

TẠI SAO THƯƠNG MẠI VIỆT-ĐỨC VẪN DUY TRÌ TĂNG TRƯỞNG TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

Nguyễn Phúc Hiền

Trường Đại học Ngoại thương

Nguyễn Thị Khánh Huyền

Trường Paderborn, CHLB Đức

Tóm tắt: Đại dịch Covid-19 đã tác động tiêu cực đến chuỗi cung ứng, tăng trưởng kinh tế và thương mại toàn cầu do chính sách kiểm soát dịch bệnh, giãn cách xã hội của các nước. Tốc độ tăng trưởng GDP toàn cầu ở mức âm 3,3% (2020), tổng giá trị thương mại toàn cầu âm 10,1% (2020) (World Bank, 2020). Trong khi đó thương mại Việt Nam và CHLB Đức chỉ giảm khoảng 3%, điều đáng nói là xuất khẩu Việt Nam sang Đức vẫn duy trì sự tăng trưởng dương 1,42% (so với năm 2019). Vậy đâu là động lực dẫn đến duy trì thương mại giữa hai nước. Bằng việc phân tích và đánh giá, nghiên cứu chỉ ra: việc thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA); loại hàng hóa xuất khẩu giữa hai nước; việc tìm kiếm nguồn cung ngoài Trung Quốc; quan hệ truyền thống lâu dài giữa hai nước và cộng đồng lớn Việt Nam tại CHLB Đức là những động lực chính cho tăng trưởng thương mại giữa hai quốc gia trong bối cảnh của đại dịch Covid-19.

1. Lời mở đầu

Việt Nam và CHLB Đức chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao năm 1975 và trở thành đối tác chiến lược năm 2011. Sau gần nửa thế kỷ quan hệ kinh tế phát triển vượt bậc, đặc biệt hơn 10 năm trở lại đây. CHLB Đức đã và đang là một trong những đối tác thương mại quan trọng nhất của Việt Nam trong Liên minh châu Âu trong nhiều năm qua. Việt Nam cũng là một thị trường tiềm năng với Đức khi là quốc gia duy nhất, ngoại trừ Singapore, có hiệp định thương mại tự do với Đức tại khu vực Đông Nam Á. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) có hiệu lực từ ngày 01 tháng 08 năm 2020 đã và đang đem lại sự phát triển tích cực trong mối quan hệ thương mại giữa cả hai nước.

Đại dịch Covid-19 xuất hiện vào cuối năm 2019, tại Vũ Hán, Trung Quốc. Đầu năm 2020, đại dịch bắt đầu lan rộng ra toàn thế giới dẫn đến sự thiệt hại nghiêm trọng

không những về con người mà nền kinh tế thế giới cũng phải hứng chịu những ảnh hưởng nặng nề do các chính sách hạn chế, đóng cửa và giãn cách xã hội ở mỗi quốc gia nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh. Đây chính là nguyên nhân khiến cho việc sản xuất đình chệ, đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu. Tăng trưởng GDP toàn cầu giảm ở mức âm 3,3% và tổng giá trị thương mại toàn cầu đã giảm 10,1% năm 2020 so với năm 2019 (World Bank, 2020). Thương mại hai chiều của Việt Nam và Liên minh châu Âu nói chung và với CHLB Đức nói riêng bị ảnh hưởng, tuy nhiên mức sụt giảm rất thấp, chỉ 0,1%. Xuất khẩu Việt Nam sang CHLB Đức vẫn duy trì tăng trưởng dương 1,42% năm 2020 so với 2019 và tăng 12,35% năm 2021. Cán cân thương mại của Việt Nam với Đức luôn duy trì trạng thái xuất siêu. Vậy đâu là động lực cho sự tăng trưởng thương mại giữa hai nước trong bối cảnh khó khăn của đại dịch Covid-19 là câu hỏi đặt ra cho nhóm nghiên cứu.

Hiện nay, đã có một số nghiên cứu về tình hình thương mại quốc tế trong bối cảnh đại dịch Covid-19 cũng như những nghiên cứu về tác động của EVFTA, tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào phân tích mối quan hệ thương mại Việt Nam - Đức trong bối cảnh Đại dịch. Bằng việc phân tích dữ liệu sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phương pháp phân tích so sánh, bài nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích tình hình thương mại giữa Việt Nam và Đức trong bối cảnh Đại dịch Covid-19, từ đó, tìm ra những nguyên nhân đằng sau sự tăng trưởng thương mại giữa hai nước Việt - Đức.

2. Khái niệm và vai trò của thương mại quốc tế

Thương mại quốc tế là hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa, dịch vụ, đầu tư xúc tiến thương mại nhằm mục đích sinh lợi. Theo tổ chức thương mại thế giới (WTO), thương mại quốc tế được xem xét dưới các hình thức thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và thương mại quyền sở hữu trí tuệ.

Thương mại quốc tế gắn liền với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của mỗi quốc gia. Hội nhập kinh tế quốc tế là một xu hướng tất yếu nó mang lại cả cơ hội và thách thức cho mỗi quốc gia. Vì vậy nếu quốc gia chủ động hội nhập bằng việc tham gia vào các tổ chức thương mại quốc tế như khối liên minh kinh tế, ký kết các hiệp định thương mại tự do thì có thể tận dụng được các cơ hội và hạn chế được thách thức để mang lại lợi ích kinh tế cho quốc gia. Tham gia thương mại quốc tế giúp các quốc gia sử dụng hiệu quả nguồn lực của mình, tăng năng lực sản xuất và khả năng tiêu dùng qua sự

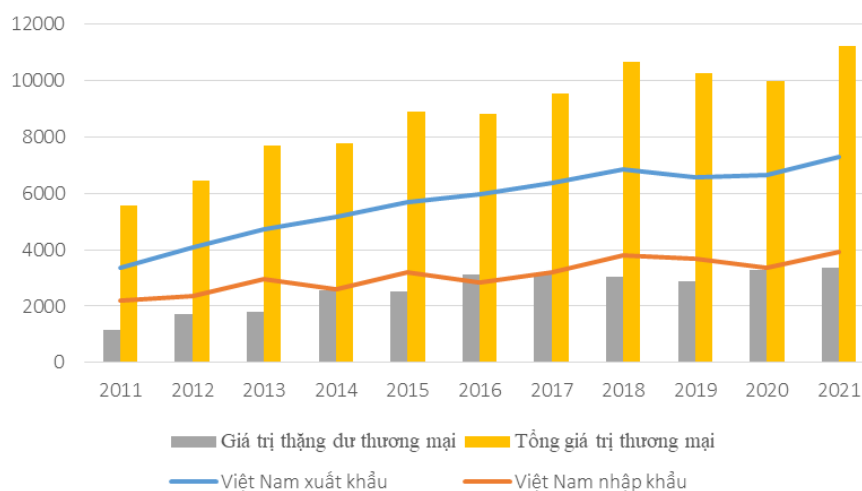
chuyên môn hóa và phân công lao động quốc tế. Có thể thấy, thương mại quốc tế chính là “chìa khóa” trong chính sách và chiến lược phát triển kinh tế của các quốc gia trong thời đại hội toàn cầu hóa.

Tuy nhiên, thương mại quốc tế cũng có mặt trái của nó. Tham gia thương mại quốc tế, các quốc gia gắn kết, phụ thuộc vào nhau trong kinh tế, điều này khiến cho nền kinh tế nội địa rất dễ bị tác động bởi các cú sốc bên ngoài như khủng hoảng, chiến tranh, dịch bệnh. Dịch bệnh Covid-19 và cuộc xung đột ở Ukraine đã cho ta thấy rõ điều này, khi phần lớn các quốc gia đều thực hiện các chính sách đóng cửa nhằm ngăn chặn sự lây lan của đại dịch dẫn đến đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu. Nền kinh tế thế giới đã lâm vào cuộc khủng hoảng được đánh giá là tồi tệ nhất kể từ cuộc Đại suy thoái năm 1930.

3. Thực trạng thương mại Việt-Đức trong bối cảnh Covid-19

Sau gần nửa thế kỷ thiết lập mối quan hệ ngoại giao, thương mại Việt-Đức ngày càng phát triển, Đức luôn là một trong những đối tác quan trọng của Việt Nam tại thị trường Châu Âu. Mặc dù, Việt Nam chỉ chiếm một phần nhỏ trong kim ngạch xuất nhập khẩu của Đức nhưng Việt Nam vẫn luôn là một thị trường tiềm năng đối với Đức. Trong hơn một thập kỷ qua (2011-2021), giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Đức luôn tăng trưởng ổn định, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt khoảng 13% qua các năm, đạt 7288 triệu USD (2021), tăng gấp 3 lần so với năm 2011 (Hình 1). Giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ Đức cũng khá ổn định, tốc độ tăng trưởng trung bình của giá trị nhập khẩu trong giai đoạn này là 10%, đạt 3942 triệu USD (2021), tăng gấp 2,3 lần so với năm 2011 (Hình 1).

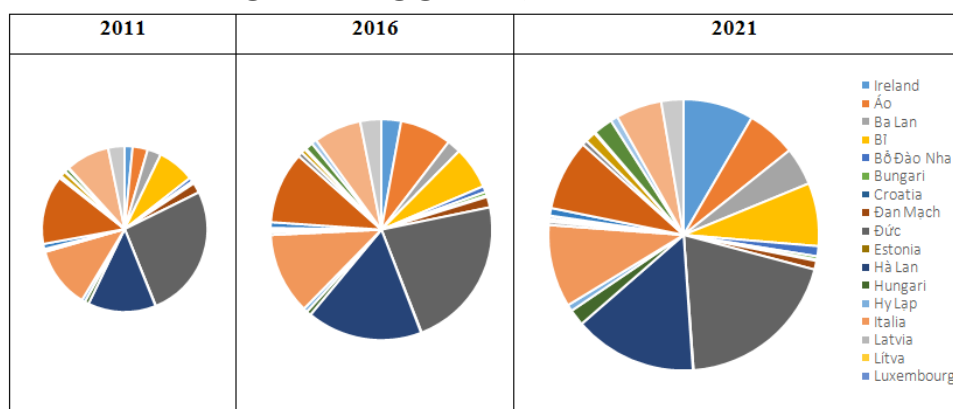
Hình 1: Giá trị xuất nhập khẩu giữa Việt Nam - Đức giai đoạn 2011-2021



Nguồn: <https://tradingeconomics.com/>

Tỷ trọng xuất nhập khẩu; Năm 2021, Đức tiếp tục là đối tác thương mại quan trọng nhất của Việt Nam tại thị trường châu Âu với tổng giá trị xuất nhập khẩu 11.240 triệu USD, chiếm 20% tổng giá trị thương mại với Liên minh châu Âu và chiếm khoảng 1,71% tổng giá trị thương mại của Việt Nam với thế giới, trong đó giá trị xuất khẩu chiếm tỷ trọng 2,17% tổng giá trị xuất khẩu, xếp thứ bảy trong các nước xuất khẩu của Việt Nam (Hình 2). Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam luôn thặng dư với Đức, đạt 3344,9 triệu USD (2021) (Hình 1). Đây cũng là năm giá trị thặng dư thương mại cao nhất mặc dù trong bối cảnh khủng hoảng Covid-19. Tỷ trọng xuất nhập của Việt Nam và Đức có thay đổi trong Liên minh châu Âu, giảm từ 26% (2011) xuống 20% (2020) do sự tăng trưởng thương mại nhanh của một số quốc gia thành viên châu Âu khác như Ai Len, Ba Lan với Việt Nam.

Hình 2: Tỷ trọng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam với các đối tác tại thị trường EU trong giai đoạn 2011-2021

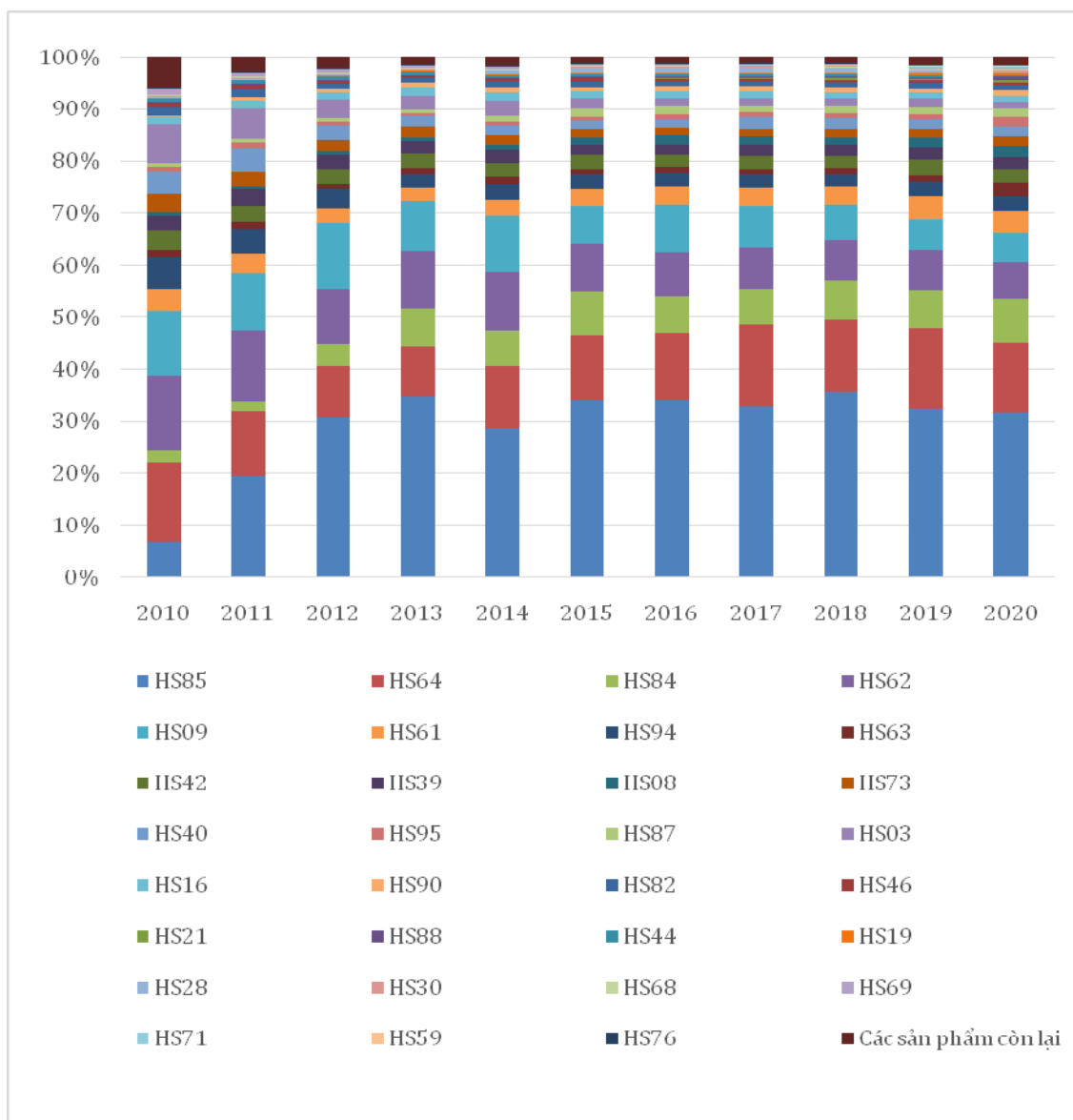


Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

Mặt hàng xuất nhập khẩu: Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Đức một số mặt hàng chủ yếu chiếm tỷ lệ cao: (1) máy tính, thiết bị điện tử và các linh kiện - HS85, chiếm hơn 30% (2021) tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu, tăng từ mức chỉ chưa tới 10% (2011). Nhóm sản phẩm này tăng do nhu cầu phải làm việc, học tập tại nhà và gia tăng giải trí trong giai đoạn giãn cách xã hội do Đại dịch Covid-19; (2) giày, dép và các sản phẩm tương tự - HS64, chiếm khoảng 14% (2021); (3) máy và thiết bị cơ khí - HS84, chiếm khoảng 10% trong tổng giá trị xuất khẩu năm 2021, tăng lên từ mức chỉ 2% (2011). Đây là sản phẩm có tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu cao do Việt Nam có nguồn nhân công giá rẻ và có trình độ cơ khí cao; (4) quần áo và hàng may mặc - HS62, chiếm 8% giá trị xuất khẩu sang Đức, phần lớn gia công cho các thương hiệu nổi tiếng của Đức như Adidas nhờ lợi thế nguồn nhân công giá rẻ; (5) cà phê, chè - HS09, chiếm khoảng 7% xuất khẩu. Đức là nước nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới và là một trong những thị trường xuất khẩu cà phê chính của Việt Nam. Những hàng hóa xuất khẩu này chủ yếu phục vụ nhu cầu thiết yếu, nhất là trong giai đoạn đại dịch

Covid 19 do nhu cầu thiết bị phục vụ hoạt động làm việc, học tập từ xa. Những sản phẩm xuất khẩu này chủ yếu từ hoạt động gia công, với lợi thế lớn về nguồn nhân lực dồi dào, chi phí nhân công rẻ, đồng thời Hiệp định EVFTA có hiệu lực, đã làm tăng sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam tại thị trường Đức.

Hình 3: Cơ cấu hàng hóa, sản phẩm Việt Nam xuất khẩu sang Đức



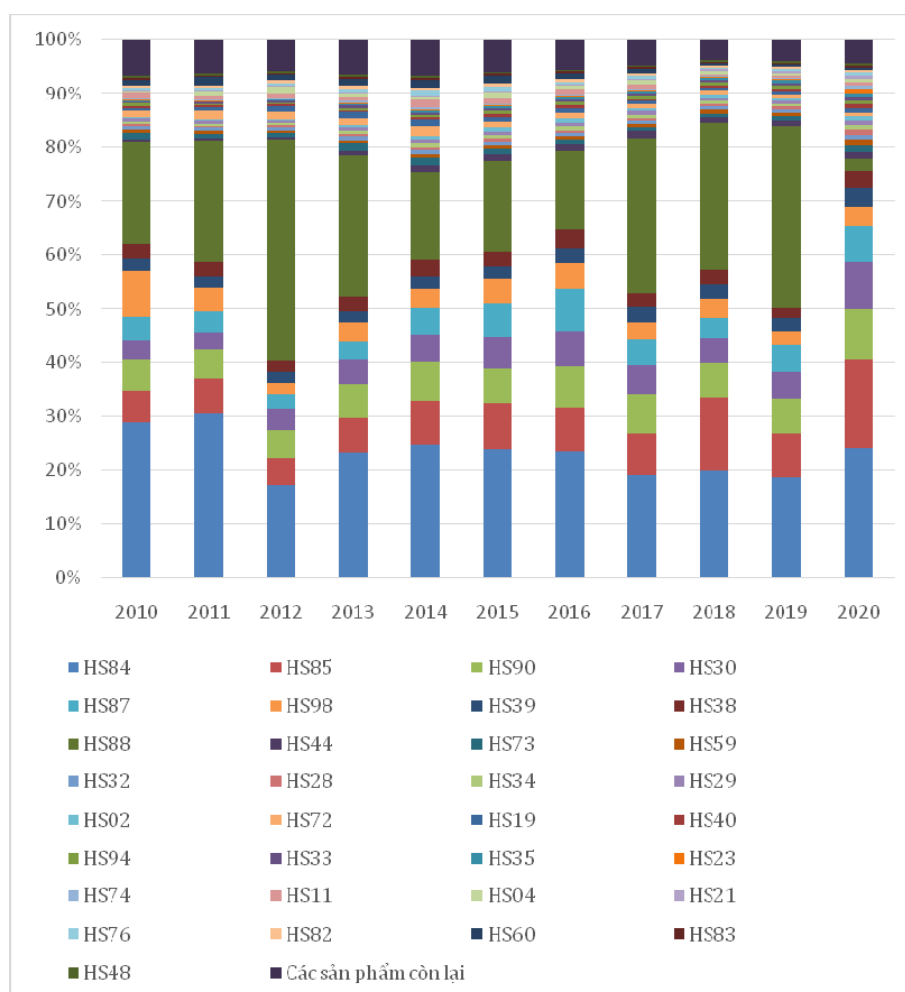
Nguồn: <https://www.trademap.org/>

Ghi chú: Mã sản phẩm được sử dụng là bảng mã số HS năm 2020, 2 chữ số

Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Đức các mặt hàng: (1) máy và các thiết bị cơ khí - HS48, được nhập khẩu nhiều nhất, chiếm tỷ lệ 24% tổng giá trị nhập khẩu năm 2020, tăng tăng từ tỷ lệ 20% (2019) do nhu cầu mở rộng dự án đầu tư và dịch chuyển từ đầu tư từ Trung Quốc; (2) máy điện và các thiết bị điện - HS85 nhập khẩu đứng thứ 2 với tỷ lệ chiếm gần 17% tổng giá trị nhập khẩu (2020) tăng từ mức 7% (2019) do nhu cầu tăng phục vụ cho làm việc và học từ xa trong bối cảnh của Đại dịch; (3) dụng cụ và

thiết bị quang học - HS90 đứng thứ 3 trong các mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất từ Đức, chiếm tỷ lệ 10% (2020) trong cơ cấu hàng nhập khẩu. Đây là nhóm hàng có chất lượng hàng đầu của Đức phục vụ chủ yếu cho y học; (4) xe cộ và các bộ phận của chúng - HS87 nhập khẩu đứng thứ 4 với tỷ lệ khoảng gần 10%, tăng từ 5% (2019), đây là mặt hàng xuất khẩu chính của Đức và là sản phẩm được ưa chuộng không chỉ ở Việt Nam mà trên toàn thế giới. Trong Đại dịch nhu cầu sử dụng phương tiện cá nhân tăng lên dẫn đến nhập khẩu nhiều hơn; (5) tàu thủy, thuyền và các kết cấu nổi - HS88 là nhóm sản phẩm giảm mạnh nhất từ mức tỷ lệ hơn 30% (2019) xuống chỉ còn khoảng 2% do tác động của Đại dịch Covid-19. Các sản phẩm nhập khẩu từ Đức chủ yếu liên quan đến may móc, cơ khí chính xác phục vụ sản xuất cũng như các sản phẩm phục vụ ngành y tế, các sản phẩm xe cao cấp... Cơ cấu các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Đức không có nhiều sự thay đổi (ngoại trừ nhập khẩu nhóm tàu thủy, thuyền và kết cấu nổi). Qua Hình 4, có thể thấy xu hướng tăng đều và ổn định của hầu hết các ngành hàng qua các năm.

Hình 4: Cơ cấu sản phẩm, hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Đức



Nguồn: <https://www.trademap.org/>

Ghi chú: Mã sản phẩm được sử dụng là bảng mã số HS năm 2020, 2 chữ số

4. Lý do Việt-Đức vẫn duy trì tăng trưởng thương mại

Trên cơ sở phân tích sự thành công trong hoạt động thương mại hai chiều giữa Việt Nam và CHLB Đức trong thời gian qua, đặc biệt trong bối cảnh của Đại dịch Covid-19 có thể đưa ra một số đánh giá sau:

Thứ nhất, Việt Nam và Đức đều thu được nhiều lợi ích từ Hiệp định EVFTA. Tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã và đang là một đối tác tin cậy với nhiều quốc gia trên thế giới. Tại châu Á, ngoài Singapore, Việt Nam là nước duy nhất có Hiệp định thương mại tự do với Khối liên minh châu Âu. Điều này, đã thúc đẩy hoạt động thương mại với khu vực châu Âu nói chung và Đức nói riêng. Cụ thể, tại ngày Hiệp định EVFTA chính thức có hiệu lực, châu Âu sẽ xóa bỏ thuế quan ngay lập tức với phần lớn ngành hàng, lên đến khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương khoảng 70,3% giá trị xuất khẩu hiện tại của Việt Nam sang châu Âu. Các ngành hàng còn lại sẽ được loại bỏ thuế theo lộ trình, dự kiến sau 07 năm, sẽ xóa bỏ thuế quan đối với 99,2% dòng thuế, tương đương 99,7% giá trị xuất khẩu hiện tại của Việt Nam sang châu Âu. Việt Nam cũng sẽ loại bỏ đối với 48,5% dòng thuế, tương đương 64,5% giá trị xuất khẩu của châu Âu sang Việt Nam ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Sau 07 năm, Việt Nam sẽ tiến tới loại bỏ thuế quan lên tới 91,8% dòng thuế, tương đương 99,8% giá trị xuất khẩu của EU sang Việt Nam. Việc thực thi Hiệp định thương mại EVFTA nửa cuối năm 2020 đã giúp thương mại Việt Nam sang châu Âu nói chung và Đức nói riêng phục hồi mạnh mẽ từ âm gần 1% hai quý đầu năm 2020 so với cùng kỳ lên tăng trưởng dương 1,2% (Trading Economics, 2020) Việt Nam đã tận dụng được lợi thế của mình với việc chiếm tỷ trọng cao trong tổng giá trị nhập khẩu của Đức từ thế giới tại các ngành hàng như nguyên liệu dệt và các sản phẩm dệt (9,19%); cà phê, chè (8,27%); giày, dép và các sản phẩm tương tự (7,24%); các sản phẩm bằng da thuộc (4,05%); thủy sản (2,32%) (Trade Map, 2020). Đức cũng nhận được rất nhiều lợi thế từ thị trường Việt Nam, với mức thu nhập tăng nhanh, người tiêu dùng có xu hướng chuyển ưu tiên về giá sang chất lượng sản phẩm cao như phương tiện ô tô, dược phẩm, thực phẩm (Trade Map, 2020). Việc áp dụng các lộ trình cắt giảm thuế nhập khẩu, người tiêu dùng Việt Nam sẽ có cơ hội sử dụng nhiều hàng hóa chất lượng từ Đức - nơi mà từ lâu đã luôn nổi tiếng với nhiều thương hiệu uy tín và chất lượng cao. Tóm lại, EVFTA đã và sẽ mang lại rất nhiều lợi ích cho cả hai quốc gia trong tương lai.

Thứ hai, thương mại Việt-Đức chủ yếu là các sản phẩm, hàng hóa ít bị ảnh hưởng bởi Covid-19. Đại dịch Covid-19 đã gây ra những ảnh hưởng tiêu cực thương mại quốc tế. Tuy nhiên, tác động của Covid-19 lại khác nhau đối với các nhóm sản phẩm khác nhau. Theo báo cáo của Eurostat (2021) về tác động của Covid-19 đến hoạt động thương mại theo nhóm sản phẩm tại thị trường châu Âu, dược phẩm, thực phẩm, đồ uống phần lớn không bị ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng Covid-19, trong khi xuất nhập khẩu nguyên liệu thô có mức giảm vừa phải. Trong cơ cấu hàng hóa, dịch vụ được xuất khẩu sang Đức, các mặt hàng chiếm tỷ trọng cao là điện thoại các loại và linh kiện; giày, dép các loại; cà phê; nông thủy sản; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (Hình 3). Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Đức là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; dược phẩm; sản phẩm hóa chất; máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; linh kiện phụ tùng ô tô; chất dẻo nguyên liệu (Hình 4). Đây là những mặt hàng thiết yếu không bị tác động nhiều bởi đại dịch Covid-19, thậm chí có nhu cầu cao trong đại dịch. Nhu cầu tăng sản phẩm này bù đắp cho một số sản phẩm sụt giảm như phương tiện tàu thủy. Do đó, thương mại hai chiều vẫn duy trì và xuất khẩu vẫn tăng trưởng dương.

Thứ ba, Việt Nam là một quốc gia tiềm năng, có thể thay thế một phần Trung Quốc trong tương lai. Đại dịch Covid-19 đã gây ra ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế trên toàn thế giới. Việc các quốc gia liên tục thực hiện các chính sách đóng cửa, giãn cách xã hội đã khiến cho hoạt động thương mại quốc tế sụt giảm, nền kinh tế phải đối mặt với các cú sốc cung - cầu và sự đứt gãy các chuỗi cung ứng toàn cầu. Sự phụ thuộc vào một đối tác thương mại lớn Trung Quốc đã gia tăng nhiều rủi ro cho nền kinh tế Đức cũng như Việt Nam. Đức đang cố gắng tìm những nguồn cung thay thế, nhằm giảm thiểu rủi ro khi quá tập trung vào một nguồn cung ứng. Bên cạnh đó, cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung vẫn còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, điều này càng thúc đẩy sự chuyển dịch đầu tư sang các quốc gia khác ngoài Trung Quốc. Đông Nam Á là một địa điểm đang nhận được nhiều sự quan tâm, trong đó, rất nhiều doanh nghiệp Đức nhận thấy Việt Nam rất có thể là một địa điểm thay thế tiềm năng trong tương lai. Theo báo cáo của Ngân hàng thế giới, chỉ số Doing Business Index 2020 của Việt Nam xếp thứ 70 trên toàn thế giới về mức độ thân thiện, khả năng cạnh tranh và môi trường đầu tư của các doanh nghiệp. Việt Nam là một quốc gia có lợi thế về nguồn nhân lực trẻ, chi phí nhân công thấp so với các quốc gia trong cùng khu vực, trình độ tay nghề cao và là

nước duy nhất có nhiều người nói tiếng Đức và am hiểu văn hóa Đức. Hiện nay, số lượng công ty Đức đầu tư vào Việt Nam đã không ngừng tăng lên, với hơn 300 công ty tại Việt Nam. Theo khảo sát của German Industry- IHK, 93% công ty Đức được khảo sát muốn tiếp tục đầu tư vào Việt Nam và 46% có ý định tăng số lượng nhân viên. 73% cho rằng họ sẽ tăng cường được năng lực cạnh tranh sau khi Việt Nam và châu Âu thực thi Hiệp định thương mại. Chính niềm tin vào mở rộng và đầu tư mới vào Việt Nam đã giúp duy trì được thương mại giữa hai nước đặc biệt là hoạt động xuất khẩu. Con số này sẽ tăng nhiều hơn trong giai đoạn tới do lợi ích của việc thực thi EVFTA.

Thứ tư, Việt Nam và Đức là đối tác có quan hệ truyền thống lâu dài. Việt Nam và CHLB Đức đã chính thức thiết lập mối quan hệ ngoại giao vào ngày 23 tháng 9 năm 1975 (trước đó là quan hệ hợp tác với CHDC Đức năm 1955) nhưng sợi dây liên kết giữa hai dân tộc ở hai lục địa Á – Âu xa cách đã hình thành và tồn tại từ rất lâu trước đó. Ngay từ giữa thế kỷ XIX, các vị sứ thần đầu tiên của Đức đã được cử đến Sài Gòn để kết nối bang giao hai nước. Sau gần nửa thế kỷ thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức, mối quan hệ giữa Việt Nam và Đức phát triển ngày một bền chặt. Trong mối quan hệ về thương mại, từ 1990, hai quốc gia đã đàm phán và đi đến ký kết rất nhiều các thỏa thuận hợp tác song phương như: Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư ký tại Hà Nội ngày 3 tháng 4 năm 1993; Hiệp định Vận tải Hàng hải được ký năm 1993 và Hiệp định Tránh đánh thuế hai lần được ký tại Hà Nội ngày 16 tháng 11 năm 1995. Hai nước nhất trí thành lập quan hệ đối tác chiến lược vào tháng 10/2011 nhằm thúc đẩy hợp tác chặt chẽ hơn trong tương lai, đặc biệt trong 5 lĩnh vực chính: hợp tác chính trị chiến lược, thương mại và đầu tư, tư pháp và pháp luật, phát triển và bảo vệ môi trường, giáo dục, khoa học, công nghệ, văn hóa, truyền thông và xã hội. “Tuyên bố chung về ý định làm sâu sắc hơn quan hệ kinh tế và thương mại giữa Bộ Kinh tế và Năng lượng Cộng hòa Liên bang Đức và Bộ Công Thương nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam” đã được ký kết vào ngày 25 tháng 3 năm 2019 để triển khai nội dung hợp tác kinh tế trong khuôn khổ quan hệ Đối tác chiến lược Việt Nam-Đức, làm sâu sắc hơn nữa hợp tác kinh tế, tạo cơ cấu kinh tế bền vững và thúc đẩy việc làm. Được ký tại Hà Nội ngày 25 tháng 3 năm 2019, “Tuyên bố chung về ý định giữa Bộ Kinh tế và Năng lượng Cộng hòa Liên bang Đức và Bộ Kế hoạch và Đầu tư nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam về hợp tác đào tạo nâng cao năng lực cho các giám đốc điều

hành doanh nghiệp từ năm 2019 đến năm 2021” bày tỏ nguyện vọng chung của họ trong việc thúc đẩy hợp tác kinh tế giữa cả hai nước bằng cách thực hiện Chương trình đào tạo quản lý song phương. Ngày 01 tháng 08 năm 2020, Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU (EVFTA) chính thức có hiệu lực. Đây là hiệp định thương mại toàn diện nhất mà châu Âu đã ký kết với một nước đang phát triển; điều này đánh dấu một bước ngoặt to lớn của nền kinh tế Việt Nam. Việc triển khai EVFTA đã tạo ra những cơ hội mới cho Thương mại song phương Việt Nam - EU; không thể phủ nhận Đức cũng là một trong những thị trường tiềm năng nhất tại EU.

Thứ năm, Việt Nam có cộng đồng người Việt lớn tại Đức. Việt Nam là quốc gia duy nhất ở Đông Nam Á sở hữu nhịp cầu nhân văn đặc biệt kết nối với Đức. Đó là đội ngũ đông đảo hơn một trăm ngàn học sinh, sinh viên và lao động Việt Nam đã từng học tập, làm việc tại Đức từ những năm 50 của thế kỷ trước, nắm vững ngôn ngữ và văn hóa Đức. Cùng với cộng đồng trên 170 ngàn người Việt Nam, gồm nhiều thế hệ, hội nhập sâu rộng và có những đóng góp tích cực vào đời sống kinh tế – xã hội Đức, họ đã kết thành một khối tài sản chung vô giá, trở thành chất xúc tác, động lực quan trọng không thể thiếu cho sự phát triển quan hệ hai nước nói chung và thương mại nói riêng, nhất là giai đoạn khủng hoảng của Đại dịch.

Hiện nay, có hơn 8,000 doanh nghiệp của người Việt Nam, hoạt động chủ yếu trong các ngành nghề thương mại, dịch vụ, nhà hàng, khách sạn, du lịch... Họ cũng giữ một vai trò quan trọng trong việc gìn giữ và phát triển mối quan hệ hữu nghị truyền thống giữa hai nước, thúc đẩy sự phát triển, thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và CHLB Đức.

5. Kết luận

Quan hệ thương mại Việt - Đức ngày càng phát triển sâu rộng, duy trì được sự tăng trưởng ổn định ngay cả trong bối cảnh khó khăn nhất của kinh tế và thương mại toàn cầu do tác động của dịch bệnh. Việt Nam có câu “lửa thử vàng, gian nan thử sức”, vận dụng cho quan hệ thương mại giữa hai nước trong thời gian qua cho thấy sức chịu đựng và quan hệ vững chắc giữa hai nước trong giai đoạn khó khăn. Đạt được thành quả này là nhờ những nỗ lực không ngừng giữa hai bên. Tuy nhiên, để duy trì và phát triển sâu sắc hơn nữa quan hệ hợp tác giữa hai bên, Việt Nam cần phải tiếp tục: (1) hiện thực hóa Hiệp định EVFTA từ tháng 08/2020. Để tăng cường hợp tác thương mại và tạo đột phá trong thời gian tới, Việt Nam cần chủ động khai thác tối đa các lợi thế

của Hiệp định trong thời gian tới. Đặc biệt doanh nghiệp phải quan tâm đến chất lượng hàng hóa xuất khẩu vào thị trường tiềm năng nhưng đòi hỏi cao. Sản phẩm của Việt Nam phải đáp ứng tất cả các yêu cầu để vào thị trường Đức nói riêng và châu Âu nói chung; (2) duy trì mặt hàng là lợi thế của mỗi nước mà ít bị tác động bởi cú sốc từ bên ngoài như dịch bệnh, Việt Nam tiếp tục tăng cường xuất khẩu sản phẩm thiết yếu như thiết bị điện tử, nông sản thủy sản, may mặc da giày vv...; (3) thu hút nhà đầu tư Đức để trở thành một nơi cung cấp trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị toàn cầu từng bước thay thế một phần từ Trung Quốc; (4) duy trì và làm phong phú hơn quan hệ truyền thống lâu dài giữa hai quốc gia; (5) phát huy và khơi dậy cộng đồng Việt Nam đang sinh sống và làm việc tại CHLB Đức để đẩy mạnh hơn nữa thương mại và đầu tư giữa hai nền kinh tế.

Tài liệu tham khảo

1. Bilateral trade between Germany and Vietnam, trích xuất từ Trade Map; truy cập ngày 21/07/2022, tại: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
2. Bilateral trade between Viet Nam and Germany, trích xuất từ Trade Map; truy cập ngày 21/07/2022, tại: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
3. Exports of goods and services (current US\$), trích xuất từ World Bank; truy cập ngày 20/07/2022, tại: <https://databank.worldbank.org/home.aspx>
4. Fritzi K G & cộng sự (2021), “The coronavirus and foreign trade - the crisis accentuates long-term trends”, KfW Research No.323
5. GDP growth (annual %), trích xuất từ World Bank; truy cập ngày 20/07/2022, tại: <https://databank.worldbank.org/home.aspx>
6. Germany Imports from Vietnam, trích xuất từ Trading Economics; truy cập ngày 20/07/2022, tại: <https://tradingeconomics.com/germany/imports/vietnam>
7. <http://www.vietnambotschaft.org/45-nam-quan-he-viet-nam-duc-sau-rong-hieu-qua-thuc-chat/>
8. <https://congthuong.vn/gan-93-doanh-nghiep-duc-se-tiep-tuc-dau-tu-vao-viet-nam-179948.html>.
9. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Impact_of_COVID-19_on_international_trade_in_goods_statistics, truy cập ngày 15/07/2022.

10. Imports of goods and services (current US\$), trích xuất từ World Bank; truy cập ngày 20/07/2022, tại: <https://databank.worldbank.org/home.aspx>
11. OECD (2020), “Efficiency and risks in global value chains in the context of COVID-19”, OECD Economics Department Working Papers No. 1637 tại: <https://doi.org/10.1787/18151973>
12. OECD (2021), “The impact of COVID-19 on the directions and structure of international trade”, OECD Trade Policy Paper, No. 252
13. OECD (2022), International trade during the COVID-19 pandemic: Big shifts and uncertainty: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/international-trade-during-the-covid-19-pandemic-big-shifts-and-uncertainty-d1131663/>
14. Stepanok, J (2020), “Germany’s trade with China at the beginning of the global COVID-19 pandemic”, IAB Forum, 02/10/2020, tại: <https://www.iab-forum.de/en/germanys-trade-with-china-at-the-beginning-of-the-global-covid-19-pandemic/>
15. Tran, D T & cộng sự (2021), “Impact of EVFTA on Trade Flows of Fruits between Vietnam and the EU”, The Journal of Asian Finance, Economics and Business, Volume 8 Issue 5, trang 607-616.
16. Trung tâm WTO và Hội nhập, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, “Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: Tóm tắt Chương 2 – Đối xử Quốc gia và Mở cửa thị trường hàng hóa”
17. Vietnam Imports from Germany, trích xuất từ Trading Economics; truy cập ngày 20/07/2022, tại: <https://tradingeconomics.com/vietnam/imports/germany>
18. Vu T H (2016), “Assessing potential impacts of the EVFTA on Vietnam’s pharmaceutical imports from the EU: an application of SMART analysis”, SpringerPlus, tại: <https://springerplus.springeropen.com/articles/10.1186/s40064-016-3200-7>