HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM – CHILE: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Nguyễn Tiến Hoàng[1]

Tóm tắt

Sau ba năm đàm phán, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Chile (VCFTA) đã được ký kết chính thức vào ngày 11/11/2011 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2014. Hiệp định này được dự báo là bước đột phá đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile và là cửa ngõ để thâm nhập thì trường Nam Mỹ rộng lớn. Bài viết này phân tích một số nội dung chính của Hiệp định, tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile thời gian qua, từ đó nhận diện các cơ hội và thách thức đối với Việt Nam. Thông qua phương pháp phân tích, tổng hợp và phỏng vấn chuyên gia, kết quả nghiên cứu cho thấy VCFTA mang đến nhiều cơ hội to lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, trong đó tiêu biểu là việc tiếp cận một thị trường mới và đẩy mạnh xuất khẩu được các mặt hàng tiêu dùng vốn là thế mạnh của Việt Nam. Tuy nhiên, các thách thức đặt ra cũng không ít, chủ yếu xuất phát từ năng lực cạnh tranh còn thấp của hàng Việt Nam xuất khẩu và những khác biệt ở thị trường Chile. Kết quả nghiên cứu này là cơ sở để triển khai các giải pháp phù hợp nhằm giúp Việt Nam tận dụng tối đa lợi ích từ Hiệp định này.

Từ khóa: *VCFTA, cơ hội, thách thức, Việt Nam.*

Abstract

After three years of negotiation, Vietnam – Chile Free Trade Agreement (VCFTA) was officially signed on 11th November, 2011 and came into force on 1st January, 2014. It is expected that the agreement shall become the engine for Vietnam to promote exports to Chile in particular and large South American market in general. This article analyses main provision of the Agreement, situation of exporting to Chile and identifies opportunities and challenges for Vietnam. Through analytical, synthetic methods and in-depth interview, the result shows that VCFTA brings many potential opportunities to Vietnam, such as integrating a new market and promoting exportation of Vietnam's advantage consumer goods. However, there are still significant challenges, mainly due to competitiveness of Vietnamese exports and differences in Chile market. This is an important basis for the perfomance of feasible solutions by Vietnam to utilize benefits from the Agreement.

Key words: *VCFTA, opportunities, challenges, Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Cho đến nay Việt Nam đã ký kết được 16 hiệp định thương mại tự do. Đây là những minh chứng rõ nét cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam. Bên cạnh các quốc gia ở Châu Á, Việt Nam còn tích cực đàm phán và ký kết với các quốc gia

[1] Trường Đại học Ngoại thương, (cơ sở 2), Email: nguyentienhoang.cs2@ftu.edu.vn

bên ngoài, trong đó tiêu biểu là Chile. Sau một thời gian đàm phán, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Chile (VCFTA) đã được ký kết vào ngày 11/11/2011 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2014.

Trước khi hiệp định này có hiệu lực, Chile đã ký 23 hiệp định thương mại tự do với hơn 60 đối tác thương mại. Đối với Chile, khoảng 93% kim ngạch xuất nhập khẩu với thế giới của nước này được thực hiện với các đối tác đã ký hiệp định FTA, trong đó có những nước cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam tại Chile như Trung Quốc, Hàn Quốc, Malaisia… (VCCI, 2015). Do phải chịu thuế nhập khẩu cao, giá bán lẻ hàng Việt Nam tại Chile thường đắt hơn và khó tiêu thụ hơn so với hàng cùng loại nhập từ những nước được ưu đãi thuế nhập khẩu.

Trước tình hình trên, VCFTA có hiệu lực được cho là sẽ tạo ra những cơ hội to lớn cho tăng trưởng thương mại giữa hai nước. Hiệp định đã mang lại hiệu quả bước đầu khi chỉ sau chưa đầy một năm có hiệu lực, kim ngạch thương mại hai chiều đã có bước phát triển mạnh. Năm 2015 là năm đầu tiên Việt Nam đạt thặng dư thương mại trong quan hệ buôn bán với thị trường này. Ngoài ra, Việt Nam còn được kỳ vọng là cửa ngõ cho hàng hóa Chile thâm nhập thị trường ASEAN và Chile là cửa ngõ cho hàng Việt Nam vào Mỹ Latinh. Mặc dù chỉ bao gồm các cam kết về hàng hóa, không bao gồm các cam kết về dịch vụ, đầu tư nhưng VCFTA vẫn được kỳ vọng tạo nên cú hích cho nền kinh tế Việt Nam, từ đó có thể mở ra thêm những mối quan hệ về thương mại dịch vụ và đầu tư giữa hai quốc gia. Tuy nhiên, bên cạnh các cơ hội thì vẫn còn không ít thách thức, chủ yếu xuất phát từ nguyên nhân về năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam, khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia, sự khác biệt về văn hóa… Do vậy, việc nghiên cứu các cơ hội và thách thức này là cần thiết nhằm giúp Việt Nam tối đa hóa lợi ích có được từ Hiệp định.

Về chủ đề này, trên thế giới và ở Việt Nam đã có nhiều công trình nghiên cứu về quan hệ thương mại Việt Nam – Chile trước và sau khi ký kết hiệp định thương mại song phương. Một số công trình tiêu biểu như bài viết *"Impacts of free trade agreements on Viet Nam's economy"* đăng trên trang web vietnambreakingnews.com vào tháng 11/2015, bài viết *"Main aspects of the FTA signed between Chile and Vietnam"* đăng trên trang web chile.gob.cl vào tháng 11/2011, bài viết *"Vietnam enjoyed trade surplus with Chile after Free Trade Agreement for the first time"* đăng trên trang web viettrade.gov.vn vào tháng 11/2014, bài viết *"Bước nhảy vọt trong quan hệ kinh tế - thương mại giữa Việt Nam và Chile"* đăng trên trang web moit.gov.vn vào tháng 01/2016, nghiên cứu *"Hồ sơ thị trường Chile"* do Nguyễn Thị Phái Li và Phạm Linh thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện vào tháng 4/2015, nghiên cứu *"Tiềm năng hợp tác với Chile thông qua Hiệp định thương mại tự do"* do ông Nguyễn Duy Khiêm – Vụ trưởng Vụ Thị trường Châu Mỹ, Bộ Công thương thực hiện vào năm 2012… Các nghiên cứu này chú trọng phân tích nhiều về quá trình hình thành và nội dung của Hiệp định VCFTA. Một số nghiên cứu có đề cập đến cơ hội và thách thức đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Chile nhưng chưa toàn diện và hệ thống, và đặc biệt là sau khi Hiệp định đã có hiệu lực hơn 3 năm.

Do đó, bài viết này tập trung vào phân tích nội dung của Hiệp định VCFTA và tình hình hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Chile giai đoạn 2011-2016, trong đó tập trung so sánh hai khoảng thời gian trước và sau năm 2014, thời điểm VCFTA có

hiệu lực. Bài viết nhằm phân tích các nội dung cam kết trong Hiệp định VCFTA, đánh giá tình hình hiện nay và nhận diện những cơ hội và thách thức đối với Việt Nam trong hoạt động xuất khẩu. Đây là cơ sở để xác định được những bước đi và cách làm phù hợp khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Chile trong giai đoạn mới.

2. Nội dung chính của Hiệp định VCFTA

Với 14 chương bao gồm 104 Điều và 8 phụ lục, VCFTA chỉ đề cập đến thương mại hàng hóa, bao gồm các quy định về tạo thuận lợi cho tiếp cận thị trường, quy tắc xuất xứ, biện pháp vệ sinh dịch tễ, kiểm dịch động thực vật, rào cản kỹ thuật, phòng vệ thương mại... Theo đó, Việt Nam cam kết xóa bỏ 87,8% số dòng thuế (91,22% kim ngạch nhập khẩu tại thời điểm 2007) cho Chile trong vòng 15 năm. Đổi lại, Chile sẽ xóa bỏ thuế quan cho 99,62% kim ngạch xuất khẩu (ở thời điểm năm 2007) của Việt Nam trong vòng 10 năm, trong đó 81,8% kim ngạch và 83,54% dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sẽ được cắt giảm thuế ngay và nhanh từ mức 6% hiện tại là dệt may (203 dòng thuế giảm ngay về 0%, 17 dòng thuế giảm 0% sau 5 năm), thủy sản (36 dòng thuế giảm ngay về 0%, 28% dòng thuế giảm 0% sau 5 năm), thủy sản, cà phê, chè, máy tính và linh kiện (giảm thuế về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực) (VCCI, 2014).

Quy tắc xuất xứ của hiệp định cũng tương đối đơn giản, đa số hàng hóa chỉ cần có tỷ lệ nguyên vật liệu được sản xuất từ các nước thành viên (Việt Nam hoặc Chile) chiếm từ 40% trở lên hoặc qua chuyển đổi mã HS ở cấp 4 số là được hưởng ưu đãi thuế quan.

Việt Nam và Chile đã tổ chức họp lần 1 Hội đồng Thương mại tự do Việt Nam - Chile vào ngày 03-04/11/2014 tại thủ đô Santiago của Chile. Tại phiên họp này, trên cơ sở Hiệp định, hai bên đã thống nhất những phương hướng và biện pháp cụ thể nhằm đẩy mạnh hợp tác song phương trên mọi lĩnh vực: kinh tế, thương mại, đầu tư, nông nghiệp, giáo dục, y tế, khoa học và công nghệ.

3. Xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Chile

Năm	Kim ngạch (USD)	Tốc độ tăng/ giảm kim ngạch xuất khẩu (%)	Cán cân thương mại (USD)	
2011	94.099.249	-14,86	-197.100.754	Trước khi có Hiệp định
2012	137.535.297	46,16	-198.192.969	
2013	168.648.821	22,62	-201.424.632	
2014	219.473.253	30,13	-95.657,663	Sau khi có hiệp định
2015	522.283.340	138,00	154.092.410	
2016	655.700.000	25,54	360.800.000	

Nguồn: tác giả tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Bảng số liệu trên cho thấy kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Chile tăng qua các năm từ năm 2011 đến năm 2016. Năm 2012 kim ngạch xuất khẩu tăng hơn 43 triệu USD với tốc độ là 46,16%, tăng trở lại khi năm 2011 có kim ngạch xuất khẩu bị sụt giảm. Sau đó kim ngạch tăng đều đến năm 2014, đạt gần 220 triệu USD. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2011-2014, Việt Nam nhập siêu hàng hóa từ Chile, bằng chứng minh là cán cân thương mại ở giai đoạn này âm (2011: - 197 triệu USD; 2012: -198 triệu USD; 2013: -201 triệu USD; 2014: -95 triệu USD), bắt đầu từ năm 2015, cán cân thương mại mới thể hiện được hoạt động xuất siêu của Việt Nam. Năm 2015, kim ngạch xuất khẩu tăng lên đáng kể, lên đến 522 triệu USD với tốc độ là 138%, cán cân thương mại thặng dư hơn 154 triệu USD và tiếp tục tăng vào năm 2016 khi thặng dư thương mại đạt mức cao nhất là hơn 360 triệu USD.

Kim ngạch xuất khẩu tăng qua các năm từ năm 2011 đến năm 2016 là do quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Chile ngày càng mở rộng. Cuối năm 2011, sau khi kết thúc quá trình 3 năm đàm phán, tại Hawai, Việt Nam và Chile đã chính thức ký kết Hiệp định VCFTA nhằm giảm bỏ thuế quan và tự do hóa thương mại, tạo tiền đề vững chắc cho hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai nước. Đến đầu năm 2014, VCFTA chính thức có hiệu lực đã trở thành đòn bẩy cho xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này.

4. Cơ hội đối với Việt Nam

4.1. Cơ hội tiếp cận thị trường mới

Một là, ngoài việc đẩy mạnh sản xuất và tiêu dùng trong nước, VCFTA hình thành đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam mở rộng hoạt động kinh doanh sang một thị trường tiềm năng mới là Chile. Từ đây, các doanh nghiệp có thể tận dụng được các cam kết tự do hóa thương mại của Hiệp định, nâng cao năng lực sản xuất, gia tăng sản lượng hàng hóa và xúc tiến hoạt động xuất khẩu dễ dàng hơn, đồng thời có thể đa dạng thêm nhiều mặt hàng khác mà trước kia chịu nhiều ảnh hưởng từ rào cản thương mại ở thị trường Chile.

Hai là, Chile là quốc gia đầu tiên ở khu vực Mỹ Latinh ký kết hiệp định thương mại tự do với Việt Nam. Đây được xem là cửa ngõ giúp hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào các thị trường rộng lớn ở Mỹ Latinh như Brazil, Argentina,… Ngoài ra, nếu VCFTA mang lại hiệu quả cao cho hai quốc gia sẽ là hình mẫu cho việc mở rộng quan hệ kinh tế với các quốc gia khác trong khu vực này.

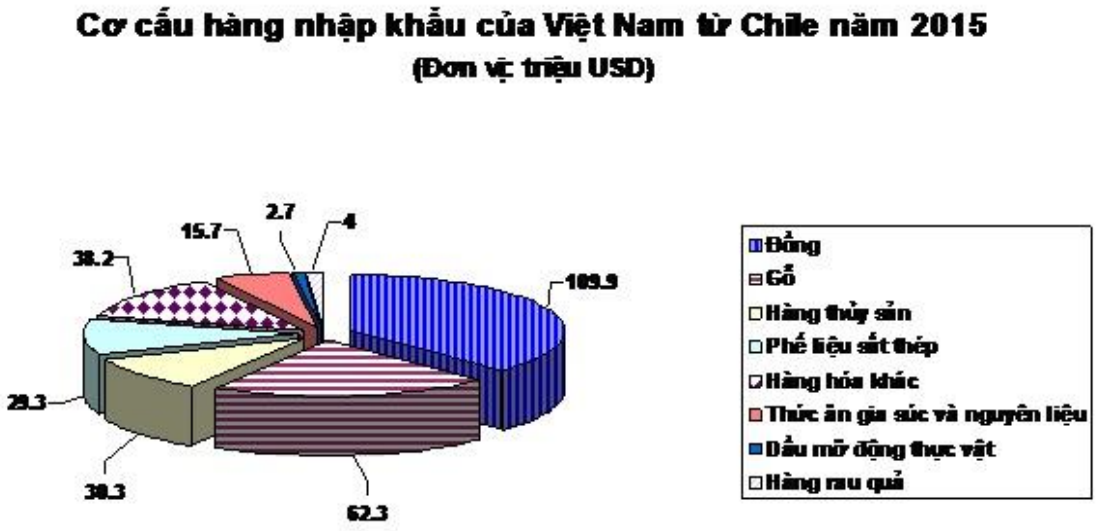
Ba là, khi các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu được hàng hóa sang thị trường Chile thì cũng có khả năng chinh phục được cả 33 thị trường thuộc khu vực Mỹ Latinh. Hiện Chile cùng với Mexico, Peru, Colombia đã thành lập Liên minh Thái Bình Dương, Chile cũng đã có hiệp định thương mại với các nước trong khu vực. Do vậy, nếu hàng hóa của Việt Nam có thể vào được thị trường Chile thì cũng có thể thâm nhập vào các thị trường khác trong Liên minh Thái Bình Dương và thị trường các nước Mỹ Latinh.

Bốn là, Chile đang là nước có mức đầu tư ra nước ngoài lớn nhất trong các nước Mỹ Latinh. Chile chủ yếu đầu tư vào các trung tâm thương mại, siêu thị để bán hàng. Hệ thống siêu thị của họ có ở hầu hết ở các nước Mỹ Latinh. Do đó, với lợi thế thuế suất 0%, thông qua

kênh phân phối của Chile, hàng hóa Việt Nam có cơ hội được giới thiệu và hiện diện ở thị trường các nước Mỹ Latinh.

4.2. Cơ hội tiếp cận nguồn nguyên liệu có chất lượng tốt

Chile là một nước giàu tài nguyên thiên nhiên, đứng đầu thế giới về trữ lượng khai thác và chế biến đồng, litio và xếp thứ 2 thế giới về sản xuất i-ốt và molipden. Ngoài ra, Chile còn có các khoáng sản quý hiếm khác như vàng, bạc và nhiều loại đá quý. Ngành công nghiệp khai khoáng rất phát triển và đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế Chile.



Nguồn: tác giả tổng hợp từ số liệu của Bộ Công thương

Biểu đồ trên cho thấy Việt Nam nhập khẩu từ Chile chủ yếu là nguyên liệu phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu như đồng để làm dây và cáp điện, gỗ rừng trồng để sản xuất đồ gỗ, bột cá để chế biến thức ăn gia súc, gia cầm và nuôi tôm cá, bột giấy. Nhập khẩu các loại nguyên liệu này từ năm 2011 chiếm khoảng 80% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Chile. Ngoài ra, Việt Nam cũng nhập khẩu một số sản phẩm khác như rượu vang, hoa quả tươi, thịt gia cầm, là những sản phẩm có hàm lượng chế biến cao phụ thuộc vào môi trường, điều kiện tự nhiên của Chile.

Tính chung từ năm 2011 đến nay, Việt Nam vẫn nhập siêu từ Chile. Điều này cho thấy hàng nhập khẩu từ Chile đóng vai trò quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Vì vậy, VCFTA sẽ là cơ sở tạo điều kiện cho việc nhập khẩu hàng hóa từ Chile vào Việt Nam dễ dàng hơn, từ đó các doanh nghiệp trong nước sẽ có cơ hội được tiếp cận với nguyên vật liệu chất lượng tốt với giá cả phù hợp, thúc đẩy sản xuất hàng hóa phục vụ xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng.

Một ví dụ cụ thể là trường hợp Việt Nam nhập khẩu đồng từ Chile để chế tạo dây điện và dây cáp điện. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu dây điện và cáp điện của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 6/2016 đạt trị giá 68,5 triệu USD, tăng 4,9% so với tháng 5/2016. Tổng kim ngạch xuất khẩu trong 6 tháng đầu năm 2016 đạt 422 triệu USD, tăng 4,7% so với cùng kỳ năm 2015. Sản phẩm dây điện và cáp điện được đánh

giá là một trong những nhóm mặt hàng đóng góp không nhỏ vào giá trị sản xuất công nghiệp của Việt Nam. Việt Nam có trên 200 doanh nghiệp tham gia sản xuất và xuất khẩu dây điện và cáp điện, trong đó có nhiều công ty 100% vốn đầu tư nước ngoài hoặc liên doanh với nước ngoài để đầu tư sản xuất, xuất khẩu mặt hàng này với quy mô lớn và có dây chuyền công nghệ hiện đại[2].

4.3. Cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng thiết yếu

Hiện nay, các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu từ Việt Nam sang Chile gồm có giày dép các loại, hàng may mặc, gạo, sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ… Thị trường Chile có nhu cầu cao về các mặt hàng thiết yếu này nhưng nhân lực sản xuất lại rơi vào tình trạng dân số già nên điều kiện phát triển còn hạn chế. Bên cạnh đó, đời sống người dân Chile trong những năm gần đây được cải thiện đáng kể dẫn đến sức mua khá cao. Do vậy, VCFTA có hiệu lực sẽ là động lực thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng cơ bản, thiết yếu từ Việt Nam sang thị trường này.

Ngoài ra, thị trường Chile chưa đòi hỏi khắt khe về chất lượng hàng hóa như Hoa Kỳ, Nhật Bản, các nước EU và cũng chưa từng áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Đây là một thuận lợi cho xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam phải cạnh tranh nhiều với hàng giá rẻ từ các quốc gia như Trung Quốc, Ấn độ, Bangladesh và các nước trong khu vực như Peru, Paraguay, Uruguay, Bolivia và Colombia.

4.4. Cơ hội thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài

VCFTA sẽ mở ra cơ hội gia tăng hoạt động đầu tư của Chile vào Việt Nam. Hiện đã có một số tập đoàn của Chile đang triển khai các hoạt động đầu tư vào Việt Nam ở những ngành họ có thế mạnh. Hiệp định VCFTA giúp hai nền kinh tế bổ trợ cho nhau. Mặc dù Việt Nam nhập siêu từ Chile nhưng chủ yếu là nhập các nguyên liệu phục vụ sản xuất nên không ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động ngoại thương. Bên cạnh đó, Việt Nam xuất khẩu sang Chile chủ yếu các mặt hàng thành phẩm. Như vậy, các mặt hàng hiện nay mà hai quốc gia đang trao đổi có tính chất bổ sung, ít cạnh tranh. Việc thu hút đầu tư của các tập đoàn từ Chile sang Việt Nam được đánh giá là tiềm năng lớn về hiệu quả kinh tế.

Bên cạnh đó, Chile là quốc gia có nền kinh tế phát triển ổn định với một số công nghệ sản xuất đạt chất lượng quốc tế. Tại quốc gia này, một trong những công nghệ đi đầu là công nghệ bảo vệ môi trường trong sản xuất. Thông qua hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp Chile, các doanh nghiệp Việt Nam có thể học hỏi, tiếp cận với công nghệ hiện đại để gia tăng giá trị cho sản phẩm và hướng đến sự phát triển bền vững.

5. Thách thức đối với Việt Nam

5.1. Thách thức về sức cạnh tranh

Hiện nay nhiều doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Chile vẫn còn gặp nhiều khó khăn trong cạnh tranh với hàng hóa từ các quốc gia khác như Trung Quốc, Malaisia… Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ năng lực cạnh tranh còn hạn chế của các doanh

[2] Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2015, *Hồ sơ thị trường Chile*.

nghiệp Việt Nam. Cần lưu ý là theo các thỏa thuận thương mại đã được thiết lập, hàng hóa từ các quốc gia khác xuất khẩu sang thị trường Chile vẫn được hưởng ưu đãi thuế quan tương tự như trong VCFTA. Do vậy, khi Hiệp định này có hiệu lực, các doanh nghiệp Việt Nam có môi trường bình đẳng để cạnh tranh với các đối thủ đến từ quốc gia khác chứ không phải là được ưu đãi hơn.

Bên cạnh đó, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile vẫn chưa có chuyển biến mạnh, vẫn tập trung chủ yếu vào các mặt hàng tiêu dùng, thâm dụng lao động. Giá trị gia tăng của các mặt hàng còn hạn chế và ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả xuất khẩu sang thị trường này.

5.2. Thách thức về thị trường

Trước khi VCFTA có hiệu lực, Chile đã ký đến 23 hiệp định thương mại tự do, tiêu biểu với các quốc gia như Hoa Kỳ, Mêxicô, Canađa, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Malaisia, Panama, Costa Rica, El Salvador, Australia. Liên minh Châu Âu… Có thể nhận thấy tại thị trường Chile, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh là doanh nghiệp đến từ các quốc gia có nền sản xuất phát triển nhất trên thế giới. Trong bối cảnh mà doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều bất lợi như thiếu thông tin thị trường, chưa có đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp cao, còn thiếu sót trong khâu quản lý, công nghệ chưa tiên tiến… thì việc cạnh tranh với doanh nghiệp từ các nước như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc… là rất khó khăn.

Theo chuyên gia Phạm Văn Chắt[3]: "Giá cả hàng hóa xuất khẩu là yếu tố cơ bản nhất để hàng hóa của Việt Nam tìm được chỗ đứng ở thị trường Chile. Có thể nói việc phân phối, bán buôn, bán lẻ hàng tiêu dùng ở thị trường Chile là sự cạnh tranh khốc liệt của các sản phẩm đến từ Châu Á như hàng dệt may, giày dép, đồ dùng gia đình, các sản phẩm và linh kiện điện tử…". Ngoài ra, chi phí dịch vụ logistics và giá cước vận tải từ các cảng Việt Nam đến Chile cũng cao hơn khoảng 25-30% so với cước phí vận tải từ Trung Quốc, Hàn Quốc. Ngoài ra, thời gian vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam sang Châu Mỹ nói chung và Chile nói riêng cũng thường chậm hơn từ 10-15 ngày so với hàng hóa vận chuyển từ Trung Quốc, Hong Kong, Singapore và Hàn Quốc vì hàng đi từ Việt Nam thường phải chuyển tải qua Singapore hoặc Hong Kong (VCCI, 2015).

5.3. Thách thức về cải tiến, nâng cao chất lượng hàng hóa

Chile là quốc gia đã ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do và có mức độ hội nhập cao. Do vậy, hàng rào kỹ thuật và các quy định về vệ sinh dịch tễ của quốc gia này cũng tiệm cận với thông lệ quốc tế hiện nay. Mặc dù thuế nhập khẩu vào thị trường này được cắt giảm về 0% nhưng việc áp dụng các biện pháp về bảo hộ sản xuất, các quy chuẩn kỹ thuật, yêu cầu về vệ sinh an toàn thực thẩm, đòi hỏi nhãn mác hàng hóa, truy nguồn gốc, đòi hỏi mẫu mã, trách nhiệm xã hội... sẽ trở thành rào cản không dễ dàng cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra, có thể nhận thấy cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile tập trung chủ yếu ở các mặt hàng tiêu dùng, thâm dụng lao động vốn dĩ là chủng loại hàng bị áp dụng chặt chẽ các quy định này.

[3] Trọng tài viên Trung tâm trọng tài quốc tế Việt Nam – Phỏng vấn của tác giả.

Cũng theo chuyên gia Phạm Văn Chắt: "Các thách thức về vấn đề trách nhiệm xã hội và môi trường liên quan trực tiếp đến các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nếu không được giải quyết sẽ ảnh hưởng rất lớn đến xuất khẩu. Các thách thức liên quan đến vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ sẽ có rủi ro lớn đối với các cơ sở sản xuất kinh doanh hàng hóa tiêu dùng. Ngoài ra, vấn đề thương hiệu, ghi nhãn hàng hóa và truy xuất nguồn gốc là yêu cầu bắt buộc khi thâm nhập bất kỳ thị trường nào, bao gồm cả thị trường Chile. Nếu không đáp ứng được điều này thì sẽ trở thành bất lợi lớn đối với Việt Nam". Đây rõ ràng là thách thức không nhỏ đối với các nhà xuất khẩu của Việt Nam.

Như vậy, mặc dù Hiệp định VCFTA đã được ký kết và cơ hội đối với các nhà xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường này đang rộng mở nhưng vẫn còn nhiều rào cản phi thuế quan là lực cản đối với hàng hóa của Việt Nam. Việc đáp ứng các quy định này đòi hỏi các doanh nghiệp phải nghiên cứu và triển khai nhiều biện pháp đồng bộ theo hướng bền vững.

5.4. Thách thức về năng cao năng lực tổ chức và quản lý chuyên môn

Một trong những thách thức đặt ra với cơ quan quản lý nhà nước hiện nay là cần phải hoàn thiện và triển khai thực hiện có hiệu quả cơ chế, chính sách về phát triển các ngành công nghiệp nội địa, đặc biệt là công nghiệp phụ trợ. Hạn chế này đã khiến cho năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam bị ảnh hưởng nhiều do không được hỗ trợ bởi năng lực nội tại của nền kinh tế. Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường nói chung và Chile nói riêng sẽ tiếp tục ở vị thế bất lợi trong cạnh tranh với hàng từ các quốc gia khác khi tình trạng này vẫn không được cải thiện.

Bên cạnh đó, hiện nay Việt Nam chưa xây dựng và vận hành được cơ chế cảnh báo phòng vệ thương mại tại thị trường Nam Mỹ nói chung và Chile nói riêng. Cần lưu ý rằng đây là những thị trường có khoảng cách địa lý rất xa Việt Nam, có nhiều đặc điểm về thị hiếu, văn hóa tiêu dùng… không giống các thị trường khác. Do vậy, khi đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này, nguy cơ của các vụ việc phòng vệ thương mại là khá lớn. Việc thiết lập và vận hành cơ chế này sẽ trở thành động lực hỗ trợ to lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Chile.

5.5. Thách thức về thiếu thông tin thị trường

Các phân tích nêu trên cho thấy Chile là thị trường còn mới mẻ đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Do khoảng cách địa lý và sự khác biệt trong văn hóa tiêu dùng nên trước khi quyết định thâm nhập thị trường, các doanh nghiệp cần tìm hiểu và nắm bắt đầy đủ thông tin về thị trường này qua các kênh khác nhau như Thương vụ Việt Nam tại Chile, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang xuất khẩu hàng sang thị trường Chile, các nhà nhập khẩu của Chile…

Theo chuyên gia Phạm Văn Chắt: "Việc thiếu thông tin về thị trường là rất đáng lo ngại vì nếu không biết được tình hình thị trường và cơ chế hội nhập thì sẽ rất khó cho doanh nghiệp trong việc xác định đâu là cơ hội và đâu là thách thức. Bên cạnh nguyên nhân từ phía doanh nghiệp thì việc truyền đạt thông tin từ phía các cơ quan quản lý nhà nước đến doanh nghiệp dường như vẫn chưa mang lại hiệu quả. Nếu không có thông tin, không được hướng dẫn thực hiện thì doanh nghiệp sẽ rất khó trong việc đánh giá những thuận lợi và khó khăn, do

đó, các giải pháp đưa ra không mang tính thực tiễn và khó thực thi. Đây là một thách thức lớn trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt tại thị trường Chile".

6. Kết luận

Các phân tích nêu trên cho thấy cơ hội do VCFTA mang lại cho doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam là rất tiềm năng. Đây là thị trường có nhu cầu lớn đối với các mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam, đặc biệt là các sản phẩm tiêu dùng. Tuy nhiên, các thách thức đặt ra cũng rất đáng kể, chủ yếu xuất phát từ năng lực cạnh tranh còn hạn chế của hàng Việt Nam xuất khẩu và những khác biệt ở thị trường Chile mà nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa có đầy đủ thông tin.

Việc tận dụng các cơ hội và vượt qua thách thức này đòi hỏi phải triển khai thực hiện một hệ thống giải pháp đồng bộ và khả thi từ nhiều phía: các cơ quan quản lý nhà nước, hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp xuất khẩu. Các giải pháp cần có lộ trình thực hiện cụ thể gắn với các cam kết trong Hiệp định, thế mạnh và hạn chế của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng như các diễn biến trên thị trường Chile.

Tài liệu tham khảo

1. Malaisia External Trade Development Corporation (MATRADE) (2007), *Product Market Study on Footwear in Chile.*
2. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam-VCCI (2015), *Hồ sơ thị trường Chile.*
3. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam-VCCI (2014), *Văn bản Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Chile.*
4. Standard Trade Portal (2014), *Do Business With Chile.*
5. Tổng cục Hải quan (2015), *Xuất khẩu hàng hóa sang một số nước/ vùng lãnh thổ chia theo mặt hàng chủ yếu năm 2015.*