

VIỆT NAM – THỔ NHĨ KỲ

Sải bước dài trong quan hệ thương mại

LÀ QUỐC GIA DUY NHẤT TRÊN THẾ GIỚI NÓI LIỀN HAI LỰC ĐỊA CHÂU Á VÀ CHÂU ÂU, THỔ NHĨ KỲ CÓ VỊ TRÍ CHIẾN LƯỢC QUAN TRỌNG TRONG CHÍNH TRỊ VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ, THƯƠNG MẠI CỦA THẾ GIỚI NÓI CHUNG VÀ VIỆT NAM NÓI RIÊNG. TẠI ĐÂY, BÊN CẠNH VIỆC XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG THỔ NHĨ KỲ, HÀNG HÓA VIỆT NAM CÒN CÓ THỂ THÂM NHẬP THUẬN LỢI HƠN VÀO CÁC NƯỚC CHÂU ÂU, TRUNG ĐÔNG CŨNG NHƯ BẮC PHI.

● TRẦN NGỌC HÀ

Tiềm năng lớn

Trong những năm gần đây, nhờ thực thi các biện pháp cải cách nền kinh tế theo hướng tự do hoá, Thổ Nhĩ Kỳ đã vươn lên mạnh mẽ trong khu vực và thế giới, hiện đứng thứ 6 tại châu Âu, thứ 16 thế giới và là thành viên G20.

GDP năm 2012 của Thổ Nhĩ Kỳ đạt 786,2 tỷ USD, tăng 2,2% so với 2011, mức GDP bình quân đầu người đạt 10.540 USD. Dự báo mức tăng GDP năm 2013 của Thổ Nhĩ Kỳ là 4%.

Thổ Nhĩ Kỳ đặt mục tiêu sẽ trở thành 1 trong 10 nền kinh tế lớn nhất thế giới trong thời gian tới, kim ngạch xuất khẩu phấn đấu đạt 500 tỷ USD năm 2023. Với kết quả và mục tiêu như vậy, Thổ Nhĩ Kỳ đang ngày càng hoàn thiện về chính sách kinh tế - thương mại theo chuẩn châu Âu và thế giới, các chiến lược phát triển ngoại thương ngắn và trung hạn, theo hướng giảm dần sự phụ thuộc vào các thị trường chính

như EU, chuyển hướng sang các thị trường láng giềng, Trung Đông, châu Á, đồng thời các chính sách khuyến khích đẩy mạnh đầu tư, sản xuất trong nước đã và đang được thực hiện với kết quả khả quan.

Thổ Nhĩ Kỳ có nền kinh tế phát triển đa dạng, với các lĩnh vực quan trọng như công nghiệp khai khoáng, luyện kim, công nghiệp ô tô, điện tử, điện gia dụng, dệt may, giày dép, giấy, chế tạo máy, thực phẩm, xây dựng, nông nghiệp, du lịch, tài chính ngân hàng, vận tải. Với dân số trên 75 triệu người, kinh tế phát triển ổn định, sức sản xuất và tiêu dùng nội địa cao, Thổ Nhĩ Kỳ được đánh giá là thị trường hấp dẫn đối với các nước.

Trong những năm gần đây, kim ngạch nhập khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ đều đạt trên ngưỡng 200 tỷ USD. Cụ thể, năm 2011 đạt 240,8 tỷ USD; năm 2012 đạt 236,5 tỷ USD. Trong khi đó, xuất khẩu đạt 135 tỷ USD năm 2011,

152,5 tỷ USD năm 2012. Điều này cho thấy, nhu cầu nhập khẩu của thị trường Thổ Nhĩ Kỳ khá lớn. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chiếm tỷ trọng rất nhỏ (gần 0,4%) trong tổng kim ngạch nhập khẩu của nước này.

Trong lĩnh vực kinh tế, hiện hai nước đã ký Hiệp định hợp tác thương mại, kinh tế và kỹ thuật; Nghị định thư về hợp tác kinh tế và thương mại; Nghị định thư về hợp tác nông nghiệp; thành lập Ủy ban hỗn hợp kinh tế, thương mại; Thỏa thuận thành lập Hội đồng doanh nghiệp Việt Nam - Thổ Nhĩ Kỳ; đang hoàn tất đàm phán và các thủ tục pháp lý nội bộ để tiến tới ký Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư, Hiệp định Tránh đánh thuế hai lần, Hiệp định về Hợp tác hàng không; Thổ Nhĩ Kỳ đã mở đường bay đến Việt Nam. Đây là các cơ sở pháp lý quan trọng nhằm thúc đẩy quan hệ kinh tế, thương mại giữa hai nước.



Bước tiến dài trong quan hệ thương mại

Chỉ tính riêng trong 5 năm trở lại đây, buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ đã có mức tăng trưởng ấn tượng. Góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy quan hệ thương mại của Việt Nam với khu vực châu Phi, Tây Á, Nam Á cũng như thế giới.

Bảng thống kê trên cho thấy, trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ, Việt Nam luôn ở thế xuất siêu. Cụ thể, năm 2008 Việt Nam xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ đạt 333

triệu USD, cao gấp 3 lần; thì đến năm 2012 đạt 862,7 triệu USD, gấp 9,6 lần.

Điều này phản ánh đúng với thực trạng hiện nay, bởi bên cạnh nhu cầu của thị trường Thổ Nhĩ Kỳ, lợi thế cạnh tranh về giá cả, chất lượng của hàng hóa Việt Nam, thì sự nỗ lực của các cơ quan chức năng Việt Nam trong việc xây dựng cơ chế, chính sách, công tác xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường, cũng như sự chủ động tìm kiếm đối tác của các doanh nghiệp Việt Nam là nhân tố

chính tạo nên kết quả trên.

Cơ cấu hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ khá đa dạng như: Sợi, vải, may mặc, giày dép, cao su, điện thoại di động, gạo, cơm dừa, sản phẩm gỗ, sản phẩm sắt thép, máy móc thiết bị, máy vi tính, sản phẩm điện tử, hạt tiêu, chè, nguyên phụ liệu thuốc lá, dây điện và cáp điện, sản phẩm nhựa, hàng thủ công, gốm sứ, hải sản...

Trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ, nhóm hàng xơ, sợi dệt và hàng điện thoại di động, linh kiện

Kim ngạch xuất nhập khẩu từ năm 2008 đến nay

Đơn vị tính: triệu USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu	Mức tăng (%)	Việt Nam nhập khẩu	Mức tăng (%)	Tổng xuất nhập khẩu	Mức tăng (%)
2008	333,0	64,8	110,0	161,9	443,0	81,6
2009	281,9	- 15,3	144,2	31,0	426,1	-3,8
2010	528,0	87,3	108,0	- 25,1	636,0	47,9
2011	772,0	46,2	80,0	- 25,9	852,0	34,0
2012	862,7	11,7	90,1	12,6	952,8	11,8
6 tháng đầu năm 2013	509,7	26,7	44,5	-6,0	554,2	23,3

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Các mặt hàng xuất khẩu chính từ Việt Nam

Đơn vị tính: triệu USD

Mặt hàng	2010	2011	Mức tăng (%)	2012	Mức tăng (%)
Xơ sợi dệt các loại	176,50	276,18	56,5	339,58	23,0
Điện thoại di động và linh kiện	82,72	121,33	46,7	199,40	64,4
Hàng dệt may	87,03	108,82	25,0	68,44	-37,1
Cao su	34,38	53,82	56,5	40,18	-25,4
Sắt thép	18,67	28,91	54,8	14,91	-48,4
Giày dép	18,02	23,21	28,8	22,44	-0,3
Máy móc và thiết bị	16,58	14,76	-11,0	38,02	157,7
Gạo	8,86	28,21	218,4	1,83	-15,4 lần
PC và hàng điện tử	9,65	25,70	166,3	19,31	-24,9
Gỗ và sản phẩm gỗ	8,16	8,14	-0,2	7,83	-3,8
Hạt tiêu	3,30	7,15	116,7	8,66	21,2
Sản phẩm nhựa	4,47	5,64	26,2	9,10	61,3
Phương tiện vận tải	3,75	5,26	40,3	6,68	27,1
Hải sản	4,43	4,94	11,5	5,10	3,2
Chất dẻo nguyên liệu	3,55	1,43	-59,7	8,53	496,5

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

luôn chiếm kim ngạch và tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu cao nhất, với mức tăng cao qua các năm (Đây là hai mặt hàng được thực hiện chủ yếu bởi các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài). Cụ thể, so năm trước, nhóm hàng xơ, sợi dệt năm 2011 đạt 276,18 triệu USD, tăng 56,5%, chiếm tỷ trọng 35,8%; năm 2012 đạt 339,58 triệu USD, tăng 23%, chiếm tỷ trọng 39,4%. Tiếp đến là mặt hàng điện thoại di động và linh kiện, năm 2011 đạt 121,33 triệu USD, tăng 46,7%, chiếm tỷ trọng 15,7%; năm 2012 đạt 199,4 triệu USD, tăng 64,4%, chiếm tỷ trọng 23,1%.

Một số mặt hàng khác cũng có kim ngạch xuất khẩu cao như

dệt may, cao su, sắt thép, máy móc thiết bị, máy vi tính và hàng điện tử. Đáng chú ý là mặt hàng chất dẻo nguyên liệu và máy móc thiết bị có mức tăng trưởng rất cao trong năm 2012, với mức tăng tương ứng là 496,5% và 157,7%. Bên cạnh đó, do khó khăn chung về thị trường nên một số mặt hàng xuất khẩu có mức tăng trưởng âm so năm trước như gạo, sắt thép, dệt may, cao su...

Về nhập khẩu, thì như đã phân tích ở phần trên, với thị trường Thổ Nhĩ Kỳ, Việt Nam đạt xuất siêu.

Lý giải về kim ngạch nhập khẩu thấp từ Thổ Nhĩ Kỳ, các chuyên gia kinh tế cho rằng, một mặt do hàng hóa của Thổ Nhĩ Kỳ vào Việt Nam phải cạnh tranh

gay gắt về giá cả cũng như chất lượng với hàng hóa cùng chủng loại như phôi thép, tân dược, phụ tùng ô tô, máy móc thiết bị... với các nước mà các doanh nghiệp nhập khẩu Việt Nam đã có mối quan hệ buôn bán truyền thống như EU, Mỹ, Nhật, Hàn Quốc, Trung Quốc... Trong khi đó, các doanh nghiệp Thổ Nhĩ Kỳ chỉ là “bạn hàng mới” đối với thị trường Việt Nam.

Mặt khác, trong thời gian qua, Thổ Nhĩ Kỳ chưa thực sự chú trọng đến thị trường Việt Nam, thể hiện qua việc tổ chức các Đoàn xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường, tìm kiếm bạn hàng vào Việt Nam còn thưa thớt. Tuy nhiên, một vài năm gần đây vấn đề này đã được cải thiện. Bởi, Thổ

Nhĩ Kỳ quyết tâm đạt được tổng kim ngạch xuất khẩu 500 tỷ USD vào năm 2023, do đó nước này đẩy mạnh xuất khẩu vào khu vực các nước láng giềng và châu Á, trong đó có Việt Nam.

Giải pháp nào thúc đẩy thương mại với Thổ Nhĩ Kỳ?

Mặc dù buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ đã có mức tăng trưởng đáng ghi nhận. Tuy nhiên, theo đánh giá của các chuyên gia đây chỉ là bước đầu, mọi thứ vẫn còn khá mới mẻ, hai nước vẫn chưa tận dụng được hết cơ hội kinh doanh.

Điều này thể hiện ở khía cạnh, hiện một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như dệt may, giày dép, cao su, đồ gỗ, hạt tiêu... mới thâm nhập ở mức độ rất thấp vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ, trong khi nhu cầu những mặt hàng này ở Thổ Nhĩ Kỳ khá lớn. Ngược lại, máy móc thiết bị là một trong những nhóm hàng xuất khẩu mạnh của Thổ Nhĩ Kỳ. So sánh về lợi thế, nhóm hàng này có chất lượng cao hơn Trung Quốc, nhiều chủng loại ngang bằng với châu Âu, giá cả cạnh tranh, rất phù hợp thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp Việt Nam, hiện mức độ quan tâm đến hàng hóa nói chung và máy móc thiết bị nói riêng của Thổ Nhĩ Kỳ còn hạn chế.

Để nâng cao kim ngạch buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ, cần đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, giới thiệu hàng hóa, sản phẩm, nghiên cứu thị trường, tìm ra các mặt hàng chủ lực và mặt hàng xuất khẩu mới thâm nhập vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ. Tập trung tham dự các hội trợ - triển lãm tại các thành phố lớn của Thổ Nhĩ Kỳ như Istanbul (hàng năm hầu hết các cuộc hội chợ, triển lãm quốc tế đều tập trung tại thành phố này, nơi chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ), Ankara, Izmir..., tránh sự dàn trải dẫn đến kém hiệu quả.

Nắm bắt thông tin kịp thời để điều chỉnh kế hoạch sản xuất kinh doanh nhằm giảm thiểu thiệt hại, bởi Thổ Nhĩ Kỳ hay áp dụng biện pháp tự vệ, chống bán phá giá đối với hàng nhập khẩu vào nước này. Đến nay, Thổ Nhĩ Kỳ đã áp thuế tự vệ và chống bán phá giá đối với một số hàng xuất khẩu của Việt Nam như giày dép, điều hòa nhiệt độ, săm lốp xe đạp - xe máy, dây cu-roa, bật lửa ga, vải bạt polypropylen...

Các doanh nghiệp phải tìm hiểu kỹ đối tác, gặp mặt trực tiếp để giao dịch (hạn chế giao dịch qua internet), điều khoản trong hợp đồng cần chặt chẽ, chọn phương thức thanh toán an toàn nhất nhằm tránh thiệt hại. Thực tế, thời gian qua, do bất cẩn trong những vấn đề nêu trên, một số doanh nghiệp hai bên đã bị thiệt hại bởi đối tác.

Tiếp tục tổ chức các Đoàn cấp cao qua lại lẫn nhau, hoàn thiện cơ chế, chính sách, ký kết các Hiệp định nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ. ■

CHÍNH SÁCH MỚI



Lãnh đạo tỉnh Bình Dương trao Giấy chứng nhận đầu tư cho Công ty TNHH Becamex - Tokyu

Từ ngày 01/8/2013, Luật Sửa đổi điều 170 Luật Doanh nghiệp sẽ chính thức có hiệu lực, cụ thể: Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thành lập trước ngày 01/7/2006 và đã hết hạn hoạt động theo Giấy phép đầu tư sau ngày 01/7/2006 nhưng chưa thực hiện thủ tục giải thể và có đề nghị được tiếp tục hoạt động thì phải đăng ký lại trước ngày 01/02/2014.

Trường hợp các doanh nghiệp không đăng ký lại thì tiếp tục tổ chức quản lý, hoạt động theo Giấy phép đầu tư, Điều lệ doanh nghiệp.



Áp dụng tiêu chuẩn xây dựng cửa hàng xăng dầu mới

Từ 01/8/2013, các cửa hàng xăng dầu phải được xây dựng và thiết kế theo Quy chuẩn Quốc gia QCVN 01:2013/BCT, quy định tại Thông tư 11/2013/TT-BCT, cụ thể:

Vị trí xây dựng cửa hàng xăng dầu phải phù hợp với quy hoạch, đảm bảo yêu cầu an toàn giao thông, an toàn PCCC và vệ sinh môi trường; Kiến trúc cửa hàng xăng dầu phải phù hợp với yêu cầu kiến trúc đô thị.