

Thương mại Việt Nam - ASEAN giai đoạn 1995 - 2015: Thực trạng và những vấn đề đặt ra

Trần Văn Hùng

Tóm tắt—Bài viết nêu lên thực trạng hoạt động thương mại Việt Nam – ASEAN trên các lĩnh vực thương mại hàng hóa. Dựa trên các nguồn số liệu thứ cấp được thu thập từ Cơ quan thống kê ASEAN và Tổng Cục Thống kê nhằm nêu bật tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và ASEAN giai đoạn 1995-2015. Cụ thể, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam và ASEAN, hàng hóa xuất nhập khẩu và thị trường xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và ASEAN. Kết quả cho thấy, thương mại Việt Nam và ASEAN trong giai đoạn 1995-2015 đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, song Việt Nam vẫn chủ yếu nhập siêu từ ASEAN. Ngoài ra, bài viết còn nêu một số vấn đề đặt ra đối với thương mại Việt Nam và ASEAN. Trên cơ sở đó nhằm nêu lên một số khuyến nghị góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại giữa Việt Nam với ASEAN.

Từ khóa—ASEAN, thực trạng, thương mại, vấn đề đặt ra, Việt Nam.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) được thành lập vào ngày 8 tháng 8 năm 1967 trên cơ sở tuyên bố Bangkok với năm nước thành viên ban đầu là Indonesia, Malaysia, Phillipines, Singapore và Thái Lan. Sau hơn 40 năm tồn tại và phát triển, ngày nay ASEAN đã trở thành một tổ chức hợp tác khu vực liên chính phủ bao gồm 10 quốc gia (thêm Brunei, Cambodia, Laos, Việt Nam, Myanmar). Hiện nay, ASEAN đang chuyển sang giai đoạn phát triển mới với mục tiêu bao trùm là hình thành Cộng đồng ASEAN vào năm 2015 và hoạt động dựa trên cơ sở pháp lý là hiến chương ASEAN [5]. Kể từ khi gia nhập ASEAN vào năm 1995, Việt Nam đã thực hiện nghiêm túc các cam kết CEPT/AFTA, đồng thời nỗ lực tham gia kí kết và thực hiện nhiều hiệp định thương mại và hiệp định đầu tư khác. Đến nay, quan hệ thương

mại Việt Nam và ASEAN đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận, ASEAN là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 3 của các doanh nghiệp Việt Nam. Năm 2015, thương mại hai chiều ASEAN và Việt Nam đạt 41,91 tỷ USD, tăng 2,6% so với năm 2014 và chiếm khoảng 15% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam (Tính toán từ số liệu của ASEAN STAT). Cũng trong năm 2015, Cộng đồng kinh tế ASEAN đã được hình thành. Đây sẽ là một tiền đề quan trọng góp phần thúc đẩy thương mại nội khối. Trong đó, hoạt động thương mại của Việt Nam sẽ có cơ hội mở rộng với khu vực ASEAN [1; 2; 4].

2 NGUỒN SỐ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Nguồn số liệu

Bài viết chủ yếu sử dụng nguồn số liệu thứ cấp được thu thập từ Cơ quan thống kê ASEAN, Tổng cục Thống kê. Cụ thể nguồn số liệu về kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa; cơ cấu mặt hàng xuất, nhập khẩu chủ lực của Việt Nam và ASEAN; thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam và ASEAN.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp thống kê mô tả kết hợp với bảng biểu, đồ thị minh họa.

3 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1 Thực trạng hoạt động thương mại của Việt Nam với ASEAN

3.1.1 Tình hình xuất khẩu

Về quy mô tăng trưởng xuất khẩu: ASEAN là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 3 của các doanh nghiệp Việt Nam, chỉ sau thị trường Hoa Kỳ và thị trường các nước thành viên Liên minh châu Âu - EU [3]. Kim ngạch xuất khẩu giữa Việt Nam và ASEAN tăng nhanh (bảng 1). Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đã đạt quy mô khá (chiếm 22%) từ năm 1994. Khi Việt Nam gia nhập ASEAN

Bài nhận ngày 25 tháng 4 năm 2017, hoàn chỉnh sửa chữa ngày 30 tháng 8 năm 2017.

Tác giả Trần Văn Hùng công tác tại Phân hiệu Trường ĐH Lâm nghiệp Việt Nam (e-mail: tranhungln2@gmail.com).

(năm 1995), kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đã tăng nhanh (tăng 24,6%), nhanh chóng vượt qua mốc 1 tỷ USD. Đến năm 2005, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu giữa Việt Nam - ASEAN đạt 5,031 tỷ USD trong khi đó con số này của năm 2008 là 10,018 tỷ USD, tăng gần gấp đôi so với năm 2005. Đến năm 2009, do chịu ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, tổng trị giá xuất khẩu giữa Việt Nam với tất cả các quốc

gia thành viên AEC có sự giảm sút đáng kể, chỉ đạt 8,555 tỷ USD, giảm 14,4% so với một năm trước đó. Đến năm 2010, tình hình kinh tế thế giới hồi phục nên nhờ đó kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường ASEAN đầu năm cũng đạt 10,351 tỷ USD, tăng 21% so với cùng kỳ năm 2009 và chiếm 16,1% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. (Tính toán từ số liệu của ASEAN STAT).

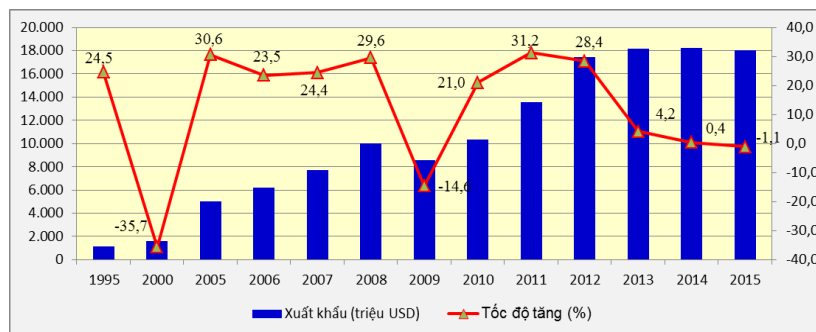
BẢNG 1
KIM NGẠCH VÀ TỐC ĐỘ TĂNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM VỚI ASEAN GIAI ĐOẠN 2005-2015

Năm	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
KNXK (triệu USD)	5.031	6.214	7.731	10.018	8.555	10.351	13.583	17.446	18.179	18.261	18.064
Tốc độ tăng (%)	30,6	23,5	24,4	29,6	-14,4	21,0	31,2	28,4	4,2	0,4	-1,1

Nguồn: ASEAN Statistics, 2016

Xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN năm 2015 giảm 1,1 % so với năm 2014 và chiếm 12,72% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (Hình 1). Hiện nay kim ngạch xuất khẩu đang có xu hướng tăng chậm lại và thấp hơn khá nhiều so với tốc độ tăng 0,4% vào năm 2014, 4,2% của năm 2013 và 28,4% của năm 2012 [6]. Tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam

sang ASEAN năm 2014 chiếm 13,94% trong tổng kim ngạch xuất khẩu - so với các quốc gia khác trong khu vực (Myanmar 49,2%, Lào 47,6%, Singapore 31,4%) thì con số này vẫn còn rất khiêm tốn và chưa tương xứng với tiềm lực của Việt Nam.



Hình 1. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam với các nước ASEAN giai đoạn 1995-2015

Nguồn: ASEAN Statistics, 2016

Trong thời gian tới, quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN được sự báo là sẽ tiếp tục duy trì mức tăng trưởng ổn định do có những yếu tố hỗ trợ như tiếp tục hưởng ưu đãi thuế quan với tổng số trên 99% dòng thuế của ASEAN +6 là 0% theo ATIGA; tự do hóa thuế quan; xóa bỏ hàng rào phi thuế; cải thiện yêu cầu về quy tắc xuất xứ; thuận lợi hóa thương mại; đơn giản, hiện đại hóa thủ tục hải quan; hài hòa tiêu chuẩn và chứng nhận sự phù hợp; áp dụng các biện pháp kiểm dịch vệ sinh động thực vật phù hợp.

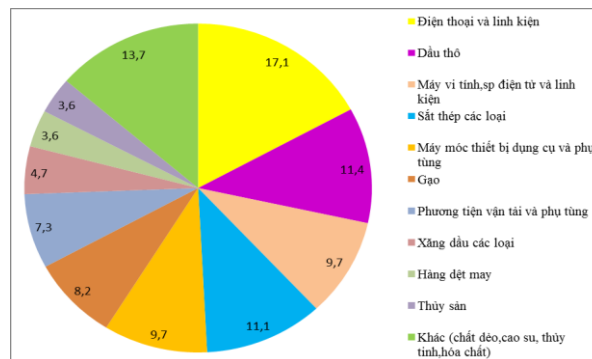
Ngoài ra, Việt Nam tiếp tục có ưu thế khi xuất khẩu sang thị trường Lào và Cambodia thông qua: Bản thỏa thuận ưu đãi thuế suất thuế nhập khẩu với Lào và Bản thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương với Cambodia.

Về hàng hóa xuất khẩu: Năm 2010 là năm bản lề với tiến trình liên kết các thành viên Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)-chuyển sang giai đoạn phát triển mới, hướng tới mục tiêu hình thành Cộng đồng ASEAN (AC) vào năm 2015. Do đó, xuất khẩu của Việt

Nam sang ASEAN từ năm 2005 đến nay cũng chia thành 2 giai đoạn [3].

Trước năm 2010, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường ASEAN chủ lực có dầu thô và gạo, đây là 2 nhóm hàng có nhiều biến động về giá nên kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này chịu ảnh hưởng lớn của giá dầu thô và gạo trên thị trường thế giới. Tổng trị giá xuất khẩu 2 nhóm hàng trên sang thị trường ASEAN chiếm khoảng trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực thị trường này.

Kể từ năm 2010 đến nay, mặt hàng xuất khẩu sang ASEAN rất đa dạng phong phú. Ngoài 2 nhóm hàng truyền thống dầu thô và gạo xuất sang ASEAN thì các doanh nghiệp ở Việt Nam còn phát triển xuất khẩu sản xuất nhiều nhóm hàng như điện thoại các loại & linh kiện; máy vi tính sản phẩm điện tử & linh kiện; sắt thép các loại, máy móc thiết bị dụng cụ & phụ tùng. Ngoài ra, một số sản phẩm xuất khẩu là thế mạnh của doanh nghiệp Việt Nam như hàng dệt may, giày dép, thủy sản, cà phê, cao su cũng đã được đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường ASEAN.



Hình 2. Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường ASEAN năm 2015 (tỷ lệ %)

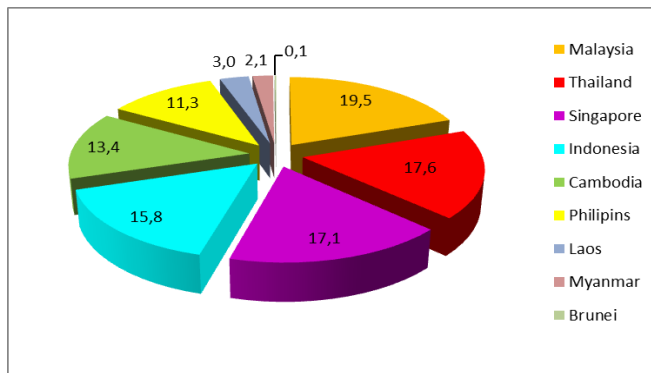
Nguồn: Tổng cục thống kê

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê, hình 2 cho thấy kim ngạch xuất khẩu năm 2015 của Việt Nam sang ASEAN chủ yếu với các mặt hàng truyền thống có thể kể đến như: Hàng dệt may đạt 455 triệu USD (tăng 7,3%), hàng thủy sản đạt 447 triệu USD (tăng 17,4%), cao su đạt 354 triệu USD (giảm 37,7%). Các mặt hàng công nghiệp tăng cao như: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt giá trị xuất khẩu 1.210 triệu USD, máy móc thiết bị và phụ tùng khác đạt giá trị xuất khẩu 1.215 triệu USD, tăng 15,9%, điện thoại các loại và linh kiện đạt 2.138 triệu USD. Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN trong năm 2015 tăng so với năm 2014 có thể kể đến như dầu thô tăng hơn 389,36 triệu USD, máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng tăng 159,82 triệu USD, gạo tăng 344,9 triệu USD. Bên cạnh đó, có một số mặt hàng kim ngạch xuất khẩu lại giảm như điện thoại và linh kiện giảm 1,7 triệu USD, máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện giảm 715 triệu USD, xăng dầu các loại giảm 218,64 triệu USD, cao su giảm 208 triệu USD [3; 6]. Từ cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN những năm qua, có thể thấy hai mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch và tỷ trọng lớn nhất là dầu thô (thường chiếm tỷ

trọng xung quanh mức 40%) sau đó là gạo (chiếm tỷ trọng trên 10%). Như vậy có thể thấy rằng xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN chủ yếu là nông sản, hải sản và khoáng sản thô. Những mặt hàng này tuy hầu hết đều được hưởng thuế nhập khẩu ưu đãi CEPT tại các nước nhập khẩu nhưng do có giá trị thấp, giá cả phụ thuộc vào biến động trên thế giới, nên kim ngạch xuất khẩu không ổn định.

Về thị trường xuất khẩu: Việt Nam có quan hệ giao thương tập trung với 4 thị trường chính là Malaysia, Singapore, Thái Lan và Indonesia. Số liệu thống kê của Tổng cục thống kê năm 2015 (hình 3) cho thấy tổng trị giá hàng hóa trao đổi với 4 đối tác này trong năm 2015 chiếm tới 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với ASEAN. Malaysia là thị trường xuất khẩu lớn nhất của các doanh nghiệp Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu đạt 3.517.071 nghìn USD chiếm khoảng 19,49% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN. Thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 2 là Thái Lan với kim ngạch đạt 3.177.022 nghìn USD chiếm 17,61% và đứng thứ 3 là Singapore chiếm 17,13%, tiếp theo là Indonesia chiếm 15,82%, Cambodia chiếm 13,42%, Philippines chiếm 11,26%, Lào chiếm 3,01%, Myanmar

chiếm 2,12%, cuối cùng là Brunei chiếm 0,14%.



Hình 3. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường ASEAN năm 2015 (%)

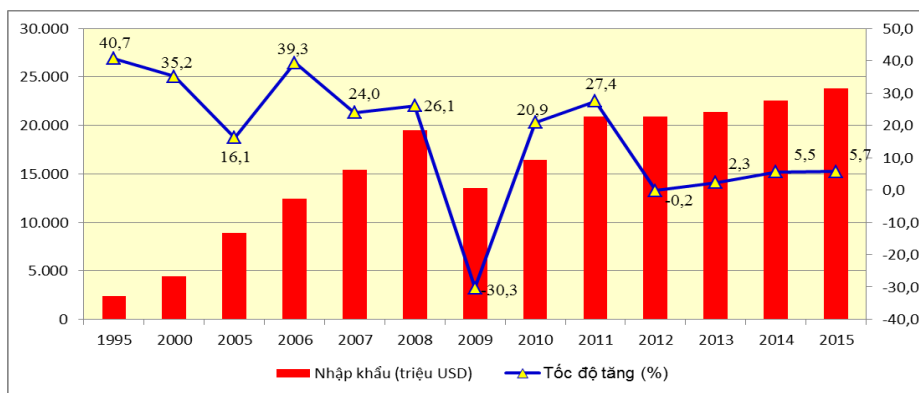
Nguồn: Tổng cục thống kê

Trong quan hệ thương mại với các nước trong khu vực ASEAN, Việt Nam ở vị thế xuất siêu với 5 nước, lớn nhất là với Cambodia, tiếp đến là Philippines, Indonesia, Myanmar, Đông Timo; Việt Nam ở vị thế nhập siêu với 5 nước, lớn nhất là Singapore, tiếp đến là Thái Lan, Lào, Malaysia, Brunei. Ngoài ra, tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường này còn rất lớn khi so với tổng kim ngạch nhập khẩu của từng nước (chỉ bằng 3,5% của Philippines, bằng 2,9% của Indonesia, bằng 1,9% của Malaysia, bằng 1,4% của Thái Lan,...).

cho các doanh nghiệp Việt Nam, chỉ đứng sau Trung Quốc (Tính toán từ số liệu của Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu năm 2015). Năm 2005 kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN đạt trị giá 8,938 tỷ USD. Đến năm 2010 kim ngạch nhập khẩu đạt 16,408 tỷ USD, tăng 83,57% so với năm 2005 và tăng 20,94% so với năm 2009. Đến năm 2015, kim ngạch nhập khẩu đạt 23,827 tỷ USD tăng 1,29 tỷ USD so với năm 2014, tức tăng 5,72%. So với cả nước, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN chiếm 17,72%. (Hình 4-Tính toán từ số liệu của ASEAN STAT).

3.1.2 Tình hình nhập khẩu

Về quy mô nhập khẩu: ASEAN là đối tác thương mại cung cấp nguồn hàng hoá lớn thứ 2



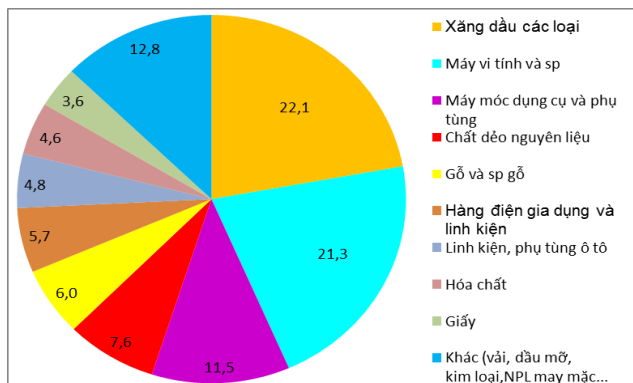
Hình 4. Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ các nước ASEAN trong giai đoạn 1995-2015

Nguồn: ASEAN Statistics, 2016

Về mặt hàng nhập khẩu: Hình 5 cho thấy, trong nhiều năm qua, chiếm tỷ trọng trên 60% kim ngạch nhập khẩu từ ASEAN chủ yếu là những mặt hàng nhập khẩu thiết yếu, nguyên phụ liệu

đầu vào phục vụ sản xuất trong nước như: Xăng dầu các loại; máy móc, thiết bị, dụng cụ & phụ tùng; máy vi tính, sản phẩm điện tử & linh kiện; chất dẻo nguyên liệu; giấy; gỗ & sản

phẩm gỗ; hàng điện gia dụng & linh kiện; linh kiện & phụ tùng ô tô; hóa chất & sản phẩm hóa chất...

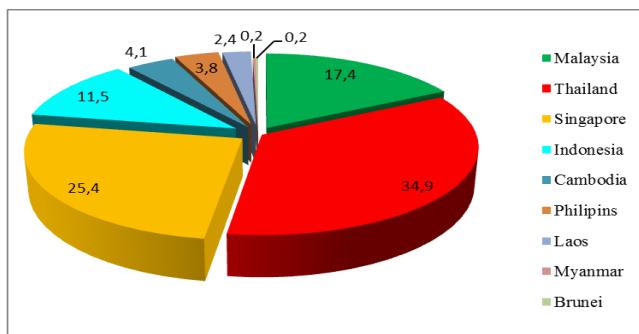


Hình 5. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu chủ lực có xuất xứ từ ASEAN trong năm 2015 (tỷ lệ %)
Nguồn: Tổng cục Thống kê

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê, trong năm 2015 Việt Nam nhập khẩu từ ASEAN chủ yếu các mặt hàng như xăng dầu các loại đạt 3.582,7 triệu USD, tăng 19,3% so với năm 2014, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt giá trị nhập khẩu 3.451 triệu USD, tăng 6,2% so với năm 2014; máy móc thiết bị phụ tùng nhập khẩu đạt 1.857 triệu USD, tăng 11,97% và nhiều các sản phẩm khác như gỗ, chất dẻo, hóa chất, linh kiện ô tô. Trong đó, nhập khẩu tăng mạnh nhất là các mặt hàng xăng dầu các loại, máy móc thiết bị, gỗ và các sản phẩm gỗ, linh kiện phụ tùng ô tô, kim loại, hàng điện gia dụng và linh kiện. Theo cam kết của Việt Nam với AEC, từ ngày 01/01/2015, Việt Nam sẽ cắt giảm thêm 1.720 dòng thuế, từ thuế suất hiện hành 5% xuống 0% theo cam kết ATIGA. Sẽ chỉ còn 7% dòng thuế, tương đương trên 687 mặt hàng được xem là nhạy cảm nhất chưa cắt giảm về 0%.

Như vậy, hầu hết mặt hàng của các nước trong khu vực ASEAN nhập khẩu vào Việt Nam nếu đáp ứng đủ điều kiện xuất xứ theo quy định của ATIGA sẽ được hưởng thuế suất bằng 0%. Điều này làm gia tăng quy mô và tốc độ nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ AEC.

Về thị trường nhập khẩu: Trong những năm vừa qua Thái Lan luôn ở vị trí số 1 và Singapore ở vị trí số 2. Đây là hai đối tác lớn nhất cung cấp hàng hoá cho Việt Nam với tỷ trọng khoảng 60% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN. Theo số liệu của Tổng cục thống kê trong năm 2015, hình 6 cho thấy, kim ngạch nhập từ Thái Lan đứng đầu với giá trị đạt 8.327.685 nghìn USD, chiếm 34,87% tổng kim ngạch nhập khẩu từ ASEAN. Tiếp theo là Singapore đạt 6.071.183 nghìn USD, 25,42%, Malaysia đạt 4.159.060 nghìn USD, chiếm 17,42% và Indonesia đạt 2.754.757 nghìn USD, chiếm 11,54%.



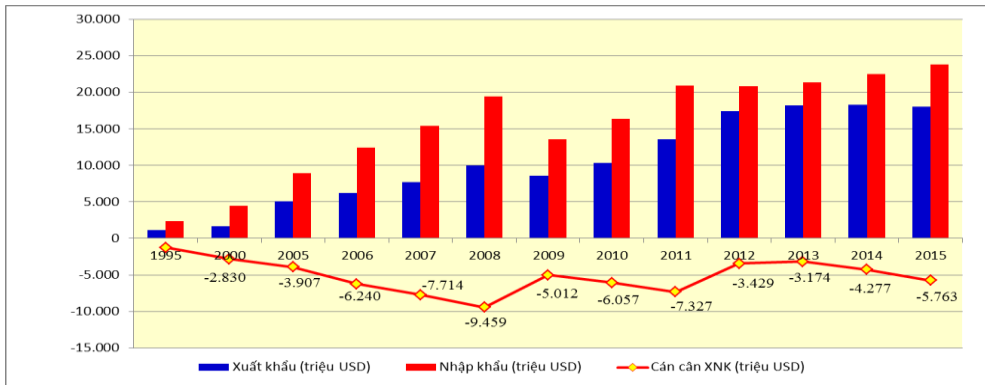
Hình 6. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường ASEAN năm 2015 (%)
Nguồn: Tổng cục Thống kê

Như vậy, trong giai đoạn vừa qua quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và

ASEAN đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận. ASEAN là một trong các đối tác thương

mại quan trọng hàng đầu và là động lực giúp Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế và xuất khẩu trong nhiều năm qua. Năm 2015, thương mại hai chiều ASEAN và Việt Nam đạt 41,91 tỷ USD, tăng 2,6% so với năm 2014 và chiếm khoảng 15% tổng kim ngạch xuất nhập

khẩu của Việt Nam. Hiện Việt Nam là quốc gia đứng thứ 5 về kim ngạch xuất nhập khẩu sang ASEAN, sau Singapore (206,7 tỷ USD); Malaysia (119,1 tỷ USD); Thailand (103,7 tỷ USD) và Indonesia (94,7 tỷ USD) (Hình 7).



Hình 7. Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam – ASEAN giai đoạn 1995-2015

Nguồn: ASEAN Statistics, 2016 và tính toán của tác giả

3.2 Những vấn đề đặt ra đối với hoạt động thương mại hàng hóa giữa Việt Nam với ASEAN

Thứ nhất, do nhập khẩu có quy mô luôn luôn lớn hơn xuất khẩu nên trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và khu vực ASEAN, Việt Nam đã liên tục ở vị thế nhập siêu. Nhập siêu từ khu vực này ở mức khá cao, năm cao nhất đã lên đến trên 7,3 tỷ USD vào năm 2011. Trong năm 2015, do xuất khẩu sang thị trường này thấp hơn nhập khẩu nên nhập siêu đạt 5,764 tỷ USD, tăng so với mức nhập siêu của năm trước 1,487 tỷ USD. Nhìn chung, trong 20 năm qua, Việt Nam luôn nhập siêu trong buôn bán với các nước thành viên ASEAN. Nguyên nhân của tình trạng này có thể kể đến:

Do sự tương đồng về các chủng loại hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với các nước ASEAN, như đồ điện tử, nông sản, dệt may... Khi xuất khẩu vào các thị trường lớn bên ngoài như Mỹ hay EU thì hàng hóa Việt Nam có ưu thế hơn về giá nhân công và các chi phí khác, nên dù có sự tương đồng về chủng loại hàng xuất khẩu thì Việt Nam vẫn có lợi thế hơn. Nhưng khi gia nhập cộng đồng kinh tế chung, thì sự tương đồng này lại trở thành bất lợi cho Việt Nam do nhu cầu nông sản hay dệt may của các nước ASEAN với hàng Việt Nam không lớn, trong khi các mặt hàng như đồ điện tử thì các nước ASEAN có lợi hơn do mức giá rẻ hơn 5-10% so với hàng cùng loại liên doanh trong nước của Việt Nam.

Hàng hóa của Việt Nam rất khó thâm nhập vào thị trường ASEAN. Các nước như Malaysia, Thái

Lan, Singapore hay Brunei có thu nhập đầu người cao, tiêu chuẩn hàng hóa khắt khe, trong khi đó các nước như Philippines, Indonesia, Lào, Cambodia hay Myanmar lại có thu nhập đầu người trung bình và thấp, tiêu chuẩn hàng hóa cũng thấp hơn. Nói cách khác, mức độ phân hóa thị trường lớn khiến cho nhu cầu hàng hóa bị xé lẻ và rất khó để xâm nhập. Điều này khác hoàn toàn với Mỹ hay EU vốn có thị trường có thu nhập đồng đều và sức mua tương đương.

Do Việt Nam tham gia vào Cộng đồng kinh tế ASEAN, tham gia kí kết nhiều FTA với các quốc gia trong khu vực nên hoạt động này đã góp phần đẩy mạnh quy mô trao đổi kinh tế - thương mại giữa Việt Nam và các nước ASEAN và làm cho mức độ đầu tư và nhập khẩu vào Việt Nam từ ASEAN tăng mạnh.

Thứ hai, Thương mại Việt Nam và ASEAN chưa tương xứng với tiềm năng của Việt Nam và các nước ASEAN: Việt Nam nhập khẩu từ thị trường này chủ yếu là những mặt hàng thiết yếu, nguyên phụ liệu đầu vào phục vụ sản xuất trong nước như: Xăng dầu các loại; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; chất dẻo nguyên liệu; giấy với trị giá của bốn nhóm hàng này chiếm hơn 37% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN. Trong khi đó, nhiều sản phẩm xuất khẩu là thế mạnh của các doanh nghiệp Việt Nam như hàng dệt may, giày dép và thủy sản hiện mới chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các nước ASEAN, khoảng 7,4% do đặc điểm của thị trường các nước ASEAN có cơ cấu

hàng hóa xuất khẩu tương đối giống nhau nên hàng hóa của Việt Nam khó có khả năng cạnh tranh trong khu vực. Bên cạnh đó, tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam so với một số nước trong khu vực còn khá thấp. Cụ thể, theo số liệu của Ban thư ký ASEAN năm 2015 kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang ASEAN chỉ bằng 35% của Philippines, bằng 29% của Indonesia, bằng 19% của Malaysia, bằng 14% của Thailand. Điều này cho thấy tiềm năng thương mại của Việt Nam sang các thị trường ASEAN là rất lớn.

Thứ ba, hàng hóa của Việt Nam ngày càng khó có khả năng cạnh tranh với hàng hóa các nước ASEAN. Việt Nam chủ yếu xuất khẩu hàng nông lâm, thủy hải sản sang ASEAN, trong khi đó lại nhập khẩu các hàng hóa, máy móc thiết bị, linh kiện, nguyên phụ liệu từ các quốc gia này. Với việc đẩy mạnh tự do hóa thương mại nội khối, hàng rào thuế quan và phi thuế quan giữa các nước thành viên ASEAN sẽ dần bị xóa bỏ. Kể từ 2015, có thêm 1.720 dòng thuế của Việt Nam được cắt giảm xuống mức thuế suất 0%, số còn lại gồm 687 dòng thuế (chiếm 7% biểu thuế), chủ yếu là các mặt hàng nhạy cảm trong thương mại giữa Việt Nam và ASEAN sẽ xuống 0% vào năm 2018. Với mức giảm thuế sâu như vậy, trong tương lai, hàng hóa của các nước ASEAN sẽ tràn ngập thị trường Việt Nam, dẫn đến hàng hóa của Việt Nam sẽ gặp khó khăn trong việc cạnh tranh với hàng hóa các nước ASEAN và việc cải thiện tình trạng nhập siêu của Việt Nam với các nước ASEAN càng trở nên khó khăn hơn.

4 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

Kể từ năm 1995 đến nay (2015) thương mại giữa Việt Nam với ASEAN đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, ASEAN là một trong những thị trường xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đó thì hoạt động thương mại giữa Việt Nam với ASEAN cũng đang đặt ra nhiều vấn đề, trong đó đáng chú ý là Việt Nam luôn trong tình trạng nhập siêu với ASEAN. Do đó, để nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại giữa Việt Nam với ASEAN, chúng tôi đề xuất một số kiến nghị như sau:

Đối với Nhà nước

Cần thúc đẩy cải cách hành chính tập trung vào tạo thuận lợi thương mại như vận hành thông suốt Cơ chế một cửa quốc gia và tiếp tục kết nối với các nước để hình thành Cơ chế một cửa ASEAN và khắc phục các bất cập trong các lĩnh vực mà Việt Nam đang bị đánh giá thấp so với các nước: Minh

bạch hóa chính sách, thủ tục thuế, hải quan.

Chính phủ cần có sự hỗ trợ đối với doanh nghiệp để giảm thiểu chi phí hoạt động kinh doanh thông qua việc cắt giảm chi phí đầu vào sản xuất và cung ứng dịch vụ với thời gian ngắn nhất.

Nhà nước cần có những hỗ trợ về thông tin qua các hội thảo, đào tạo giới thiệu về thị trường các nước trong ASEAN, giới thiệu những ưu đãi và thuận lợi mà doanh nghiệp Việt Nam được hưởng cũng như những khó khăn mà doanh nghiệp có thể gặp phải nhằm giúp doanh nghiệp định hướng chiến lược phát triển sản phẩm tại các thị trường này.

Chính phủ cần giao cho các bộ ngành liên quan xây dựng cơ chế tạo lập môi trường kinh doanh bình đẳng; Tiến hành điều tra, phân loại, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm, từng ngành hàng dịch vụ, từng doanh nghiệp để xây dựng kế hoạch, biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả và tăng cường khả năng cạnh tranh của một số hàng hóa và dịch vụ trong khu vực; Xúc tiến việc mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam ra thị trường khu vực.

Đối với các doanh nghiệp

Các doanh nghiệp cần linh hoạt, nhạy bén, sớm nhận diện và nắm bắt cơ hội tăng trưởng xuất khẩu, nhanh chóng tận dụng những lợi thế và ưu đãi để xúc tiến xuất khẩu sang các nước ASEAN. Trước mắt, các doanh nghiệp cần nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước trong khu vực ASEAN để trong một vài năm tới các doanh nghiệp Việt Nam sẽ vừa tăng thị phần, vừa giảm nhập siêu và tiến tới từng bước cân bằng cán cân thương mại trong buôn bán với các quốc gia thành viên ASEAN.

Các doanh nghiệp phải chủ động nâng cao sức cạnh tranh, sẵn sàng hội nhập và đổi mới với xu thế mới như tự do hóa đầu tư, thương mại, giảm và xóa bỏ thuế quan, đơn giản hóa các thủ tục, hình thành tiêu chuẩn hàng hóa chung... Các doanh nghiệp cần cải cách quy tắc xuất xứ, đưa ra những điều chỉnh cần thiết để thích ứng với những thay đổi trong quy trình sản xuất toàn cầu, hàng hóa phải đáp ứng được những tiêu chí, quy định về xuất xứ mới được hưởng ưu đãi về thuế quan.

Các doanh nghiệp phải 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.

Các doanh nghiệp cần tăng cường năng lực cập nhật thông tin và xử lý hiệu quả, tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu; các doanh nghiệp cần

nhận thức và đảm bảo các tiêu chuẩn, các hàng rào kỹ thuật nhất là tại các thị trường phát triển, mở rộng thị trường xuất khẩu dựa trên các cam kết và lợi thế so sánh, tham gia sản xuất kinh doanh theo phân khúc, theo mạng, cụm chuỗi.

Các doanh nghiệp cần đồng hành với Chính phủ để nắm thông tin về hội nhập, hiểu biết cơ sở pháp lý và cơ chế giải quyết tranh chấp, tranh luận và thực thi nhằm đảm bảo hợp đồng kinh doanh và quyền lợi của doanh nghiệp./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Hà Văn Hội, “Tham gia cộng đồng kinh tế ASEAN và những tác động đến thương mại quốc tế của Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, tập 29, số 4, tr. 44-53, 2013.

[2] Vũ Thanh Hương, Trần Việt Dung, “Việt Nam với quá trình tự do hóa thương mại dịch vụ hướng tới Cộng đồng kinh tế ASEAN” *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, tập 13, số 3, tr. 474-483, 2015.

[3] Tổng cục Hải quan, “Vài nét sơ lược về hoạt động xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các thành viên Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) giai đoạn 2005-2014 và 11 tháng năm 2015”, 2015.

[4] Nguyễn Thị Hồng Tâm, “Thương mại hàng hóa giữa Việt Nam với các nước ASEAN gần đây: Thực trạng và vấn đề,” *Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế giới*, số 12 (224), tr. 43-48, 2014.

[5] ADB, “The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects,” No. 440, 2013.

[6] Nhân Đàm, “Vi sao nhập siêu của Việt Nam tăng mạnh,” *Motthegioi.vn* Online, <http://motthegioi.vn/kinh-te-c-67/vi-sao-nhap-sieu-cua-viet-nam-tu-asean-tang-manh-41614.html>, truy cập ngày 12/01/2017.

Trade between Vietnam and ASEAN in 1995 - 2015: Current practice and problems

Tran Van Hung

Abstract—The article presents the status of trade activities between Vietnam and ASEAN. Based on secondary data collected from ASEAN’s Statistics and the General Statistics Office of Vietnam, the article aims to highlight the current practice of goods export and import between Vietnam and ASEAN in the period 1995-2015, such as trade turnover, main import/export commodities and trade market

between Vietnam and ASEAN. Results show that Vietnam and ASEAN have made remarkable achievements in the period 1995-2015. However, Vietnam has been experiencing trade deficit with ASEAN. On this basis, the article proposes a number of recommendations to improve the efficiency of trade activities between Vietnam and ASEAN.

Index Terms—ASEAN, situation, trade, the problems posed, Vietnam.