

# QUAN HỆ KINH TẾ VIỆT NAM - LIÊN MINH CHÂU ÂU: THỰC TRẠNG NĂM 2007 VÀ TRIỂN VỌNG NĂM 2008

NGUYỄN SINH CÚC\*

Năm 2007, là năm đánh dấu Liên minh châu Âu (EU) tròn 50 tuổi. Nửa thế kỷ hình thành và phát triển đã đưa EU lớn mạnh dần, với số thành viên ban đầu từ 6 lên 27 như hiện nay. Với sức mạnh tổng hợp của hơn 500 triệu dân, đóng góp tới 28% GDP thế giới, EU là một khu vực kinh tế hùng mạnh và đầy tiềm năng của thế giới. Tốc độ tăng trưởng kinh tế khu vực đồng EURO năm 2007 tăng 2,6% so với năm 2006. Ngày nay, EU được đánh giá là hình mẫu về hoà bình, thịnh vượng trên toàn cầu, có quan hệ kinh tế rộng khắp với các khối và quốc gia trên thế giới. Quan hệ kinh tế Việt Nam với EU có một số điểm mới so với các năm trước. Nhu cầu hàng hoá, dịch vụ của EU cũng tăng thêm cả về thương mại, đầu tư du lịch. Về phía Việt Nam, năm 2007 là năm đầu tiên Việt Nam thực hiện cam kết WTO với tư cách là thành viên chính thức thứ 150. Vị thế mới tạo tiền đề cho Việt Nam mở rộng thị trường buôn bán bình đẳng với các nước thành viên khác của tổ chức này, trong đó có 27 nước thuộc EU, phù hợp với cam kết WTO và luật pháp quốc tế. Do vậy, quan hệ kinh tế giữa Việt Nam với EU tiếp tục được mở rộng cả về phạm vi, số lượng và chất lượng trên tất cả các lĩnh vực đầu tư, thương mại và du lịch.

## 1. Thực trạng quan hệ kinh tế Việt Nam EU trong năm 2007

### 1.1. Đầu tư

Năm 2007 đánh dấu bước phát triển mới trong hoạt động thu hút vốn đầu tư trực tiếp (FDI) của EU vào Việt Nam. Tính đến hết năm 2007, 15/27 thành viên EU có trên 664 dự án đầu tư trực tiếp vào Việt Nam với số vốn đăng ký khoảng trên 12,1 tỷ USD, tăng 40,7% (5,1 tỷ USD) so với năm 2006. Năm 2007, tổng số vốn đăng ký cộng dồn mới của EU vào Việt Nam đạt trên 5,1 tỷ USD, tăng khoảng 20% so năm 2006 và đứng vị trí thứ nhất so với các nước, vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam năm 2007 (vốn đăng ký của Hàn Quốc đạt 4,46 tỷ USD, Xingapo: 2,6 tỷ USD; Đài Loan: 1,73 tỷ USD; Hồng Kông: 238,8 triệu USD; Nhật Bản: 965,1 triệu USD; và Hoa Kỳ: 358,2 triệu USD). Các quốc gia và vùng lãnh thổ của EU có dự án đầu tư lớn là Quần đảo Virgin thuộc Anh đạt 4267,6 triệu USD, tăng gấp 6,8 lần năm 2006 (623 triệu USD); Quần đảo Cay men: 155 triệu USD so với 713 triệu USD năm 2006; tương tự như vậy, Hà Lan 154 triệu USD so với 345,69 triệu USD; Samoa 210 triệu USD so với 155 triệu USD, Pháp 158,4 triệu USD so với 58 triệu USD. Tình hình đầu tư cụ thể của các thành viên EU được thể hiện trong Bảng 1:

\* Nguyễn Sinh Cúc, Phó giáo sư, Tiến sỹ, Hội Thống kê Việt Nam.

**Bảng 1. Đầu tư trực tiếp từ các thành viên EU vào Việt Nam năm 2007**

Nước	Số dự án(dự án)	Vốn đăng ký (nghìn USD)	Vốn điều lệ (nghìn USD)
Ai len	2	3827	1167
Đức	13	49361	21159
Séc	5	13313	9313
Đan Mạch	9	4146	2873
Hà Lan	12	154840	104571
Italia	4	49636	5636
Na Uy	1	3200	1120
Phần Lan	2	17100	5600
Pháp	19	158423	98107
Quần đảo Cay men	6	155152	46775
Quần Đảo Virgin thuộc Anh	56	4267652	1358734
Samoa	16	210600	79370
Síp	1	1504	250
Thụy Điển	4	1340	850
Thụy Sĩ	4	2225	900
Vương quốc Anh	18	47036	29411
Xlovenia	2	4000	2000
<b>Tổng cộng</b>	<b>174</b>	<b>5143355</b>	<b>1767836</b>

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Kết quả này tuy còn nhỏ so với tiềm năng của khu vực (chiếm gần 28% GDP của toàn thế giới) nhưng lại là lớn so với Việt Nam. Các dự án của EU có vốn không lớn như các dự án của Hàn Quốc, Mỹ, Xinggapo và Hồng Kông, nhưng lại tập trung vào các lĩnh vực công nghiệp dầu khí, điện nước, xây dựng kết cấu hạ tầng, chế biến nông sản thực phẩm công nghệ cao như sữa, đồ uống, viễn thông... Đây là những ngành thuộc công nghệ cao, sản phẩm sạch, tận dụng ưu thế về khoa học kỹ thuật, hàm lượng chất xám lớn, có sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới, rất cần cho kinh tế Việt Nam.

Cùng với tăng dự án và vốn đầu tư trực tiếp FDI, các doanh nghiệp EU còn mở rộng hình thức hợp tác liên doanh, liên kết kinh tế trên nhiều lĩnh vực. Năm 2007 nhiều tập đoàn kinh tế lớn, các doanh nghiệp của EU đã mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế với các doanh nghiệp Việt Nam. Điển hình là các tập đoàn vận tải biển và kinh doanh tàu vận tải biển nổi tiếng ở châu Âu như: Đan Mạch, Vương quốc Anh, CHLB Đức, Hà Lan... đã ký kết với Tập đoàn công nghiệp đóng tàu biển Việt Nam (Vinashin) đóng mới các tàu biển chở hàng có công suất lớn từ 53 nghìn tấn đến 104 nghìn tấn, trị giá hàng tỷ

EURO. Hình thức liên kết kinh tế khác như gia công hàng dệt may, sản xuất chế biến sữa, đồ uống rượu, bia, nước giải khát, dược phẩm, dụng cụ y tế, thực phẩm cao cấp, ngân hàng, bảo hiểm... cũng không ngừng mở rộng nhằm tận dụng lợi thế về nguyên liệu và nhân công rẻ của các doanh nghiệp Việt Nam, sử dụng máy móc, thiết bị và công nghệ hiện đại, chuyên gia lành nghề của các doanh nghiệp EU. Các lĩnh vực liên kết giữa EU và Việt Nam trong năm 2007 thuộc giáo dục, đào tạo bậc đại học, trên đại học, đang được triển khai và đạt kết quả khá cao, có nhiều triển vọng.

Cùng với mở rộng quan hệ, đầu tư và hợp tác kinh tế, EU cũng là một trong những nhà tài trợ vốn ODA lớn và viện trợ không hoàn lại cho Việt Nam thông qua nhiều dự án xoá đói giảm nghèo, phát triển nông nghiệp, nông thôn, nước sạch, trồng rừng nguyên liệu, phủ xanh đất trống đồi núi trọc, bảo vệ môi trường sinh thái, nâng cấp cơ sở hạ tầng, miền núi, giáo dục đào tạo, y tế và nhiều chương trình phát triển xã hội khác. Nhiều dự án hỗ trợ thuộc nhiều lĩnh vực kinh tế, xã hội, môi trường của các nước như Đan Mạch (HALIDA), Thụy Điển (SUDA), Pháp, CHLB Đức, Hà Lan. Tổng số vốn ODA của EU dành cho Việt Nam vừa được ký kết (11/2007) cho năm 2008 lên tới trên 1,2 tỷ USD, thứ 2 sau Nhật Bản.

Kết quả của hoạt động các lĩnh vực đầu tư 2007 đã nâng quan hệ kinh tế Việt Nam - EU lên tầm cao mới, góp phần quan trọng vào tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, đồng thời biến EU trở thành đối tác chiến lược của Việt Nam trong giai đoạn mới. Tuy nhiên, so với tiềm năng và thế mạnh của 27 thành viên, những kết quả đó còn khiêm tốn. Vốn FDI đăng ký mới của EU mới chỉ bằng 29,5% tổng vốn FDI đăng ký mới vào Việt Nam cả năm

2007, bằng 116% của Hàn Quốc và gấp 2 lần Xingapo. Cơ cấu vốn FDI cũng không đồng đều, trong đó 82% của Quần đảo Virgin thuộc Anh; 940 triệu USD còn lại thuộc 14 nước thành viên; có tới 12 nước không có dự án đầu tư mới.

### 1.2. Thương mại

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU năm 2007 đạt 8,17 tỷ USD so với mức 7,1 tỷ USD của năm 2006, tăng 1 tỷ USD (15%), nhưng thấp hơn tốc độ tăng 2006 là 20,7% so năm 2005, chiếm trên 90% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang châu Âu. Các nước có kim ngạch xuất khẩu hàng hoá Việt Nam nhiều nhất của EU trong năm 2007 với kim ngạch trên 1 tỷ USD là Vương Quốc Anh và CHLB Đức; trên 600 triệu USD là Cộng hoà Pháp, Hà Lan, Italia, Tây Ban Nha, Bỉ và Hà Lan.

Với tổng kim ngạch nhập khẩu 8,17 tỷ USD, EU trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam trong năm 2007, chỉ đứng sau Mỹ (10,3 tỷ USD), vượt cả Nhật Bản (5,7 tỷ USD), các nước ASEAN (8 tỷ USD) và gấp hơn 2,7 lần Trung Quốc (3,2 tỷ USD). Hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU chủ yếu là dệt may, giày dép, thuỷ sản, cà phê, khoáng sản (than đá) và hàng tiêu dùng sử dụng nhiều lao động như: đồ gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ... với chất lượng, mẫu mã và tiêu chuẩn phù hợp với người tiêu dùng châu Âu.

EU là thị trường nhập khẩu giày dép lớn của Việt Nam trong nhiều năm, đứng thứ 2 sau Hoa Kỳ và được coi là thị trường trọng điểm về mặt hàng này. Tuy nhiên, năm 2007, vị trí đó đã thay đổi, EU vượt lên thứ nhất. Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào thị trường EU đạt 2,1 tỷ USD, tăng 8% so năm 2006 và chiếm 7,2% tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của khu vực này (29 tỷ USD), cao hơn xuất vào thị trường

Hoa Kỳ 1,5 tỷ USD và vượt xa Nhật Bản (115 triệu USD). Đáng lưu ý là giày dép Việt Nam xuất khẩu vào EU có 33 mã hàng giày thể thao và giày mũ da bị áp thuế chống phá giá; còn các chủng loại khác vẫn được hưởng ưu đãi thuế quan của EU. Tuy vậy, xuất khẩu mặt hàng này vào EU vẫn còn nhiều hạn chế như nguyên liệu đầu vào chủ yếu vẫn phải nhập khẩu bên ngoài, khâu tiêu thụ còn phụ thuộc nhiều vào đối tác trong liên doanh, nghiên cứu thị hiếu thị trường, thiết kế mẫu và phát triển sản phẩm mới còn yếu. Vì vậy tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này vào EU năm 2007 đạt 8% là còn thấp xa so với tiềm năng.

Giá trị thuỷ sản xuất khẩu vào EU tiếp tục tăng cao, năm 2007 đạt 920 triệu USD, tăng 27% so năm 2006 và đứng thứ 2 sau Hoa Kỳ (1,1 tỷ USD) và vượt Nhật Bản (700 triệu USD). Các mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu thuỷ sản vào thị trường này chủ yếu là tôm, mực đông lạnh, cá tra, cá ba sa... So với các năm trước, năm 2007 số doanh nghiệp thuỷ sản Việt Nam đủ tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường EU tăng do chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm của hàng hoá tăng.

Hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU năm 2007 đạt 1,5 tỷ USD, chiếm 9% kim ngạch xuất khẩu vào khu vực này và tăng 12% so với năm 2006. EU là thị trường lớn thứ 2 về xuất khẩu dệt may của Việt Nam sau Hoa Kỳ (4,4 tỷ USD), gấp hơn 2 lần Nhật Bản (648 triệu USD) Trong điều kiện phải cạnh tranh gay gắt với hàng dệt may của Trung Quốc - quốc gia có ngành công nghiệp dệt may có khả năng cạnh tranh cao do chủ động được nguyên phụ liệu đầu vào và khả năng đáp ứng nhiều loại phẩm cấp hàng hoá - kết quả đó là đáng ghi nhận.

EU là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu cà phê sang EU năm 2007 đạt 815 triệu USD, chiếm gần 44% kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này cả năm của Việt Nam (1854 triệu USD). Các nước nhập khẩu cà phê Việt Nam nhiều trong EU là Đức, Pháp, Anh, Thụy Điển, Áo...

Sản phẩm gỗ là mặt hàng xuất khẩu sang EU có nhiều tiềm năng do cầu tăng nhanh cả về số lượng và chủng loại. EU là thị trường tiêu thụ đồ gỗ lớn nhất thế giới nên trong năm 2007 các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam đã khai thác tốt thị trường này. Có nhiều doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ (sử dụng) ngoài trời thích hợp với thị trường EU. Kim ngạch xuất khẩu cả năm đạt 600 triệu USD, tăng trên 22% so năm 2006 và chiếm 25,3% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này cả năm nhưng chỉ bằng 50% kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ (1,2 tỷ USD). Đồ gỗ Việt Nam đã xâm nhập vào thị trường hầu hết các nước EU, trong đó những nước nhập khẩu chính là : Anh, Pháp, Đức, Đan Mạch. Mặt hàng đồ gỗ thích hợp đối với thị trường EU là đồ gỗ dùng ngoài trời, khác với thị hiếu đồ gỗ nội thất như thị trường Hoa Kỳ.

Bên cạnh các mặt hàng truyền thống, hàng xuất khẩu sang EU có thêm một số mặt hàng tiêu dùng chất lượng cao, thông qua liên doanh, gia công cho các doanh nghiệp EU và từng bước xây dựng thương hiệu Việt Nam. Điều đáng mừng là cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường EU năm 2007 đã chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng hàng hoá chất lượng cao, thực phẩm sạch, thủ công mỹ nghệ, giảm tỷ trọng hàng chất lượng trung bình, hàng nông sản thô... để phù hợp với thị trường tiêu dùng vốn rất khó tính này.

Sau khi Việt Nam gia nhập WTO, một số rào cản kỹ thuật, các vụ kiện bán phá giá và những qui định bất bình đẳng trước đây được bãi bỏ hoặc hạn chế, tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu hàng hoá sang EU, nhất là đối với mặt hàng gỗ và thuỷ sản. Ngoài ra, nếu năm 2007 Hoa Kỳ vẫn còn có sự đối xử thiếu công bằng bởi chương trình Giám sát hàng dệt may nhập khẩu từ Việt Nam thì tại EU điều này lại không xảy ra như năm 2006. Điều này góp phần quan trọng đẩy nhanh tốc độ xuất khẩu vào thị trường EU năm 2007 và cả những năm tới.

Bên cạnh những tiến bộ đạt được, xuất khẩu sang thị trường EU năm 2007 cũng còn nhiều hạn chế. So với Hoa Kỳ, EU có dân số nhiều gấp hơn 2 lần nhưng kim ngạch xuất khẩu sang EU cả năm đối với hầu hết các mặt hàng đều thấp, thua Hoà Kỳ: Tổng kim ngạch bằng 78,5%, trong đó dệt may bằng 34,0%, thuỷ sản bằng 83,6%, giày dép bằng 50%. Nhiều nước trong EU có quan hệ kinh tế truyền thống với Việt Nam như các nước Đông Âu (Rumani, Bungari, Ba Lan, Hungari), song tốc độ khôi phục thị trường các nước này rất chậm.

*Hàng nhập khẩu từ thị trường EU năm 2007 ước đạt trên 4,1 tỷ USD, tăng gần 1 tỷ USD so năm 2006 (3,12 tỷ USD) và vượt xa năm 2005 (2,65 tỷ USD). Do vậy, xuất siêu của Việt Nam sang thị trường này cả năm lên tới 5,7 tỷ USD, tăng 1,7 tỷ USD so năm 2006 (4,0 tỷ USD). Kim ngạch nhập khẩu từ EU năm 2007 vào Việt Nam chỉ chiếm 6,8% tổng kim ngạch nhập khẩu cả nước (60,8 tỷ USD) và thấp hơn tỷ lệ này của năm 2006 (7%), bằng 33% của khối ASEAN - (12 tỷ USD). Các mặt hàng nhập khẩu từ EU chủ yếu là máy móc - thiết bị công nghệ hiện đại, kỹ thuật tiên tiến gắn với việc chuyển giao công nghệ đặc biệt về công nghệ thông tin và công nghệ sinh học. Ngoài ra, hàng nhập*

*khẩu từ EU năm 2007 còn một số hoá chất, nguyên liệu như bột mì, sữa bột, dầu mỡ động thực vật, thức ăn gia súc, phân bón, phụ liệu dệt may cần thiết cho công nghiệp hoá chất, công nghiệp dệt may, chế biến thực phẩm chất lượng cao của Việt Nam. Riêng lúa mì nhập khẩu cả năm lên tới 1280 nghìn tấn, tăng 2,8%; kim ngạch 370 triệu USD, tăng 64,3% so năm 2006, chủ yếu từ EU, hoá chất 1,44 tỷ USD, tăng 39%.*

*Một cách tổng quát, tổng kim ngạch trao đổi thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU năm 2007 đã lên tới trên 12,27 tỷ USD, tăng 2 tỷ USD so năm 2006 và tăng 4 tỷ USD so năm 2005. Mức xuất siêu của Việt Nam vào thị trường EU năm 2007 lên tới trên 4 tỷ USD, là mức cao nhất trong những năm gần đây. Đây là kết quả đáng ghi nhận, đạt được trong bối cảnh có nhiều khó khăn do hàng hoá nhiều nước châu Á có sức cạnh tranh cao nhập khẩu vào thị trường EU (như hàng dệt may, mỹ nghệ, thuỷ sản, giày dép, đồ gỗ của Trung Quốc, Thái Lan, Hồng Kông, Băng-la-đet... ngày càng tăng. Tuy nhiên, so với tiềm năng và thế mạnh đã được tạo ra, nguồn lực sản xuất trong nước dồi dào, quan hệ chính trị thuận lợi, thì những kết quả đạt được còn khiêm tốn.*

**1.3. Du lịch**

Năm 2007 đánh dấu bước phát triển mới trong quan hệ du lịch giữa Việt Nam và EU. Số lượt khách du lịch các nước thuộc EU đến Việt Nam tăng nhanh. Tổng số lượt khách du lịch từ EU đến Việt Nam đạt trên 600 triệu lượt, tăng 20% so năm 2006, chiếm 14,2% tổng lượt khách du lịch đến Việt Nam, nhưng cao hơn tốc độ tăng khách du lịch đến từ Hoa Kỳ (tăng 5,9%). Các nước có khách du lịch tăng nhanh là Anh (tăng 27,5%); Bỉ (tăng 32,5%); CHLB Đức (tăng 32,7%); Italia (tăng 43%); CH Pháp (tăng 38,9%);

Tây Ban Nha (tăng 34,9%); Thụy Điển (tăng 25%); Thụy Sĩ (tăng 27%)... Thị trường du lịch Việt Nam ngày càng hấp dẫn khách du lịch các nước EU nhờ chất lượng du lịch có tiến bộ, hoạt động quảng bá du lịch sang châu Âu nói chung được Nhà nước và các doanh nghiệp quan tâm và tình hình chính trị - xã hội ổn định.

Kết quả đạt được tuy có cao hơn năm 2006 nhưng quy số lượng, khách EU đến Việt Nam năm 2007 còn quá khiêm tốn, chỉ bằng 14,2% tổng lượt khách quốc tế. Nước có lượt khách đến Việt Nam nhiều nhất là Pháp cũng chỉ có 183,7 nghìn lượt người. Bên cạnh một số nước có khách du lịch tăng khá cao vẫn còn một số tăng chậm, thậm chí giảm như Na Uy (giảm 7,2%).

Những chuyển biến tích cực trong quan hệ đầu tư, hợp tác kinh tế, thương mại và du lịch giữa Việt Nam - EU trong năm 2007 là kết quả của nhiều nhân tố khách quan và chủ quan, trong đó quan trọng nhất là xuất phát từ hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư của cả Việt Nam và EU phù hợp với bối cảnh mới.

*Về phía Việt Nam*, Chính phủ Việt Nam luôn đánh giá cao vai trò của EU trong chiến lược phát triển kinh tế. Năm qua, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng đã dẫn đầu đoàn đại biểu cấp cao thăm EU và một số nước thành viên, ký kết nhiều hiệp định kinh tế quan trọng về thương mại và đầu tư thông qua các tập đoàn kinh tế lớn. Chính phủ đã giao cho các bộ ngành hữu quan chủ động đề xuất và thực hiện các giải pháp đồng bộ để thúc đẩy quan hệ kinh tế với EU lên tầm chiến lược. Với tư cách là thành viên WTO, Việt Nam cam kết không phân biệt đối xử với các công ty của EU và thực hiện một số biện pháp mở cửa thị trường trong các lĩnh vực mà doanh nghiệp EU quan tâm, kể cả những lĩnh vực nhạy cảm như tài chính, chứng khoán, ngân hàng, bảo hiểm.

*Về phía EU*, trong những năm qua, nhất là năm 2007 đã có nhiều nhà lãnh đạo cấp cao của các nước EU và lãnh đạo EC đã đến Việt Nam cùng hàng trăm nhà doanh nghiệp tìm hiểu thị trường và cơ hội đầu tư, thương mại, du lịch. Sự kiện quan trọng nhất trong năm là Chủ tịch Ủy ban Châu Âu (EC) H.M. Ba-rô-sô thăm chính thức Việt Nam. Qua chuyến thăm này các nhà lãnh đạo EU và Việt Nam đã chính thức khởi động đàm phán Hiệp định về đối tác và hợp tác (PCA) Việt Nam - EU nhằm đưa quan hệ kinh tế giữa hai bên lên tầm cao mới theo phương châm: *Quan hệ đối tác bình đẳng, hợp tác toàn diện, lâu dài và tin cậy vì hoà bình và phát triển.*

## 2. Triển vọng năm 2008

Năm 2008, kinh tế Việt Nam được nhiều nước trên thế giới đánh giá cao về khả năng thu hút vốn FDI và xuất khẩu sau khi trở thành thành viên chính thức của WTO. Ngay từ đầu năm 2008, tại Hội nghị với chủ đề "*Việt Nam - ngôi sao đang lên của Châu Á*" ở Hà Nội, nhiều tập đoàn kinh tế lớn của EU đã có mặt để tìm hiểu thị trường đầu tư, kinh doanh, du lịch với các đối tác Việt Nam. Đáng chú ý nhất là đoàn doanh nghiệp của Vương quốc Anh đại diện cho 14 tập đoàn kinh tế lớn do Ngài Mark Kent, Đại sứ Vương quốc Anh tại Việt Nam dẫn đầu dự hội nghị đã đánh giá cao môi trường đầu tư hấp dẫn của Việt Nam và khẳng định sẽ đầu tư lâu dài tại Việt Nam. Các tập đoàn cũng đã đề đạt nguyện vọng với Thủ tướng Chính phủ Việt Nam được mở thêm chi nhánh, văn phòng đại diện và tăng vốn đầu tư. Cùng với Anh, các nước khác của EU chắc chắn cũng có nhiều bước tiến mới về thương mại và đầu tư vào Việt Nam như Đức, Pháp, Hà Lan, Đan Mạch, Cộng hòa Sec, Rumania... Thế và lực của cả 2 phía đối tác chiến lược đều tăng lên đáng kể, quan hệ kinh tế được hoàn

thiện theo nguyên tắc bình đẳng, cùng có lợi. Quan hệ chính trị, ngoại giao được củng cố, mở rộng khi Việt Nam là thành viên không thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hợp quốc. Do vậy, triển vọng quan hệ kinh tế Việt Nam - EU sẽ có bước phát triển mới cả về lượng và chất. Dự báo, năm 2008, tốc độ tăng trưởng thương mại hai chiều giữa Việt Nam - EU sẽ đạt khoảng 25% và đầu tư của EU vào Việt Nam sẽ tăng trên 33% so với năm 2007.

Với triển vọng đó, dự báo một số chỉ tiêu chủ yếu trong quan hệ kinh tế Việt Nam - EU năm 2008, sẽ như sau:

- *Kim ngạch xuất khẩu* Việt Nam sang EU đạt khoảng 10,5 tỷ USD, tăng 23,6% so năm 2007, trong đó:

+ Hàng giày dép đạt khoảng 2,8 tỷ USD, tăng 27%. Tốc độ này có thể đạt được vì thị trường EU còn lớn, trong khi nhiều chủng loại giày dép Việt Nam vẫn được hưởng ưu đãi thuế quan của EU và không bị hạn chế về số lượng.

+ Hàng dệt may đạt 1,65 tỷ USD, tăng 13,8%. Năm 2008, EU bãi bỏ hạn ngạch dệt may với Trung Quốc, nên hàng dệt may của Việt Nam sang EU phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt với hàng Trung Quốc. Dự báo tốc độ tăng kim ngạch như trên là có cơ sở.

+ Mặt hàng cà phê dự báo chỉ đạt mức xuất khẩu năm 2007 do sản lượng cà phê sản xuất trong nước năm 2007 giảm, giá thế giới đã đứng ở mức cao.

+ Hàng thủy sản đạt khoảng 1,15 tỷ USD, tăng 25% do nhiều doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đạt tiêu chuẩn vào thị trường EU và nguồn cung trong nước tăng, trong đó sản lượng thủy sản sản xuất năm 2007 đạt trên 4,1 triệu tấn, tăng 11,5%, chủ yếu tăng sản lượng nuôi trồng đạt trên 2 triệu tấn tăng 23,1% so năm 2006.

+ *Đồ gỗ* đạt khoảng 820 triệu USD, tăng 30% do một số doanh nghiệp chuyển sang sản xuất đồ gỗ nội thất xuất sang thị trường Hoa Kỳ.

Bên cạnh các mặt hàng chủ lực trên, năm 2008, thị trường EU còn có khả năng nhập khẩu từ Việt Nam một số mặt hàng mới như sản phẩm cơ khí, chế tạo (gia công), linh kiện điện tử và máy vi tính.

- *Kim ngạch nhập khẩu* từ EU tăng khoảng 40%, trong đó chủ yếu là máy móc thiết bị hiện đại, nguyên liệu, phụ liệu, vật liệu phục vụ sản xuất công nghiệp trong nước.

- *Khách du lịch* đến Việt Nam từ EU đạt khoảng 800 lượt khách, tăng 33% so năm 2007.

- *Vốn FDI* từ EU vào Việt Nam năm 2008 đạt khoảng 6,3 tỷ USD, tăng 1,1 tỷ USD (21,1%) so năm 2007. Triển vọng nguồn vốn FDI đầu tư mới tiếp tục tăng nhanh ở các nước Anh, Quần đảo Virgin thuộc Anh, Pháp, Liên bang Đức và các nước Đông Âu mới gia nhập EU. □

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo cáo của Bộ Thương mại về xuất nhập khẩu năm 2007.
- Báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về Đầu tư trực tiếp nước ngoài năm 2007.
- Báo cáo của Tổng cục Thống kê về tình hình kinh tế - xã hội năm 2007.
- Các tài liệu Hội nghị cấp cao APEC 14 tại Hà Nội 2006.
- Các cam kết của Việt Nam vào WTO (Bộ Thương mại, năm 2006).
- Hiệp định về tiếp cận thị trường song phương Việt Nam - EU, tháng 12-2004.
- *Quyết định số 143/2005/QĐ-TTg* về Đề án Tổng thể quan hệ Việt Nam - EU và chương trình hành động của Chính phủ về quan hệ Việt Nam - EU đến năm 2010.