Quan hệ thương mại Việt Nam - Hàn Quốc trong bối cảnh Hàn Quốc triển khai thực hiện chính sách hướng Nam mới

TS. BÙI HỒNG CƯỜNG
Trường ĐH Kinh tế - ĐHQGHN

● NGÀY NHẬN BÀI: 02/3/2023 ● NGÀY CHUYỂN PHẢN BIỆN: 06/3/2023
● NGÀY CHẤP NHẬN PHẢN BIỆN: 25/3/2023 ● NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 04/4/2023

Tóm tắt: Chính sách hướng Nam mới (New Southern Policy - NSP) là sáng kiến ngoại giao cốt lõi của Hàn Quốc nhằm tạo ra thịnh vượng và hòa bình thông qua hợp tác toàn diện với các quốc gia thành viên ASEAN và Ấn Độ. Trong đó, quan hệ Hàn Quốc - Việt Nam là hình mẫu thành công lý tưởng nhất mà NSP của Chính phủ Hàn Quốc, cũng như mối quan hệ hợp tác Hàn Quốc - ASEAN và Hàn Quốc - Mê Kông hướng tới. Đặc biệt, từ năm 2020, Việt Nam là nước điều phối hợp tác giữa Hàn Quốc và các nước sông Mê Kông. Do đó, Việt Nam có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy Hàn Quốc thực hiện NSP và có thể trở thành đối tác thành công ở khu vực này, từ đó giúp nâng cao hơn nữa quan hệ hợp tác chiến lược Hàn Quốc - Việt Nam. Bài viết phân tích chính sách hướng Nam mới của Hàn Quốc và quan hệ thương thương mại giữa hai nước, đồng thời đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy mối quan hệ thương mại giữa hai nước.

Từ khóa: *Chính sách hướng Nam mới; Quan hệ thương mại, Việt Nam; Hàn Quốc*.

1. KHÁI QUÁT VỀ CHÍNH SÁCH HƯỚNG NAM MỚI CỦA HÀN QUỐC

1.1. Bối cảnh ra đời Chính sách hướng Nam mới

Ngay sau khi nhậm chức vào tháng 5 năm 2017, Tổng thống Moon Jae-in đã tuyên bố NSP nhằm nâng cao quan hệ với ASEAN và Ấn Độ lên mức tương đương quan hệ với bốn cường quốc là Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản và Nga; phái Đặc phái viên tới một số nước ASEAN như Philippines, Indonesia và Việt Nam. Đây là một cột mốc lịch sử đánh dấu lần đầu tiên Hàn Quốc cử Đặc phái viên của Tổng thống tới các quốc gia ngoài bốn cường quốc là Mỹ, Trung, Nga và Nhật. Điều này thực sự đánh dấu khởi đầu mới cho quan hệ ASEAN - Hàn Quốc. Vào tháng 11 năm 2017, Tổng thống Moon Jae-in tuyên bố ra mắt NSP và công bố tầm nhìn "Cộng đồng tương lai ASEAN - Hàn Quốc" nhân chuyến thăm Indonesia

và Philippines. NSP, theo các nguyên tắc cốt lõi gồm 3 trụ cột chính - 3P: 1) một "cộng đồng mọi người", nơi mọi người kết nối; 2) một "cộng đồng thịnh vượng" phát triển mạnh mẽ thông qua hợp tác kinh tế có đi có lại; 3) một "cộng đồng hòa bình" đóng góp vì hòa bình ở châu Á thông qua hợp tác an ninh. Hàn Quốc đã và đang phát triển mối quan hệ đôi bên cùng có lợi với ASEAN trong các lĩnh vực khác nhau kể từ khi thiết lập quan hệ đối tác đối thoại năm 1989. NSP đã được công bố trong quá trình phát triển quan hệ này, có tính đến tầm quan trọng chiến lược ngày càng tăng của ASEAN, đa dạng hóa các chính sách đối ngoại của Hàn Quốc, đánh giá và phản ánh các chính sách trong quá khứ của ASEAN.

ASEAN là một trong những trọng tâm chính của NSP. ASEAN đã và đang xây dựng cộng đồng bao gồm 3 trụ cột trong các lĩnh vực chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa xã hội từ cuối năm 2015 với phương châm "Một tầm nhìn, một bản sắc, một cộng đồng". Điều này phản ánh mục tiêu hòa bình và thịnh vượng mà ASEAN mang lại cho khu vực kể từ khi thành lập năm 1967. ASEAN, với dân số hiện nay khoảng 686 triệu người và tổng sản phẩm quốc nội (GDP) là 3.2 nghìn tỷ USD, đã trở thành một khu vực năng động với nền tảng vững chắc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, vị trí tầm có quan trọng chiến lược của kết nối châu Á - Thái Bình Dương và Ấn Độ Dương.

Trong bối cảnh cạnh tranh chiến lược giữa các cường quốc ngày càng tăng, Hàn Quốc đã cố gắng mở rộng quan hệ ngoại giao thông qua việc đa dạng hóa chính sách đối ngoại, không chỉ tập trung vào bốn cường quốc gồm Mỹ, Trung, Nga và Nhật như trước kia. NSP của Hàn Quốc coi ASEAN là điểm đến quan trọng sau khi nền kinh tế nước này bị ảnh hưởng nặng nề do tranh chấp với Trung Quốc liên quan đến việc lắp đặt hệ thống phòng thủ tầm cao (THAAD) vào năm 2016. Theo tầm nhìn chính sách đối ngoại của chính quyền Moon Jae-in, NSP không phải là một chính sách độc lập riêng biệt mà gắn chặt với mục tiêu hướng đến các khu vực Viễn Đông và Âu - Á để tạo ra "trụ cột thịnh vượng", sau đó sẽ được kết nối với trụ cột hòa bình của Đông Bắc Á để thúc đẩy "Cộng đồng Đông Bắc Á cộng".

Ngoài ra, Hàn Quốc không duy trì được sự nhất quán trong chính sách ASEAN của mình do những thay đổi trong chính phủ. Quan hệ Hàn Quốc với ASEAN phát triển trong bối cảnh chính sách đối ngoại của Hàn Quốc chịu ảnh hưởng lớn của bộ tứ quyền lực gồm Mỹ, Trung, Nga và Nhật trong việc giải quyết các vấn đề của Hàn Quốc. Do đó, việc Hàn Quốc điều chỉnh theo hướng tập trung vào ASEAN với việc ra mắt NSP được đón nhận và đánh giá là kịp thời vì NSP có tầm nhìn chiến lược và hướng đến tạo ra một cộng đồng thịnh vượng và lấy con người làm trung tâm.

1.2. Nội dung Chính sách hướng Nam Mới

Nội dung cụ thể của NSP được Ủy ban Tổng thống về NSP ban hành gồm ba trụ cột, đó là "Con người", "Thịnh vượng" và "Hòa bình" với 16 nhiệm vụ chính sách (*Bảng 1*).

Bảng 1: *Ba trụ cột và 16 nhiệm vụ của NSP*

3P	Nhiệm vụ
Con người (P)	- Tăng số lượng người đi du lịch giữa Hàn Quốc và các nước NSP - Mở rộng giao lưu văn hóa hai chiều - Hỗ trợ nâng cao năng lực nguồn nhân lực - Cung cấp hỗ trợ để tăng cường năng lực hành chính và quản trị công - Thúc đẩy quyền của người nhập cư (người lao động) thông qua việc tăng cường bảo vệ; Nâng cao chất lượng cuộc sống
Thịnh vượng (P)	- Tăng cường các khuôn khổ thể chế để thúc đẩy thương mại và đầu tư - Tham gia vào các dự án cơ sở hạ tầng để cải thiện khu vực kết nối - Hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ thâm nhập thị trường nước ngoài - Nâng cao năng lực tăng trưởng thông qua các công nghệ "thông minh" và các ngành công nghiệp mới - Phát triển các mô hình hợp tác tùy chỉnh phục vụ nhu cầu của quốc gia đối tác
Hòa bình (P)	- Tăng số lượng hội nghị thượng đỉnh và trao đổi cấp cao - Thúc đẩy hợp tác nhằm mang lại hòa bình và thịnh vượng cho Bán đảo Triều Tiên; Tăng cường hợp tác quốc phòng và công nghiệp quốc phòng - Chung tay ứng phó với khủng bố, các mối đe dọa an ninh mạng và hàng hải trong khu vực - Tăng cường khả năng ứng phó khẩn cấp của các quốc gia mục tiêu NSP

(Nguồn: Tổng hợp từ Korea New southern policy information Booklet của Ủy ban Tổng thống về Chính sách hướng Nam)

Tháng 11/2020, Thổng thống Moon Jae-in thông báo chính sách NSP Cộng tại Hội nghị cấp cao trực truyến Việt Nam - ASEAN. NSP Cộng gồm 6 sáng kiến chính theo tầm nhìn 3P, đó là: hợp tác toàn diện về sức khỏe cộng đồng trong thời kỳ hậu Covid-19; chia sẻ và hỗ trợ mô hình giáo dục kiểu Hàn Quốc thông qua phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy giao lưu văn hóa hai chiều; thúc đẩy thương mại và đầu tư cùng có lợi, hỗ trợ các làng nông thôn và phát triển cơ sở hạ tầng đô thị; hợp tác về ngành công nghiệp tương lai và sự thịnh vượng chung. Những nội dung bổ sung trong chính sách NSP cộng phù hợp với bối cảnh phục hồi sau đại dịch và tái thiết kinh tế và nhất quán với "chiến lược cường quốc hạng trung" của Hàn Quốc. Đặc biệt, NSP Cộng thúc đẩy hoạt động tích cực của chủ nghĩa đa phương, tạo lập một mạng lưới các quốc gia thân thiện và là nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc định hình cấu trúc an ninh khu vực Đông Á. Vị thế quyền lực hạng trung của Hàn Quốc có thể là yếu tố thúc đẩy hợp tác khu vực Đông Á. Chính sách NSP cho thấy, Hàn Quốc đặt mục tiêu đóng một vai trò quan trọng hơn trên thế giới và định hình tương lai khu vực. Hàn

Quốc có nhiều kinh nghiệm để chia sẻ - đặc biệt là với các quốc gia kém phát triển hơn - nhờ quá trình chuyển đổi từ vai trò nước nhận tài trợ sang nước tài trợ.

2. THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - HÀN QUỐC

Quan hệ thương mại Việt Nam - Hàn Quốc được nâng tầm lên bước phát triển mới khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA) được ký kết vào tháng 5/2015 và có hiệu lực từ tháng 12/2015. Sau đó, cùng với chính sách hướng Nam mới được Tổng thống Hàn Quốc Moon Jae-in khởi xướng vào năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Hàn Quốc đã tăng lên đáng kể từ 36,5 tỷ USD (2015) lên 43,46 tỷ USD năm 2016. Năm 2017, 2018, tổng kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Hàn Quốc lần lượt đạt 61,75 tỷ USD và 65,8 tỷ USD và tiếp tục tăng lên đến 66,79 tỷ USD năm 2019. Trong đó, xuất khẩu đạt 19,73 tỷ USD; nhập khẩu đạt 47,29 tỷ USD. Từ năm 2020, Hàn Quốc trở thành đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam với kim ngạch thương mại hai chiều đạt 66 tỷ USD, là thị trường xuất khẩu lớn thứ 4 và là đối tác nhập khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam. Năm 2020, cũng là năm do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, nên kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Hàn Quốc có giảm nhẹ so với năm 2019, nhưng vẫn đạt tới 66,02 tỷ USD tăng hơn 80% so với năm 2015. Năm 2021, sau khi các làn sóng dịch Covid-19 về cơ bản đã được kiểm soát, thương mại hai chiều Việt Nam và Hàn Quốc đã tăng trở lại đạt 78,1 tỷ USD tức là tăng 26,5% so với năm 2017 và tăng 18,33% so với năm 2020, trong đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt 21,9 tỷ USD, tăng 14,9% và kim ngạch nhập khẩu đạt 56,2 tỷ USD, tăng 19,7% so với cùng kỳ năm 2020 (Bảng 2). Đóng góp vào sự tăng trưởng của kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc là các doanh nghiệp FDI của Hàn Quốc tại Việt Nam với hơn 30% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Bảng 2: *Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Hàn Quốc (2017 -2021)*

(Đơn vị: Tỷ USD)

Năm	Kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Kim ngạch nhập khẩu (Tỷ USD)	Tổng KNXK (Tỷ USD)
2017	14,81	46,94	61,75
2018	18,24	47,63	65,87
2019	19,73	47,06	66,79
2020	19,11	46,91	66,02
2021	21,9	56,2	78,1
2022	24,2	62,5	86,7

(Nguồn: Tổng cục Hải Quan)

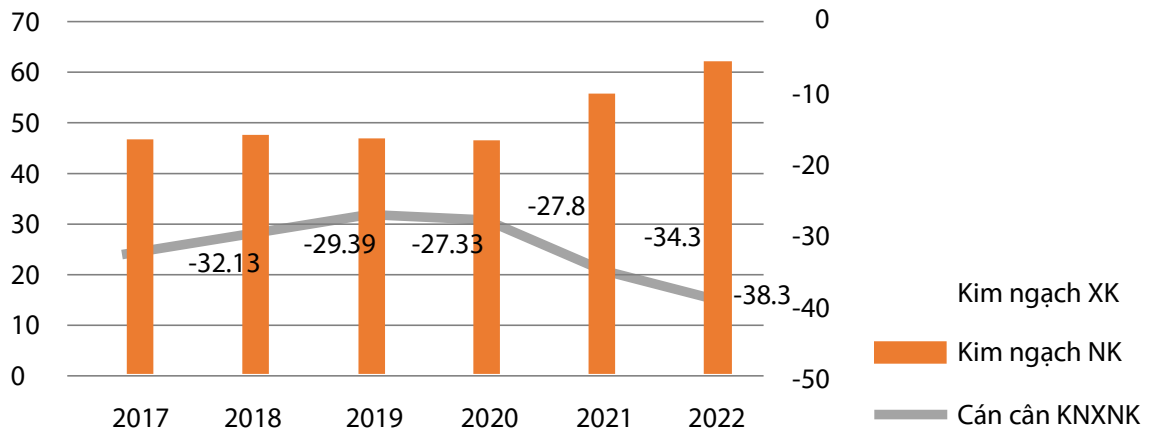
Riêng về xuất khẩu, tính bình quân giai đoạn 2017-2022, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt mức tăng trưởng khoảng 13,85%/năm (Zuki, 2021).

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc trong 5 tháng đầu năm 2023, thương mại song phương Việt Nam - Hàn Quốc đạt 30 tỷ USD, trong đó xuất khẩu 9,6 tỷ USD, nhập khẩu 20,4 tỷ USD, nhập siêu từ thị trường này giảm 38,3%, còn 10,8 tỷ USD.

Về cán cân xuất nhập khẩu

Trong nhiều năm qua, cán cân thương mại hàng hóa giữa hai nước luôn mất cân bằng với thâm hụt nghiêng về phía Việt Nam. Ngay từ năm 2000, nhập siêu của Việt Nam với Hàn Quốc đã là 1,4 tỷ USD. Từ đó đến nay, nhập siêu của Việt Nam từ Hàn Quốc không ngừng gia tăng. Riêng giai đoạn 2017 - 2022 bình quân nhập siêu khoảng 27%/năm (Đồ thị 1).

Đồ thị 1. Cán cân thương mại Việt Nam - Hàn Quốc (2017-2023) (Đơn vị: Tỷ USD)



(Nguồn: Tổng cục Hải Quan)

Nguyên nhân của tình trạng nhập siêu nêu trên không chỉ phụ thuộc hoàn toàn vào sự chủ động của doanh nghiệp, mà còn phụ thuộc vào cơ cấu sản xuất của hai nền kinh tế. Trong nhiều năm qua, Hàn Quốc là đối tác gắn bó chặt chẽ với nền kinh tế Việt Nam, xét cả về đầu tư, kinh doanh và xuất, nhập khẩu. Trong đó, Việt Nam thường xuyên nhập khẩu máy móc, thiết bị, phụ tùng công nghiệp của Hàn Quốc để phục vụ hoạt động sản xuất trong nước. Kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc chiếm tỷ trọng lớn do các doanh nghiệp nhập khẩu nhiều máy móc, thiết bị, nguyên phụ liệu... đây là những mặt hàng có giá trị lớn phục vụ các dự án đầu tư của các nhà đầu tư Hàn Quốc tại Việt Nam. Bản thân Hàn Quốc cũng là quốc gia đã công nghiệp hóa, với thế mạnh nổi trội về ngành công nghiệp cơ khí chế tạo và được đánh giá là nhà cung cấp thiết bị, máy móc công nghiệp uy tín cho nhiều đối tác khắp thế giới. Hàng hóa Hàn Quốc cũng không quá đắt so với hàng cùng chủng loại nhập khẩu từ Châu Âu hoặc Mỹ. Bên cạnh đó, một số mặt hàng tiêu dùng, nhất là ô tô Hàn Quốc đã và đang ngày càng chiếm tỷ

trọng lớn trên thị trường Việt Nam. Có thể thấy, dù xuất hiện sau nhưng đến nay ô tô Hàn Quốc đang xếp hạng ngang bằng so với ô tô Nhật Bản, dần khẳng định vị thế riêng.

Đồng thời, các doanh nghiệp đang hoạt động ở Việt Nam, gồm các đơn vị trong nước cũng như đơn vị có vốn đầu tư của Hàn Quốc, đang tận dụng triệt để quy định thuế suất 0% theo nội dung Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc để tăng mức nhập khẩu hàng hóa từ Hàn Quốc. Trong đó, một số hãng, tập đoàn lớn của Hàn Quốc như Samsung, LG, Hyundai... cũng gia tăng nhập khẩu máy móc, nguyên phụ liệu, linh kiện; tập trung vào hoạt động sản xuất hàng xuất khẩu sang nước thứ ba. Tóm lại, các doanh nghiệp Hàn Quốc đã chủ động đón bắt, tận dụng tốt các điều kiện thuận lợi tại Việt Nam để phát triển sản xuất, kinh doanh nên đã làm gia tăng kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc, góp phần làm cho nhập siêu của Việt Nam từ Hàn Quốc tiếp tục tăng.

Mặt khác, hiện Hàn Quốc là nhà đầu tư nước ngoài hàng đầu ở Việt Nam với khoảng 9.300 dự án còn hiệu lực có tổng vốn hơn 80 tỉ USD lũy kế đến hết tháng 12.2022. Doanh nghiệp Hàn Quốc đã có mặt ở mọi lĩnh vực của nền kinh tế Việt Nam, từ lĩnh vực may mặc đến điện tử, hạ tầng đến năng lượng, ô tô đến hàng không vũ trụ, bất động sản đến tài chính ngân hàng, start-up đến cổ phần hóa DNNN, logistics đến dịch vụ... *(Hà Phương, 2022).*

Trong đó, có nhiều dự án mới được thành lập đồng nghĩa với việc các dự án này phải từng bước nhập khẩu dây chuyền sản xuất đồng bộ để triển khai hoạt động. Tất nhiên, thị trường nhập khẩu được họ ưu tiên lựa chọn số một chính là Hàn Quốc. Do đó, việc nhập siêu gia tăng trong những năm vừa qua, đặc biệt là sau khi VKFTA được ký kết và có hiệu lực là điều dễ hiểu. Ở chiều ngược lại, dường như các doanh nghiệp Việt còn tỏ ra thiếu chủ động hoặc chưa tận dụng hết cơ hội để tăng cường xuất khẩu sang Hàn Quốc. Về bản chất các hiệp định thương mại là tạo điều kiện thúc đẩy giao thương, nhưng do trình độ phát triển và thực lực sức cạnh tranh của doanh nghiệp mỗi nước khác nhau nên khả năng vận dụng là khác nhau. Mặt khác, cơ cấu hàng xuất khẩu của nước ta chủ yếu là nông, thủy sản, hàng sơ chế, dệt may nên có giá trị thấp hơn nhóm hàng công nghiệp mà Việt Nam nhập khẩu từ Hàn Quốc. Bên cạnh đó, nhóm hàng nông lâm thủy sản Việt Nam xuất sang Hàn Quốc vẫn còn hạn chế vì tất cả các nước kể cả Việt Nam đều có quyền áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật của mình, song các tiêu chuẩn đó phải được áp dụng công bằng với tất cả các sản phẩm nhập khẩu từ mọi nước chứ không chỉ với Việt Nam.

Về cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu

Như đã phân tích ở trên, Việt Nam xuất sang Hàn Quốc phần lớn là các mặt hàng nông, thủy sản và hàng công nghiệp nhẹ. Trong khi đó, nhập khẩu các mặt hàng máy móc thiết bị và nguyên phụ liệu cho sản xuất công nghiệp (Bảng 3).

Bảng 3: *Cơ cấu các mặt hàng xuất, nhập khẩu của Việt Nam và Hàn Quốc năm 2022*

STT	Mặt hàng xuất khẩu	Mặt hàng nhập khẩu
1	Điện thoại các loại và linh kiện	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện
2	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác
3	Hàng dệt, may	Điện thoại các loại và linh kiện
4	Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	Chất dẻo nguyên liệu
5	Hàng hóa khác	Vải các loại
6	Gỗ và sản phẩm gỗ	Kim loại thường khác
7	Hàng thủy sản	Sắt thép các loại
8	Phương tiện vận tải và phụ tùng	Sản phẩm từ chất dẻo
9	Xơ, sợi dệt các loại	Linh kiện, phụ tùng ô tô
10	Giày dép các loại	Hàng hóa khác
11	Kim loại thường khác và sản phẩm	Xăng dầu các loại
12	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	Sản phẩm hóa chất
13	Dây điện và dây cáp điện	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày
14	Sản phẩm từ chất dẻo	Sản phẩm từ sắt thép
15	Sản phẩm từ sắt thép	Hóa chất
16	Hàng rau quả	Sản phẩm khác từ dầu mỏ
17	Sắt thép các loại	Cao su
18	Túi xách, ví,vali, mũ, ô, dù	Dây điện và dây cáp điện
19	Hóa chất	Phương tiện vận tải khác và phụ tùng
20	Sắn và các sản phẩm từ sắn	Dược phẩm
21	Sản phẩm từ cao su	Giấy các loại
22	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	Xơ, sợi dệt các loại
23	Sản phẩm hóa chất	Sản phẩm từ kim loại thường khác
24	Vải mành, vải kỹ thuật khác	Ô tô nguyên chiếc các loại
25	Cà phê	Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh
26	Cao su	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện
27	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	Sản phẩm từ cao su
28	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh
29	Giấy và các sản phẩm từ giấy	Hàng thủy sản
30	Sản phẩm gốm, sứ	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm
31	Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	Hàng điện gia dụng và linh kiện
32	Chất dẻo nguyên liệu	Sản phẩm từ giấy
33	Hạt tiêu	Chế phẩm thực phẩm khác

STT	Mặt hàng xuất khẩu	Mặt hàng nhập khẩu
34	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	Thức ăn gia súc và nguyên liệu
35	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc
36	Than các loại	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu
37	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	Hàng rau quả
38	Xăng dầu các loại	Quặng và khoáng sản khác
40	Phân bón các loại	Phân bón các loại
41	Quặng và khoáng sản khác	Gỗ và sản phẩm gỗ
42		Sữa và sản phẩm sữa
43		Bông các loại
44		Nguyên phụ liệu dược phẩm
45		Dầu mỡ động thực vật
46		Khí đốt hóa lỏng

(Nguồn: Tổng cục Hải Quan 2022)

Nhiều năm qua, Hàn Quốc là thị trường cung cấp máy móc thiết bị và nhiều nguyên liệu đầu vào cho các ngành xuất khẩu, như điện thoại, máy tính, hàng dệt may, sắt thép...cho Việt Nam. Các mặt hàng này chủ yếu để phục vụ các doanh nghiệp FDI 100% vốn Hàn Quốc tại Việt Nam, nhưng 5 tháng đầu năm 2023, tốc độ nhập khẩu các nhóm hàng kể trên đã giảm mạnh do tác động dây chuyền của việc thiếu đơn hàng xuất khẩu. Biểu hiện rõ nhất là xuất khẩu điện thoại và linh kiện đã sụt giảm 16%, còn 21,17 tỷ USD; điện tử, máy tính và linh kiện 20,3 tỷ USD, giảm 9,8%; máy móc thiết bị phụ tùng giảm 5,1%, mang về 16,5 tỷ USD, dệt may giảm 17,8% còn 12,3 tỷ USD, giày dép gần 8,2 tỷ USD, giảm 13,3%, gỗ và sản phẩm gỗ giảm 28,7%, đạt 5 tỷ USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Hàn Quốc là sản phẩm dệt may, điện thoại và linh kiện điện tử, thủy sản, gỗ và các sản phẩm gỗ, giày da... Nhiều mặt hàng của Việt Nam có chất lượng cao và chiếm được cảm tình của người tiêu dùng Hàn Quốc đã góp phần tăng trưởng kim ngạch buôn bán hai chiều trong những năm qua.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY MỐI QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC

Mặc dù tăng trưởng kinh tế, thương mại Việt Nam - Hàn Quốc thời gian qua đã đạt được những kết quả tích cực, tuy nhiên, do tình hình căng thẳng địa chính trị, lạm phát leo thang ở nhiều quốc gia và những tác động từ dịch bệnh Covid-19... đã làm đứt gãy chuỗi cung ứng và sản xuất. Tạo ra những yếu tố bất lợi, tiềm ẩn nhiều rủi ro đối với hợp tác thương mại song phương Việt Nam - Hàn Quốc trong thời gian tới. Trước những thách thức trên, để thúc đẩy quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Hàn Quốc, Việt Nam cần tăng cường triển khai có hiệu quả các hoạt động hợp tác kinh tế, thương mại với Hàn Quốc. Cụ thể:

Trên góc độ vĩ mô

Thứ nhất, các bộ liên quan cần nhận thức đầy đủ hơn về công tác xúc tiến thương mại, phải coi đó là chiến lược phát triển kinh tế nhấn mạnh đến việc thúc đẩy xuất khẩu thông qua các biện pháp khuyến khích, hỗ trợ cần thiết. Theo cách hiểu đó, công tác nghiên cứu thị trường cần được tiến hành một cách có bài bản hệ thống, bên cạnh hoạt động cung cấp thông tin về thị trường, tổ chức hội chợ, triển lãm hay giới thiệu sản phẩm. Tham gia vào thực hiện công tác xúc tiến xuất khẩu phải bao gồm tất cả các cơ quan liên quan ở cấp chính phủ, các tổ chức hỗ trợ xuất khẩu và các doanh nghiệp trong sự phối hợp hoạt động chặt chẽ giữa chúng; Công tác nghiên cứu thị trường thường được tiến hành dưới hai khía cạnh - nghiên cứu chung và nghiên cứu về một thị trường hàng hóa cụ thể. Đối với thị trường Hàn Quốc, bao gồm nghiên cứu về xu hướng phát triển của thị trường Hàn Quốc, giới thiệu về tập quán kinh doanh, hệ thống phân phối, những thay đổi chính sách, thói quen tiêu dùng, đặc trưng văn hóa của thị trường này. Trong hoạt động này cần có sự tham gia tích cực của Thương vụ và đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc.

Thứ hai, tăng cường công tác nghiên cứu và cung cấp thông tin về thị trường Hàn Quốc. Thực tế cho thấy công tác nghiên cứu thị trường của nước ta chưa có hiệu quả cao như mong muốn. Vì thế, để mở rộng xuất khẩu, không chỉ riêng thị trường Hàn Quốc, mà tất cả các thị trường khác đều cần phải được nghiên cứu một cách hệ thống. Cho đến nay, nhìn chung các bộ chuyên ngành, đặc biệt những bộ có sản phẩm tham gia xuất khẩu, đều thực hiện nghiên cứu các thị trường xuất khẩu cho sản phẩm của ngành mình, chỉ ra những xu hướng phát triển của toàn bộ nền kinh tế, giới thiệu các tập quán kinh doanh của Hàn Quốc cũng như các vùng khác nhau của nước này, giới thiệu cho doanh nghiệp về hệ thống phân phối của Hàn Quốc, thói quen tiêu dùng của người Hàn Quốc...

Thứ ba, công tác đào tạo nguồn nhân lực cần đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu thực tiễn. Trong lĩnh vực du lịch, phải quan tâm nhiều hơn đến việc đào tạo hướng dẫn viên biết tiếng Hàn, chú trọng bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ phục vụ, mở rộng hệ thống các trường dạy nghề và hoàn thiện chương trình đào tạo. Việt Nam cần quan tâm hơn đến việc đào tạo nguồn nhân lực có trình độ tay nghề nhằm đáp ứng nhu cầu xuất khẩu lao động sang thị trường Hàn Quốc, cũng như cung cấp cho các cơ sở FDI Hàn Quốc ở trong nước.

Thứ tư, cần tăng cường hoạt động hợp tác với các cơ quan chuyên ngành của Hàn Quốc nhằm nhận được sự giúp đỡ của họ về tài chính, cung cấp thông tin, trao đổi kinh nghiệm và hợp tác để cùng phát triển. Mở rộng hệ thống các trường dạy nghề và hoàn thiện chương trình đào tạo. Việt Nam cần quan tâm hơn đến việc đào tạo nguồn nhân lực có trình độ tay nghề nhằm đáp ứng nhu cầu xuất khẩu lao động sang thị trường Hàn Quốc, cũng như cung cấp cho các cơ sở FDI Hàn Quốc ở trong nước.

Thứ năm, tăng cường hợp tác liên kết chuỗi cung ứng giữa Việt Nam và Hàn Quốc thông qua khuyến khích, thúc đẩy đầu tư của Hàn Quốc vào Việt Nam, hỗ trợ Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất và sức cạnh tranh các ngành chế biến, chế tạo, cơ

khí, linh kiện và ngành công nghiệp hỗ trợ, tăng cường kết nối, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp Hàn Quốc.

Thứ sáu, cần mở rộng khả năng tiếp cận nguồn vốn cần thiết cho hoạt động xuất khẩu. Theo ý kiến của các nhà xuất khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng Việt Nam sang Hàn Quốc nhìn chung rất khó tiếp cận với nguồn tài chính từ Quỹ Hỗ trợ Phát triển nói riêng và từ nguồn tín dụng cho xuất khẩu nói chung. Thực tế này gây khó khăn cho những doanh nghiệp xuất khẩu, đặc biệt là xuất khẩu hàng hóa nông sản, như cà phê, chè..., vì họ luôn cần lượng vốn lớn khi đến vụ thu hoạch. Vì thế, nên có những ngoại lệ đối với các trường hợp này. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thường có quy mô vừa và nhỏ, với nguồn tài chính hạn hẹp, nên chính phủ cần đưa ra các chính sách thích hợp nhằm mở rộng khả năng tiếp cận với nguồn tín dụng của chính phủ, đồng thời đáp ứng các yêu cầu của các hiệp định trong phạm vi WTO, như bảo lãnh vay tín dụng, áp dụng các quy chế tiếp cận vốn riêng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Thứ bảy, hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu. Trong tương lai, khi quá trình hội nhập khu vực và quốc tế ngày càng được tăng cường, cuộc cạnh tranh giành thị trường, giành nguồn cung cấp đầu vào sẽ rất gay gắt. Trong cuộc cạnh tranh này, sản phẩm có khả năng cạnh tranh hơn sẽ là những sản phẩm làm thỏa mãn sở thích, mong muốn của người tiêu dùng lớn hơn. Chính vì thế, để có được những mặt hàng thỏa mãn ở mức độ ngày càng cao sở thích của người tiêu dùng, các doanh nghiệp cần phải tập trung nhiều hơn vào việc nghiên cứu thị trường người tiêu dùng, thiết kế sản phẩm và tạo ra những sản phẩm có thương hiệu riêng với những đặc trưng riêng của mỗi doanh nghiệp. Để làm được điều đó, các doanh nghiệp cần được sự hỗ trợ của nhà nước trong việc cung cấp các thông tin về các thị trường xuất khẩu, cụ thể là Hàn Quốc và người tiêu dùng ở đó. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần quan tâm hơn nữa đến vấn đề đảm bảo các quy định về tiêu chuẩn khi tham gia xuất khẩu. Đây hiện đang là một rào cản phi thuế quan được sử dụng khá phổ biến thế giới. Vừa qua, Việt Nam có thể gia tăng mạnh xuất khẩu thuỷ sản vào thị trường Hàn Quốc, một phần bởi số doanh nghiệp Việt Nam được Trung tâm kiểm tra chất lượng vệ sinh thuỷ sản Hàn Quốc công nhận đủ tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường này tăng lên. Để làm được việc này, chính phủ cần trang bị kiến thức cho các doanh nghiệp về vấn đề tiêu chuẩn nói chung, giới thiệu về tiêu chuẩn của các thị trường xuất khẩu cụ thể...

Về phía các doanh nghiệp

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần dành thời gian nghiên cứu, phân tích thị trường Hàn Quốc để xác định rõ hướng tới phân khúc tiêu dùng nào, sản phẩm cần đạt tiêu chuẩn kỹ thuật gì, đặc biệt là dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Chủ động tham gia các hội chợ chuyên ngành tại Hàn Quốc để tìm hiểu nhu cầu thị trường và đáp ứng một cách chính xác. Các doanh nghiệp trong nước cũng cần bắt tay cùng doanh nghiệp Hàn Quốc phân tích thị trường với từng sản phẩm cụ thể, kết hợp các chiến lược marketing trên nền tảng mạng xã hội.

Đẩy mạnh hoạt động giao lưu, hợp tác giữa các hiệp hội ngành hàng trong nước với các hiệp hội ngành hàng của Hàn Quốc cũng như với các tập đoàn phân phối như Lotte Mart, E-Mart, Home Plus, CJ Home Shopping,... nhằm tăng cơ hội bán hàng vào hệ thống các siêu thị và kênh phân phối tại Hàn Quốc. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam quảng bá, bán sản phẩm tại các trang thương mại điện tử lớn của Hàn Quốc như Coupang, Gmarket,... từng bước thâm nhập thị trường thương mại điện tử Hàn Quốc. Ngoài ra, cũng cần chuẩn bị kỹ kế hoạch xuất khẩu cho từng mặt hàng, từng thị trường mục tiêu, chủ động liên kết giữa doanh nghiệp - doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau trong việc đáp ứng yêu cầu của nhà nhập khẩu.

Thứ hai, thị trường Hàn Quốc hiện có xu hướng thực phẩm giản tiện thay thế bữa ăn gia đình với các sản phẩm ăn liền, dễ nấu, dễ ăn đang tăng trưởng nhanh chóng, nhất là 5 năm trở lại đây. Song song đó là sự lên ngôi của những sản phẩm tốt cho sức khỏe, tăng sức đề kháng như sản phẩm organic, thực phẩm dành cho người già. Tiêu dùng sản phẩm thay thế thịt, bảo vệ môi trường với bao bì đóng gói hạn chế sử dụng nguyên liệu từ nhựa, mô hình quản trị ESG (môi trường, xã hội và quản trị) cũng trở nên thông dụng hơn và là xu thế tại Hàn Quốc. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam cần tuân thủ những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, quy định, quy trình kiểm dịch khi xuất khẩu sản phẩm sang thị trường Hàn Quốc. Bên cạnh đó, đầu tư phát triển sản phẩm, chú trọng công tác nâng cao và kiểm soát chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh đáp ứng các quy định của thị trường nhập khẩu về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và các hàng rào kỹ thuật phi thuế quan,...

Thứ ba, các doanh nghiệp cần tập trung đào tạo nhân lực có ngoại ngữ, kỹ năng đàm phán xúc tiến thương mại, có khả năng nắm bắt xu hướng tiêu dùng hiện đại, biết cập nhật công nghệ thông tin để thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu sang thị trường quốc tế một cách chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

Kết luận

Đại dịch Covid-19 đã và đang tạo ra những thay đổi mô hình chưa từng có đối với trật tự quốc tế và đòi hỏi tăng cường hợp tác nhằm giải quyết những thách thức về an ninh phi truyền thống, đặc biệt là trong kiểm dịch và sức khỏe cộng đồng. Tham vọng Chính sách NSP của Hàn Quốc cũng đã chịu nhiều ảnh hưởng tiêu cực nảy sinh từ cuộc khủng hoảng này. Cùng với cạnh tranh chiến lược Mỹ - Trung, xung đột quân sự Nga - Ucraina, và những bất ổn về an ninh phi truyền thống,... khiến môi trường quốc tế trở nên không chắc chắn và khó đoán định. Các nước ASEAN, trong đó có Việt Nam cũng không nằm ngoài vòng xoáy phức tạp này, đặc biệt khi cạnh tranh chiến lược Mỹ - Trung dự báo vẫn sẽ căng thẳng.

Bên cạnh nhiều thách thức, cũng không ít những cơ hội mới để làm sâu sắc hơn nữa quan hệ hợp tác giữa ASEAN - Hàn Quốc, trong đó có Việt Nam. Sự liên quan của NSP về việc tạo ra một cộng đồng hòa bình và hợp tác lấy người dân làm trung tâm đã được nhấn mạnh hơn nữa trong thời kỳ hậu Covid-19, nơi an ninh con người được coi là một trong những ưu tiên hàng đầu. NSP mới của Hàn Quốc cho phép nước này

tham gia sâu hơn nữa vào thúc đẩy ngoại giao với vị thế của một cường quốc hạng trung với ASEAN. Đây là một tỏng những thuận lợi để Việt Nam đẩy mạnh mối quan hệ thương mại với quốc gia Đông Bắc Á này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Aaron Jed Rabena (2021), "South Korea's New Southern Policy as an Open Regime: A View from Southeast Asia", March 31, 2021, Vol. 11 No. 14 ISSN 2233-9140).

2. ASEAN-Korea Centre (2020, 2021), ASEAN & Korea in Figures.

3. Ban Quan hệ Quốc tế - VCCI (2020). Hồ sơ thị trường Hàn Quốc, truy cập từ https://vcci.com.vn/uploads/HSTT_Han_Quoc_05.2016.pdf.

4. Bộ Công Thương (2020). Tọa đàm giữa Bộ trưởng Bộ Công Thương với doanh nghiệp Hàn Quốc, tổ chức tại Hà Nội ngày 26/11/2020.

5. Đỗ Duy (2022), https://www.vietnamplus.vn/day-manh-xuat-khau-nong-san-thuc-pham-che-bien-sang-han-quoc/780751.vnp.

6. Đoàn Vân Hà (2022), Hợp tác đầu tư, thương mại Việt Nam - Hàn Quốc: Thực trạng và một số khuyến nghị trong thời gian tới, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 1 năm 2022).

7. Kwon Hyung Lee and Yoon Jae Ro (2021), The New Southern Policy Plus, Progress and Way Forward, December 30, KIEP, S.Korea.

8. Ngô Thị Tuyết Mai và cộng sự (2021), nhìn lại 5 năm xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Hàn Quốc trong bối cảnh thực thi VKFTA, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 13.

9. Bùi Hồng Ngọc – Đoàn thị Thu Hương (2021), Thực trạng và tác động của FDI Hàn Quốc vào Việt Nam trong bối cảnh mới, Tạp chí Công Thương.

10. Hà Phương (2022), Gặp gỡ Hàn Quốc 2022: Cơ hội tăng cường hợp tác, đầu tư, https://kinhtedothi.vn/gap-go-han-quoc-2022-co-hoi-tang-cuong-hop-tac-dau-tu.html.

11. Đỗ Thanh (2020), http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/quoc-te/2020-08-03/hiep-dinh-thuong-mai-song-phuong-viet-nam-han-quoc-kim-ngach-xuat-khau-tang-truong-vuot-bac-90403.aspx.

12. The Presidential Committee on New Southern Policy (2021), "NSP: hearts together, beat forever".

13. Trung tâm WTO và Hội nhập Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2016), Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA).

14. Zuki (2021). Hàn Quốc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 5 của TP. Hồ Chí Minh, truy cập từ https://hochiminhcity.gov.vn/-/han-quoc-la-thi-truong-xuat-khau-lon-thu-5-cua-tp-kim-ngach-xuat-khau-at-1-8-ty-usd.