sẽ hỗ trợ, đảm bảo tài chính cho các doanh nghiệp bao gồm DNVVN của Nhật Bản đầu tư vào nước ngoài.

6.2. Kinh nghiệm từ các nước có nền kinh tế mới nổi

❖ **Về nhận thức:** Phải có thái độ tích cực đối với hoạt động OFDI. Chính sách của Chính phủ được xem là nhân tố quan trọng thứ 2 trong thúc đẩy đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của các doanh nghiệp Trung Quốc. Ở các quốc gia này xác định rằng việc gia tăng sức mạnh cho các doanh nghiệp trong nước đầu tư ra nước ngoài cũng giống như gia tăng sức mạnh của Quốc gia. Chính phủ các nước này xem OFDI là một "con đường mới" để tiếp cận thị trường, vốn, công nghệ và kiến thức từ các nước tiên tiến và củng cố cho khả năng cạnh tranh trên toàn cầu. Ở Singapore, chính phủ tài trợ, cho vay, khuyến khích thuế, và tài trợ vốn cho thúc đẩy OFDI. Ở Ấn Độ, các công ty đầu tư trực tiếp ra nước ngoài mua ngoại hối trên thị trường không cần qua sự chấp thuận trước của Ngân hàng dự trữ Ấn Độ (Reserve Bank of India). Chính phủ Brazin thiết lập mục tiêu phải có 10 công ty xuyên quốc gia của họ vào cuối nhiệm kỳ Tổng thống Lula. Ở Malaysia miễn trừ thuế từ chuyển tiền thu nhập kiếm được từ nước ngoài cũng như giảm thuế của hoạt động trước khi khai thác ở nước ngoài. Ở Thái Lan, chính phủ tài trợ cho khoản vay dài hạn lên đến 85% chi phí xây dựng cho doanh nghiệp thực hiện hợp đồng ở nước ngoài.

❖ *Về biện pháp thúc đẩy:*

- Kinh nghiệm từ Trung Quốc

+ Chính phủ Trung Quốc hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp ra nước ngoài như tài trợ vốn, ưu đãi và tạo điều kiện thuận lợi vay vốn, tránh đánh thuế 2 lần...

+ Sự phối hợp mạnh mẽ giữa các tổ chức xúc tiến đầu tư, cải cách kinh tế với Ngân hàng

+ Ở cấp độ kinh tế vĩ mô, Trung Quốc giảm những rủi ro liên quan đến OFDI thông qua các sự thỏa thuận bảo hộ lẫn nhau của Chính phủ Trung Quốc với các nước tiếp nhận vốn

+ Ở cấp độ kinh tế vi mô, chính phủ Trung Quốc cung cấp bảo hiểm tai nạn nghề nghiệp cho người lao động xuất ngoại

+ Chính phủ thực hiện duy trì mạng lưới dịch vụ thông tin hỗ trợ cho doanh nghiệp của mình ở nước ngoài, thu thập dữ liệu và báo cáo các vấn đề Nhà đầu tư đang và sẽ gặp khó khăn. Để làm những việc này Trung Quốc thành lập Hội đồng xúc tiến đầu tư quốc tế, hay Trung tâm nghiên cứu đầu tư trực tiếp nước ngoài.

+ Ngoài ra chính phủ Trung Quốc còn xuất bản các ấn phẩm hướng dẫn về quốc gia và ngành nghề cho đầu tư trực tiếp nước ngoài, cung cấp các đánh giá về thị trường nước ngoài của các công ty Trung Quốc, đưa ra các kết nối công ty Trung Quốc với chính sách

ưu đãi. Mặt khác tất cả các hoạt động đầu tư theo hướng dẫn này sẽ được hưởng các hỗ trợ, ưu đãi về tài chính, thủ tục chấp thuận đầu tư...

- Kinh nghiệm từ Thái Lan:

+ Chính phủ Thái Lan thành lập hẳn một Tập đoàn - **Thai Credit Guarantee Corporation** (Tập đoàn đảm bảo tín dụng Thái Lan) hỗ trợ và gia tăng sức mạnh tài chính cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Và hiện nay tập đoàn này hỗ trợ cho các DNVVN Thái Lan đầu tư ra nước ngoài, đặc biệt là vào các nước khu vực Đông Nam Á.

❖ *Về chính sách giám sát đầu tư:*

- Kinh nghiệm từ Trung Quốc:

+ Ngoại trừ các dự án OFDI của các công ty thuộc sở hữu Nhà nước phải được chấp thuận đầu tư bởi Ủy ban quản lý và giám sát tài sản Nhà nước (State-owned Asset Supervision and Administration Commission (SASAC) thì các dự án còn lại chỉ cần sự chấp thuận đầu tư bởi Phòng thương mại và kinh tế đối ngoại của Tỉnh (Foreign Economic Relation & Trade)

+ Các dự án đầu tư trực tiếp ra nước ngoài có vốn ít hơn 30 triệu USD và định hướng khai thác nguồn lực nước ngoài, và những dự án dưới 10 triệu USD, sẽ được bởi Phòng thương mại và kinh tế đối ngoại cấp Tỉnh (Foreign Economic Relation & Trade) cấp phép. Thời gian cấp phép sẽ không quá 20 ngày làm việc, trong đó 5 ngày để cơ quan Nhà nước xác nhận đơn xin cấp phép, 15 ngày để ra quyết định cấp phép. Và quan trọng hơn hết là, các dự án không cần phải có luận chứng kinh tế kỹ thuật, mà Nhà nước chỉ cần quan tâm đến nhà đầu tư và định hướng đầu tư.

+ Thêm vào đó, Trung Quốc còn thực hiện các chương trình đánh giá thời kỳ hậu cấp phép đầu tư rất tốt, trong đó liệt kê các nguyên tắc chi tiết để đánh giá hoạt động đầu tư của doanh nghiệp ra nước ngoài.

7. Hàm ý về chính sách đối với OFDI của Việt Nam

Từ nghiên cứu bài học kinh nghiệm các nước trong quản lý OFDI, định lượng tác động của OFDI đối với nền kinh tế Việt Nam, cùng với những bài học chính sách thúc đẩy OFDI của một số nước, tác giả rút ra được một số bài học về chính sách OFDI Việt Nam như sau:

☞ Nhà nước luôn xem OFDI là động lực tích cực góp phần nâng cao "vị thế kinh tế" Việt Nam.

☞ Các chính sách ưu đãi, xúc tiến đầu tư ra nước ngoài phải được thực hiện liên tục. Nếu trong thời kỳ suy thoái kinh tế, gặp sự khó khăn về ổn định kinh tế vĩ mô thì cũng phải cân nhắc trong việc quản lý OFDI. Việc quản lý OFDI trong thời kỳ này nên theo hướng giảm hoạt động xúc tiến, hỗ trợ nhưng không phải hạn chế, gây khó khăn.

☞ Phối hợp với chính phủ, cơ quan quản lý đầu tư, Ngân hàng nước tiếp nhận đầu tư để tạo và tận dụng nhiều nhất có thể có ở sự trợ giúp từ nước tiếp nhận đầu tư.

☞ Xây dựng chương trình nghiên cứu môi trường đầu tư nước ngoài thời suy thoái và hậu suy thoái để giúp các doanh nghiệp Việt Nam ổn định ở nước ngoài, củng cố, gia tăng sức mạnh, lợi thế cạnh tranh, tận dụng cơ hội để vươn lên ở nước ngoài.

☞ Tiếp tục nghiên cứu và triển khai thuận tiện hóa thủ tục đầu tư đối với những dự án quy mô nhỏ, những dự án không có tác động mạnh lên cán cân thanh toán.

☞ Tiếp tục hỗ trợ những dự án có quy mô lớn, những dự án đang triển khai, đặc biệt những dự án mang tính sống còn đối với doanh nghiệp mẹ ở Việt Nam.

☞ Xây dựng các tập đoàn tài chính để hỗ trợ, tăng cường sức mạnh, uy tín tài chính cho các DNVVN đầu tư ra nước ngoài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agarwal, J. P. (1980). Determinants of foreign direct investment: A survey. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116(4), 739 - 773.
2. BlomstrÖm, M. & Kokko, A. (1998). Multinational Corporations and Spillovers. Journal of Economic Surveys, *12*, pp.247-277.
3. BlomstrÖm, M., Fors, G. & Lipsey, R. E. (1997). Foreign Direct Investment and Employment: Home Country Experience in the United States and Sweden. Economic Journal, *107*(445), pp.1787-1797.
4. Braconier, H., Ekholm, K. & Knarvik, K.H.M. (2001). Does FDI work as a channel for R&D Spillovers?Evidence based on Swedish data. Review of World Economics, *137*(4), 644-65.
5. Buckley, P. J., Clegg, L. J., Cross, A. R., Voss, H. (2010), What Can Emerging Markets Learn from the Outward Direct Investment Policies of Advanced Countries?, *Foreign Direct Investments from Emerging Markets (2010)*, Sauvant, K. P., McAllister, G. & Maschek, A., W. , pp.243-276, Palgrave Macmilan.
6. Desai, M.A., Foley, F. & Hines, J.R. Jr (2005). Foreign direct investment and domestic capital Stock. American Economic Review Papers and Proceedings, *95*(2), pp. 33-8.
7. Dunning, J. H. (1988). *Explaining International Production*. London: Unwin Hyman.
8. Dunning, J. H. (2002). *Theories and Paradigms of International Business Activity*. USA: Edward Elgar Publishing
9. Grossman, G. M., & Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the world economy*. Cambridge: MIT Press.
10. Hermes, N., & Lensink, R. (2003). Foreign direct investment, financial development and economic growth. *The Journal of Development Studies, 40*(1), pp.142-163.
11. Herzer, D. (2010), Outward FDI and economic growth, *Journal of Economic Studies*, 37(5), 476 - 494.
12. Kim, S. (2000). Effects of Outward Foreign Direct Investment on Home Country Performance: Evidence from Korea. In *NBER-EASE*: *The Role of Foreign Direct Investment in East Asian Economic Development*, *9*, 295-317, National Bureau of Economic Research, Inc.
13. Kreinin, M. E., Abe, S., & Plummer, M. G. (1999). Motives for Japanese DFI Survey, analysis, and implications in light of the Asian crisis. *Journal of Asian Economics, 10*(3), 385-394.

14. Lê Quang Huy (2019). Nghiên cứu các nhân tố tác động đến quyết định đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của các DN Việt Nam: trường hợp Campuchia, Luận án Tiến sĩ, ĐH Kinh tế Tp.HCM.
15. Lipsey, R.E. (1994). Outward direct investment and the US economy. NBER Working Paper No. 4691, Cambridge, MA.
16. Liu, H. & Lu, J. (2011). The home-employment effect of FDI from developing countries: in the case of China. Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies, *4*(3), pp.173 - 182.
17. Luo, Y., Xue, Q., & Han, B. (2009), *How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China*, Journal of World Business.
18. Markowitz, H. M. (1959). *Portfolio selection: Efficent Diversification of Investments*. New York, NY: John Wiley & Sons Inc.
19. Masso, J., Varblane, U., & Vahter, P. (2007), The Impact of Outward FDI on Home-Country Employment in a Low-Cost Transition Economy. William Davidson Institute, The University of Michigan, Working Paper Number 873.
20. Moore, M. O. (1993). Determinants of German manufacturing direct investment: 1980-1988, *Weltwirtschaftliches archive, 129*(1), 120-138.
21. Moosa, I. A. (2002). *Foreign Direct Investment, Theory - Evident and practice*. New York. NY: Palgrave Macmillian.
22. OECD (2008). *Foreign direct investment statistics Explanatory notes.* Retrieved from http://www.oecd.org/investment/statistics.htm.
23. Stevens, G.V.G. & Lipsey, R.E. (1992). Interactions between domestic and foreign investment. Journal of International Money and Finance, *11*(1), pp.40-62.
24. UNCTAD (2006). World Investment Report: FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development. Geneva: United Nations Publication.
25. Wang, Z. Q., & Swain, N. J. (1995). The determinants of foreign direct investment in transforming economies: Empirical evidence from Hungary and China. Weltwirtschaftliches Archiv, *131*(2), 359 - 382.

MỘT SỐ TRAO ĐỔI VỀ ỨNG DỤNG BLOCKCHAIN TRONG THỰC HIỆN QUY TẮC XUẤT XỨ CHO HÀNG HÓA VIỆT NAM

SOME OPINIONS ABOUT THE BLOCKCHAIN APPLICATION IN THE IMPLEMENTATION OF THE RULES OF ORIGIN FOR VIETNAMESE GOODS

ThS. Hoàng Hải Hà

Trường Đại học Thương mại

Tóm tắt

Trong thời gian qua Việt Nam đã tham gia ký kết và đàm phán 16 hiệp định thương mại tự do (FTA). Khi thực hiện các hiệp định FTA này, phần lớn hàng hóa có xuất xứ Việt Nam được hưởng miễn thuế nhập khẩu khi xuất sang các đối tác FTA. Và chìa khóa quan trọng để doanh nghiệp Việt tận dụng được các ưu đãi đó là tuân thủ các quy tắc về xuất xứ hàng hóa. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn còn gặp rất nhiều trở ngại trong việc tiếp nhận và đáp ứng được các quy tắc xuất xứ đó.

Xuất phát từ thực trạng trên, trong phạm vi bài viết này, tác giả sẽ trình bày một số lý luận cơ bản về quy tắc xuất xứ trong các FTA, bàn luận về một số nhóm khó khăn mà doanh nghiệp Việt Nam đang gặp phải, đồng thời đưa ra những trao đổi về việc áp dụng công nghệ blockchain để doanh nghiệp có thể vượt qua được những khó khăn đó.

Từ khóa: *quy tắc xuất xứ, blockchain, FTAs*

Abstract

Over the past time, Vietnam has participated in signing and negotiating 16 free trade agreements (FTA). When implementing these FTAs, the majority of Vietnamese origin goods are eligible for import tax exemption when exporting to FTA partners. And the important key for Vietnamese businesses to take advantage of these incentives is to comply with the rules of origin of goods. However, businesses still face many obstacles in receiving and meeting those rules of origin.

Based on the above situation, within this article, the author will present some basic theories about rules of origin in FTAs, discuss some of the difficult groups that Vietnamese enterprises are facing. At the same time, we will discuss about the application of blockchain technology so that enterprises can overcome these difficulties.

Keywords: *ROO, blockchain, FTAs*

1. Quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do

1.1. Một số lý luận cơ bản về quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do

Theo định nghĩa của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), quy tắc xuất xứ là tập hợp các tiêu chí cần thiết nhằm đảm bảo xác định được nguồn gốc quốc tịch của hàng hóa.

Theo định nghĩa ngày càng trở nên phổ biến trong các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) trên toàn cầu, trong đó có các FTA mà Việt Nam là thành viên, quy tắc xuất xứ

ưu đãi (Preferential ROO) là tập hợp các tiêu chí được thiết kế nhằm đảm bảo hàng hóa đó được hưởng ưu đãi thuế quan FTA nếu tuân thủ các quy định về xuất xứ áp dụng với hàng hóa trong FTA đó.

Mục đích của quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do là:

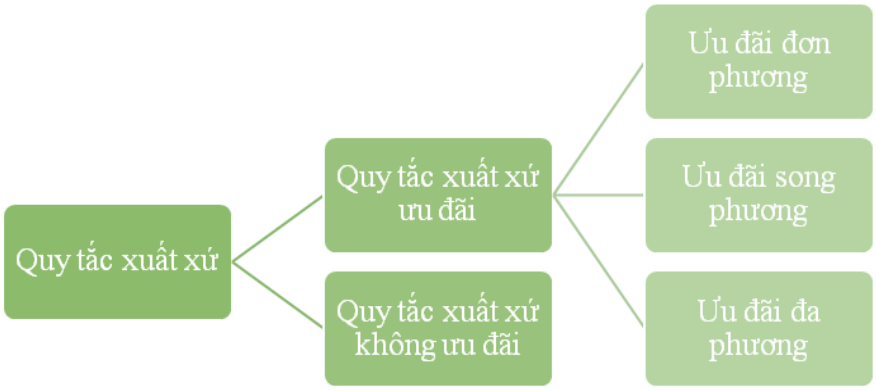
• Quy tắc xuất xứ được hiểu như "quốc tịch" của hàng hóa, giúp cơ quan hải quan xác định được hàng hóa đến từ đâu, có "xứng đáng" được hưởng ưu đãi thuế quan hay không. Quy tắc xuất xứ trong FTA nhằm đảm bảo rằng hàng hóa được coi là "có xuất xứ" trong FTA đó sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan và hàng hóa có xuất xứ bên ngoài FTA đó sẽ không được hưởng ưu đãi thuế quan.

• Quy tắc xuất xứ giúp cân bằng giữa "thuận lợi hóa thương mại" và "phòng tránh gian lận thương mại". Một bộ quy tắc xuất xứ đơn giản, linh hoạt, dễ áp dụng sẽ giúp "thuận lợi hóa thương mại". Bên cạnh đó, các tiêu chí "đơn giản, linh hoạt" hoặc "có phần lỏng lẻo" sẽ dễ dẫn tới tình trạng "gian lận thương mại". Một bộ quy tắc xuất xứ chặt chẽ, phức tạp, không dễ áp dụng có thể sẽ giúp việc kiểm soát và quản lý tốt hơn nhưng lại phần nào làm giảm yếu tố "thuận lợi hóa thương mại". Thông qua việc quy định một bộ "quy tắc xuất xứ" hàm chứa các yếu tố cân bằng giữa "thuận lợi hóa thương mại" và "phòng chống gian lận thương mại" có thể đo được tính hiệu quả mà FTA đó mang lại cho những người sử dụng bộ quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan FTA.

• Quy tắc xuất xứ giúp đo mức độ thụ hưởng ưu đãi thuế quan FTA. Số đo này được tính bằng kim ngạch xuất khẩu sử dụng Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) ưu đãi đến một thị trường thành viên FTA chia cho tổng kim ngạch xuất khẩu chung đến thị trường FTA đó. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi càng cao, chứng tỏ số lượng hàng hóa đáp ứng quy tắc xuất xứ ưu đãi và được hưởng thuế quan ưu đãi càng nhiều

• Hàng hóa đáp ứng quy tắc xuất xứ ưu đãi sẽ được cấp C/O ưu đãi hoặc Tự chứng nhận xuất xứ ưu đãi - là căn cứ pháp lý quan trọng nhất để được hương ưu đãi thuế quan FTA, từ đó sẽ kích thích việc tìm kiếm và sản xuất nguyên phụ liệu, hàng hóa trong phạm vi FTA, kích thích đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại các quốc gia, vùng lãnh thổ là thành viên FTA để thụ hưởng lợi ích mà FTA mang lại.

Có 2 loại quy tắc xuất xứ chính (hình 1), được phân chia theo mục đích áp dụng và thị trường nhập khẩu, đó là "quy tắc xuất xứ ưu đãi" nhằm mục đích được hưởng thuế quan ưu đãi tại thị trường nhập khẩu và "quy tắc xuất xứ không ưu đãi" không nhằm mục đích hưởng thuế quan ưu đãi tại thị trường nhập khẩu mà Việt Nam không có FTA hoặc không bị ràng buộc bởi một thỏa thuận ưu đãi thuế quan nào.



Hình 1 - Sơ đồ phân loại các quy tắc xuất xứ

(Nguồn: Trung tâm WTO và Hội nhập, VCCI)

Trong đó, "quy tắc xuất xứ ưu đãi" được phân thành 3 loại: ưu đãi đơn phương, ưu đãi đa phương và ưu đãi song phương.

• Ưu đãi đơn phương là ưu đãi thuế quan mà các nền kinh tế phát triển (Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU,...) dành cho các nền kinh tế đang phát triển hoặc kém phát triển (Việt Nam, Thái Lan, Lào, Cam-pu-chia,..). Đây là ưu đãi một chiều và không phải là kết quả của đàm phán.

• Ưu đãi song phương là kết quả của quá trình đàm phán các FTA hoặc các thỏa thuận thương mại song phương. Việt Nam hiện đang có các FTA song phương với Nhật Bản, Hàn Quốc, Chi-lê. FTA giữa Việt Nam và EU cũng có thể coi là một FTA song phương giữa một bên là Việt Nam và một bên là thị trường chung thống nhất của 28 thành viên EU.

• Ưu đãi đa phương là kết quả của quá trình đàm phán các FTA hoặc các thỏa thuận thương mại bao gồm nhiều hơn 2 Bên thành viên. TPP hoặc RCEP là những FTA đa phương với nhiều bên thành viên tham gia đến từ các nền kinh tế có trình độ phát triển khác nhau.

1.2. Doanh nghiệp Việt Nam và quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do

Trong thời gian qua Việt Nam đã tham gia ký kết và đàm phán 16 hiệp định thương mại tự do (FTA) (Bảng 1). Khi thực hiện các hiệp định FTA này, phần lớn hàng hóa có xuất xứ Việt Nam được hưởng miễn thuế nhập khẩu khi xuất sang các đối tác FTA. Và chìa khóa quan trọng để doanh nghiệp Việt tận dụng được các ưu đãi đó là tuân thủ các quy tắc về xuất xứ hàng hóa. Lợi ích mà doanh nghiệp nhận được khi đáp ứng các quy tắc xuất xứ hàng hóa là vô cùng lớn. Thông qua việc đạt được chứng nhận xuất xứ hàng hóa, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội hưởng các ưu đãi thuế quan, có được lợi thế khi đưa hàng hóa xuất khẩu sang thị trường các nước trong hiệp định.

Bảng 1: Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 02/2020

STT	FTA	Hiện trạng	Đối tác
FTAs đã có hiệu lực			
1	AFTA	Có hiệu lực từ 1993	ASEAN
2	ACFTA	Có hiệu lực từ 2003	ASEAN, Trung Quốc

3	AKFTA	Có hiệu lực từ 2007	ASEAN, Hàn Quốc
4	AJCEP	Có hiệu lực từ 2008	ASEAN, Nhật Bản
5	VJEPA	Có hiệu lực từ 2009	Việt Nam, Ấn Độ
6	AIFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Ấn Độ
7	AANZFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Úc, New Zealand
8	VCFTA	Có hiệu lực từ 2014	Việt Nam, Chi Lê
9	VKFTA	Có hiệu lực từ 2015	Việt Nam, Hàn Quốc
10	VN-EAEU FTA	Có hiệu lực từ 2016	Việt Nam, Nga, Belarus, Amenia, Kazakhstan, Kyrgyzstan
11	CPTPP (Tiền thân là TPP)	Có hiệu lực từ 30/12/2018, có hiệu lực tại Việt Nam từ 14/1/2019	Việt Nam, Canada, Mexico, Peru, Chi Lê, New Zealand, Úc, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia
12	AHKFTA	Có hiệu lực tại Hồng Kông (Trung Quốc), Lào, Myanmar, Thái Lan, Singapore và Việt Nam từ 11/6/2019	ASEAN, Hồng Kông (Trung Quốc)
FTA đã ký nhưng chưa có hiệu lực			
13	EVFTA	Ký kết vào 30/6/2019	Việt Nam, EU (28 thành viên)
FTAs đang đàm phán			
14	RCEP	Khởi động đàm phán tháng 3/2013, hoàn tất đàm phán văn kiện	ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Úc, New Zealand
15	Việt Nam - EFTA FTA	Khởi động đàm phán tháng 5/2012	Việt Nam, EFTA (Thụy Sĩ, Na uy, Iceland, Liechtenstein)
16	Việt Nam - Israel FTA	Khởi động đàm phán tháng 12/2015	Việt Nam, Israel

(Nguồn: Trung tâm WTO và Hội nhập, VCCI)

Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp xuất khẩu nào cũng quan tâm hoặc đủ khả năng đáp ứng các quy tắc xuất xứ hàng hóa quy định trong FTAs. Ở phần nội dung tiếp sau đây, tác giả xin được nhắc tới một vài trở ngại mà các doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối mặt trong việc thực hiện các quy tắc xuất xứ.

1.2.1 Sự thiếu chủ động trong tiếp cận và tìm kiếm thông tin

Theo Trung tâm WTO và Hội nhập, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), thời gian qua, việc thực thi 10 FTA đang có hiệu lực với 21 thị trường của Việt Nam cho thấy chỉ khoảng 30% hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam được hưởng các ưu đãi thuế quan từ các FTA này. Như vậy có thể thấy một phần lớn hàng hóa xuất khẩu đi các thị trường dù đã có FTA nhưng vẫn phải chịu thuế thông thường mà chưa được hưởng các ưu đãi thuế quan. Một nguyên nhân cơ bản được chỉ ra là do doanh nghiệp chưa nắm được các yêu cầu về xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan. Tính phức tạp và số lượng lớn các quy tắc

trong các FTA mà các doanh nghiệp phải tuân thủ khiến họ ngần ngại khi tận dụng các ưu đãi từ việc áp dụng chứng nhận xuất xứ hàng hóa mang lại. Nhiều doanh nghiệp còn lúng túng về các quy tắc liên quan tới xuất xứ hàng hoá, đặc biệt là ở những điểm mới về quy định xuất xứ theo EVFTA.

Việc nắm rõ và thực hiện tốt các yêu cầu về quy tắc xuất xứ đối với hàng hóa tại các thị trường xuất khẩu không chỉ giúp doanh nghiệp tận dụng được các ưu đãi về thuế trong các FTA mà còn giúp các doanh nghiệp chủ động hơn trước các vấn đề phát sinh liên quan đến xuất xứ trong hoạt động xuất khẩu. Đặc biệt, hoạt động xuất khẩu hiện nay còn phải chịu sự cạnh tranh trước các hàng rào phi thuế quan ngày càng nhiều, trong đó có các rào cản liên quan trực tiếp đến xuất xứ hàng hóa.

Chính vì vậy, việc chủ động tiếp cận với các nguồn tin cùng với việc nghiên cứu chi tiết các yêu cầu có liên quan đến ngành nghề của mình, quyết tâm điều chỉnh quy trình sản xuất kinh doanh, chính là điều kiện tiên quyết trong việc đáp ứng tốt các yêu cầu xuất xứ hàng hóa trong các FTA.

1.2.2 Ngành công nghiệp phụ trợ trong nước chưa phát triển.

Một nguyên nhân quan trọng khiến doanh nghiệp Việt Nam khó đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ trong các FTA là do ngành công nghiệp phụ trợ trong nước chưa phát triển. Điển hình với ngành dệt may, quy định xuất xứ từ sợi trong CPTPP hay quy định xuất xứ từ vải trong AVFTA được xem là một thách thức lớn. Điều gây khó khăn cho các doanh nghiệp dệt may trong nước là chưa chủ động sản xuất sợi và vải, nguyên liệu này lâu nay vẫn nhập khẩu từ các quốc gia không thuộc khối EU.

Trong khi đó, nguyên nhân khiến ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam khó phát triển là do thiếu nguồn tài chính và công nghệ tiên tiến...

1.2.3 Nguy cơ bị giả mạo xuất xứ từ các doanh nghiệp nước ngoài

Việc tham gia các FTA đã thể hiện sự hội nhập mạnh mẽ của Việt Nam, đem lại rất nhiều cơ hội phát triển kinh tế cho đất nước, tuy nhiên điều này cũng khiến hàng hóa Việt Nam có nguy cơ bị giả mạo xuất xứ rất cao. Có nhiều doanh nghiệp tìm cách gian lận xuất xứ hàng hóa, lợi dụng xuất xứ hàng hóa của Việt Nam để được hưởng ưu đãi, lợi thế thương mại hoặc lẩn tránh các biện pháp phòng vệ thương mại.

Việc gian lận, giả mạo xuất xứ, ghi nhãn hàng hóa không đúng quy định, chuyển tải bất hợp pháp hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu đã ảnh hưởng lớn tới hoạt động sản xuất của doanh nghiệp làm ăn chân chính. Đặc biệt, ảnh hưởng lớn tới uy tín của hàng hóa, môi trường đầu tư, kinh doanh của Việt Nam.

1.2.4 Khó khăn trong xuất trình minh chứng xuất xứ hàng hóa

Những yêu cầu của các quy tắc xuất xứ, truy xuất nguồn gốc từ các FTA là động lực thúc đẩy cũng như buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải hoàn thiện quy trình sản xuất của mình và minh bạch hóa quy trình đó nếu muốn tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu cũng như muốn tận dụng được các cơ hội từ các FTA. Tuy nhiên, thực tế cho thấy trong quá trình kiểm tra xuất xứ hàng hóa các doanh nghiệp Việt Nam còn gặp một số vấn đề về chứng từ, dữ liệu, cơ sở sản xuất... không đáp ứng được yêu cầu kiểm tra.

Theo thống kê của Trung tâm trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC), thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các khiếu nại từ các thị trường xuất khẩu đối với xuất xứ hàng hóa của Việt Nam đang có xu hướng gia tăng. Các mặt hàng bị yêu cầu thẩm tra phổ biến là xe, lốp xe, đinh vít, quần áo, gạch men, tôm, thực phẩm, găng tay, da giày. Trong đó thị trường EU chiếm 90%, còn lại 10% là các thị trường khác chủ yếu là Đài Loan, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ, Iraq. Nguyên nhân dẫn đến các khiếu nại về xuất xứ hàng hóa là do các đối tác nghi ngờ có việc làm giả chữ ký có thẩm quyền ký C/O và tổ chức cấp phát C/O theo quy định pháp luật Việt Nam đối với hàng chuyển tải bất hợp pháp, hàng không đủ tiêu chuẩn về xuất xứ Việt Nam

Do vậy, bên cạnh việc đáp ứng các yêu cầu về cơ sở sản xuất các doanh nghiệp phải nâng cao nhận thức về việc quản trị chứng từ liên quan đến xuất xứ hàng hoá. Doanh nghiệp cần có hệ thống lưu trữ chứng từ đầy đủ để chứng minh được xuất xứ hàng hóa khi có yêu cầu hậu kiểm, đảm bảo xác minh xuất xứ, giúp C/O được hải quan nước nhập khẩu chấp nhận và hàng hóa được hưởng ưu đãi thuế quan.

Chính vì thế, việc áp dụng một công nghệ hỗ trợ truy xuất xuất xứ có thể được áp dụng cho mọi chuỗi cung ứng và hệ thống logistics là biện pháp thiết yếu để minh bạch về quy tắc xuất xứ sẽ đem lại những lợi ích lớn trong hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp.

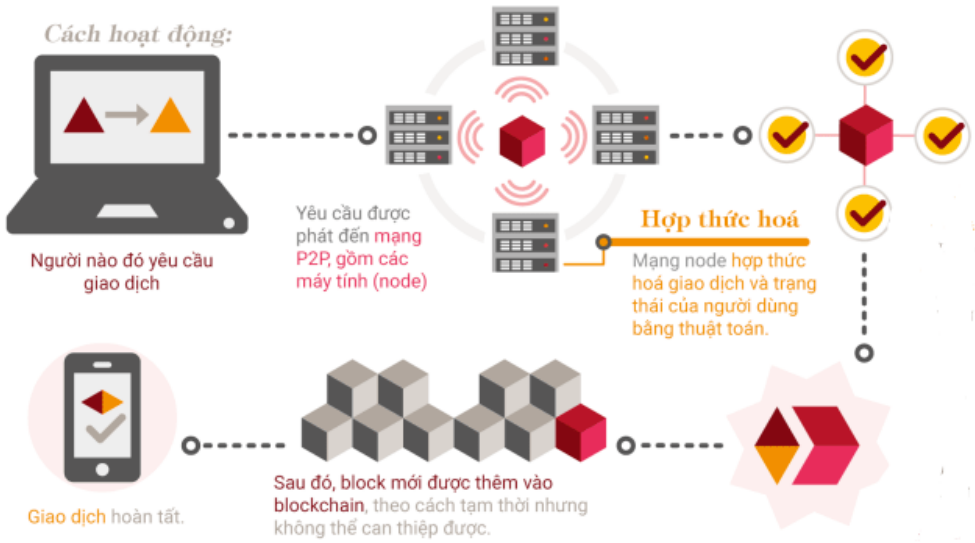
Thực tế cho thấy, việc giải quyết những vướng mắc trên, giúp doanh nghiệp có một điểm xuất phát lý tưởng trong cuộc đua thương mại toàn cầu không phải là chuyện có thể làm triệt để ngay lập tức trong một thời gian ngắn. Để được hưởng lợi ích từ các hiệp định thương mại quốc tế, Nhà nước và các doanh nghiệp cần phải đồng hành, hỗ trợ và nỗ lực rất nhiều. Và trong phạm vi của bài nghiên cứu này, tác giả xin được đề cập tới một nền tảng công nghệ có thể khắc phục phần nào những khó khăn phía trên, đặc biệt là trong việc truy xuất xuất xứ sản phẩm - công nghệ Blockchain.

2. Một số lý luận cơ bản về công nghệ blockchain

2.1. Công nghệ Blockchain

Công nghệ Blockchain không đồng nghĩa với việc đề cập đến Bitcoin hoặc bất kỳ loại tiền điện tử nào khác. Bitcoin chỉ đơn thuần là một trong nhiều ứng dụng của công nghệ này. Blockchain về cơ bản là một cuốn sổ cái ảo ghi lại các giao dịch giữa các bên khác nhau; các giao dịch có thể là tiền hoặc bất kỳ loại thông tin nào khác.

Trong hoạt động truyền thống, để đảm bảo an ninh an toàn thì một bên thứ ba đáng tin cậy sẽ giữ hồ sơ giao dịch giữa hai bên. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp bên thứ ba có thể làm chậm hoặc hỏng giao dịch. Do đó, để phân cấp lưu giữ hồ sơ giao dịch, Satoshi Nakamoto, người tạo ra blockchain Bitcoin, đã thiết kế một hệ thống nơi tất cả các giao dịch đều được công khai, ghi lại và được quản lý đồng thời bởi nhiều người tham gia hệ thống, thay vì có một cơ quan quản lý như nhà nước hay ngân hàng trung ương. Bất kì một thông tin hay giao dịch mới nào cũng cần được toàn bộ các thành viên trong mạng lưới chấp nhận trước khi được thêm vào cơ sở dữ liệu (hình 2). Chính nhờ đặc điểm này, công nghệ Blockchain cho phép những người không quen biết có thể giao dịch an toàn với nhau mà không cần tin tưởng nhau.



Hình 2 - Các thức vận hành của Blockchain

(Nguồn: Quora.com)

Theo Satoshi Nakamoto, Blockchain được định nghĩa là một loại công nghệ lưu trữ và truyền tải thông tin bằng các khối được liên kết với nhau và mở rộng theo thời gian tạo thành một chuỗi, gọi là chuỗi khối (Blockchain). Ngoài ra, tất cả các giao dịch trên blockchain đều tuân theo một giao thức bảo mật sử dụng mã hóa để đảm bảo dữ liệu mới là chính xác và dữ liệu được lưu trữ là không thể truy cập trái phép được.

2.2. Đặc điểm của công nghệ Blockchain

- *Tính phân tán:* thông tin trong blockchain không thể bị thay đổi và chỉ được bổ sung thêm khi có sự đồng thuận phân tán của tất cả các nút trong hệ thống. Nút trong chuỗi blockchain có thể là bất kỳ thiết bị điện tử nào được kết nối internet, chẳng hạn như máy tính hoặc điện thoại thông minh. Sau khi đủ các nút báo cáo rằng đã xác nhận việc thêm một khối vào một chuỗi khối, thì khối đó đã bị đóng và rất khó để giả mạo. Mỗi khối trong chuỗi chứa đựng các thông tin về thời gian khởi tạo và được liên kết với các khối trước và sau đó. Trong hệ thống này, một chuỗi các máy tính và các thiết bị sẽ làm nhiệm vụ xác nhận và ghi lại giao dịch. Các nút này không "quan tâm" thông tin gì được chuyển qua mà chỉ làm nhiệm vụ xác nhận thông tin đã được chuyển qua nó. Nhờ tính chất phân tán, ngay cả khi nếu một phần của hệ thống Blockchain sụp đổ, những máy tính và nút khác trong Blockchain sẽ tiếp tục hoạt động để bảo vệ thông tin. Có thể nhận thấy rằng Blockchain được thiết kế để chống lại sự thay đổi dữ liệu, việc thay đổi thông tin trong chuỗi là không thể.

- *Chi phí thấp hơn:* công nghệ blockchain đã tạo ra một thuật ngữ mới, gọi là "hợp đồng thông minh". Về cơ bản đây là các chương trình phần mềm tự thực hiện theo các hướng dẫn đã được ghi trong hợp đồng. Điều này sẽ làm giảm đáng kể chi phí và sự phức tạp của các giao dịch và khả năng xác nhận các hoạt động đã thực hiện. Do đó, chỉ cần một chi phí không quá cao, các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa cũng có thể triển khai blockchain trong hoạt động của mình.

- *Tốc độ nhanh hơn:* khả năng đưa dữ liệu nhiều bên đồng thời vào một sổ cái chung và đảm bảo rằng tất cả các bên có thể thấy các giao dịch được xác minh khi chúng

xảy ra. Dữ liệu có thể được chia sẻ với một nhóm người dùng được chọn (bằng quyền ưu tiên) hoặc với công chúng (không cần sự cho phép). Khi một giao dịch thông qua các bước cần thiết để hoàn thành, mỗi bước hoàn thành là bất biến, không có sự thay đổi. Blockchain cho phép mọi doanh nghiệp, dù lớn hay nhỏ, thành thị hay vùng sâu vùng xa, tham gia vào một giao dịch với nhiều bên và với tốc độ cao. Và như vậy làm giảm đáng kể sự nguy hiểm của tranh chấp, sự chậm trễ và thiếu tổ chức và đẩy nhanh quá trình xác thực các giao dịch.

- *Minh bạch:* cơ chế đồng thuận công khai của blockchain không chỉ đảm bảo tính chính xác của sổ cái giao dịch mà còn tạo ra sự minh bạch. Trong lĩnh vực thương mại quốc tế, tính chất phân tán và kỹ thuật số của blockchain cho phép tất cả các bên tham gia vào giao dịch xuyên biên giới biết đến, ghi lại lịch sử, xuất xứ hàng hóa từ lúc còn là nguyên liệu thô cho đến khi là sản phẩm hoàn thiện của mỗi loại hàng hóa. Blockchain lưu trữ toàn bộ lịch sử của tất cả những hoạt động của các bên tham gia vào nó. Do đó, nó có thể loại bỏ các gian lận và mang lại sự minh bạch cho cả người tiêu dùng và người bán hàng.

3. Ứng dụng công nghệ blockchain trong thực hiện quy tắc xuất xứ

Với những đặc điểm nêu trên, có thể nhận thấy người mua và người bán trong các giao dịch xuyên biên giới hoàn toàn có thể sử dụng blockchain như là các trung gian đáng tin cậy để đảm bảo thực hiện đúng các giao dịch, để đảm bảo tính minh bạch và để các bên chịu trách nhiệm. Như đã trình bày, công nghệ blockchain hoạt động như một trung gian nhưng mang tính chất phân tán, minh bạch, tốc độ nhanh, chi phí thấp nên có tiềm năng rất lớn trong việc ứng dụng nó trên các hoạt động thương mại. Như đã đề cập ở phần đầu của bài viết này, tác giả có nhắc đến tình trạng các doanh nghiệp Việt Nam chưa nắm vững quy tắc xuất xứ hàng hóa. Điều này dẫn tới tình trạng các doanh nghiệp nước ta không thực hiện tốt quy tắc này cũng như dẫn tới tình trạng bị các doanh nghiệp Trung Quốc và một số quốc gia khác lợi dụng để gian lận nguồn gốc xuất xứ. Ở phần này của bài viết, tác giả sẽ trình bày một số ứng dụng của công nghệ blockchain trong hoạt động thương mại quốc tế, trình bày các dự án thí điểm đang được tiến hành liên quan đến các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa. Đặc biệt là ứng dụng trong việc theo dõi xuất xứ hàng hóa nhằm đáp ứng tốt hơn quy tắc xuất xứ trong các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã tham gia.

3.1 Ứng dụng công nghệ Blockchain trong thực hiện quy tắc xuất xứ trên thế giới

Theo một nghiên cứu năm 2018 của tạp chí The Manufacturer (themanufacturer.com), người tiêu dùng toàn cầu cũng như tại nước Anh đã có sự thay đổi rất lớn về việc tìm hiểu nguồn gốc xuất xứ khi mua sắm các sản phẩm, hàng hóa. Họ muốn biết nguồn gốc và hành trình sản xuất ra sản phẩm của họ đã được thực hiện như thế nào. Có đến một phần ba người tiêu dùng tại Anh hiện nay tuyên bố rất quan tâm đến các vấn đề liên quan đến nguồn gốc sản phẩm, đặc biệt là khi nói đến thực phẩm, thời trang và FMCG (Fast Moving Consumer Goods - ngành hàng tiêu dùng nhanh). Các khảo sát cho thấy người tiêu dùng ở Mỹ và trên thế giới đang có ý thức hơn về nguồn gốc của hàng hóa họ mua và thực phẩm họ tiêu thụ, cũng như tác động của quá trình sản xuất hàng tiêu dùng của họ đối với môi trường và xã hội. Pew Research Center (2017) phát hiện ra rằng 75% người Mỹ là người đặc biệt quan tâm đến môi trường và 83% nỗ lực sống theo cách bảo vệ

môi trường. Thêm vào đó, khảo sát của Nielsen (2015) cũng chỉ ra rằng gần ba phần tư số người được khảo sát cho biết họ sẽ trả thêm tiền cho các dịch vụ bền vững và 71% mọi người mong muốn một danh sách đầy đủ các thành phần trước khi mua sản phẩm (theo nghiên cứu của Label Insight, 2016).

Các nghiên cứu nói trên cũng chỉ ra rằng nguồn gốc xuất xứ hàng hóa là mối quan tâm toàn cầu. Với Trung Quốc, một quốc gia hàng đầu thế giới về nền công nghiệp sản xuất, người tiêu dùng cũng thể hiện sự lo lắng về sự an toàn của thực phẩm và thuốc men. Theo khảo sát của Pew Research Center, tỉ lệ những người được hỏi cảm thấy rằng sự an toàn của thực phẩm và thuốc là một vấn đề rất lớn, đã tăng từ 12 và 9%, trong năm 2008 lên lần lượt là 40 và 42%, trong năm 2016. Chính vì vậy, việc ứng dụng blockchain để theo dõi nguồn gốc của nguyên liệu đầu vào và theo dõi chuỗi cung ứng với mức độ minh bạch và chính xác không thể đạt được trước đây. Theo dõi nguồn gốc của nguyên liệu đầu vào cũng có thể giúp các doanh nghiệp cải thiện quy trình nội bộ. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể theo dõi từng bước trong lịch sử di chuyển, sản xuất của một loại hàng hóa, từ đó có thể giúp ngăn chặn hành vi trộm cắp và duy trì giá trị thương hiệu. Đối với người tiêu dùng, blockchain cung cấp thông tin nhiều hơn về các sản phẩm họ đang mua. Họ có thể được thông báo rõ hơn về nguồn gốc của hàng hóa và các hoạt động đã diễn ra trong quá trình sản xuất.

Như đã trình bày ở trên, việc ứng dụng công nghệ blockchain, người mua và người bán có thể theo dõi hàng hóa thay đổi các thông tin về quyền sở hữu và quá trình tạo ra hàng hóa đó. Từ đó, người tiêu dùng có thể khám phá nguồn gốc của một hàng hóa riêng lẻ. Việc theo dõi này được thực hiện thông qua việc sử dụng mã thông báo kỹ thuật số do các "nút" blockchain phát hành để xác thực các thay đổi của hàng hóa. Nói cách khác, chuỗi hành trình của hàng hóa trong thế giới thực được tạo ra một bản sao bởi một chuỗi các giao dịch được ghi lại trong blockchain. Mã thông báo hoạt động như một chứng chỉ xác thực trên nền tảng blockchain, khó bị đánh cắp hoặc giả mạo hơn nhiều so với một tờ giấy thông thường. Chính việc này đã tạo ra thông tin xuất xứ cho hàng hóa và cải thiện sự rõ ràng thông tin của chuỗi cung ứng. Không những vậy, công nghệ blockchain còn có thể làm cho quá trình kiểm toán hiệu quả và minh bạch hơn. Vì tính chất của mình, blockchain là một cuốn sổ cái được vận hành bởi một lượng lớn các thành viên tham gia một cách phân tán, không có bất cứ một điểm nào trong chuỗi để một bên có thể nhập hoặc thay đổi thông tin một mình. Do vậy, các giao dịch là minh bạch cho tất cả các bên tham gia. Về nguyên tắc, blockchain có thể được áp dụng để theo dõi thông tin xuất xứ cho hầu hết mọi mặt hàng.

Theo Gartner, đến năm 2023, 30% các công ty sản xuất có doanh thu hơn 5 tỷ USD sẽ thực hiện các dự án blockchain. Để áp dụng các dự án blockchain chuỗi cung ứng, cần tiết kiệm chi phí, tăng khả năng truy xuất và tính minh bạch. Điều này thực sự có ý nghĩa đối với những gã khổng lồ như Walmart, Carrefour, Nestle và Dole, tất cả đều là một phần của dự án phát hành Food Trust của IBM.

3.1.1 IBM ra mắt nền tảng Blockchain "Food Tracking Network"

Công ty công nghệ IBM của Mỹ chính thức ra mắt mạng lưới theo dõi thực phẩm dựa trên blockchain (Food Tracking Network), Food Trust, sau 18 tháng thử nghiệm. Food Trust được phát triển trên nền tảng Blockchain của IBM do Hyperledger Fabric cung cấp.

Ngay từ khi thành lập vào tháng 8 năm 2017, IBM đã thông báo rằng nhà bán lẻ thực phẩm lớn Carrefour đang tham gia hệ sinh thái của họ. Công ty có trụ sở tại Pháp hoạt động hơn 12 nghìn cửa hàng ở 33 quốc gia đầu tiên sẽ thử nghiệm blockchain trên các cửa hàng của riêng họ. Theo báo cáo thông cáo báo chí của IBM, đến năm 2022 Carrefour đang có kế hoạch mở rộng blockchain cho tất cả các thương hiệu trên toàn thế giới. IBM Food Trust lần đầu tiên được công bố trở lại vào năm 2016 như là một giải pháp blockchain có thể kết nối các bên khác nhau trong ngành công nghiệp thực phẩm. Trong thời gian thử nghiệm, bắt đầu từ tháng 8 năm 2017, công ty đã hợp tác với Nestle SA, Công ty Thực phẩm Dole, Driscoll's Inc.,Golden Foods, Kroger Co., McCormick và Co., Công ty McLane, Tyson Foods Inc. và Unilever NV (hình 3). Đến nay mạng lưới này đã mở rộng tới hơn 80 thành viên và đã theo dõi hơn 1300 loại sản phẩm khác nhau.

Hình 3 - Một số đối tác tham gia vào blockchain "Food Tracking Network" của IBM

(Nguồn:supplychain247.com)

Đối với IBM, ngành công nghiệp thực phẩm chỉ là một trong số nhiều đột phá vào công nghệ blockchain. Công ty IBM hiện đang chia sẻ vị trí đầu tiên với tập đoàn thương mại điện tử Trung Quốc Alibaba về số lượng bằng sáng chế liên quan đến blockchain trên toàn cầu. Gần đây IBM đã được trao một bằng sáng chế cho một hệ thống theo dõi dựa trên blockchain, hệ thống này có thể giúp ngăn chặn các loại tấn công và các vi phạm an ninh khác nhau. Theo IBM, trong thời gian thử nghiệm của mình, các nhà bán lẻ và nhà cung cấp đã sử dụng blockchain Food Trust để theo dõi "hàng triệu đơn vị sản phẩm". Tổng công ty bán lẻ của Mỹ Walmart là một trong những công ty đầu tiên gia nhập IBM trong việc thử nghiệm, vào năm 2016 bằng cách sử dụng blockchain để xác định và loại bỏ các loại thực phẩm bị thu hồi mà khách hàng đã phàn nàn. Cùng thời điểm đó, Walmart đã tuyên bố sẽ yêu cầu các nhà cung cấp cây xanh triển khai hệ thống theo dõi từ nông trại đến cửa hàng dựa trên hệ thống Food Trust của IBM.

3.1.2 Walmart sử dụng công nghệ blockchain để truy xuất nguồn gốc hàng hóa

Là một trong những đối tác đầu tiên, Walmart đã tìm đến tập đoàn IBM để cho ra một giải pháp sử dụng chuỗi khối (blockchain) nhằm quản lý an toàn thực phẩm cho chuỗi siêu thị rộng khắp của mình. Walmart đã nhận ra vấn đề khi đa số các nhà cung cấp thường chỉ ghi chép quy trình trong các bản viết tay. Việc này được thực hiện dễ dàng nhưng lại gây khó khăn và tốn thời gian khi lần ra dấu vết chi tiết của những vấn đề liên quan, chẳng hạn như việc tìm kiếm khâu nào đã để vi khuẩn tồn tại trong các loại thực phẩm. Nếu công nghệ blockchain được thay thế và đưa vào sử dụng, hệ thống sẽ dễ dàng theo dõi hơn và hoàn toàn có thể quản lý trực tuyến. Khi đó, mỗi nút trên blockchain sẽ đại diện cho một

đối tượng cung cấp một loại thực phẩm nào đó. Nếu một trong số các đối tượng này cung cấp hàng hóa bị nhiễm khuẩn cho một địa phương cụ thể, hệ thống sẽ dễ dàng nhận biết với độ chính xác cao. Và thực tế đã chứng minh rằng chuỗi cung ứng là lĩnh vực thích hợp hàng đầu cho công nghệ blockchain.

Do đó, Walmart đã làm việc với IBM trong một thời gian dài nhằm mục đích số hóa quy trình chuỗi cung ứng thực phẩm. Sản phẩm của IBM thiết kế riêng cho Walmart có tên gọi Food Trust Solution. Sản phẩm này sử dụng nền tảng IBM Blockchain Platform và công nghệ Hyperledger Fabric hoạt động trên IBM Cloud. Bằng công nghệ blockchain, việc truy lại nguồn gốc của thực phẩm chỉ mất 2.2 giây. Trong khi đó, với cách làm thông thường, người ta thường mất tới 7 ngày để thực hiện điều tương tự. Việc này sẽ giúp ngăn chặn và loại bỏ tình trạng những nguồn thực phẩm mất vệ sinh an toàn đến tay người tiêu dùng. Dưới đây là một số trường hợp điển hình về ứng dụng thực tế của Food Trust.

3.1.2.1 Walmart truy xuất nguồn gốc thịt lợn của Trung Quốc

Nhà bán lẻ Walmart hợp tác với IBM và đại học Tsinghua để sử dụng công nghệ blockchain trong truy xuất trực tiếp từ chuồng nuôi tới kệ hàng bán đối với thịt lợn tại Trung Quốc. Ứng dụng công nghệ blockchain, Walmart có thể lưu trữ dài hạn các bản ghi điện tử của các giao dịch và truy xuất các sản phẩm thực phẩm từ nơi sản xuất, xuyên suốt chuỗi cung ứng cho tới khách hàng đã mua sản phẩm. Các thông tin điện tử như nơi sản xuất, lò mổ và chế biến, thông tin chi tiết về vận chuyển được kết nối trực tuyến với sản phẩm, tất cả các thông tin này được lưu lại trong một blockchain. Các bản ghi điện tử này về truy xuất toàn diện hàng hóa sẽ là một lựa chọn thay thế cho các hệ thống ghi chép giấy truyền thống, vốn là lí do khiến các chuỗi cung ứng dễ gặp phải sai sót và gian lận. Các kế hoạch thử nghiệm dự án này được thông báo vào tháng 10/2016, khi Walmart mở Trung tâm hợp tác an toàn thực phẩm tại Bắc Kinh, với mục đích cải thiện cách thực phẩm được truy xuất, vận chuyển và kinh doanh trên khắp Trung Quốc.

Theo Frank Yiannas, phó chủ tịch an toàn thực phẩm tại Walmart, "Do các cam kết thúc đẩy tính minh bạch trong hệ thống thực phẩm với khách hàng, chúng tôi kỳ vọng hợp tác với IBM và đai học Tsinghua để tìm hiểu cách công nghệ này có thể sử dụng như một giải pháp hiệu quả hơn trong truy xuất nguồn gốc thực phẩm".

3.1.2.2 Walmart truy xuất nguồn gốc tôm của Ấn Độ

Walmart sẽ sử dụng công nghệ blockchain để theo dõi nguồn cung tôm có nguồn gốc Ấn Độ của mình để chọn địa điểm của các cửa hàng bán lẻ Sam's Club ở Mỹ. Đây là lần đầu tiên công nghệ blockchain được sử dụng để theo dõi xuất khẩu tôm từ nông dân Ấn Độ sang một nhà bán lẻ ở nước ngoài. Chủ tịch Viện Thủy sản Quốc gia, John Connelly cho biết: "Là một trong những mặt hàng được giao dịch nhiều nhất trên thế giới, hải sản có chuỗi cung ứng phức tạp và rộng khắp, khiến cho việc thử nghiệm và phát triển hơn nữa các chương trình truy xuất nguồn gốc được hỗ trợ bởi công nghệ là một bước quan trọng. Thật đáng khích lệ khi thấy một nhà lãnh đạo bán lẻ như Walmart tham gia thử nghiệm blockchain hải sản." Walmart đã làm việc với bộ xử lý hải sản Ấn Độ Sandhya Aqua để thêm chuỗi cung ứng tôm vào nền tảng IBM Food Trust hỗ trợ blockchain để khách hàng có thể theo dõi tôm của họ đến từ đâu.

Tôm là mặt hàng xuất khẩu nông sản lớn nhất của Ấn Độ, với Mỹ đại diện cho thị trường tôm lớn nhất, tiêu thụ 46% xuất khẩu tôm của Ấn Độ. LiveMint báo cáo rằng ứng dụng công nghệ blockchain sẽ giúp người nuôi tôm Ấn Độ đáp ứng các tiêu chuẩn thực phẩm nghiêm ngặt của Mỹ, do đó có được sự tin tưởng của các nhà bán lẻ Mỹ và đảm bảo nuôi tôm là một ngành tăng trưởng dài hạn.

3.1.2.3 Nestlé triển khai công nghệ Blockchain để theo dõi thông tin về cà phê

Vào ngày 6 tháng 4, Nestlé tuyên bố rằng công ty đang tích hợp nền tảng công nghệ blockchain IBM Food Trust vào thương hiệu cà phê Zoégas. Với việc triển khai mới này, những người tiêu dùng sử dụng cà phê Zoégas sẽ có thể truy dấu nguồn gốc của cà phê từ các trang trại khác nhau ở Brazil, Rwanda và Colombia. Ngoài ra, người tiêu dùng sẽ có thể truy cập một số thông tin liên quan bao gồm thời gian và địa điểm thu hoạch, thời gian rang, chứng nhận giao dịch cho các lô hàng cụ thể, thông qua việc quét mã QR trên bao bì (hình 4).

Hình 4 - Quét mã QR để truy xuất thông tin về cà phê Zoégas

(Nguồn:cointelegraph.com)

Theo thông báo này, Nestlé đã tích hợp Zoégas với nền tảng IBM Food Trust thông qua một bên thứ ba đáng tin cậy trong lĩnh vực này, Rainforest Alliance (một tổ chức phi chính phủ tập trung vào lâm nghiệp và nông nghiệp bền vững). Theo đó, Rainforest Alliance sẽ chịu trách nhiệm cung cấp dữ liệu đáng tin cậy cho phép người dùng theo dõi hành trình cà phê đến nhà máy Zoégas ở Helsingborg. Dựa trên quan hệ đối tác giữa hai bên, tổ chức này sẽ cung cấp thông tin chứng nhận của riêng mình về cà phê và ghi lại dữ liệu trực tiếp trên nền tảng blockchain của IBM Food Trust.

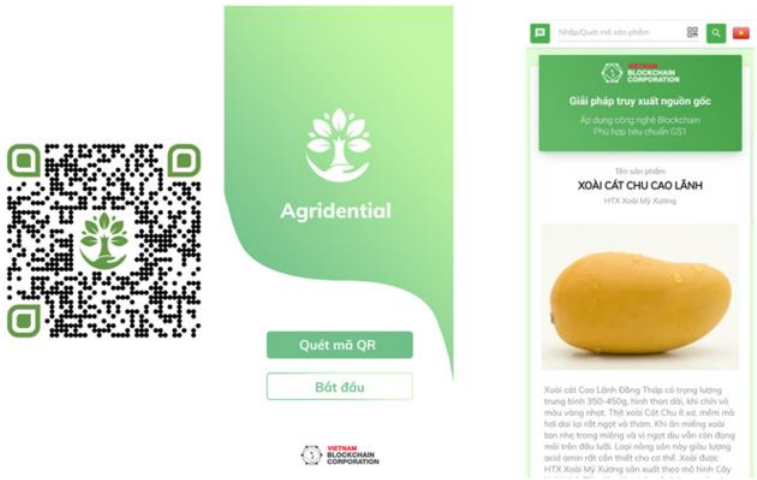
Đối với Nestlé, IBM Food Trust không phải là dự án duy nhất liên quan đến blockchain mà công ty này tham gia. Nestlé cũng đã tham gia vào một dự án thí điểm blockchain chung với WWF-Australia và BCG Digital Ventures, được thiết kế để theo dõi sữa từ các nhà sản xuất ở New Zealand đến các nhà máy của Nestlé. Vào tháng 8/2019, dự án Quản lý chuỗi cung ứng dựa trên blockchain của Nestlé Australia cũng được đề cử cho giải thưởng chuyển đổi kỹ thuật số của International Data Corporation.

3.2 Ứng dụng công nghệ Blockchain trong thực hiện quy tắc xuất xứ tại Việt Nam

Năm 2018, trong tọa đàm "Phát triển ứng dụng trên nền tảng blockchain: Thời cơ và thách thức", nhiều chuyên gia nhận định, việc ứng dụng công nghệ blockchain vào ngành sản xuất hàng hóa tại Việt Nam vẫn là một vấn đề đem lại nhiều cơ hội cùng với thách thức. Tuy nhiên, với tinh thần của cách mạng công nghiệp 4.0 đang được Đảng và

Chính phủ phát động một cách mạnh mẽ, đã có rất nhiều các công ty, doanh nghiệp của Việt Nam đã tham gia vào phát triển công nghệ blockchain ứng dụng trong chuỗi cung ứng hàng hóa. Dưới đây là một số những ứng dụng tiêu biểu tại Việt Nam.

3.2.1 Agridential - công nghệ truy xuất nguồn gốc bằng blockchain đối với xoài Cát Chu của Đồng Tháp



Hình 5 - Ứng dụng Agridential trong truy xuất nguồn gốc

(Nguồn:doimoisangtao.vn)

Giải pháp công nghệ Blockchain "Agridential" (hình 5) của Công ty Cổ phần Vietnam Blockchain (Vietnam Blockchain Corporation - VBC) đã được ứng dụng thực tế trong việc quản lý truy xuất nguồn gốc cho sản phẩm xoài Cát Chu, thuộc Hợp tác xã Mỹ Xương ở Đồng Tháp. VBC tiền thân là dự án Việt Nam Blockchain Country, thuộc công ty Infinity Blockchain Labs (IBL). Hiện tại, VBC là doanh nghiệp cung cấp các giải pháp và dịch vụ về công nghệ blockchain phục vụ các lĩnh vực chủ chốt như nông nghiệp, sản xuất, chuỗi cung ứng, hậu cần, thương mại điện tử, kinh tế chia sẻ, công nghệ tài chính, dịch vụ công và đô thị thông minh. VBC hướng đến mục tiêu đưa Việt Nam trở thành quốc gia tiên phong trong việc nghiên cứu và ứng dụng các thành quả từ công nghệ Blockchain.

Hình 6 - Trái xoài Cát Chu được gắn QR Code

(Nguồn:agridential.vn)

Tại Vietnam Blockchain Summit 2018 tổ chức hồi tháng 6/2018, 500 trái "xoài Cát Chu blockchain" của Hợp tác xã (HTX) Mỹ Xương tại Đồng Tháp đã lần đầu được giới thiệu tới công chúng. Nhờ công nghệ blockchain ứng dụng trong việc truy xuất nguồn gốc, khi cầm trên tay quả xoài của HTX Mỹ Xương - Đồng Tháp có gắn QR Code (hình 6), người tiêu dùng có thể biết được quá trình sản xuất, phân phối, cách sử dụng của sản phẩm, thậm chí quả xoài đang chua ngọt thế nào, khi nào ăn thì vừa vị...

Theo thông tin từ ông Đỗ Văn Long - Chủ tịch, Giám đốc văn phòng Infinity Blockchain Labs - đơn vị hỗ trợ công nghệ blockchain cho trái xoài Mỹ Xương, sản phẩm xoài của HTX này được thu mua rất tốt. "Tới thời điểm hiện nay, HTX Mỹ Xương gần như không còn xoài để bán. Những sản phẩm sản xuất ra đều được thu mua rất tốt vì họ chứng minh được nguồn gốc xuất xứ từ việc vận chuyển đến bảo quản trái xoài tới đâu"; "cách chúng tôi làm là minh bạch dữ liệu trên blockchain, tất cả các khâu trái xoài đi qua đều được lưu trữ và đưa lên hệ thống, được sự đồng thuận của các thành phần tham gia trong chuỗi, từ HTX sản xuất đến người tham gia vận chuyển, phân phối, điểm bán hàng tới người dùng cuối", ông Long nói. Thông tin một khi mở thì luôn công khai minh bạch, từ người tiêu thụ tới các thành viên đều biết được luồng chạy của một trái xoài một cách công khai. Người tiêu dùng có thể tra cứu thông tin xuất xứ của trái xoài, từ khâu bón phân, phun xịt, bao trái đến khi thu hoạch và phân phối. Mỗi thông tin được ghi lại bởi từng đơn vị riêng biệt (nhà vườn, hợp tác xã, nhà phân phối...) nên tránh được tình trạng một đơn vị thao túng toàn bộ thông tin. Đặc biệt, do toàn bộ thông tin được ghi lại bằng công nghệ blockchain nên không thể xóa sửa, thay đổi hoặc giả mạo mà không để lại lịch sử truy vết.

3.2.2 Công nghệ Blockchain từ nông trại đến bàn ăn của Te-food International

Tại Việt Nam, Te-food International là một trong những công ty đầu tiên ứng dụng công nghệ Blockchain trong truy xuất nguồn gốc thực phẩm. Te-food mang tới giải pháp truy xuất các sản phẩm thực phẩm tươi sống từ trang trại tới bàn ăn, hỗ trợ người tiêu dùng và chính quyền quản lý an toàn thực phẩm. Cụ thể, Te-food áp dụng nhiều công nghệ thông dụng để tiết kiệm chi phí như QR, di động (mobility), điện toán đám mây và những công nghệ mới như internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu lớn (Big Data), blockchain...

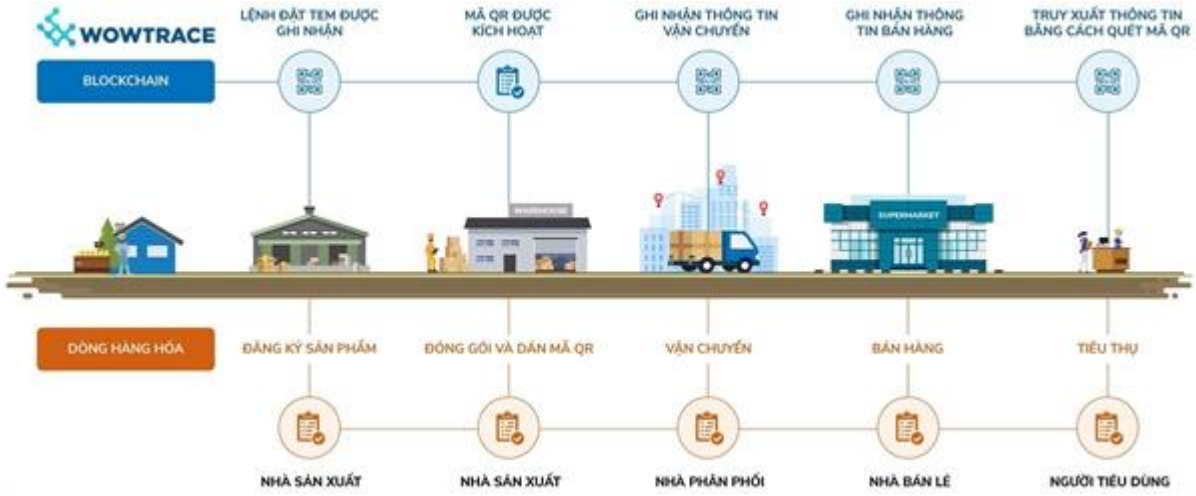
Te-food đã tiến hành ký kết với Cục chăn nuôi - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn nhằm áp dụng hệ thống Te-food Blockchain trong quản lý đàn chăn nuôi. "Qua thiết bị di động, cơ quan chức năng có thể biết cả nước hay tỉnh có bao nhiêu con heo, bò, gà, bao nhiêu con nái, bao nhiêu thương phẩm để quản lý cung cầu tốt, tránh tình trạng giải cứu", theo đại diện của Te-food. Hệ thống truy xuất kiểm soát đàn chăn nuôi từ lúc mới sinh, quá trình tiêm chủng, nguồn thức ăn... đã áp dụng cho gia cầm từ 2017. Te-food đang triển khai khảo sát tại các tỉnh như Đồng Nai, Bà Rịa, Cần Thơ, Sóc Trăng, Lâm Đồng, Cà Mau... nhằm đề xuất phương án áp dụng cho các sản phẩm rau củ, trái cây, heo gà, trứng, cá, tôm... Với công nghệ của Te-food, cơ quan chức năng có thể quản lý các loại thức ăn và việc tiêm vắcxin phòng bệnh, quản lý và kiểm soát dịch bệnh. Hệ thống mới cũng kiểm soát truy xuất nguồn gốc tại bếp ăn tập thể nơi hay xảy ra các vụ ngộ độc thực phẩm... Công ty cũng chuẩn bị vận hành hệ thống Te-food Blockchain truy xuất heo từ hộ chăn nuôi nhỏ lẻ tới bàn ăn tại nhiều tỉnh trên cả nước.

Te-food đã hợp tác với nhiều tổ chức quốc tế như Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp quốc (FAO), GS1, Deloitle... nhằm phát triển các ứng dụng nông nghiệp áp dụng cho các nước đang phát triển. Hiện nay, Te-food đang thực hiện dự án truy xuất bò tại bang Wyoming, Mỹ; gà Halal tại Anh; heo, gà, khoai tây, cà chua tại Pháp, Italia, Tây Ban Nha, Bồ đào Nha; rượu vang tại Hungary; bia tại Canada. Công ty hiện có trụ sở tại Đức, Hungary, Việt Nam và đại diện ở 16 quốc gia tại châu Phi, châu Á, châu Mỹ La tinh, Australia, New Zearland... Mới đây, công ty cũng ký kết với tập đoàn bán lẻ Auchan của Pháp. Theo đó, trong 3 năm, Auchan sẽ sử dụng Te-food trên 17 nước mà tập doàn có chuỗi bán lẻ.

3.2.3 WOWTRACE - ứng dụng truy xuất nguồn gốc dựa trên nền tảng công nghệ blockchain

WOWTRACE kết hợp toàn diện các công nghệ tân tiến như AI, Blockchain, Cloud, Data (ABCD) vào giải pháp truy xuất nguồn gốc nhằm tăng tính minh bạch về xuất xứ hàng hóa trong chuỗi cung ứng. Vì vậy, WOWTRACE mang lại lợi ích đa dạng cho người tiêu dùng và doanh nghiệp. WOWTRACE được xây dựng trên nền tảng công nghệ Blockchain giúp tăng mức độ minh bạch, bảo mật và chính xác của thông tin thông qua đặc tính chống chối bỏ cũng như chống chỉnh sửa bất hợp pháp. Ngoài ra, kỹ thuật điện toán đám mây (Cloud) nâng cao tốc độ xử lý và tính ổn định nhằm đáp ứng nhu cầu cho các doanh nghiệp với quy mô quản lý và sản xuất số lượng lớn.

Là một trong những startup Việt sớm đầu tư và ứng dụng nền tảng Blockchain vào công nghệ truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng (hình 7), WOWTRACE thành công trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp khẳng định giá trị của thương hiệu nông sản Việt Nam thông qua các dự án truy xuất nguồn gốc trên xoài, trái cây sấy khô, thực phẩm hữu cơ... Hiện tại, WOWTRACE tư vấn và hướng dẫn miễn phí cho các doanh nghiệp, startup và hộ kinh doanh nông sản. Chương trình cung cấp thông tin chuyên sâu về giải pháp, quy trình cũng như tầm quan trọng của việc áp dụng truy xuất nguồn gốc vào sản phẩm nông nghiệp. Ngoài ra, WOWTRACE triển khai giải pháp miễn phí với số lượng 5.000 tem truy xuất nguồn gốc và có thể tăng cao hơn tùy vào tính chất sản phẩm của doanh nghiệp.



Hình 7 - Sơ đồ hoạt động của hệ thống WOWTRACE

(Nguồn:wowtrace.io)

L’indochine Chocolate, thương hiệu chocolate 100% “made in Vietnam” chuyên xuất khẩu sang Nhật Bản và phục vụ nhóm khách hàng cao cấp, chọn WOWTRACE cho giải pháp truy xuất nguồn gốc dựa trên công nghệ blockchain vào hơn 150.000 sản phẩm được phân phối trên 30 nhà hàng, khách sạn 5 sao và cửa hàng tại TP.HCM và Đà Nẵng. Ông Nguyễn Văn Hùng, Quản lý sản xuất của L'indochine Chocolate cho biết: "Bằng việc áp dụng Blockchain cho truy xuất nguồn gốc, chúng tôi có thể chứng minh với khách hàng nguồn gốc và chất lượng của chocolate từ L'indochine, qua đó giúp xây dựng thương hiệu và niềm tin của L'indochine đối với khách hàng".

4. Một số trao đổi về ứng dụng blockchain trong thực hiện quy tắc xuất xứ cho hàng hóa Việt Nam

Trong giai đoạn hiện nay, khi mà Việt Nam đang tham gia vào rất nhiều các hiệp định thương mại tự do. Trong đó có nhiều hiệp định có những quy định rất chặt chẽ về quy tắc xuất xứ, nguồn gốc hàng hóa. Các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện các quy tắc này như: sự thiếu chủ động trong tiếp cận và tìm kiếm thông tin; ngành công nghiệp phụ trợ trong nước chưa phát triển; nguy cơ bị giả mạo xuất xứ từ các doanh nghiệp nước ngoài; khó khăn trong xuất trình minh chứng xuất xứ hàng hóa. Với những vấn đề như này, các doanh nghiệp Việt Nam có rất nhiều việc để làm để có thể thực hiện được các quy tắc xuất xứ.

Thứ nhất, sẽ là không thực tế nếu mong muốn đưa ra được giải pháp cho tất cả các vấn đề đang hiện hữu. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đã tập trung vào việc tiến hành xem xét tiềm năng ứng dụng của công nghệ blockchain trong các chuỗi cung ứng, đặc biệt là với các chuỗi cung ứng liên quan nông sản, thực phẩm xuất khẩu. Đây là các hàng hóa được coi là sản phẩm chủ lực của Việt Nam trong lĩnh vực xuất khẩu, cũng là những sản phẩm sẽ chịu ảnh hưởng rõ ràng nhất khi nước ta tham gia kí kết các Hiệp định thương mại tự do.

Thứ hai, bản chất của các quy tắc xuất xứ hàng hóa, cụ thể là đối với theo dõi xuất xứ hàng hóa, có rất nhiều tiềm năng cho công nghệ blockchain phát huy những ưu điểm của mình. Một cuốn sổ cái kỹ thuật số sẽ tạo điều kiện cho sự di chuyển minh bạch thông tin qua các giai đoạn phát triển của sản phẩm, hàng hóa. Như đã trình bày, từ các tập đoàn lớn trên thế giới cho đến các hợp tác xã nhỏ ở Việt Nam đều đang tìm kiếm các cách thức để theo dõi chuỗi cung ứng của chính họ nhằm truyền tải thông tin đến người tiêu dùng. Do vậy, nhu cầu ứng dụng công nghệ blockchain trong chuỗi cung ứng nhằm đáp ứng quy tắc xuất xứ đã trở nên hiện hữu. Việc ứng dụng công nghệ này không phải việc bất khả thi đối với các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa của Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp nước ta chưa thực sự có cái nhìn thiện chí, nhiều đơn vị vẫn có sự chưa hiểu biết rõ ràng, lo ngại khi áp dụng những công nghệ mới như blockchain.

Thứ ba, mặc dù đã được ra đời khá lâu nhưng công nghệ blockchain vẫn còn trong giai đoạn sơ khai. Do đó, tất cả những ứng dụng đã được triển khai của blockchain trong truy xuất nguồn gốc hàng hóa trên thế giới và Việt Nam đều vẫn đang trong giai đoạn ban đầu, mang nhiều tính thử nghiệm. Tuy nhiên, với một quốc gia có xuất phát điểm thấp hơn, thời gian phát triển kinh tế chưa đủ lâu thì Việt Nam cần phải chủ động, tích cực đón nhận

những thành tựu của cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Công nghệ blockchain được đánh giá là một trong những công nghệ sẽ là xu hướng của thời kì này. Chính vậy, Chính phủ Việt Nam nên có sự cân nhắc, trong phạm vi quyền hạn của mình, đưa ra các chính sách hỗ trợ phù hợp, nhằm thúc đẩy ứng dụng công nghệ blockchain trong các doanh nghiệp nước ta. Các nhà hoạch định chính sách nên khuyến khích hợp tác, ứng dụng công nghệ hơn nữa, tăng cường trao đổi kinh nghiệm, thậm chí nhiều thử nghiệm và sai sót hơn.

Cuối cùng, với những gì đã trình bày ở trên, tác giả hy vọng rằng bài viết này sẽ góp một tiếng nói của mình trong thúc đẩy nghiên cứu ứng dụng công nghệ blockchain trong thực hiện quy tắc xuất xứ đối với hàng hóa Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Satoshi Nakamoto, "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System," 2008, https://bitcoin.org/bitcoin.pdf.
2. Christine A. McDaniel Hanna Norberg, Can Blockchain Technology Facilitate International Trade? January 2019, SSRN Electronic Journal, DOI: 10.2139/ssrn.3377708
3. Dirk Holtbrügge, Blockchain Technology in International Business. Changing the Agenda for Global Governance, January 2020, DOI: 10.1108/RIBS-06-2019-0078
4. Emmanuelle Ganne, Can Blockchain revolutionize international trade?, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/blockchainrev18_e.pdf
5. Blockchain: the solution for transparency in product supply chains, https://www.provenance.org/whitepaper
6. Monica Anderson, "For Earth Day, Here's How Americans View Environmental Issues," Fact Tank (Pew Research Center), April 20, 2017.
7. Nielsen, "Green Generation: Millennials Say Sustainability Is a Shopping Priority," Newswire, November 5, 2015.
8. Label Insight, "How Consumer Demand for Transparency Is Shaping the Food Industry," 2016
9. Pew Research Center, "Rising Concerns about the Safety of Food, Medicine," Chinese Public Sees More Powerful Role in World, Names U.S. as Top Threat, October 4, 2016

Các trang web Việt Nam (truy cập ngày 06/04/2020)

10. http://agro.gov.vn/vn/tID24695_IBM-va-Walmart-su-dung-cong-nghe-blockchain-de-truy-xuat-nguon-goc-thit-lon-Trung-Quoc.html
11. https://doimoisangtao.vn/giai-thuong-dmst/2019/4/16/m-s-n2010-h-thng-thu-nc-ngn-mi-bng-van-kiu-mi-twaj8-zjs48-krxyz
12. https://doimoisangtao.vn/news/2018/9/27/walmart-nh-cc-vo-cng-ngh-chui-khi-blockchain-ci-thin-an-ton-thc-phm
13. http://cptpp.moit.gov.vn/default.aspx?page=news&do=detail&id=4428a7fd-fa1b-4b6d-b867-cdfc46250211

14. https://nhipcaudautu.vn/biz-tech/thuong-hieu-nong-san-viet-va-loi-giai-blockchain-3330023/
15. https://skybit.info/walmart-su-dung-cong-nghe-blockchain-de-theo-doi-chuoi-cung-ung-tom/
16. https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/17-san-pham-cua-viet-nam-bi-dieu-tra-chong-lan-tranh-1161869.html
17. https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/hang-trung-quoc-o-at-doi-lot-hang-viet-de-ne-thue-1148538.htm
18. https://traceproduct.com/cong-nge/144-kho-khan-de-ung-dung-blockchain-trong-truy-xuat-nguon-goc-san-pham.html
19. https://traceproduct.com/cong-nge/143-ung-dung-blockhain-trong-nong-nghiep-cong-nghe-cao.html
20. http://www.tapchicongthuong.vn/bai-viet/len-doi-xoai-cat-chu-thanh-xoai-blockchain-nong-dan-dong-thap-trong-khong-xue-de-ban-58488.htm
21. http://www.trungtamwto.vn/
22. https://te-food.vn/
23. https://vnexpress.net/cong-nghe-blockchain-tu-nong-trai-den-ban-an-3864602.html
24. https://www.wowtrace.io/wowtrace-giai-phap-truy-xuat-nguon-goc-san-pham-minh-bach-bang-cong-nghe-blockchain/

Các trang web nước ngoài (truy cập ngày 06/04/2020)

25. https://cointelegraph.com/news/ibm-launches-blockchain-food-tracking-network-joined-by-retail-giant-carrefour
26. https://cointelegraph.com/news/nestle-rises-to-dlt-challenge-expands-ibm-food-trust-blockchain-tool-to-coffee
27. https://www.forbes.com/sites/biserdimitrov/2019/12/05/how-walmart-and-others-are-riding-a-blockchain-wave-to-supply-chain-paradise/#11ae83d67791
28. https://www.ibm.com/blockchain/solutions/food-trust
29. https://newsroom.ibm.com/2020-01-10-IBM-Study-Purpose-and-Provenance-Drive-Bigger-Profits-for-Consumer-Goods-In-2020
30. https://www.supplychain247.com
31. https://www.themanufacturer.com/articles/conscious-consumer-many-care-provenance-products/

MỤC LỤC

Trang

3 BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
"PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ QUỐC TẾ"

NGƯT, GS,TS. Đinh Văn Sơn
Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại

9 **CHỦ ĐỀ:**

- BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: THỰC TRẠNG VÀ XU THẾ HIỆN NAY TRÊN THẾ GIỚI

- CHÍNH SÁCH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI HIỆN NAY CỦA MỸ, EU, TRUNG QUỐC,... VÀ TÁC ĐỘNG ĐẾN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

- TỪ CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI ĐẾN CUỘC CHIẾN TIỀN TỆ

- XUNG ĐỘT THƯƠNG MẠI GIỮA CÁC QUỐC GIA PHÁT TRIỂN (MỸ, TRUNG QUỐC, EU, NHẬT BẢN, HÀN QUỐC,...): CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC NGÀNH, THỊ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

- TÁC ĐỘNG CỦA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI ĐẾN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM

TOPIC:

- TRADE PROTECTIONISM: CURRENT INTERNATIONAL SITUATION AND TRENDS

- CURRENT TRADE PROTECTIONIST POLICIES OF THE US, EU, CHINA,... AND THEIR IMPACTS ON VIETNAM ECONOMY AND TRADE

- FROM US-CHINA TRADE WAR TO CURRENCY WAR

- TRADE WARS BETWEEN THE US AND DEVELOPING COUNTRIES (CHINA, EU, JAPAN,...): OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S INDUSTRIES, MARKETS, AND ENTERPRISES

- TRADE PROTECTIONISM AND VIETNAM'S SUSTAINABLE EXPORT DEVELOPMENT

11 CHỦ NGHĨA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI KIỂU MỚI VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU VIỆT NAM
NEW PROTECTIONISM AND SOLUTIONS FOR PROMOTING VIETNAM EXPORT

PGS,TS. Nguyễn Hoàng
Trường Đại học Thương mại

27 NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
IMPROVING VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORT COMPETITIVENESS TO UNITED STATES' MARKET IN THE CONTEXT OF PROTECTIONISM

PGS,TS. Doãn Kế Bôn
Trường Đại học Thương mại

40 PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF EXPORTING AGRICULTURE PRODUCTS TO THE CHINA MARKET

TS. Trần Thị Hoàng Hà
Trường Đại học Thương mại

50 THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
PROMOTING THE EXPORT OF GOODS OF VIETNAM IN THE BACKGROUND OF TRADE PROTECTION
ThS. Phạm Thị Hồng My
Trường Đại học Sài Gòn

64 CÁC VẤN ĐỀ THƯƠNG MẠI TÀI NGUYÊN TRONG XU THẾ BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TOÀN CẦU
RESOURCES TRADE ISSUES IN THE TREND OF GLOBAL TRADE PROTECTIONISM
ThS, NCS. Đỗ Thị Ngọc Thúy
Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

72 ẢNH HƯỞNG CỦA BẢO HỘ THƯƠNG MẠI THÔNG QUA THUẾ QUAN VÀ TRỢ CẤP NÔNG NGHIỆP ĐẾN CÁC SIÊU THỊ
EFFECTS OF PROTECTIONISM THROUGH TARIFF AND AGRICULTURAL SUBSIDY TO SUPERMARKETS
TS. Nguyễn Thị Thanh Nhàn
Trường Đại học Thương mại

83 KHÁM PHÁ TÁC ĐỘNG CỦA ÁP LỰC THỂ CHẾ ĐẾN LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THỦY SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
EXPLORING INSTITUTIONAL PRESSURES ON ENVIRONMENTALLY FRIENDLY STRATEGIES OF VIETNAM SEAFOOD ENTERPRISES IN TRADE PROTECTIONISM CONTEXT
TS. Đỗ Thị Bình
Trường Đại học Thương mại

101 TẬN DỤNG CƠ HỘI PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
UTILIZING OPPORTUNITIES FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF TRADE PROTECTIONISM
ThS. Lê Quốc Anh
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Lê Thị Trâm Anh
Trường Đại học New South Wales, Australia

116 CUỘC CHIẾN TIỀN TỆ MỸ - TRUNG: DIỄN BIẾN, ẢNH HƯỞNG VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM
THE US-CHINA MONETARY WAR: DEVELOPMENTS, EFFECTS AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM
TS. Vũ Xuân Dũng
ThS. Trần Thị Thu Trang
Trường Đại học Thương mại

131 ADOPTING GREEN STRATEGY IN TRADE PROTECTIONISM CONTEXT: CONSTRAINS ANALYSIS APPROACH
ÁP DỤNG CHIẾN LƯỢC XANH TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: TIẾP CẬN TỪ PHÂN TÍCH CÁC RÀO CẢN
Do Thi Binh, PhD
Thuongmai University

150 ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP CÔNG NGHỆ CAO TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
MOTIVATIONS FOR PROMOTING HIGH-TECH AGRICULTURE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF TRADE PROTECTION
TS. Hoàng Văn Mạnh
Trường Đại học Thương mại

159 BẢO HỘ THƯƠNG MẠI - NHỮNG VẤN ĐỀ THÁCH THỨC CỦA VIỆT NAM ĐỐI VỚI VIỆC MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA
TRADE PROTECTION - CHALLENGES FOR VIETNAM IN EXPANDING EXPORT MARKETS
ThS. Võ Thị Hoài
Trường Đại học Sài Gòn

173 BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÁC BIỆN PHÁP VƯỢT RÀO CẢN SPS TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN TRUNG QUỐC
PRACTICES ON MEASURES TO OVERCOME SPS BARRIERS IN EXPORTING AGRICULTURE PRODUCE IN CHINA
PGS,TS. An Thị Thanh Nhàn
Trường Đại học Thương mại

193 ẢNH HƯỞNG CỦA RÀO CẢN PHI THUẾ ĐỐI VỚI HÀNG NÔNG SẢN VÀ NHỮNG GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM
EFFECTS OF NON-TARIFF BARRIERS ON AGRICULTURAL PRODUCTS AND SOLUTIONS TO PROMOTE THE EXPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF VIETNAM
TS. Lê Thị Việt Nga
Trường Đại học Thương mại

205 NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA GIÁM SÁT NÔNG SẢN NHẬP KHẨU VÀO LIÊN MINH CHÂU ÂU ĐẾN DOANH NGHIỆP CỦA VIỆT NAM
THE IMPACT OF EUROPEAN UNION MONITORING ON AGRICULTURAL PRODUCTS IMPORTED: CASE STUDY VIETNAMESE ENTERPRISES
TS. Phạm Văn Kiệm
ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Trang
Trường Đại học Thương mại

218 TÁC ĐỘNG CỦA MỘT SỐ CHÍNH SÁCH BIÊN MẬU ĐẾN HOẠT ĐỘNG LOGISTICS CỬA KHẨU: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI KHU KINH TẾ CỬA KHẨU CAO BẰNG
IMPACT OF A NUMBER OF CROSS-BORDER POLICIES ON BORDER GATE LOGISTICS ACTIVITIES: CASE STUDY IN CAO BANG BORDER ECONOMIC ZONE
ThS. Phan Đình Quyết
Trường Đại học Thương mại

239 CHỦ NGHĨA BẢO HỘ SỐ VÀ CÁC RÀO CẢN ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI SỐ VÀ DÒNG CHẢY DỮ LIỆU XUYÊN BIÊN GIỚI
DIGITAL PROTECTIONISM AND BARRIERS TO DIGITAL COMMERCE AND CROSS-BORDER DATA FLOWS
PGS,TS. Nguyễn Văn Minh
Trường Đại học Thương mại

257 XU HƯỚNG BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI HIỆN NAY VÀ ỨNG PHÓ CỦA VIỆT NAM
TRADE PROTECTION TRENDS AND RESPONSIBILITIES OF VIETNAM
PGS.TS Phan Thế Công
ThS. Hồ Thị Mai Sương
Trường Đại học Thương mại

273 VƯỢT RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN TRONG EVFTA CỦA NÔNG SẢN VIỆT NAM
OVERCOMING NON-TARIFF BARRIERS IN EVFTA OF VIETNAM'S AGRICULTURAL PRODUCTS
ThS. Nguyễn Ngọc Dương
Trường Đại học Thương mại

284 MÔ HÌNH ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ QUAN ĐẾN XUẤT VÀ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA
MODEL FOR ASSESSING THE IMPACT OF TARIFFS ON EXPORTS AND IMPORTS
PGS,TS. Phan Thế Công
Trường Đại học Thương mại
Nguyễn Đoan Trang
Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế - xã hội quốc gia, Bộ Kế hoạch và Đầu tư

304 QUAN HỆ THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM VỚI TRUNG QUỐC TRONG BỐI CẢNH MỚI
VIETNAM'S TRADE RELATIONSHIP WITH CHINA IN THE NEW CONTEXT
Vo Ta Tri, PhD
Dang Thi Hoai, PhD
Thuongmai University

317 NHẬN DIỆN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ VIỆT NAM NẾU TẤN CÔNG TIỀN TỆ XẢY RA
IDENTIFY CHALLENGES TO VIETNAM'S ECONOMY IF MONETARY ATTACKS OCCUR
TS. Nguyễn Thị Minh Thảo
Trường Đại học Thương mại

332 XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM- AUSTRALIA: THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA
MERCHANDISE EXPORT IN VIETNAM-AUSTRALIA: CURRENT SITUATION AND ISSUES
PGS.TS. Phạm Thị Tuệ
Trường Đại học Thương mại

347 INFLUENTIAL FACTORS TO THE MANAGEMENT CAPACITY OF VIETNAMESE SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES TO OVERCOME TECHNICAL TRADE BARRIERS IN AGRICULTURAL EXPORT
NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN TRỊ CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM NHẰM VƯỢT QUA HÀNG RÀO TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN
Le Tien Dat, PhD
Vu Thi Thuy Linh, MA

369 XUẤT KHẨU HÀNG HÓA SANG EU TRONG BỐI CẢNH THỰC THI EVFTA: THÁCH THỨC VỀ RÀO CẢN VÀ GIẢI PHÁP
EXPORT OF GOODS TO THE EU IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTATION EVFTA: CHALLENGES ON BARRIERS AND SOLUTIONS
PGS.TS. Phạm Công Đoàn
ThS. Phạm Thị Thanh Hà
Trường Đại học Thương mại

384 PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP PHẦN MỀM VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI
EVELOPING EXPORT MARKETS OF VIETNAMESE SOFTWARE ENTERPRISES IN THE TRADE PROTECTION BACKGROUND
PGS.TS. Đàm Gia Mạnh
Trường Đại học Thương mại

402 CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI MỸ - TRUNG: THÁCH THỨC HAY CƠ HỘI ĐỐI VỚI VIỆT NAM?
US-CHINA TRADE WAR: CHALLENGES OR OPPORTUNITIES FOR VIETNAM?
ThS. Thái Thu Hương
Trường Đại học Thương mại

415 CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO XUẤT KHẨU VIỆT NAM TRONG CHIẾN TRANH THƯƠNG MẠI MỸ TRUNG
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S EXPORTS AMID US-CHINA TRADE WAR
TS. Nguyễn Bích Thủy
TS. Lê Mai Trang
Trường Đại học Thương mại

429 **CHỦ ĐỀ:**
- CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI (CPTPP, EVFTA,...): CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
- CÁC CHÍNH SÁCH BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC VÀ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI CỦA VN TRONG BỐI CẢNH GIA TĂNG BẢO HỘ THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI
TOPIC:
- NEW GENERATION TRADE AGREEMENTS (CPTPP, EVFTA,...): OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO VIETNAM'S ENTERPRISES
- VIETNAM'S POLICIES TO PROTECT DOMESTIC MARKETS AND TRADE SAFEGUARD MEASURES IN THE CONTEXT OF INCREASING PROTECTIONISM IN THE WORLD

431 COMPLYING WITH INTERNATIONAL LABOR STANDARDS AMID TRADE PROTECTIONISM: RESEARCH ON GLOBAL VALUE CHAIN OF GARMENT INDUSTRY
TUÂN THỦ CÁC TIÊU CHUẨN LAO ĐỘNG QUỐC TẾ TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI: NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU CỦA NGÀNH MAY
Assoc. Prof. Nguyen Thi Bich Loan
Assoc. Prof. Nguyen Thi Minh Nhan
Thuongmai University

450 IMPROVING SERVICE QUALITY: THE KEY SUCCESS FACTOR FOR VIETNAMESE MODERN RETAILERS IN A DYNAMIC EMERGING MARKET
CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ: YẾU TỐ THÀNH CÔNG CHO NHÀ BÁN LẺ HIỆN ĐẠI VIỆT NAM TRONG THỊ TRƯỜNG NĂNG ĐỘNG
Assoc Prof , Nguyen Thi Bich Loan
PhD, Pham Trung Tien
Thuongmai University

459 CHÍNH SÁCH CHI NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC NHẰM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH THỰC THI CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO - THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ
STATE BUDGET SPENDING POLICIES TO PROMOTE VIETNAM'S SEAFOOD EXPORTS IN THE CONTEXT OF FREE TRADE AGREEMENTS IMPLEMENTATION - CURRENT SITUATION AND RECOMMENDATIONS
PGS,TS. Lê Thị Kim Nhung
ThS. Nguyễn Lê Đức
Trường Đại họcThương mại

470 HÀNG RÀO KỸ THUẬT ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM
TECHNICAL BARRIERS TO TRADE AND POLICY IMPLICATIONS FOR VIETNAM
PGS,TS. Nguyễn Xuân Thiên
Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

484 PROMOTING LINKAGES AND DEVELOPING ELECTRONICS INDUSTRY IN THE CONTEXT OF NEW-GENERATION FREE TRADE AGREEMENTS
THÚC ĐẨY LIÊN KẾT ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ TRONG BỐI CẢNH CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI
Tran Viet Thao, PhD
Vu Thi Thanh Huyen, PhD
Nguyen Thi Phuong Ly, MA
Thuongmai University

497 THỰC THI QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI CPTPP VÀ EVFTA
ENFORCEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN THE VIETNAM BACKGROUND PARTICIPATING IN THE NEW GENERATION AGREEMENT ON FREE TRADE AGREEMENT CPTPP AND EVFTA
ThS. Phạm Xuân Việt
Học viện Cảnh sát nhân dân

512 TUÂN THỦ TIÊU CHUẨN LAO ĐỘNG CƠ BẢN TẠI CÁC NHÀ MÁY MAY MẶC KHI VIỆT NAM THAM GIA EVFTA - THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA
IMPLEMENTATION OF BASIC LABOR STANDARDS AT GARMENT ENTERPRISES WHEN VIETNAM PARTICIPATED IN EVFTA - SITUATION AND ISSUES
ThS. Bùi Thị Thu Hà
Trường Đại học Thương mại

530 TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU (EVFTA) ĐẾN XUẤT KHẨU RAU CỦ CỦA VIỆT NAM
EVALUATING THE POTENTIAL IMPACT OF VIETNAM -EUROPEAN FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) ON VIETNAM'S VEGETABLE EXPORT
ThS. Doãn Nguyên Minh
Trường Đại học Thương mại
ThS. Trần Thu Thủy
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN

543 XUẤT KHẨU BỀN VỮNG NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH THAM GIA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI VIỆT NAM - EU
SUSTAINABLE EXPORT OF VIETNAMESE AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE BACKGROUND OF THE NEW GENERATION OF
FREE TRADE AGREEMENT VIETNAM - EU
TS. Vũ Thị Thanh Huyền
TS. Nguyễn Thị Thu Hiền
Trường Đại học Thương mại

557 VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT ĐỂ XUẤT KHẨU TRÁI CÂY VIỆT NAM SANG EU TRONG BỐI CẢNH HIỆP ĐỊNH EVFTA
OVERCOMING TECHNICAL BARRIERS TO EXPORT VIETNAMESE FRUITS TO THE EU IN THE CONTEXT OF THE EVFTA AGREEMENT
ThS. Vũ Anh Tuấn
Trường Đại học Thương mại

569 ASSESSING IMPACTS OF THE VIETNAM- EU FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) ON VIETNAM'S LOGISTICS INDUSTRY:
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES
ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM- EU VỚI HOẠT ĐỘNG LOGISTICS VIỆT NAM: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC
Nguyen Minh Trang, MA
Thuongmai University

581 HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI:
CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM
NEW-GENERATION FREE TRADE AGREEMENT:
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR VIETNAM
PGS,TS. Mai Thanh Lan
ThS. Nguyễn Thị Tú Quyên
Trường Đại học Thương mại

598 CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI VÀ
TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM
NEW-GENERATION FREE-TRADE AGREEMENTS AND
THEIR EFFECTS ON SEAFOOD EXPORT OF VIETNAM
TS. Phạm Thị Bạch Tuyết
Trường Đại học Sài Gòn

612 MỘT SỐ KHÓ KHĂN TRONG VIỆC ÁP DỤNG TIÊU CHUẨN QUẢN LÝ PHIÊN BẢN MỚI ISO 9001:2015 NHẰM HƯỚNG TỚI VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT TBT
SOME DIFFICULTIES IN THE APPLICATION NEW VERSION OF QUALITY MANAGEMENT STANDARD ISO 9001: 2015 TO OVERCOMING THE TECHNICAL BARRIER TO TRATE
ThS. Nguyễn Thị Khánh Quỳnh
Trường Đại học Thương mại

626 OVERCOMING THE TECHNICAL BARRIERS TO TRADE (TBT) OF THE EU MARKET FOR VIETNAM'S TEXTILE AND GARMENT PRODUCTS
VƯỢT RÀO CẢN KỸ THUẬT THƯƠNG MẠI VÀO THỊ TRƯỜNG EU
ĐỐI VỚI HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM
Vu Thi Nhu Quynh,PhD
Tran Van Trang, PhD
Thuongmai University

639 NON-TARIFF POLICIES OF ASEAN AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM
CHÍNH SÁCH PHI THUẾ QUAN CỦA CÁC NƯỚC ASEAN
VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM
Tran Viet Thao, PhD
Nguyen Thi Phuong Ly, MA
Thuongmai University

652 UMAN RESOURCE DEVELOPMENT OF VIETNAMESE TEXTILE & GARMENT INDUSTRY TO GRASP THE OPPORTUNITIES AND OVERCOME CHALLENGES IN THE NEW GENERATION FREE TRADE AGREEMENTS
PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM ĐỂ NẮM BẮT CƠ HỘI VÀ VƯỢT QUA THÁCH THỨC TRONG CÁC HIỆP ĐỊNH TỰ DO THẾ HỆ MỚI
Dinh Thi Huong, PhD
Nguyen Ngoc Anh, MBA
Thuongmai University

674 NGHIÊN CỨU NĂNG LỰC TÍCH HỢP ĐA KÊNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH GIẢM THIỂU CÁC BẢO HỘ THƯƠNG MẠI VỚI NGÀNH BÁN LẺ NỘI ĐỊA
RESEARCH ON MULTI-CHANNEL INTEGRATION CAPABILITIES OF VIETNAMESE RETAIL FIRMS IN THE CONTEXT OF REDUCING TRADE PROTECTION POLICIES FOR DOMESTIC RETAIL SECTOR
ThS. Nguyễn Phương Linh
Trường Đại học Thương mại

697 CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VỚI XUẤT KHẨU NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM KHI GIA NHẬP CPTPP
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR EXPORT OF VIETNAM'S TEXTILE AND APPAREL INDUSTRY IN THE COMPREHENSIVE AND PROGRESSIVE AGREEMENT FOR TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP (CPTPP)
ThS. Lương Thị Hồng Ngân
Trường Đại học Thương mại

712 TĂNG CƯỜNG KHẢ NĂNG THỰC THI BẢO HỘ PHẦN MỀM MÁY TÍNH ĐÁP ỨNG EVFTA
IMPROVE THE IMPLEMENTATION OF INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION FOR SOFTWARE TO MEET THE REQUIREMENTS IN EVFTA
ThS. Hàn Minh Phương
Trường Đại học Thương mại

727 THÁCH THỨC ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG BÁN LẺ THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG
CHALLENGES TO VIETNAMESE ENTERPRISES IN DEVELOPING AN ENVIRONMENTAL-FRIENDLY RETAIL SYSTEM
TS. Nguyễn Bảo Ngọc
Trường Đại học Thương mại

742 HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO EU - VIỆT NAM (EVFTA) - CƠ HỘI ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA QUA KÊNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
EU - VIETNAM FREE TRADE AGREEMENT (EVFTA) - OPPORTUNITIES TO PROMOTE THE EXPORT OF GOODS THROUGH E-COMMERCIAL CHANNELS FOR VIETNAM ENTERPRISES
NCS Lê Thị Hoài
Trường Đại học Thương mại

754 CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM KHI THỰC HIỆN CÁC QUY ĐỊNH VỀ LAO ĐỘNG Ở MỘT SỐ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương
Trường Đại học Thương mại

769 **CHỦ ĐỀ:**
- CÁC CHỦ ĐỀ LIÊN QUAN KHÁC
TOPIC:
- OTHER RELEVANT TOPICS

771 INTELLECTUAL CAPITAL, DIGITALIZATION, FINANCIAL PERFORMANCE AND THE COVID-19
VỐN TRÍ TUỆ, SỐ HÓA, HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH VÀ COVID-19

Yovogan Marcellin
Sofia University, Bulgaria

783 ORGANIZATIONAL AND CULTURAL DRIVERS OF HOTEL EMPLOYEES' BRAND CITIZENSHIP BEHAVIOR: MEDIATION AND MODERATION ANALYSES
ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ VỀ TỔ CHỨC VÀ VĂN HOÁ ĐẾN HÀNH VI HƯỚNG ĐẾN THƯƠNG HIỆU CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN: PHÂN TÍCH MỐI QUAN HỆ TRUNG GIAN VÀ ĐIỀU TIẾT

PhD. Hoang Trong Hung
University of Economics, Hue University

799 FINDING VIETNAM'S OPPORTUNITIES AND CHALLENGES THROUGH PATENT ANALYSIS
TÌM HIỂU CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA VIỆT NAM THÔNG QUA PHÂN TÍCH SÁNG CHẾ

Ta-Lun Sung
Kai-Tang Fan
Lunghwa University of Science and Technology

808 MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THUẾ VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI THỪA THIÊN HUẾ
TAX SERVICE QUALITY AND ENTERPRISES' SATISFACTION: A CASE STUDY IN THUA THIEN HUE

NCS. Âu Thị Nguyệt Liên
TS. Hoàng Trọng Hùng
TS. Hồ Thị Hương Lan
Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

822 CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI KHẢ NĂNG DI CƯ VIỆC LÀM CỦA HỘ GIA ĐÌNH TẠI VIỆT NAM
DETERMINANTS OF THE MIGRATION FOR EMPLOYEMENT AMONG FAMILIES IN VIETNAM

NCS. Nguyễn Thị Phương Thảo
ThS. Nguyễn Ngọc Nam
ThS. Nguyễn Thị Thúy Đạt
Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

839 IMPROVING SPAM CLASSIFICATION BY MEANS OF PROTOTYPE SELECTION ENSEMBLES
CẢI THIỆN PHÂN LỚP EMAIL RÁC BẰNG CÁCH KẾT HỢP CÁC GIẢI THUẬT LỰA CHỌN

MSc. Mai Thu Giang
University of Economics, Hue University

852 PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP VÙNG BẮC TRUNG BỘ VÀ DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG TRONG MỐI TƯƠNG QUAN VỚI CẢ NƯỚC
TO DEVELOP ENTERPRISES IN RELATION BETWEEN THE NORTH CENTRAL COAST REGION AND THE WHOLE COUNTRY
ThS. Trần Đoàn Thanh Thanh
TS. Lê Nữ Minh Phương
Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

864 CORPORATE GOVERNANCE AND AUDIT QUALITY: THE CASE OF VIETNAM LISTED FIRMS
CƠ CHẾ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP VÀ CHẤT LƯỢNG KIỂM TOÁN: TRƯỜNG HỢP VIỆT NAM
PhD. Ho Thi Thuy Nga
University of Economics, Hue University

879 CÁC RÀO CẢN ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC CỦA CÁC GIẢNG VIÊN DU HỌC TRỞ VỀ
BARRIERS TO JOB PERFORMANCE AMONG VIETNAMESE ACADEMIC RETURNEES
TS. Hoàng Trọng Hùng
Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

889 THE FACTORS OF CONSUMER INTENSION OF USING MOBILE PAYMENT IN IN VIETNAM
CÁC YẾU TỐ VỀ Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG TRONG VIỆC SỬ DỤNG THANH TOÁN DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM
Ming-Kun Lin
Lunghwa University of Science and Technology

907 A STUDY ON VIETNAM AND THE CPTPP: BENEFITS, OPPORTUNITIES, ACHIEVEMENTS AND CHALLENGES
NGHIÊN CỨU VỀ VIỆT NAM VÀ CPTPP: LỢI ÍCH, CƠ HỘI, THÀNH TỰU VÀ THÁCH THỨC
Te Fu Chen
Lunghwa University of Science and Technology

935 THE BALANCE SCORECARD - STRATEGIC MANAGEMENT TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF CORPORATIONS IN VIET NAM
BALANCE SCORECARD - CHIẾN LƯỢC QUẢN LÝ ĐỂ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC TỔNG CÔNG TY Ở VIỆT NAM
Le Van Hung
PhD student, Political Academy

950 DISCOVERING INTEREST TOPIC OF ONLINE CUSTOMER BY MACHINE LEARNING
PHÁT HIỆN CHỦ ĐỀ QUAN TÂM CỦA KHÁCH HÀNG TRỰC TUYẾN BẰNG HỌC MÁY
Nguyen Thi Hoi, MA
Thuongmai University

964 SOME SOLUTIONS TO DEVELOP COASTAL ECONOMIC ZONES IN VIET NAM NOWADAY
MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KHU KINH TẾ VEN BIỂN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY
Ma Duc Han, MA
Ph.D student, Political Academy

975 CULTURAL DIMENSIONS AND CULTURAL DIVERSITY IN INTERNATIONAL PROJECT TEAMS: KEY SUCCESS FACTORS IN THE ERA OF INTEGRATION AND GLOBALISATION
CÁC KHÍA CẠNH VĂN HÓA VÀ SỰ ĐA DẠNG VĂN HÓA TRONG CÁC NHÓM DỰ ÁN QUỐC TẾ: CHÌA KHÓA THÀNH CÔNG
TRONG KỶ NGUYÊN HỘI NHẬP VÀ TOÀN CẦU HÓA
Pham Trung Tien, PhD
Thuongmai University

983 QUẢN TRỊ QUAN HỆ NHÀ CUNG CẤP CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH NÔNG SẢN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP
SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN HANOI AREA- CURRENT STATUS AND SOLUTIONS
ThS. Đoàn Ngọc Ninh
Trường Đại học Thương mại

998 DEVELOPMENT BRAND OF LOCAL SPECIALTIES IN EFFORT TO PROTECT DOMESTIC MARKET
PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CÁC SẢN PHẨM ĐẶC SẢN ĐỊA PHƯƠNG TRONG NỖ LỰC BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC
Assoc. Prof. Nguyen Quoc Thinh
MBA Nguyen Thi Van Quynh
Thuongmai University

1013 NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH ỨNG DỤNG ERP CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ TẠI VIỆT NAM SỬ DỤNG KHUNG TOE
STUDY THE FACTORS AFFECTING ERP APPLICATION DECISION IN VIETNAM' S SMALL BUSINESS USED THE TOE FRAMEWORK
TS, Chử Bá Quyết
ThS Hoàng Cao Cường
Trường Đại học Thương mại

1032 HIỆU ỨNG CỦA ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP RA NƯỚC NGOÀI
ĐỐI VỚI KINH TẾ CỦA VIỆT NAM
THE EFFECTS OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT
TO VIETNAM'S ECONOMY
TS. Lê Quang Huy
Trường Đại học Tài chính - Marketing

1043 MỘT SỐ TRAO ĐỔI VỀ ỨNG DỤNG BLOCKCHAIN TRONG THỰC HIỆN
QUY TẮC XUẤT XỨ CHO HÀNG HÓA VIỆT NAM
SOME OPINIONS ABOUT THE BLOCKCHAIN APPLICATION IN THE IMPLEMENTATION OF THE RULES OF ORIGIN FOR VIETNAMESE GOODS
ThS. Hoàng Hải Hà
Trường Đại học Thương mại

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI
Số 4, Tống Duy Tân, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Điện thoại: (024)38252916. Fax: (024)39289143

KỶ YẾU
HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
INTERNATIONAL CONFERENCE

PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI

PROMOTING ECONOMY AND TRADE IN THE CONTEXT OF GLOBAL TRADE PROTECTIONISM

Chịu trách nhiệm xuất bản:
Phó Tổng Giám đốc phụ trách
VŨ VĂN VIỆT

Biên tập: PHẠM QUỐC TUẤN
Trình bày: DUY NỘI
Bìa: PHẠM DUY
Sửa bản in: VIỆT HÀ - VĂN QUÝ

Chỉ đạo biên soạn nội dung:
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Ban biên soạn: GS.TS. ĐINH VĂN SƠN
PGS.TS. TRẦN VĂN HÒA, PGS.TS. NGUYỄN THỊ BÍCH LOAN,
PGS.TS. NGUYỄN HOÀNG VIỆT, TS. TRẦN VIỆT THẢO
TS. PHẠM XUÂN HÙNG

Đối tác liên kết: Trường Đại học Thương mại

In 100 cuốn, khổ 20,5x29,5 cm, tại Công ty TNHH Sản xuất thương mại Hưng Hà
Địa chỉ: số 9 TT điện tử Sao Mai, Nghĩa Đô, Cầu Giấy, Hà Nội
Số xác nhận đăng ký xuất bản 2823-2020/CXBIPH/01-174/HN.
Quyết định xuất bản số: 1253/QĐ-HN ngày 20/7/2020.
ISBN: 978-604-55-6873-6. In xong và nộp lưu chiểu quý III năm 2020.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
THUONGMAI UNIVERSITY

Cơ sở 1
Địa chỉ: 79 Đường Hồ Tùng Mậu, Q. Cầu Giấy, TP. Hà Nội
* Điện thoại: (024) 3764 3219 * Fax: (024) 37643228
Cơ sở 2
Địa chỉ: đường Lý Thường Kiệt, phường Lê Hồng Phong
TP. Phủ Lý, Tỉnh Hà Nam
* Điện thoại: (024) 3764 3219 * Fax: (024) 37643228
* Email: mail@tmu.edu.vn * Website: https://tmu.edu.vn

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ
COLLEGE OF ECONOMICS - HUE UNIVERSITY

Cơ sở 1:
Địa chỉ: 100 Phùng Hưng, TP. Huế
Cơ sở 2:
* Địa chỉ: 99 Hồ Đắc Di, TP. Huế
* Điện thoại: (0234) 3691333 * Email: vanthudhkt@hce.edu.vn
* Website: http://www.hce.edu.vn

SOFIA UNIVERSITY "ST. KLIMENT OHRIDSKI"
BULGARIA

Address: Tzar Osvoboditel 15, 1504 Sofia, Bulgaria
* Telephone: +359-2-930-8200
* Website: http://www.uni-sofia.bg

ĐƠN VỊ TRUYỀN THÔNG
MEDIA AGENCY

TẠP CHÍ KHOA HỌC THƯƠNG MẠI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ KHOA HỌC QUẢN LÝ VÀ KINH TẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ

ISSN 1311-8420
ST. KLIMENT OHRIDSKI UNIVERSITY PRESS

ISBN: 978-604-55-6873-6

SÁCH KHÔNG BÁN