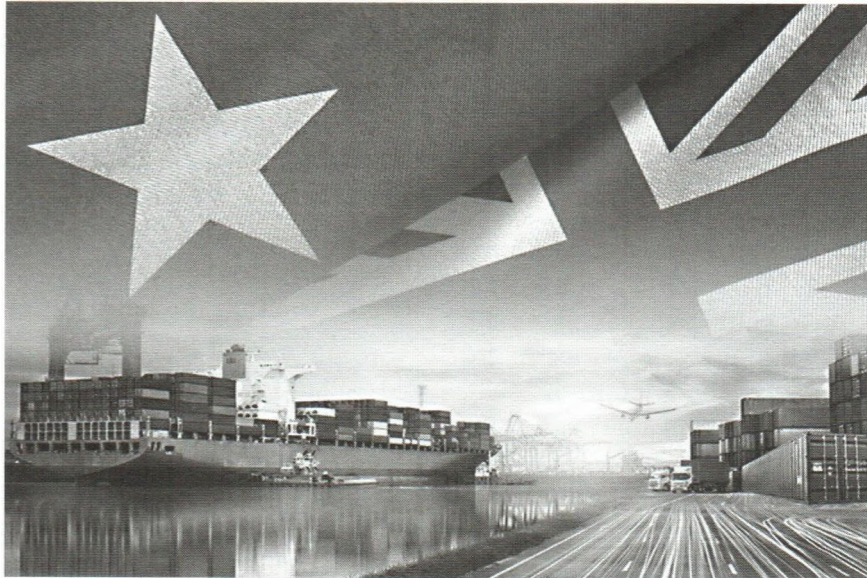


Tối đa hóa những lợi ích của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh



Thúc đẩy tăng trưởng thương mại theo hướng cân bằng

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh có hiệu lực từ ngày 01/5/2021 đã tạo ra những lan tỏa mạnh mẽ, không chỉ ở thương mại mà cả thu hút đầu tư từ Anh vào Việt Nam và ngược lại. Bất chấp chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy bởi dịch Covid-19, giao thương giữa Việt Nam - Vương quốc Anh vẫn ghi nhận nhiều kết quả tích cực. Cụ thể, sau 1 năm UKVFTA đi vào thực thi, kim ngạch thương mại hai chiều Việt - Anh đạt 6,6 tỷ USD trong năm 2021, tăng 17% so với cùng kỳ. Trong đó Việt Nam xuất khẩu sang Vương quốc Anh tăng hơn 16%, là mức tăng tương đối lớn so với những thị trường khác, còn Anh xuất sang Việt Nam tăng 24%. UKVFTA thực sự là “con đường cao tốc” hai chiều giúp thúc đẩy trao đổi thương mại song phương theo hướng ngày càng cân bằng hơn.

Bà Nguyễn Thu Trang, Giám đốc Trung tâm WTO và Hội nhập nhận định, xuất khẩu sang thị trường Anh tăng hơn 16% không phải là cao bởi trung bình tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới là 19%. Tuy nhiên, nếu không có UKVFTA, Việt Nam sẽ khó đạt được mức tăng trưởng đó. Cụ thể, xuất khẩu sang Anh đạt trên 5 tỷ USD, trong đó có nhiều nhóm mặt hàng tăng trưởng cao. Dẫn đầu tốc độ tăng trưởng lần lượt là: sắt thép (tăng 1.183%); cao su (82,3%); nông sản (70,8%); sản phẩm mây, tre, cói và thảm (60,3%); hạt tiêu (48%); phương tiện vận tải và phụ tùng (35,3%); gốm sứ (35,2%); máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (21%).

Việc thực thi UKVFTA với 94% trong tổng số 547 dòng thuế các sản phẩm nông nghiệp được dỡ bỏ đã mang lại lợi thế cạnh tranh vượt trội tại thị trường Anh cho nhiều sản phẩm của Việt Nam. Như với việc xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu

 Thu Nguyễn

Mặc dù Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) khởi đầu thực thi trong bối cảnh khó khăn do dịch Covid-19 nhưng trao đổi thương mại Việt Nam - Vương quốc Anh trong năm 2021 vẫn đạt 6,6 tỷ USD, tăng 17% so với cùng kỳ năm 2021. Mức tăng trưởng này đã giúp kim ngạch thương mại hai nước quay lại mức năm 2019, trước khi bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

cho mặt hàng rau quả từ ngày 01/01/2021, xuất khẩu rau quả Việt Nam sang Anh trong năm 2021 tăng 67% so với năm 2020 lên hơn 19,35 triệu USD, trong khi các mặt hàng nông sản các loại tăng 16% lên hơn 230,4 triệu USD. Lần đầu tiên đặc sản hoa quả nhiệt đới và hàng nông sản thực phẩm Việt Nam đã có mặt tại các chuỗi siêu thị lớn cao cấp và trung lưu của Anh như Whole Food, Marks and Spencer (M&S), Waitrose, TESCO, Sainsbury's.... Trước đó, chỉ một số ít mặt hàng nông sản Việt Nam (như hạt điều, cà phê, hạt tiêu) được bán tại các siêu thị Anh, trong khi gạo, hoa quả và các nông sản thực phẩm khác chủ yếu được bày bán tại các siêu thị nhỏ lẻ phục vụ cộng đồng người Việt và một phần

cộng đồng người gốc Á chứ chưa thâm nhập được vào các chuỗi siêu thị lớn tại Anh.

Ở chiều ngược lại, mức tăng trưởng xuất khẩu của Vương quốc Anh vào Việt Nam trong năm đầu tiên UKVFTA có hiệu lực cũng là mức tăng mạnh so với các thị trường khác với trị giá đạt gần 900 triệu USD, tăng 24,1% so với cùng kỳ năm 2020. Các mặt hàng hai nước dự tính thúc đẩy quan hệ thương mại trong suốt quá trình đàm phán thực sự đã có tăng trưởng cao, điển hình như xuất khẩu được phẩm từ Vương quốc Anh vào Việt Nam. Bên cạnh đó, UKVFTA cũng đã mở ra cánh cửa cho các nhà đầu tư đến từ Anh quốc. Trong năm 2021, đã có 48 dự án đầu tư trực tiếp từ Vương quốc Anh vào Việt Nam được cấp mới với số vốn đăng ký cấp mới đạt hơn 53 triệu USD, tăng trưởng 157% so với cùng kỳ, duy trì mức đầu tư trực tiếp của Vương quốc Anh vào Việt Nam ở mức 4 tỷ USD. Hiện nay, Vương quốc Anh đang nằm trong nhóm 12 nước có vốn đầu tư trực tiếp lớn nhất tại Việt Nam.

Dư địa khai thác còn rất lớn

Dư địa để hai nước khai thác tiềm năng của UKVFTA còn rất lớn. Hiện tại, Anh là đối tác thương mại lớn thứ chín của Việt Nam, song thị phần của Việt Nam tại thị trường này còn khá khiêm tốn, chỉ chiếm hơn 1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Anh. Đơn cử như về xuất khẩu gạo, đây là mặt hàng có tiềm năng lớn tại thị trường Anh nhưng hiện chưa được khai thác triệt để. Trong cả năm 2021, Việt Nam chỉ xuất khẩu được 5.000 tấn gạo thơm sang Anh, thấp hơn rất nhiều so với nhu cầu của nhà nhập khẩu Anh và khả năng của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh thực sự là “cú hích” cho các doanh nghiệp Việt tại Anh cũng như trong nước. Trong bối cảnh sau Brexit, Chính phủ Anh đang mở cửa nhằm tạo các cơ hội hợp tác, giao thương với các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam, một đối tác chiến lược của Anh tại Đông Nam Á. Đặc biệt nhu cầu hàng tiêu dùng tại Anh gia tăng và Chính phủ nước này dỡ bỏ mọi quy định hạn chế đi lại quốc tế từ ngày 18/3/2022. Nhiều sản phẩm có lợi thế cạnh tranh vượt trội tại thị trường Anh so với sản phẩm cùng loại của Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Indonesia và nhiều nước khác khi những nước này chưa có hiệp định thương mại tự do (FTA) với Anh. Bên cạnh đó, Anh là quốc gia có nhiều công nghệ nguồn, với hàng hóa chất lượng cao.

Trương tự, nhờ sự ưu đãi của UKVFTA dành cho các nhà đầu tư Vương quốc Anh tại Việt Nam, các cơ hội luôn sẵn có trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Đơn cử như về giáo dục, Vương quốc Anh là một trong những nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất trong ngành giáo dục của Việt Nam. Tầng lớp trung lưu ngày càng tăng ở Việt Nam thích giáo dục tư thực hơn các trường công lập, tạo ra một thị trường rộng lớn cho các cơ sở tư nhân, trung tâm đào tạo tiếng Anh và trường dạy nghề. Ngoài ra, lĩnh vực năng lượng tái tạo ở Việt Nam tiếp tục mở rộng nhanh chóng và mang lại cơ hội lớn cho các nhà đầu tư Vương quốc Anh.

Doanh nghiệp cần chủ động nắm bắt cơ hội

Năm 2022, thương mại hai nước được nhận định có nhiều triển vọng hơn khi tận dụng được các cơ hội to lớn từ FTA song

phương, tạo chuyên biến về lớn hợp tác đầu tư trong nhiều lĩnh vực. UKVFTA được các doanh nghiệp tận dụng bước đầu tương đối tốt, song vẫn chưa được như mong muốn. Khảo sát của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam về các FTA cho thấy, hiểu biết của doanh nghiệp còn tương đối hạn chế, tỷ lệ doanh nghiệp hiểu rõ, hiểu kỹ các cam kết trong FTA chưa tới 20%. Để thúc đẩy hơn nữa quan hệ thương mại hai bên, ông Lương Hoàng Thái, Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại đa biên (Bộ Công Thương) cho biết, tới đây hai bên sẽ họp tổng kết 1 năm thực hiện UKVFTA để đề ra những định hướng mới, điều chỉnh những bất cập như quy tắc xuất xứ, cấp phép hạn ngạch... Do đó, cộng đồng doanh nghiệp hai nước cần quan tâm nhiều hơn tới hiệp định, tăng cường giao lưu, thúc đẩy xúc tiến thương mại - đầu tư nhằm thúc đẩy quan hệ hai bên trong thời gian tới để phát huy tiềm năng, lợi thế của hai nước. Các doanh nghiệp cũng cần nỗ lực tìm hiểu thông tin thị trường, nhu cầu người dùng để có những bước đột phá lớn.

Bên cạnh đó, UKVFTA có nhiều yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật chất lượng rất cao. Nói cách khác, Anh mở cửa hơn với hàng Việt nhưng chỉ là hàng chất lượng cao, đáp ứng các yêu cầu về xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, môi trường... Đơn cử như gạo, chỉ một số nhóm gạo chất lượng cao của Việt Nam mới nằm trong danh sách được hưởng thuế 0%. Đồng thời, để có thể thâm nhập và thành công vào thị trường Anh, ngoài vấn đề chất lượng và giá cả cạnh tranh, các công ty Việt Nam cần chú ý đến uy tín trong kinh doanh như minh bạch thông tin, có website đáng tin

(Xem tiếp trang 37)

Kết quả lạc quan

Với những dấu hiệu tích cực từ các chính quyền và người dân, hoạt động du lịch năm 2022 được dự báo phục hồi. Theo Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới (WTTC), doanh thu du lịch trong năm 2022 sẽ đạt khoảng 8.600 tỷ USD, gần bằng với 9.200 tỷ USD của thời điểm trước khi xảy ra dịch Covid-19. Đồng thời, ngành du lịch cũng sẽ phục vụ 330 triệu lượt khách, qua đó tạo thêm 58 việc làm trên phạm vi toàn cầu.

Các hãng du lịch cũng đã bắt đầu thực hiện tái hoạt động trở lại, tập trung vào đầu tư cho hạ tầng mới và các chiến dịch tiếp thị. Công ty Xúc tiến du lịch thành phố New York - NYC&Company (Hoa Kỳ) dự định sẽ quảng bá tại 12 thị trường quốc tế trong

những tháng tới và mở cửa lại 14 văn phòng. Công ty du lịch Visit Britain (Anh) cũng đã khởi động chiến dịch tiếp thị toàn cầu với việc đầu tư hơn 13 triệu USD để quảng bá hướng đến khách hàng ở Hoa Kỳ và châu Âu.

Không chỉ các hãng du lịch, một số chính phủ cũng có những quyết định tích cực nhằm sớm phục hồi ngành du lịch. Chính phủ Thái Lan dự định sẽ thảo luận với Trung Quốc, Malaysia và các nước láng giềng để mở bong bóng du lịch an toàn. Trong khi đó, Chính phủ Indonesia cho biết, từ ngày 04/02/2022, nước này sẽ rút ngắn thời gian cách ly bắt buộc với người nhập cảnh đã tiêm vắc-xin từ 7 ngày xuống còn 5 ngày nhằm thúc đẩy du lịch quốc tế, đặc biệt là tại đảo Bali

Tối đa hóa... (Tiếp theo trang 7)

cây, có lịch sử kinh doanh tốt với các doanh nghiệp có uy tín và có hợp đồng rõ ràng, tôn trọng mọi điều khoản trong hợp đồng. Bên cạnh đó, vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cũng cần được coi trọng. Người tiêu dùng Anh đặc biệt quan tâm đến các vấn đề xã hội như lạm dụng lao động trẻ em; hợp đồng lao động hay điều kiện làm việc không thỏa đáng; hoạt động doanh nghiệp gây phát thải cao... Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam phải chứng tỏ có trách nhiệm và đóng góp để xây dựng xã hội tốt hơn.

Mặc dù hành lang pháp lý thực hiện UKVFTA đã dần được hoàn thiện thông qua Nghị định số 9/2022/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 95/2020/NĐ-CP ngày 24/8/2020 hướng dẫn thực hiện về đấu thầu mua sắm theo các FTA. Tuy nhiên, trong thời gian tới, Nhà nước cần khẩn trương

triển khai kịp thời, hiệu quả các gói phục hồi phát triển kinh tế giúp sức khỏe doanh nghiệp mạnh trở lại. Cùng với đó, các biện pháp cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh cũng là những điều kiện nền tảng tiên quyết giúp việc thực hiện UKVFTA trở nên hiệu quả. Bộ Công Thương cho rằng, doanh nghiệp Việt Nam phải tổ chức sản xuất theo tiêu chuẩn Anh, châu Âu, đồng thời tích cực chủ động xây dựng và phát triển quan hệ bạn hàng với các Tập đoàn phân phối lớn như Tesco, Sainburry, Whole Foods, Waitrose, Mark & Spencers, Liddle, Cosco, Aldi, Strada, Westmill. Đặc biệt, doanh nghiệp Việt cần chủ động được công nghệ bảo quản và vận chuyển nông sản bằng đường biển; sử dụng tốt chính sách tín dụng ưu đãi và dịch vụ đánh giá, xác minh tín nhiệm khách hàng của các ngân hàng Anh

TIN QUỐC TẾ

Nhu cầu dầu mỏ của thế giới giảm trong năm 2022

Cơ quan Năng lượng quốc tế (IEA) hạ dự báo nhu cầu dầu mỏ trong năm 2022 trung bình ở mức 99,4 triệu thùng/ngày. Nguyên nhân là do các biện pháp phong tỏa nghiêm ngặt để phòng chống dịch bệnh Covid-19 tại Trung Quốc, quốc gia nhập khẩu dầu thô nhiều nhất thế giới. Nguồn cung dầu mỏ từ Nga dự kiến tiếp tục giảm thêm 1,5 triệu thùng/ngày trong tháng 4/2022 do xung đột tại Ukraine. Tuy nhiên, việc nhóm Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ và các đối tác (OPEC+) tăng sản lượng, đồng thời Hoa Kỳ và một số thành viên khác của IEA xả kho dự trữ sẽ giúp ngăn sản lượng dầu giảm mạnh.

Moody's duy trì triển vọng ổn định với hệ thống ngân hàng ở Mỹ La-tinh

Theo Hãng xếp hạng tín nhiệm Moody's, các hệ thống ngân hàng của Argentina, Brazil, Colombia, Panama, Paraguay, Peru và Uruguay sẽ tiếp tục duy trì triển vọng ổn định, trong khi đó, hệ thống tài chính của khu vực Trung Mỹ và Caribe, cũng như Chile được điều chỉnh từ tiêu cực sang ổn định. Lợi nhuận của các ngân hàng Mỹ La-tinh sẽ tiếp tục phục hồi và được hưởng lợi từ lãi suất cao hơn và khối lượng kinh doanh tăng trưởng trong năm 2022. Hệ thống ngân hàng của Mexico là trường hợp duy nhất bị xếp vào triển vọng tín nhiệm tiêu cực do dự báo tăng trưởng kinh tế yếu hơn so với trước đó, làm cho Chính phủ nước này gặp khó khăn trong việc cung cấp thêm hỗ trợ tài chính cho các ngân hàng