

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

**KHOA KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**

**CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**

-----\*\*\*-----



# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Đề tài:**

**QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM-  
NHẬT BẢN TRONG BỐI CẢNH QUỐC TẾ MỚI  
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

*Giáo viên hướng dẫn* : TS. BÙI NGỌC SƠN

*Sinh viên thực hiện* : NGUYỄN THỊ THU TRANG

*Lớp* : A9 - K41C - KTNT

**HÀ NỘI - 2006**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**  
**KHOA KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**

-----\*\*\*-----



# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Đề tài:**

**QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM-  
NHẬT BẢN TRONG BỐI CẢNH QUỐC TẾ MỚI:  
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

*Giáo viên hướng dẫn* : TS. BÙI NGỌC SƠN

*Sinh viên thực hiện* : NGUYỄN THỊ THU TRANG

*Lớp* : A9 - K41C - KTNT

**HÀ NỘI - 2006**

## LỜI NÓI ĐẦU

Ngược dòng lịch sử chúng ta có thể thấy Việt Nam và Nhật Bản vốn đã có quan hệ thương mại từ hàng trăm năm nay. Ngay từ thế kỷ 16 đã có nhiều thương gia Nhật Bản đến kinh doanh ở Việt Nam. Sử sách nói rằng, lúc đông nhất có tới hơn 600 thương nhân người Nhật định cư tại Việt Nam và hình thành nên “ Khu phố Nhật Bản”, xây cầu Nhật Bản tại Hội An. Gần năm thế kỷ qua đi, trải qua nhiều cuộc chiến tranh quan hệ hai nước cũng đã có nhiều biến động thăng trầm. Kể từ khi quan hệ ngoại giao Việt Nam - Nhật Bản chính thức được thiết lập vào tháng 9/1973, quan hệ thương mại giữa hai nước có điều kiện phát triển. Đặc biệt kể từ khi Việt Nam thực hiện chính sách đổi mới, mở cửa thị trường trong nước, phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa( năm 1986) thì quan hệ thương mại đã được mở rộng sang lĩnh vực đầu tư. Đến năm 1991, Nhật Bản nối lại viện trợ cho Việt Nam đánh dấu một bước tiến quan trọng trong quan hệ kinh tế- thương mại giữa hai nước.

Công cuộc đổi mới của Việt Nam với các chính sách phát triển kinh tế đối ngoại năng động, phù hợp với xu thế phát triển thời đại và lợi ích của cả hai bên Việt Nam - Nhật Bản cộng với một môi trường quốc tế thuận lợi là những nhân tố căn bản nhất, quan trọng nhất thúc đẩy quan hệ kinh tế- thương mại giữa hai nước phát triển ngày càng mạnh mẽ, sôi động và đi vào thế ổn định hơn. Hiện nay Nhật Bản đang là đối tác thương mại lớn thứ hai của Việt Nam sau Mỹ với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2005 đạt 8.504 triệu USD, là nhà cung cấp ODA lớn nhất của Việt Nam với lượng viện trợ cam kết tính đến năm 2005 đạt 11 tỷ USD, chiếm 30% tổng khối lượng ODA mà cộng đồng quốc tế dành cho Việt Nam. Bên cạnh đó Nhật còn đóng vai trò là nhà đầu tư FDI lớn thứ ba của Việt Nam sau Singapore và Đài Loan với tổng số vốn đầu tư đăng ký tính đến tháng 8/2006 đạt 6,8tỷ USD nhưng lại đứng đầu với số vốn thực hiện: 4,7 tỷ USD. Hiện tại Việt Nam đang đón chờ làn sóng đầu tư lớn thứ hai từ Nhật Bản. Làn này là từ các công ty vừa và nhỏ hoạt động trong lĩnh vực lắp ráp, sản xuất thiết bị, các công ty phụ trợ cho các tập đoàn lớn vốn đã kinh doanh thành công tại Việt Nam trong thời gian qua. Chuyên thăm chính thức

của Thủ Tướng Nguyễn Tấn Dũng sang Nhật Bản từ ngày 18-22/10/2006 vừa qua đã nâng mối quan hệ giữa hai nước vốn đã tốt đẹp hiện nay lên một tầm cao mới. Với việc là vị nguyên thủ quốc gia đầu tiên mà tân Thủ tướng Nhật ông Shinzo Abe tiếp đón tại xứ sở hoa anh đào, là vị Thủ tướng duy nhất của năm được mời đến chào Nhật Hoàng Akihito, là vị Thủ tướng Việt Nam đầu tiên phát biểu trước Quốc hội Nhật Bản đã cho thấy mối quan tâm đặc biệt của Nhật Bản trong quan hệ với Việt Nam nói chung và trong quan hệ kinh tế - thương mại nói riêng.

Trước bối cảnh gia tăng xu thế toàn cầu hoá; nền kinh tế công nghiệp hiện đại đã vào giai đoạn chín muồi để nhường chỗ cho một nền kinh tế mới- nền kinh tế tri thức; tiến trình liên kết khu vực đang diễn ra mạnh mẽ tại các nước Đông á với sự xuất hiện của các liên kết song phương, liên kết đa phương với vai trò trung tâm của ASEAN, sự lớn mạnh nhanh chóng của Trung Quốc trên tất cả lĩnh vực kinh tế, chính trị, khoa học kỹ thuật đang đe dọa vị trí dẫn đầu trong mô hình “đàn sếu bay” của Nhật; tương lai thành công của khu vực mậu dịch tự do ASEAN ( AFTA) thì quan hệ kinh tế - thương mại giữa hai nước không tránh khỏi những ảnh hưởng nhất định. Đây cũng chính là lý do em lựa chọn đề tài “ Quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam - Nhật Bản trong bối cảnh quốc tế mới: thực trạng và giải pháp” làm đề tài cho Khoá luận tốt nghiệp của mình.

**Mục đích nghiên cứu của khoá luận** là vận dụng những kiến thức đã tích lũy được để phân tích thực trạng quan hệ kinh tế-thương mại Việt Nam-Nhật Bản trong thời gian qua để từ đó đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy mối quan hệ đó trong bối cảnh kinh tế, chính trị đầy biến động.

**Đối tượng và phạm vi nghiên cứu** của khoá luận chủ yếu là quan hệ thương mại, đầu tư trực tiếp và ODA của Nhật Bản dành cho Việt Nam trong những năm qua.

**Phương pháp nghiên cứu:** Khoá luận được xây dựng bằng việc sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu trong đó chủ yếu là phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, quan điểm của nhà nước về thương mại,

đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam & quy chế tiếp nhận, quản lý và sử dụng ODA. Bên cạnh đó người viết còn sử dụng các phương pháp nghiên cứu tổng hợp như: phân tích tổng hợp, thống kê, so sánh.

**Kết cấu của khoá luận:**

Khoá luận bao gồm 3 chương chính

Chương I: Sự cần thiết khách quan của việc thúc đẩy quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam - Nhật Bản trong bối cảnh quốc tế mới

Chương II : Thực trạng quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam - Nhật Bản trong những năm qua

Chương III: Giải pháp thúc đẩy quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam - Nhật Bản trong những năm tới

Em hy vọng bài khoá luận này sẽ góp phần đưa ra cái nhìn tổng quan về quan hệ Việt Nam- Nhật Bản trên các khía cạnh thương mại, đầu tư trực tiếp và ODA, chỉ ra chính xác các nguyên nhân dẫn tới những biến động đồng thời phân nào đề xuất được những giải pháp phù hợp góp phần thúc đẩy quan hệ kinh tế giữa hai nước. Là một sinh viên sắp tốt nghiệp, em rất mong rằng bài khoá luận này sẽ là công trình nghiên cứu giúp em hoàn thành tốt chương trình đào tạo của trường Đại học Ngoại thương.

Trong quá trình thực hiện đề tài này, em đã nhận được sự hướng dẫn và chỉ bảo tận tình của Thầy giáo TS. Bùi Ngọc Sơn, cùng sự giúp đỡ quý báu của các Cán bộ của Trung tâm thông tin Bộ Thương Mại và Viện Nghiên Cứu Nhật Bản và Đông Bắc á. Em xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn đến Thầy giáo, và các cá nhân, tổ chức, những người đã giúp em hoàn thành bài khoá luận này.

**Sinh viên**

**Nguyễn Thị Thu Trang**

# CHƯƠNG I

## SỰ CẦN THIẾT KHÁCH QUAN CỦA VIỆC THỨC ĐẨY QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN TRONG BỐI CẢNH QUỐC TẾ MỚI

### I. XU THẾ TỰ DO HOÁ THƯƠNG MẠI, KHU VỰC HOÁ VÀ TOÀN CẦU HOÁ KINH TẾ THỨC ĐẨY PHÁT TRIỂN QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI GIỮA CÁC NƯỚC

#### 1.1 Tự do hoá thương mại, khu vực hoá, toàn cầu hoá là xu thế tất yếu khách quan của sự phát triển kinh tế thế giới

Trong lịch sử hàng nghìn năm xã hội loài người sống trong nghèo nàn và lạc hậu. Nhưng chỉ trong vài trăm năm phát triển kinh tế thị trường đã làm đảo ngược phương thức sản xuất, phương thức sinh hoạt của nhiều dân tộc đem lại sự tăng trưởng kinh tế và phát triển khoa học kỹ thuật chưa từng có.

Trong quá trình lịch sử ấy thế giới đã chứng kiến 2 bước ngoặt quan hệ kinh tế quan trọng đó là : sự phát sinh, phát triển kinh tế thị trường ở một số quốc gia dẫn tới sự hình thành quan hệ quốc tế về kinh tế ở một số khu vực nhất định và bước ngoặt thứ 2 diễn ra vào thập kỷ 70, 80 của thế kỷ XX với 2 cuộc cách mạng: cách mạng khoa học công nghệ mới và cách mạng công nghiệp lần thứ ba. Sức mạnh hội tụ của 2 cuộc cách mạng này đã chuyển nền kinh tế công nghiệp lên nền kinh tế tri thức, chuyển quá trình quốc tế hoá sang quá trình toàn cầu hoá. Chính sự phát triển mạnh mẽ này, về khách quan, đã đặt ra yêu cầu mở rộng thị trường lên một tầm mới, bằng các phương thức mới. Từ đó xuất hiện khái niệm “ toàn cầu hoá kinh tế” Có thể nói Mac là người đầu tiên phát hiện ra quá trình có tính khách quan này khi ông viết: “ Đại công nghiệp đã tạo ra thị trường thế giới, thay cho tình trạng cô lập trước kia của các địa phương, dân tộc vẫn tự cung, tự cấp, ta thấy phát triển những mối quan hệ phổ biến, sự phụ thuộc phổ biến giữa các dân tộc”<sup>1</sup>

Toàn cầu hoá kinh tế được hiểu như một quá trình loại trừ dần tình trạng khép kín, biệt lập giữa các nền kinh tế đưa đến sự nhất thể hoá môi trường quốc tế mà ở đó mỗi nước đều có một vị trí nhất định trong quá trình hình thành và xác lập quan hệ, ứng xử cộng đồng, tiêu chí và luật lệ, cơ chế và trật tự cộng đồng.

---

<sup>1</sup> Đặng Thuỳ Dương(2006), *Toàn cầu hoá kinh tế cách tiếp cận, cơ hội và thách thức*, Tạp chí Chiến lược chính sách công nghiệp- Số 5/2006., tr 36

Toàn cầu hoá kinh tế xuất hiện cùng với sự phát triển của nền kinh tế hàng hoá, thị trường nội địa của nhiều quốc gia được mở rộng và thống nhất. Lực lượng sản xuất không ngừng phát triển, năng suất lao động được nâng cao, vốn tích lũy lớn, khoa học kỹ thuật không ngừng cải thiện, phương tiện giao thông liên lạc hiện đại ngày càng phát triển hơn, nhu cầu mở rộng sản xuất và tìm kiếm thị trường ngày càng lớn. Do đó toàn cầu hoá kinh tế gia tăng như một kết quả tất yếu khách quan.

Các biểu hiện cơ bản của xu thế toàn cầu hoá về kinh tế:

- Hoạt động sản xuất mang tính chất toàn cầu: Để phát triển nền kinh tế quốc dân một quốc gia cần có 4 yếu tố kinh tế cơ bản, đó là: điều kiện tự nhiên, lao động, vốn và khoa học kỹ thuật. Trên thế giới không có một quốc gia nào có đầy đủ 4 yếu tố kể trên do đó muốn phát triển kinh tế các nước cần khai thác những lợi thế bên ngoài để khắc phục những hạn chế bên trong nền kinh tế. Điều này đòi hỏi các nước phải tham gia phân công lao động và trao đổi quốc tế. Sự phân công lao động, hợp tác quốc tế ngày càng trở nên sâu sắc và chặt chẽ, lực lượng lao động của mỗi quốc gia trở thành một mắt xích không thể thiếu trong hệ thống phân công lao động quốc tế. Nếu như trước đây một quốc gia chỉ tập trung vào sản xuất một hay một số mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh thì ngày nay để sản xuất ra một sản phẩm có rất nhiều quốc gia cùng tham gia. Theo báo cáo của OECD, hiện nay 90% sản phẩm của các nước có sự tham gia sản xuất của 2 nước trở lên. Thật vậy, gạo do nông dân Việt Nam sản xuất nhưng phân bón lại được nhập khẩu từ Indonexia, Trung Quốc, thuốc trừ sâu của Thái Lan. Điển hình hơn để sản xuất ra một chiếc máy bay Boeing cần có sự tham gia của 650 công ty đặt tại hơn 30 nước. Phân công lao động trong những năm gần đây có nhiều đặc điểm mới: từ phân công lao động truyền thống lấy các nguồn lực tự nhiên ở các nước làm cơ sở thành phân công có tính chất thế giới lấy công nghệ kỹ thuật hiện đại làm cơ sở. Cơ chế hình thành phân công lao động cũng có sự thay đổi từ phân công do thị trường quy định thành phân công do các công ty đa quốc gia, các liên kết kinh tế khu vực, các hiệp định thương mại được ký kết giữa các bên quy định. Sự phát triển của phân công lao động quốc tế đã hình thành mạng lưới sản xuất có tính chất toàn cầu, mỗi nước trở thành một bộ phận của nền sản xuất đó, điều này vừa giúp phát huy được lợi thế so sánh của mỗi quốc gia, vừa tiết kiệm được lao động xã hội, các yếu tố sản xuất được phân bổ hợp lý do đó nâng cao hiệu quả sản xuất xã hội ở phạm vi quốc gia và thế giới.

- Sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế ngày một gia tăng: cùng với quá trình toàn cầu hoá kinh tế là sự tăng lên nhanh chóng của hoạt động đầu tư, thương mại giữa các nước do đó diễn ra tình trạng đan xen lợi ích giữa các quốc gia với nhau. Một sự biến động nhỏ ở một nước có thể ảnh hưởng tới hệ thống kinh tế toàn cầu. Mức độ ảnh hưởng nhiều hay ít lại phụ thuộc vào tình trạng hội nhập của quốc gia đó vào nền kinh tế thế giới sâu rộng đến đâu. Cuộc khủng hoảng dầu lửa những năm 70, khủng hoảng tài chính tiền tệ 1997-1998 tại các nước Đông á, giá dầu biến động không ngừng trong những năm gần đây là những minh chứng sinh động và điển hình sự phụ thuộc giữa các nền kinh tế. Thị trường nội địa của một nước tồn tại vừa với vai trò là thị trường đầu vào, vừa là thị trường đầu ra của nền kinh tế toàn cầu và đến lượt mình nền kinh tế toàn cầu lại là nơi cung cấp các yếu tố đầu vào và tiêu thụ các yếu tố đầu ra cho thị trường quốc gia.

- Hoạt động thương mại giữa các nước gia tăng: nếu như năm 1994 tổng kim ngạch thương mại thế giới là 8090 tỷ USD( năm đầu tiên kim ngạch XNK của thế giới vượt qua 8000 tỷ USD) thì theo báo cáo của WTO đến năm 2006 con số này đã tăng lên 10.000 tỷ USD. Hầu hết các nước trên thế giới đặc biệt là các nước đang và chậm phát triển cũng chủ trương lấy thị trường thế giới làm nền tảng để hoạch định chiến lược phát triển kinh tế. Theo thống kê của WTO ( năm 2000) có gần 20% sản phẩm sản xuất ở các nước được đưa ra thị trường thế giới.

- Hoạt động đầu tư phát triển rộng khắp toàn cầu: Những năm gần đây đầu tư trực tiếp phát triển nhanh về quy mô và lôi cuốn tất cả các nước trên thế giới. Hoạt động đầu tư quốc tế nhằm khai thác lợi thế của các nước trong đầu tư đồng thời chống lại hàng rào bảo hộ thương mại. Hiện tượng đầu tư lẫn nhau giữa các nước công nghiệp phát triển, giữa các nước công nghiệp phát triển với các nước đang phát triển, giữa các nước đang phát triển với nhau ngày càng tăng. Tự do hoá đầu tư quốc tế trở thành mục tiêu của chính sách đầu tư tăng trưởng của các nước. Đầu tư quốc tế phát triển nhanh. Thị trường chứng khoán các nước phát triển và các nước đang phát triển mỗi năm thu hút hàng tỷ USD và đây được coi là một phương thức đầu tư gián tiếp hữu hiệu. Nhờ những thành quả mà internet mang lại mà việc thanh toán giữa các thị trường được tiến hành nhanh chóng.

- Sự bành trướng của các công ty xuyên quốc gia. Những năm gần đây các công ty xuyên quốc gia ngày càng tăng về quy mô và số lượng. Các công ty này ngày



nay chi phối và kiểm soát 2/5 thương mại quốc tế, 4/5 nguồn FDI và 9/10 các kết quả nghiên cứu chuyển giao công nghệ thế giới. Số vụ sáp nhập giữa các tập đoàn lớn trên thế giới tăng về quy mô và phong phú về lĩnh vực. Trong năm 2005 thế giới chứng kiến mức tăng 38% các vụ sáp nhập so với năm 2004 đạt 2,9 nghìn tỷ USD, vụ lớn nhất là P&G mua lại Gillette với trị giá 60,8 tỷ USD. Chính thông qua các công ty đa quốc gia này làm cho các nền kinh tế quốc gia liên kết lại với nhau làm cho nền kinh tế thế giới ngày càng gắn bó chặt chẽ.

- Vai trò của các định chế kinh tế toàn cầu và khu vực ngày càng lớn. Hiện thân của các định chế toàn cầu và khu vực này chính là các tổ chức quốc tế và khu vực. Từ cuối thập niên 90 đến nay hầu hết ở 5 châu lục các nước đua nhau lập ra các liên minh về thuế quan, thị trường chung... Nguyên nhân của hiện tượng này là do xu thế nhất thể hoá nền kinh tế vừa cho phép vừa gia tăng tốc độ phát triển tự do thương mại mạnh mẽ ở từng khu vực, vừa giúp các khối liên minh dựa vào nhau để chống lại sự xâm nhập từ các nước khác, các khu vực khác. Các tổ chức này vừa là kết quả, vừa là động lực của toàn cầu hoá. Các định chế kinh tế quốc tế và khu vực ra đời sẽ tác động đến thể chế quốc gia và làm chúng thay đổi tương thích.

Khu vực hoá kinh tế là biểu hiện của toàn cầu hoá kinh tế trong phạm vi khu vực, hai quá trình này có tác động bổ sung, thúc đẩy lẫn nhau. Khu vực hoá kinh tế làm cho tiến trình nhất thể hoá kinh tế trở thành hiện thực, mở đường cho tiến trình nhất thể hoá kinh tế toàn cầu trong tương lai. Nhất thể hoá kinh tế Châu Âu với sự ra đời của đồng tiền chung châu Âu và đang tiến tới nhất thể hoá chính trị là một bằng chứng sinh động nhất phản ánh xu thế phát triển về chiều sâu của toàn cầu hoá. Vậy khu vực hoá kinh tế là gì? Và tiến trình khu vực hoá cuối thế kỷ XX đầu thế kỷ XXI có những đặc điểm gì?

**Khu vực hoá kinh tế** được hiểu là sự phân công, liên kết sản xuất, kinh doanh giữa các nước trong cùng khu vực, xoá dần chế độ bảo hộ mậu dịch để đối phó với sự cạnh tranh và xu hướng bảo hộ của khu vực khác nhằm nâng cao vị thế của khu vực cũng như của từng thành viên trên trường quốc tế.

Theo thống kê đến nay trên thế giới có hơn 200 tổ chức kinh tế đã, đang và sẽ được thành lập. Đặc điểm mới của khu vực hoá kinh tế những năm cuối thế kỷ XX đầu thế kỷ XXI có thể khái quát thành mấy điểm sau:

- Một là: phát triển với tốc độ nhanh, có thể thấy qua sự phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu của 3 tổ chức kinh tế khu vực lớn nhất toàn cầu là EU, NAFTA, APEC.

- Hai là: khu vực hoá đã lan rộng khắp toàn cầu biểu hiện ở số lượng các liên kết khu vực và tiểu khu vực tăng nhanh ở mọi châu lục.

- Ba là: Nam- Bắc cùng liên kết hợp tác với nhau. NAFTA, APEC, EU mở rộng đều có nhiều nước đang phát triển tham gia

- Các liên kết tiểu khu vực đi trước một bước tạo nền tảng cho liên kết khu vực sau này, điều này thể hiện đậm nét trong tiến trình liên kết kinh tế khu vực Châu Á- Thái Bình Dương. Sự phát triển liên kết kinh tế ASEAN và các “ tam giác tăng trưởng kinh tế Châu Á ” nổi lên những năm gần đây, đặc biệt các phương thức liên kết ASEAN+ Trung Quốc, ASEAN + Nhật Bản, ASEAN + Hàn Quốc trở nên sôi động sẽ là những bước đi từ hẹp đến rộng, từ thấp đến cao của tiến trình liên kết Đông á

*Tóm lại*, xu thế toàn cầu hoá kinh tế & khu vực hoá kinh tế là một xu thế khách quan của thời đại, nó được quy định bởi những quy luật khách quan của xã hội và lịch sử mà trực tiếp là tính chất xã hội hoá lực lượng sản xuất trên quy mô quốc gia và quốc tế. Nó là kết quả của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, sự phát triển của nền kinh tế thị trường, chịu sự chi phối của các công ty xuyên quốc gia và chính sách mở cửa, tự do hoá thương mại và đầu tư của các nước nhằm dỡ bỏ hết các rào cản thuế quan, phi thuế quan, rào cản về đầu tư để góp phần làm hàng hoá, dịch vụ, vốn, công nghệ được di chuyển tự do giữa các nước.

## **1.2. Tác động của xu thế tự do hoá thương mại, khu vực hoá và toàn cầu hoá đối với sự phát triển quan hệ kinh tế- thương mại giữa các nước**

Do tiến trình toàn cầu hoá kinh tế và sự phát triển không ngừng của cuộc cách mạng khoa học công nghệ đặc biệt là cuộc cách mạng tin học mà các quốc gia trên thế giới ngày càng gia tăng tính phụ thuộc và bổ sung cho nhau. Chính xu hướng toàn cầu hoá và sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế quốc gia đã làm tăng thêm tính phức tạp và đa dạng của các mối quan hệ kinh tế trên thế giới, đặc biệt nếu nhìn từ góc độ quan hệ song phương tới quan hệ đa phương nhiều chiều. Xu hướng tự do hoá thương mại và đầu tư vẫn là một đặc trưng cơ bản trong sự phát triển của nền kinh tế thế giới những năm đầu thế kỷ XXI.

Từ khảo nghiệm thực tiễn ta có thể rút ra 2 nhận xét về ảnh hưởng của xu hướng toàn cầu hoá tới quan hệ hợp tác kinh tế giữa các quốc gia trên thế giới:

- Xu hướng toàn cầu hoá các hoạt động kinh tế là nhân tố đầu tiên tác động đến việc thiết lập các chiến lược kinh tế đối ngoại của các quốc gia nhằm thích ứng với môi trường quốc tế mới đã và đang thay đổi. Trong môi trường quốc tế ngày nay trừ nước Cộng hoà nhân dân Triều Tiên, không một quốc gia trên thế giới có thể tồn tại trong sự khép kín, co cụm đối với thế giới bên ngoài. Hợp tác cùng phát triển là xu thế chủ đạo trong những năm đầu thế kỷ XXI với sự phát triển bùng nổ như nấm sau cơn mưa của các liên kết song phương, khu vực ở các hình thức và cấp độ khác nhau. Trên cơ sở lợi thế cạnh tranh cũng như những đặc điểm kinh tế xã hội của mỗi nước mà các quốc gia có thể đưa ra những chiến lược kinh tế phù hợp nhằm thu được lợi ích tối đa và hạn chế mức thấp nhất những tác động tiêu cực mà quá trình hợp tác và phân công lao động quốc tế mang lại

- Trong quá trình toàn cầu hoá, tiến bộ công nghệ nói chung, sự bùng nổ của cuộc cách mạng tin học trong những năm gần đây nói riêng đã đẩy nhanh quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức. Với sự xuất hiện của công nghệ mới thế giới đang chứng kiến quá trình cơ cấu lại nền kinh tế toàn cầu với xu hướng căn bản là những ngành chủ lực của thời đại công nghiệp cơ khí như thép, xi măng, ô tô... giờ đây đã trở thành những ngành hoàng hôn. Các nước phát triển thay vì sản xuất các sản phẩm này trong nước họ dần chuyển giao công nghệ và các cơ sở sản xuất sang các nước đang phát triển nơi có chi phí nhân công và các chi phí hoạt động khác rẻ hơn nhiều lần rồi tập trung vào các ngành dựa trên công nghệ hiện đại mới ra đời & phát triển nhanh chóng như điện tử bán dẫn, máy tính, viễn thông, vật liệu mới. Những ngành dịch vụ liên quan tới tri thức như tài chính, tư vấn, thương mại điện tử ... bùng nổ khiến cho khu vực dịch vụ phát triển nhanh. Xu hướng này đang tạo ra diện mạo mới cho nền KTTG hiện đại với những ngành kinh tế chủ lực và mũi nhọn hoàn toàn mới. Trong nhóm các nước phát triển nơi sản xuất ra 2/3 sản lượng KTTG và là khu vực quy định xu thế và triển vọng của KTTG các ngành dựa vào tri thức có tốc độ tăng trưởng trung bình vượt xa tốc độ tăng trưởng GDP khiến tỷ trọng nhóm ngành công nghệ cao trong cơ cấu GDP phát triển nhanh và hiện đã vượt quá 50%.

## II. TÁC ĐỘNG CỦA GIA TĂNG KHU VỰC HOÁ MẠU DỊCH TỚI QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN

### 2.1. Ảnh hưởng của xu hướng hợp tác kinh tế khu vực ở Đông Á

Kinh tế thế giới kể từ sau chiến tranh thế giới II chứng kiến sự phát triển song song của 2 xu thế hội nhập đó là đa phương hoá quan hệ kinh tế thương mại toàn cầu trong khuôn khổ GATT/ WTO và khu vực hoá giữa các nền kinh tế và các nhóm quốc gia với nhau. Số lượng các hiệp định thương mại tự do trên thế giới nhờ đó nhảy vọt từ 26 hiệp định vào cuối năm 1989 lên hơn 200 hiệp định vào cuối năm 2005. Tuy nhiên trước khi nổ ra cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ 1997-1998 Đông Á dường như đứng ngoài xu thế này và được mệnh danh là “chiếc hộp rỗng không hiệp định thương mại tự do”<sup>3</sup>. Cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ tại Đông Á buộc các quốc gia này phải tìm kiếm động lực để tăng trưởng mới, chuyển hướng chính sách kinh tế đối ngoại sang liên kết khu vực và song phương. Mặt khác đa số các nền kinh tế Đông Á tiêu biểu là Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc đều dựa vào thương mại quốc tế để phát triển. Thị trường nước ngoài đặc biệt là thị trường Tây Âu và Bắc Mỹ trở thành điều kiện tiên quyết để duy trì đà tăng trưởng của các nền kinh tế Đông Á. Trong khi đó việc hình thành khu vực thị trường tự do NAFTA tại Bắc Mỹ cũng như khối thị trường chung Châu Âu EU đã khiến các quốc gia Đông Á nhận thấy vai trò quan trọng của liên kết khu vực và song phương do đó xu hướng thiết lập FTA bùng nổ ở đây.

Ý tưởng thành lập khối kinh tế Đông Á xuất hiện từ năm 1990 khi thủ tướng Malayxia Mahathir Mohamad đưa ra đề nghị thành lập Nhóm kinh tế Đông Á (EAEG) gồm các nước ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan. Chủ trương của thủ tướng Mahathir lúc đó là thành lập một tổ chức khu vực phi chính thức như một diễn đàn trao đổi để các nền kinh tế có thể trao đổi với nhau những mối quan ngại chung. Tuy nhiên ý tưởng này không thành công vì nó không nhận được sự ủng hộ của Mỹ và một số nước Châu Á.

Tuy nhiên bước sang thế kỷ XXI, với sự chủ động của Trung Quốc và Nhật Bản, những ý tưởng liên kết kinh tế khu vực phong phú đã từng bước biến thành các chương trình hành động thực chất. Trung Quốc là người đi đầu trong tiến trình đó với việc ký kết hiệp định thương mại tự do Trung Quốc- ASEAN vào tháng 11/2001.

<sup>3</sup> Đỗ Hoài Nam, Võ Đại Lược (2004), *Hướng tới cộng đồng Đông Á*, Nhà xuất bản Thế giới, Hà Nội.

Theo đó ASEAN và Trung Quốc sẽ hình thành khu vực thương mại tự do ( ACFTA) vào năm 2010 và kèm theo một chương trình “ thu hoạch sớm” áp dụng với 6 nước ASEAN phát triển hơn, theo đó thuế quan đối với 600 mặt hàng chủ yếu là nông sản sẽ được cắt giảm xuống 0% bắt đầu từ năm 2004 và kết thúc vào năm 2006.

Nhật Bản có vẻ chậm chân hơn Trung Quốc trong việc đánh giá vai trò của ASEAN trong khu vực. Trước việc hình thành khu vực thương mại tự do ASEAN-Trung Quốc( ACFTA) thủ tướng Nhật Bản Koizumi đã có chuyến thăm các nước ASEAN năm 2002 nhằm thoả thuận về *Quan hệ đối tác kinh tế gần gũi hơn*(JACEP). Theo tính toán nếu lấy năm 1997 làm cơ sở thì đến năm 2020, JACEP sẽ làm tăng 27,5% xuất khẩu của Nhật Bản sang ASEAN và 44,2% xuất khẩu của ASEAN sang Nhật Bản. Tiếp đó, đề án thiết lập khu vực thương mại tự do ASEAN- Nhật bản cũng được đưa ra tại cuộc họp Bộ trưởng kinh tế ASEAN- Nhật Bản tại Phnom-Penh, Campuchia tháng 9/ 2003 đã đạt được thoả thuận bắt đầu đàm phán tự do hoá trong các lĩnh vực hàng hoá, dịch vụ, đầu tư từ tháng 1/2005 và hoàn tất FTA giữa Nhật với 6 nước ASEAN trước năm 2012 và với 4 nước thành viên còn lại trước năm 2017. Tại cuộc họp cấp nguyên thủ tháng 10/2003, việc thiết lập FTA được coi là một trong những biện pháp thúc đẩy quan hệ đối tác kinh tế toàn diện ASEAN- Nhật Bản. Và vào tháng 3/ 2006 Nhật Bản và ASEAN đã cùng nhau ký kết thành lập Quỹ hội nhập Nhật Bản- ASEAN( JAIF) trong đó Nhật cam kết viện trợ 7,5 tỷ yên( tương đương với 70 triệu USD) cho tiến trình hội nhập của ASEAN.

Tâm điểm của sự chú ý là hình thức hợp tác trong khuôn khổ ASEAN+ 3 bao gồm 10 nước ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc. Mở đầu tiến trình hợp tác ASEAN+ 3 này là tháng 12/1997 các nước ASEAN cùng Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc đã tổ chức một cuộc gặp cấp cao đưa ra “Tuyên ngôn hợp tác hướng tới thế kỷ XXI” hình thành cơ chế 10+3. Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN+3 tháng 5/2000 đã xác định 9 lĩnh vực ưu tiên hợp tác, đó là: Đẩy mạnh thương mại, đầu tư và chuyển giao công nghệ; Khuyến khích hợp tác kỹ thuật trong lĩnh vực công nghệ thông tin và thương mại điện tử; Khuyến khích sự tham gia vào triển khai các lĩnh vực phát triển của ASEAN trong đó có Tiểu vùng sông Mê Kông; Thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân thông qua các sáng kiến như Hội đồng doanh nghiệp Đông á và Diễn đàn doanh nghiệp các ngành chuyên môn; củng cố năng lực của các xí nghiệp vừa và nhỏ và các ngành công nghiệp hỗ trợ; Hợp tác khoa học kỹ thuật; Phát triển nguồn nhân

lực; Hợp tác công nghiệp, nông nghiệp và du lịch; Phối hợp và hợp tác trên các diễn đàn quốc tế và khu vực. Và đến cuối năm 2004, các nhà lãnh đạo 10 nước ASEAN và ba nước Bắc Á đã gặp nhau ở Viêng Chăn, sau hội nghị cấp cao ASEAN và nhất trí cùng nhau xây dựng cộng đồng Đông Á.

Tuy nhiên mục tiêu cuối cùng của Nhật bản vẫn là tạo ra mối quan hệ đối tác rộng lớn trong thị trường ASEAN+ 5, tức là trên cơ sở công thức 10+3 thì sẽ mở rộng cho NewZealand và Australia tham dự nhằm đem lại lợi ích cho các ngành công nghiệp Nhật Bản. Mối quan hệ đối tác này bao hàm sự liên kết toàn diện về thương mại tự do và đầu tư xuyên biên giới, mậu dịch dịch vụ và việc hài hoà các chính sách và hệ thống kinh tế.

Bên cạnh đó còn phải kể đến tuyên bố hợp tác kinh tế giữa các nước Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản được nhất trí ngày 9/7/2003 sau cuộc gặp thượng đỉnh giữa thủ tướng Hàn Quốc Roh Mô-hyun và chủ tịch Trung Quốc Hồ Cẩm Đào. Tuyên bố này đánh dấu bước đi đầu tiên trong việc hình thành khối kinh tế Đông Bắc Á theo mô hình NAFTA hoặc EU.

Một điều dễ nhận thấy là các nước liên quan đến xu hướng liên kết kinh tế khu vực Đông Á đều tự khoác lên mình các vai trò và mức độ gây ảnh hưởng khác nhau trong các quan hệ kinh tế quốc tế ở khu vực. Về cơ bản ta có thể khái quát thành 3 loại chính như: thực thể kinh tế lớn trong khu vực( Trung Quốc, Nhật Bản); thực thể kinh tế nhỏ( các thành viên ASEAN) và thực thể kinh tế ngoài khu vực( Mỹ, Châu Âu...). Các thực thể kinh tế đều thể hiện các mục đích, ý đồ không trùng hợp nhau và chắc hẳn trong số đó sẽ có những nước lo ngại sẽ mất đi địa vị lãnh đạo của mình, có nước lại lo bị đứng ngoài rìa, ngoài ra có nước lại lo ngại ảnh hưởng của mình bị giảm trong khu vực khi xu hướng nhất thể hoá kinh tế được đẩy nhanh tốc độ. Rõ ràng rằng, một khi xu hướng toàn cầu hoá được đẩy nhanh gia tốc thì các nền kinh tế quốc gia trên thế giới đều phải tranh thủ khai thác hết các lợi thế so sánh cũng như các cơ hội do thời đại tạo ra cho nền kinh tế dân tộc. Việc xích lại gần nhau của các quốc gia tạo thành các liên kết kinh tế khu vực phản ánh sự gia tăng tính phụ thuộc của các nền kinh tế riêng lẻ. Qua đó họ có thể tự tìm cho mình những cơ hội mới cho sự phát triển đồng thời cũng phải cân nhắc đến cái giá phải trả cho những thành công đạt được.

Các liên kết kinh tế ở Đông Á dù dưới hình thức nào chăng nữa cũng đều tạo ra các ảnh hưởng, trực tiếp hay gián tiếp, lên các quan hệ kinh tế đối ngoại song phương

giữa các quốc gia trong khu vực, trong đó có quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam-Nhật Bản, buộc các nước phải có sự điều chỉnh thích ứng. Một mặt nó thúc đẩy quá trình tự do hoá thương mại gia tăng các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá giữa các quốc gia một mặt làm phát sinh các hiện tượng cạnh tranh thương mại ảnh hưởng đến quan hệ thương mại giữa các nước. Trên quan điểm phát triển và hội nhập kinh tế thế giới và khu vực của Việt Nam, việc tìm kiếm các cơ hội mới là cần thiết để khai thác tốt các lợi thế so sánh của mình đó là một nguồn lao động dồi dào, tài nguyên phong phú và thị trường rộng lớn với hơn 80 triệu dân. Do vậy xu hướng liên kết kinh tế khu vực một mặt thúc đẩy Việt Nam phải nhanh chóng hơn nữa trong sự nghiệp phát triển và đổi mới theo hướng công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước mặt khác phải tích cực củng cố và đa dạng hoá các quan hệ hợp tác kinh tế với các quốc gia trong khu vực.

## **2.2 Tương lai thành công của khu vực mậu dịch tự do ASEAN ( AFTA) tạo cơ hội và thách thức cho việc thúc đẩy quan hệ Việt Nam- Nhật Bản trong lĩnh vực thương mại và đầu tư.**

Ngày nay, người ta đều nhất trí rằng có lẽ ít tổ chức khu vực nào đang được nhiều nước tìm cách “ lôi kéo” như Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á ( ASEAN). Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ tất cả cùng nhất trí tiến hành thương lượng về các hiệp định tự do buôn bán riêng với ASEAN. Hàn Quốc, NewZealand, Australia cũng đang muốn hợp tác. Vậy đâu là nguyên nhân của tình trạng này? Sự “ quyến rũ” của ASEAN là ở chỗ khu vực này đang đi dần tới việc thực hiện thành công khu vực mậu dịch tự do AFTA. Các quốc gia trên đều không coi đó là thách thức mà tìm thấy ở đó những cơ hội mới. So với Đông Bắc á, Đông Nam Á đã mở rộng hơn cho các nền văn hoá và thương mại nước ngoài. Điều đó chứng tỏ ASEAN đã thành công trong việc chuyển từ một tổ chức chính trị sang một cộng đồng các quốc gia kinh tế. Đây là một chuyển biến cần thiết để thúc đẩy dòng vốn đầu tư nước ngoài chảy vào ASEAN. Nhìn từ góc độ khu vực hoá mậu dịch ta có thể thấy rằng AFTA đã đem lại cho ASEAN một bước tiến dài tới sự hội nhập kinh tế khu vực. Hiệp định AFTA thể hiện quan điểm về sự liên kết các nền kinh tế ASEAN thành một thị trường hợp nhất và vững mạnh của nửa tỷ người. AFTA đã kiểm nghiệm tính hiện thực của nó bằng việc các nước ASEAN-6 ( gồm Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand) đã hoàn thành thực hiện chương trình CEPT vào đầu năm 2003 theo đó

mức thuế quan áp dụng đối với hàng hoá trao đổi trong 6 nước này là từ 0-5%. Kết quả là 6 nước thành viên sáng lập của ASEAN đã có một khu vực mậu dịch tự do. Còn đối với 4 nước thành viên mới thời gian cũng không còn nhiều. Theo như cam kết, Việt Nam sẽ hoàn thành AFTA vào năm 2006, Lào và Myanmar vào năm 2008 và Campuchia vào năm 2010.

Khi tham gia vào AFTA, các nước thành viên đều chịu sự tác động dẫn đến việc thay đổi cơ cấu các ngành kinh tế. Đối với một số ngành phát triển kém hiệu quả do sử dụng các lợi thế so sánh kém hơn so với các nước thành viên khác thì để tồn tại các nhà kinh doanh buộc phải chuyển vốn đầu tư ngành mình sang các nước thành viên khác. Đối với lĩnh vực điện tử, nếu như trước đây khi Đông Nam Á còn là các thị trường đơn lẻ, các nhà sản xuất thường phải nghiên cứu rất kỹ hệ thống thuế đối với từng linh kiện điện tử trước khi đưa ra quyết định đầu tư sản xuất linh kiện nào ở nước nào (nhằm tránh hệ thống thuế nhập khẩu) thì giờ đây khi Đông Nam Á trở thành thị trường đơn nhất giới đầu tư có thể đầu tư sản xuất ở bất cứ quốc gia thành viên nào cũng được hưởng một mức thuế thấp như nhau. Thay vì chia nhỏ sản xuất như trước đây các nhà đầu tư có thể sản xuất hàng loạt để tiết kiệm chi phí sản xuất đồng thời tăng năng suất. Mặt khác, khi đầu tư vào một quốc gia thành viên ASEAN cũng đồng nghĩa với việc chiếm lĩnh toàn bộ thị trường ASEAN.

Với Việt Nam, đứng trên quan điểm thương mại việc gia nhập sâu hơn vào quá trình này cũng tạo nhiều cơ hội khai thác tốt hơn thị trường rộng lớn AFTA bằng các lợi thế so sánh của mình. Hàng hoá của Việt Nam khi xuất khẩu sang các nước ASEAN sẽ được hưởng nhiều thuận lợi hơn so với hàng hoá của các nước ngoài khu vực bởi các nước ASEAN phải dỡ bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan, mở rộng thị trường mậu dịch cho hàng hoá và dịch vụ của các nước thành viên khác. Bên cạnh đó, là thành viên của AFTA Việt Nam có thêm điều kiện để tăng cường buôn bán với các nước trên thế giới, chẳng hạn Việt Nam cho đến nay vẫn chưa được hưởng chế độ ưu đãi phổ cập thuế quan (GSP) của Mỹ. Nhưng nếu các nước ASEAN nhập khẩu nguyên liệu của Việt Nam để sản xuất hàng xuất khẩu đi Mỹ thì sẽ được hưởng chế độ GSP, vì hệ thống GSP của Mỹ quy định “Giá trị một sản phẩm được sản xuất ở 2 nước thành viên của Hiệp hội kinh tế (kiểu ASEAN) thì được coi là sản phẩm của một nước” mà Mỹ lại cho hầu hết các nước ASEAN hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP khi xuất khẩu hàng hoá vào Mỹ. Nếu đứng trên quan đầu tư, việc khu



vực thị trường mậu dịch tự do ASEAN hình thành sẽ đem lại sự chuyển dịch theo nhiều chiều khác nhau, trong đó có FDI của Nhật Bản. Điều này được xem như là một nhân tố không nhỏ tác động tới quan hệ kinh tế Việt Nam- Nhật Bản trên khía cạnh thương mại và đầu tư trực tiếp. Mức độ tác động phụ thuộc nhiều vào tính cạnh tranh trong cuộc chạy đua thu hút đầu tư nước ngoài của các quốc gia trong khu vực. Việt Nam cần phải nhìn nhận các đối thủ có tính hấp dẫn cao như Thái Lan, Singapore với một con mắt thực tế hơn nếu không muốn mất phương hướng cho dòng chảy FDI vào Việt Nam. Các doanh nghiệp Nhật Bản trên quan điểm dài hạn vẫn tìm thấy ở Việt Nam những dấu hiệu tích cực: một môi trường chính trị- xã hội ổn định, giá nhân công rẻ hơn các nước trong khu vực, lao động khéo tay, chăm chỉ, tiếp thu nhanh kiến thức mới,... để hướng dòng đầu tư của mình vào Việt Nam. Tuy nhiên việc bị tụt hạng về môi trường đầu tư theo đánh giá của ADB trong năm qua lại là nhân tố tiêu cực khiến cho các nhà đầu tư phải cân nhắc trước khi quyết định rót vốn vào Việt Nam.

### **III. NHU CẦU HỢP TÁC KINH TẾ TƯƠNG HỖ GIỮA NHẬT BẢN VÀ VIỆT NAM**

Trong bối cảnh toàn cầu hoá ngày nay, việc mở rộng hợp tác nói chung và hợp tác kinh tế nói riêng là nhu cầu thiết yếu của mọi quốc gia. Tuy nhiên, mỗi nước trên cơ sở thế và lực của mình lại có những quan điểm hợp tác cụ thể đối với từng đối tác. Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước cần nhiều vốn và công nghệ. Trong khi Nhật Bản lại có vốn có công nghệ và đất nước đang đối mặt với tình trạng dân số già thiếu lao động sản xuất. Tham gia vào hợp tác quốc tế nhu cầu này của hai nước sẽ được giải quyết. Việc xác định rõ các lợi thế cạnh tranh, những đặc điểm kinh tế- xã hội của hai nước là rất cần thiết để từ đó thấy được nhu cầu thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế- thương mại giữa 2 quốc gia.

#### **3.1 Đẩy mạnh cải cách ở Nhật Bản làm gia tăng nhu cầu hợp tác**

Từ sau cuộc khủng hoảng tài chính- tiền tệ khu vực Đông á, Nhật Bản đã có những cố gắng xúc tiến mạnh mẽ hơn chương trình cải cách kinh tế của mình. Trên thực tế cuộc khủng hoảng đã làm bộc lộ rõ những điểm hạn chế trong bản thân nền kinh tế Nhật Bản, đặc biệt trong hệ thống tài chính ngân hàng buộc nước này phải có những cải cách toàn diện. Nhìn lại các cuộc cải cách những năm gần đây ta thấy Nhật bản không chỉ chú trọng tới phương diện tạo cầu, kích cầu mà còn chú trọng cả khía

ạnh cung của nền kinh tế nhằm tạo ra một cơ cấu kinh tế hợp lý trên cơ sở phát triển mạnh các ngành kinh tế kỹ thuật cao.

Trên phương diện cầu, Chính phủ Nhật đã có nhiều chương trình kích thích kinh tế hàng năm nhằm mở rộng đầu tư. Bên cạnh đó là những cố gắng tập trung giải quyết các khoản nợ khó đòi, nhằm tạo sự lành mạnh trong hệ thống ngân hàng, kích thích các hoạt động đầu tư tư nhân. Trong các chương trình cải cách của các thủ tướng Nhật trước ông Koizumi đều chú trọng tới đầu tư công cộng nhưng chính quyền Koizumi lại chú trọng kích thích đầu tư tư nhân, hạn chế, giảm tài trợ đầu tư công cộng nhằm tiến tới cân bằng ngân sách. Ngân sách năm tài chính 2002, công trái được phát hành không quá 30 nghìn yên, giảm 10% ODA và giảm đầu tư công cộng 10%. Để kích thích mạnh hơn đầu tư tư nhân chính phủ đã tập trung vào giải quyết nợ khó đòi thông qua một số giải pháp mạnh có tính khả thi như bán lại nợ, cho doanh nghiệp chịu nợ phá sản, ngân hàng tự huỷ bỏ một phần nợ. Giảm thuế để từ đó kích thích người dân tăng chi tiêu, đầu tư phát triển kinh tế.

Trên phương diện cung, nhà nước chú trọng đẩy mạnh cải cách cơ cấu và thể chế kinh tế nhằm tạo môi trường thông thoáng cho các doanh nghiệp hoạt động. Nhà nước chú trọng phát triển những ngành công nghệ cao đại diện cho nền kinh tế tri thức. Xúc tiến chương trình phát triển tổng thể vùng kinh tế nhằm gắn kết các khu vực trong nền kinh tế theo 4 trục chính: Đông- Bắc; ven biển Nhật Bản; ven Thái Bình Dương; và trục phía tây Nhật Bản để qua đó phát huy lợi thế so sánh của từng vùng trong hoạt động kinh doanh hợp tác quốc tế. Nhật Bản cũng đẩy mạnh tiến trình tự do hoá và hợp tác quốc tế. Bên cạnh gia tăng các hoạt động đa phương, đặc biệt chú trọng hợp tác với ASEAN, Nhật Bản cũng từng bước mở rộng thị trường nội địa thu hút nhiều hơn dòng vốn nước ngoài đổ vào thị trường Nhật

Về cơ cấu nền kinh tế, việc điều chỉnh cơ cấu ngành kinh tế không chỉ xuất phát từ nhu cầu nội tại của bản thân nền kinh tế Nhật mà còn được thúc đẩy bởi xu thế toàn cầu hoá kinh tế, của sự phát triển mạnh mẽ khoa học- công nghệ thế giới. Sự chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế ở Nhật bản diễn ra theo chiều hướng giảm tỷ trọng thuộc khu vực I và II tăng tỷ trọng các ngành thuộc khu vực III trong thu nhập quốc dân. Nếu như năm 1990 tỷ trọng các ngành thuộc khu vực I trong GDP là 2.8% thì đến năm 2000 giảm xuống còn 1,5%. Tỷ trọng các ngành trong khu vực II cũng có xu hướng giảm từ 36% xuống còn 29% trong cùng khoảng thời gian nói trên. Trong khi đó tỷ trọng khu

vực III lại tăng lên khá mạnh từ 61% lên 69,5% GDP. Sự chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế của Nhật Bản đã tác động tới xu hướng và tiến trình cải cách cơ cấu kinh tế của các quốc gia trong khu vực bởi Nhật Bản là một cường quốc kinh tế của khu vực và thế giới. Trong những năm qua Nhật Bản là một trong những nhà đầu tư hàng đầu, là bạn hàng và cũng là nhà cung cấp ODA lớn cho Đông Nam á. Điều này cho thấy mức độ tác động của những điều chỉnh cơ cấu ngành kinh tế Nhật Bản tới ASEAN là không nhỏ.

### ***3.1.1 Hợp tác làm gia tăng nhu cầu đầu tư ra bên ngoài qua đó khai thác lợi thế khoa học và nguồn vốn***

Ngay từ những năm 80 của thế kỷ trước nền kinh tế Nhật đã bước vào giai đoạn chín muồi của một nền kinh tế công nghiệp hoá. Các ngành tiêu biểu cho nền kinh tế công nghiệp phát triển đã đạt được trình độ hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển đó đặt ra hàng loạt vấn đề kinh tế, xã hội làm cho chi phí sản xuất sản phẩm ngày càng tăng dẫn đến giảm lợi thế so sánh trong cạnh tranh. Trong khi đó công nghệ mới và sự phát triển của khoa học đã và đang mở ra những lĩnh vực và ngành kinh doanh mới phù hợp với điều kiện của xã hội phát triển. Nền kinh tế Nhật chuyển từ nền công nghiệp chín muồi sang nền kinh tế tri thức. Trong quá trình chuyển đổi đó một mặt Nhật Bản phải tập trung đầu tư nghiên cứu công nghệ mới nhằm xây dựng các ngành công nghiệp mới, mặt khác các công ty Nhật phải đẩy nhanh quá trình chuyển giao công nghệ kỹ thuật và quản lý thông qua đầu tư trực tiếp trong những ngành đòi hỏi nhiều lao động và nguyên liệu. Đây là cơ hội gia tăng thu hút vốn đầu tư và tạo lập, phát triển những ngành công nghiệp như sắt, thép, ô tô, xi măng, hoá chất đối với những nước đang phát triển và đang trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá như Việt Nam.

Trên thực tế Nhật là một trong những quốc gia hàng đầu trong thực hiện đầu tư ra nước ngoài. Quá trình bành trướng kinh tế thông qua FDI của Nhật được thực hiện ngay từ những năm 1950, song quy mô và tốc độ tăng mạnh là thời kỳ những năm 1970, 1980 và đặc biệt là từ năm 1985 lại đây. Quá trình đồng yên tăng giá cùng với chính sách tự do hoá và ưu tiên phát triển các ngành công nghệ cao trong nước nhiều công ty Nhật đã gia tăng chuyển các cơ sở, những ngành sản xuất cần nhiều lao động ra nước ngoài. Các nước ASEAN luôn đứng đầu danh sách các nước tiếp nhận đầu tư của Nhật. Tỷ lệ đầu tư vào sản xuất tăng lên từ mức 58% năm 1989 lên 68,1% năm

1999. Về cơ cấu đầu tư, nguồn vốn của Nhật chủ yếu tập trung vào cơ sở hạ tầng và khai thác các nguồn nguyên nhiên liệu, và trong những năm gần đây ngành công nghiệp lắp ráp, chế tạo đang nhận được nhiều sự chú ý của các doanh nghiệp Nhật.

Trong quan hệ với Việt Nam, Nhật nhìn nhận Việt Nam là thị trường đầu tư tiềm năng còn ít được khai thác so với các quốc gia lân cận. Nhật có nguồn tài chính lớn cần nơi đầu tư. Việt Nam có thể tiếp nhận vốn và kỹ thuật của Nhật để đầu tư xây dựng các ngành công nghiệp của mình. Trong những năm qua đầu tư của Nhật vào Việt Nam tuy chiếm tỷ lệ cao so với các đối tác khác ( đứng thứ 3 sau Singapore và Đài Loan) nhưng so với tiềm năng và nhu cầu của hai bên vẫn còn là khiêm tốn

Quá trình đồng Yên tăng giá làm giảm lợi thế đầu tư bên trong đẩy Nhật Bản tăng đầu tư ra bên ngoài. Điều này vừa cho phép Nhật phát huy những ưu thế về công nghệ đồng thời tận dụng được nguồn lao động giá rẻ ở các quốc gia bản địa, khai thác tài nguyên thu lợi nhuận đồng thời tạo nguồn sản phẩm cung cấp phục vụ thị trường Nhật.

### ***3.1.2 Chuyển đổi cơ cấu sản xuất, thay đổi cơ cấu nhu cầu của Nhật Bản dẫn tới gia tăng nhập khẩu sản phẩm tiêu dùng và nhu cầu lao động***

Trong những năm gần đây đã có sự thay đổi đáng kể trong nhu cầu nhập khẩu hàng hoá của Nhật Bản. Mức nhập khẩu lương thực có sự gia tăng đi liền với nó là các sản phẩm chế tạo. Trong xu hướng cải cách cơ cấu ngành kinh tế, Nhật tiếp tục chuyển giao các cơ sở sản xuất công nghiệp, máy móc, kể cả các lĩnh vực giao thông xây dựng và đóng tàu, sản xuất thép sang các nước đang phát triển và tập trung vào phát triển các ngành kinh tế dịch vụ, sinh học, điện tử. Do đó sẽ làm gia tăng nhu cầu nhập khẩu các hàng hoá thuộc nhóm ngành kinh tế khu vực I và II nhằm đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế trong nước. Điều này sẽ ảnh hưởng đến tổng kim ngạch và cơ cấu thương mại hai chiều cũng như tác động đến việc xác lập cơ cấu ngành kinh tế của các nước ASEAN. Có thể thấy rằng sự chuyển dịch cơ cấu ở các quốc gia ASEAN gần khá chặt chẽ với các bước chuyển trong nền kinh tế Nhật Bản. Với chiến lược “ nhập khẩu- sản xuất- xuất khẩu” và chiến lược “ đổi mới- sản xuất- xuất khẩu” mà Nhật thực thi đã biến các quốc gia ASEAN thành các cơ sở sản xuất và phân phối hàng hoá có nguồn gốc từ Nhật Bản và cũng vì vậy hình thành lên một mạng lưới với các cơ sở sản xuất trong các ngành kinh tế gắn bó phụ thuộc lẫn nhau.

Điều đáng chú ý là bên cạnh hàng hoá phục vụ cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng, do thay đổi trong cơ cấu sản xuất và cơ cấu dân số làm cho nhu cầu nhập khẩu lao động nước ngoài trong đó có Việt Nam gia tăng. Hàng năm Nhật Bản tiếp nhận khoảng 60.000 lao động nước ngoài vào làm việc dưới nhiều hình thức khác nhau. Hoạt động xuất khẩu lao động được tăng cường dưới hình thức tu nghiệp sinh giữa hai nước nhằm chuyển giao công nghệ, kiến thức và kỹ thuật chuyên môn, đóng góp vào việc phát triển nguồn nhân lực ở các nước đang phát triển, giúp các nước này đẩy nhanh sự phát triển kinh tế xã hội. Riêng Việt Nam trong thời gian từ năm 1992-08/2006 có khoảng gần 20.000 tu nghiệp sinh đã sang làm việc tại Nhật Bản. Các lĩnh vực thu hút nhiều lao động nước ngoài ở Nhật là xây dựng, chế tạo, dịch vụ khách sạn, chế biến thực phẩm, dệt may... Thực tế cho thấy với sự phát triển của các ngành và lĩnh vực sản xuất gắn với công nghệ cao đã thu hút giới trẻ Nhật Bản còn các lĩnh vực dịch vụ lao động giản đơn ít được chú ý nên dẫn đến tình trạng thiếu lao động trong khu vực này. Bản thân quá trình già hoá dân số, số lượng lao động trẻ bổ sung cho nền kinh tế ngày một hạn chế không những đặt ra nhu cầu về lao động mà còn làm thay đổi về nhu cầu trong dân cư đòi hỏi được thoả mãn. Thêm vào đó chính trong quá trình cải cách mở cửa, gia tăng hội nhập kinh tế quốc tế đã phá vỡ tính khép kín của thị trường lao động Nhật Bản dẫn tới việc gia tăng lao động nước ngoài. Trong xu thế này không chỉ gia tăng nhu cầu lao động giản đơn mà cả lao động phức tạp, lao động trong các ngành công nghệ cao. Bản thân Nhật cũng có các chính sách thu hút chất xám bên ngoài phục vụ nhu cầu nghiên cứu và phát triển công nghệ mới. Chính vì vậy trong tương lai nhu cầu nhập khẩu lao động của Nhật tiếp tục gia tăng và đây cũng là cơ hội gia tăng xuất khẩu lao động Việt Nam sang thị trường Nhật. Việc này một mặt giải quyết tình trạng dư thừa lao động ở Việt Nam, mặt khác qua thực tế người lao động có thể tiếp thu được kỹ thuật kinh nghiệm quản lý của Nhật Bản.

### ***3.1.3 Nhu cầu hợp tác kinh tế với Việt Nam xuất phát từ lợi ích chiến lược phát triển chung của Nhật Bản***

Nhật Bản hiện nay không chỉ phải phục hồi nền kinh tế mà còn phải thực hiện một cuộc cải cách kinh tế toàn diện, thậm chí có người còn cho rằng cần có một cuộc cách mạng kiểu Minh Trị trong giai đoạn hiện tại nhằm tạo lập một nước Nhật Bản mới không chỉ mạnh về kinh tế mà còn có vai trò chính trị quan trọng trong khu vực

cũng như trên trường quốc tế. Đó cũng chính là mục tiêu của các giới chức Nhật hiện nay.

Nhật Bản vốn là một cường quốc kinh tế đứng thứ hai trên thế giới sau Mỹ trong suốt hai thập niên qua, song do tình trạng suy thoái kinh tế, vị trí vai trò kinh tế của Nhật Bản đang bị thách thức. Theo dự đoán của nhiều nhà kinh tế đến năm 2010 nền kinh tế Trung Quốc sẽ vươn lên vị trí thứ 4, năm 2020 chiếm vị trí thứ 3 và vào năm 2040 sẽ dành vị trí thứ 2 sau Mỹ. Tại đại hội 16, Đảng Cộng Sản Trung Quốc đã hoạch định rõ mục tiêu xây dựng toàn diện một xã hội khá giả, trong đó chú trọng tới kinh tế đối ngoại. Một trong những hướng ưu tiên của Trung Quốc là đẩy mạnh hợp tác với ASEAN. Trung Quốc đã đạt được thoả thuận khung về một khu vực tự do thương mại ASEAN+ Trung Quốc. Điều này đã đẩy Nhật Bản tăng tốc các thoả thuận hợp tác với ASEAN. Trên thực tế Nhật muốn phát triển và khẳng định vai trò kinh tế và chính trị của mình thì phải tạo ra được quan hệ hợp tác hoà bình chặt chẽ với ASEAN. Nhật Bản và ASEAN đã có quan hệ truyền thống gắn bó tốt đẹp. Trong bối cảnh mới khi các quốc gia lớn đều có chiến lược tranh thủ ASEAN, coi ASEAN là bàn đạp ban đầu để thúc đẩy mở rộng hợp tác trong khu vực đòi hỏi Nhật cũng phải có những điều chỉnh. Và thực tế đã cho thấy trong những năm gần đây các nhà lãnh đạo Nhật trong các bài phát biểu của mình đều nhấn mạnh tầm quan trọng của hợp tác Nhật Bản- ASEAN. Việt Nam là một quốc gia có quy mô dân số lớn thứ hai trong ASEAN và có tiềm lực phát triển. Vai trò đóng góp của Việt Nam trong ASEAN ngày một tăng dần tương thích với tầm cỡ của mình. Hợp tác với Việt Nam, Nhật có nhiều điều kiện khai thác các tiềm năng của Việt Nam đồng thời nâng cao uy tín, vai trò của Nhật trong khu vực. Bên cạnh đó nhu cầu gia tăng hợp tác của Nhật với Việt Nam còn xuất phát từ việc muốn đẩy nhanh quá trình tạo lập nền kinh tế thị trường ở Việt Nam và qua đó tách Việt Nam khỏi ảnh hưởng của Trung Quốc. Điều này không chỉ là mong muốn của Nhật Bản mà còn nằm trong chiến lược toàn cầu của Mỹ. Trên thực tế cả Nhật và Mỹ đều lo ngại Trung Quốc đặc biệt trong những năm gần đây khi nền kinh tế Trung Quốc không ngừng tăng trưởng và lớn mạnh. Trong thế trận bao quanh của Trung Quốc từ Đông sang Tây, nếu Trung Quốc muốn mở xuống phía nam thì không thể không tính tới Việt Nam. Đẩy mạnh hợp tác với Việt Nam, một mặt tạo cơ hội để gia tăng quan hệ với các quốc gia Đông Dương, mặt khác nhằm kiềm chế vai trò, sự ảnh hưởng lan toả của Trung Quốc xuống phía này. Trong thế giằng co giữa

các nước lớn Việt Nam cần tìm ra phương cách để gia tăng hợp tác tìm các cơ hội phát triển.

### **3.2 Nhu cầu hợp tác của Việt Nam với Nhật Bản trong quá trình công nghiệp hoá- hiện đại hóa ở Việt Nam**

Để đẩy mạnh quá trình công nghiệp hoá- hiện đại hoá nhằm tiến tới mục tiêu mà Đảng và Nhà nước đã đặt ra là “đến năm 2020 về cơ bản Việt Nam là nước công nghiệp phát triển”, ngoài việc phát huy nội lực Việt Nam cần phải dựa vào sự hợp tác với nước ngoài, nhất là các quốc gia có trình độ khoa học công nghệ phát triển như Nhật Bản. Nhu cầu mở rộng hợp tác quốc tế của Việt Nam trên các phương diện cơ bản sau:

#### ***3.2.1 Việt Nam cần lượng vốn đầu tư lớn nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển nền kinh tế***

Do đặc điểm của quá trình công nghiệp hoá rút ngắn nên nhu cầu vốn đầu tư càng cao. Trong những năm 90 và những năm đầu thế kỷ XXI chúng ta đã có nhiều cố gắng trong huy động vốn bảo đảm nhu cầu đầu tư góp phần quyết định giữ cho mức tăng trưởng đạt khá cao so với các quốc gia trong khu vực. Theo cơ cấu tổng vốn đầu tư toàn xã hội trong thời kỳ 2000-2005 vốn FDI chiếm 16,6% và vốn đầu tư thuộc khu vực nhà nước và dân doanh chiếm 80,6%. Nếu tính chung, nguồn vốn từ nước ngoài( bao gồm vốn vay, hỗ trợ phát triển chính thức, FDI) chiếm khoảng 1/3 tổng nhu cầu vốn của nền kinh tế.

Nhật Bản là đầu nguồn của dòng vốn đầu tư, nếu mở rộng được hợp tác với Nhật Bản, luồng vốn của Nhật sẽ có nhiều hướng chảy vào thị trường Việt Nam. Vấn đề là ở chỗ Việt Nam cần có các chính sách khuyến khích ra sao, đồng thời phải tiến hành nâng cấp cơ sở hạ tầng thế nào bởi đây là một trong những nhân tố cản trở đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam.

Trên thực tế luồng vốn qua kênh ODA Nhật chảy vào Việt Nam trong mấy năm qua tương đối cao so với các nước trong khu vực Đông Nam Á. Trong các năm 97-98 khi nền kinh tế các nước Đông Á chịu tác động nặng nề của cuộc khủng hoảng tiền tệ, hỗ trợ phát triển chính thức của Nhật sang các nước ASEAN sụt giảm 8% trong khi đó ODA của Nhật cho Việt Nam vẫn được duy trì ở mức cao. Tuy nhiên dòng ODA của Nhật vào Việt Nam sau khi lên tới đỉnh điểm vào năm 1999 đạt 112

tỷ Yên đã giảm xuống còn 84,5 tỷ Yên vào năm 2000 và đến năm 2003, sau khi nền kinh tế Nhật có dấu hiệu phục hồi, lại tăng lên 91,7 tỷ Yên.

Dòng FDI của Nhật vào Việt Nam đạt tới đỉnh điểm năm 1995 với 50 dự án có số vốn đăng ký 1,303 tỷ USD rồi sau đó rơi vào xu hướng giảm sút. Năm 2001 chỉ đạt 160 triệu USD và năm 2002 đạt 163,53 triệu USD với 40 dự án. Sau khi hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư được ký kết giữa 2 nước thì vốn FDI đã tăng trở lại và vào năm 2005 đạt khoảng 930 triệu USD và 6 tháng đầu năm 2006 đã đạt được 600 triệu USD. Mở rộng quan hệ thu hút FDI không những là nhu cầu của Việt Nam mà phía Nhật Bản cũng có thể đáp ứng.

### **3.2.2 Nhu cầu về các công nghệ hiện đại thúc đẩy hợp tác kinh tế Việt Nam- Nhật Bản**

Hiện nay thực trạng công nghệ của Việt Nam rất thấp so với các nước trong khu vực, nếu so với mức trung bình của thế giới thì hệ thống thiết bị kỹ thuật ở hầu hết các doanh nghiệp lạc hậu hơn từ 2-3 thế hệ, thậm chí có lĩnh vực đến 4-5 thế hệ. Để có thể đẩy mạnh quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá rõ ràng việc xây dựng hạ tầng công nghệ hiện đại là rất cần thiết. Nếu cứ trong tình trạng công nghệ lạc hậu chúng ta sẽ rất bất lợi trong cạnh tranh với các nước trong khu vực nói riêng và các nước trên thế giới nói chung trong việc thu hút nguồn vốn đầu tư

**Bảng 1: So sánh trình độ công nghệ Việt Nam với các nước trong khu vực**

Nước	Nhóm ngành công nghệ thấp	Nhóm ngành công nghệ trung bình	Nhóm ngành công nghệ cao
Thái Lan	42,7	26,5	30,8
Singapore	10,5	16,5	73,0
Malayxia	24,3	24,8	51,1
Indonesia	47,7	22,6	29,7
Philippin	45,2	25,7	29,1
Việt Nam	58,7	20,7	20,6

*Nguồn: Tạp chí nghiên cứu kinh tế, năm 2003*

Như vậy tỷ lệ công nghệ thấp của ta còn quá cao, trong khi tỷ lệ công nghệ cao, hiện đại lại thấp hơn nhiều so với các quốc gia khác trong khu vực. Mục tiêu của Việt Nam là đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại.



Điều này khẳng định nhu cầu mở rộng hơn nữa quan hệ hợp tác với các quốc gia trong đó phải chú trọng tới các quốc gia phát triển, là đầu nguồn của dòng vốn và công nghệ như Nhật Bản.

Bên cạnh nhu cầu lớn về công nghệ vốn và kỹ thuật là nhu cầu về công nghệ quản lý hiện đại. Chúng ta bước vào xây dựng nền kinh tế thị trường chưa lâu, nên có thể nói nền kinh tế thị trường ở Việt Nam phát triển chưa đầy đủ. Các kiến thức quản lý nền kinh tế thị trường, cũng như yêu cầu về trình độ, lực lượng quản lý vừa thiếu vừa yếu. Tiếp cận với các nước phát triển chúng ta có thể học tập, tiếp nhận những kiến thức, kinh nghiệm quản lý hiện đại.

Thực tế hợp tác trong những năm vừa qua cho thấy Nhật Bản có thể đáp ứng nhu cầu công nghệ nói chung của Việt Nam. Nếu như trước đây trong chiến lược kinh doanh của mình các công ty Nhật Bản xem Singapore là nhóm 1, là địa bàn đầu tư các lĩnh vực công nghệ cao và dịch vụ; Thái Lan, Malayxia thuộc nhóm 2, vốn đầu tư tập trung vào lĩnh vực sản xuất hàng điện tử, công nghiệp ô tô, điện gia dụng, máy tính; Việt Nam và Indonexia thuộc nhóm 3, Nhật chú trọng đầu tư trong các ngành có trình độ công nghệ thấp hơn nhóm 2 như gia công chế biến, may mặc, giày dép, kính, lốp, cao su... Thì những năm gần đây đã có sự thay đổi đáng kể trong cơ cấu đầu tư của các công ty Nhật. Các nhà thầu phụ cấp 2, cấp 3 ( sản xuất các bộ phận, linh kiện, ở dưới các nhà sản xuất thành phẩm) đã thành lập cơ sở tại Việt Nam. Nhiều nhà chế tạo linh kiện Nhật đã dựa vào các doanh nghiệp ở Việt Nam để thành lập các cơ sở tại đây. Cụ thể như Nhà máy đúc Sanko, một hãng sản xuất khuôn đúc chất dẻo đã thành lập công ty con tại Việt Nam. Công việc sản xuất được phân chia giữa công ty mẹ ở Nhật và công ty con ở Việt Nam dựa trên độ khó mà quá trình sản xuất đòi hỏi. Khi sản xuất đi vào ổn định sẽ tạo ra sự hiểu biết về công nghệ và kỹ thuật, dần dần công ty Việt Nam sẽ được chuyển giao công nghệ.

### ***3.2.3. Nhu cầu về một thị trường xuất- nhập khẩu các sản phẩm hàng hoá đáp ứng nhu cầu sản xuất và dân sinh***

Với việc đẩy mạnh chiến lược công nghiệp hoá hướng vào xuất khẩu, nhu cầu về thị trường bên ngoài sẽ ngày càng gia tăng cùng với chiều hướng tăng trưởng của nền kinh tế. Trong thời gian vừa qua Nhật Bản thể hiện là thị trường quan trọng hàng đầu trong xuất khẩu của Việt Nam. Năm 1990, xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật chỉ dừng lại ở con số 340,3 triệu USD thì đến năm 2000 con số này đã đạt 2575,2 triệu USD và chỉ sau 15 năm vào năm 2005 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật bản đã tăng gần 13 lần đạt 4411,2 triệu USD. Với mức tăng này đã đưa đến sự gia tăng tỷ phần xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật trong tổng kim ngạch xuất khẩu của

Việt Nam. Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường Nhật là dầu thô, may mặc, thủy hải sản, các sản phẩm chế biến chiếm tỷ trọng không đáng kể. Năm 2005 xuất khẩu của Việt Nam chiếm khoảng 0,9% kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá bình quân hàng năm của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 17-18%.

Xét về tiềm năng, Việt Nam có thể gia tăng xuất khẩu thủy hải sản vào thị trường Nhật Bản. Mặt hàng tôm của Việt Nam luôn xếp sau Indonesia trong nhiều năm, nhưng từ năm 2004 đã vươn lên vị trí thứ nhất về tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Nhật và hi vọng tiếp tục giữ được 23-25% thị phần tại thị trường này. Tuy nhiên thị trường Nhật cũng là thị trường rất nghiêm ngặt về hệ thống kiểm tra vệ sinh hàng nhập khẩu vì vậy doanh nghiệp Việt Nam cần phải chú trọng hơn vào công tác nuôi trồng và chế biến của mình. Hàng nông sản là mặt hàng Việt Nam có lợi thế và nhu cầu nhập khẩu của thị trường Nhật cũng rất lớn. Tuy nhiên Việt Nam chưa thể xuất khẩu nhiều mặt hàng này sang Nhật do ta chưa đáp ứng được các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm của Nhật trong khâu trồng, bảo quản, bao bì, đóng gói. Sắp tới Chính phủ Nhật sẽ hỗ trợ Việt Nam chuyển giao công nghệ, máy móc xử lý côn trùng gây hại có trong rau quả và công tác đào tạo chuyên gia. Trong tháng 8/2006 Việt Nam đã giành được một hợp đồng cung cấp 14.000 tấn gạo cho Nhật, đây là một thuận lợi lớn nhằm mở đường cho gạo Việt Nam xâm nhập vào thị trường Nhật.

Bên cạnh đó Việt Nam cũng cần nhập khẩu hàng hoá từ thị trường Nhật Bản nhằm phục vụ cho nhu cầu sản xuất trong nước. Trong thời gian qua Việt Nam luôn trong tình thế thặng dư thương mại với Nhật Bản từ năm 2002, 2003, 2004 (năm đầu tiên Việt Nam thâm hụt 67,7 triệu USD trong quan hệ thương mại với Nhật). Điều này cho thấy Việt Nam vẫn còn nhiều khả năng nhập khẩu máy móc thiết bị công nghệ từ thị trường Nhật Bản bởi đây cũng chính là đòi hỏi của quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

*Tóm lại*, Thế giới trong những năm cuối thế kỷ XX đầu thế kỷ XXI chứng kiến bao biến động. Quá trình tự do hoá thương mại, hội nhập kinh tế ở phạm vi khu vực và thế giới diễn ra từng ngày từng giờ ở khắp mọi nơi từ Châu Mỹ, Châu Âu, Châu Á-Thái Bình Dương, Châu Phi. Các liên kết ngày một sâu rộng, phức tạp cả về quy mô lẫn mức độ, tạo nên một mạng các mối quan hệ hợp tác, các lợi ích kinh tế, chính trị đan xen chằng chéo lên nhau. Nền kinh tế thế giới bước sang một giai đoạn mới: nền kinh tế tri thức với sự bùng nổ của công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới. Chính thế giới luôn vận động, luôn biến đổi như thế đã thúc đẩy mối quan hệ hợp tác kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trên tất cả các lĩnh

vực. Mặc dù trình độ phát triển kinh tế của hai nước chênh lệch rất lớn song tiềm năng phát triển thương mại, đầu tư giữa hai nước cũng không phải là nhỏ. Điều này là do quan hệ truyền thống hợp tác lâu dài giữa hai nước đồng thời cũng do Chính phủ hai nước luôn xác định phát triển quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam- Nhật Bản là nhiệm vụ chiến lược hàng đầu trong chính sách đối ngoại. Hiện nay, Nhật Bản đang trong tiến trình cải cách, chuyển đổi cơ cấu nền kinh tế từ một nền công nghiệp hiện đại đã vào giai đoạn chín muồi sang nền kinh tế tri thức, cộng với tình trạng dân số già, thiếu lực lượng lao động sản xuất trong nước làm gia tăng nhu cầu chuyển các ngành sản xuất giản đơn, đòi hỏi nhiều lao động, tài nguyên, các ngành công nghiệp phụ trợ sang các nước trong khu vực để tập trung các nguồn lực trong nước phát triển nền kinh tế mới. Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước đòi hỏi nhiều công nghệ, vốn, kinh nghiệm sản xuất và quản lý. Trong bối cảnh đó, hợp tác kinh tế giữa Việt Nam- Nhật Bản là giải pháp vô cùng hữu hiệu để giải quyết các vấn đề của mỗi quốc gia. Vậy thực trạng quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trong những năm qua ra sao? Chương II sẽ cung cấp cho chúng ta cái nhìn tổng quát về quan hệ hai nước trên các lĩnh vực thương mại, đầu tư và hỗ trợ ODA của Nhật Bản cho Việt Nam, những mặt đã đạt được, những điểm còn tồn tại để từ đó đưa ra giải pháp cho những năm sắp tới.

## CHƯƠNG II

### THỰC TRẠNG QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - NHẬT BẢN TRONG NHỮNG NĂM QUA

#### I. CÁC GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - NHẬT BẢN

##### 1.1. Giai đoạn trước năm 1991

Quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam - Nhật Bản được hình thành từ khi hai nước chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao và đặt Đại sứ quán tại thủ đô mỗi nước vào ngày 21-9-1973. Đến tháng 10 năm đó, Nhật Bản đã ký một Hiệp định viện trợ không hoàn lại cho Việt Nam trị giá 28 triệu USD cho năm tài chính 1975. Khoản viện trợ này sẽ được dùng để mua hàng hoá của Nhật như xe tải hạng nặng, ô tô điện và các hàng hoá thiết yếu khác cho việc tái thiết nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên do thể chế chính trị của Việt Nam trong giai đoạn này còn phức tạp, cùng một lúc tồn tại hai Chính phủ đại diện cho hai thể chế chính trị khác nhau: Chính phủ Việt Nam dân chủ cộng hoà ở miền Bắc và Chính phủ Việt Nam Cộng Hoà ở miền Nam. Do đó quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước giai đoạn đầu sau khi thiết lập quan hệ ngoại giao là rất hạn chế.

Giai đoạn 1978-1986 được đánh dấu bằng sự kiện chính trị quan trọng của Việt Nam, đó là Việt Nam đã trở thành một quốc gia thống nhất, không còn tình trạng đất nước bị chia cắt. Đây là thời kỳ Việt Nam khắc phục hậu quả chiến tranh đồng thời hai miền thống nhất cùng xây dựng chủ nghĩa xã hội. Do đó quan hệ giữa hai nước được cải thiện tạo điều kiện thuận lợi cho quan hệ kinh tế - thương mại phát triển. Sau khi đất nước hoàn toàn giải phóng, một mặt Việt Nam tiếp tục duy trì hoạt động thương mại với các nước bạn hàng truyền thống như Liên Xô, Đông Âu, Đông Đức... mặt khác xây dựng quan hệ thương mại với các nước phát triển như: Nhật Bản, Pháp, Thụy Điển...

Nhật Bản đã tiến hành hợp tác kinh tế- thương mại với Việt Nam trên hai lĩnh vực: thương mại và viện trợ phát triển chính thức ODA. Để tăng cường thúc đẩy quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản, trong hai năm tiếp theo( 1977-1978), Chính phủ Nhật đã cho Việt Nam vay tiền với lãi suất thấp thông qua các cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản. Ngoài ra Nhật Bản cũng lập dự án cung cấp cho Việt Nam một khoản viện trợ không hoàn lại trị giá 16 tỷ Yên trong 4 năm và khoản vay 20 tỷ Yên

với lãi suất thấp. 4 tỷ JPY tiền viện trợ không hoàn lại cộng với 10 tỷ JPY tiền cho vay đã được Chính phủ Nhật thực hiện ngay trong năm đầu tiên sau khi cam kết. Bên cạnh sự hỗ trợ về vốn, Nhật Bản còn áp dụng “Chính sách bảo hiểm thương mại” để đẩy mạnh hoạt động thương mại của Nhật với Việt Nam. Chính phủ Nhật ban hành các hình thức bảo hiểm trung và dài hạn cho các công ty Nhật đến vay tiền các Ngân hàng nhằm mua hàng hoá từ Việt Nam và bán chịu hàng hoá của Nhật cho Việt Nam. Chính sách này đã khuyến khích các doanh nghiệp Nhật mở rộng buôn bán với Việt Nam.

Mặc dù Nhật Bản luôn chú trọng đẩy mạnh quan hệ kinh tế- thương mại với Việt Nam nhưng do chịu sự chi phối của Mỹ, Chính phủ Nhật đã ban hành quy chế “*Hạn chế xuất khẩu một số mặt hàng kỹ thuật cao, hàng chiến lược sang các nước xã hội chủ nghĩa trong đó có Việt Nam*”. Quy chế này phần nào kìm hãm sự phát triển của hoạt động thương mại giữa hai nước. Tuy nhiên Nhật Bản vẫn trở thành bạn hàng thương mại lớn thứ hai sau Liên Xô( cũ) của Việt Nam. Kim ngạch XNK tăng từ 13 triệu USD năm 1973 lên 216 triệu USD năm 1976. Đây là năm đầu tiên Việt Nam nhập siêu với Nhật Bản một khối lượng hàng hoá trị giá 118 triệu USD, nó mở đầu cho một thời kỳ nhập siêu triền miên trong quan hệ thương mại với Nhật sau này.

Vấn đề Campuchia vào cuối năm 1978 đã đẩy quan hệ Việt Nam- Nhật Bản rơi vào tình trạng bất ổn. Dưới sức ép của Mỹ và áp lực từ các nước đồng minh, Nhật bản đã quyết định đình chỉ viện trợ phát triển chính thức ODA cho Việt Nam kể từ tháng 12/1978 và bắt đầu sử dụng viện trợ kinh tế như một điều kiện về chính trị làm áp lực đối với Việt Nam. Một mặt Nhật áp dụng chính sách “*Trừng phạt Việt Nam*” để giữ mối quan hệ hợp tác với Mỹ và các nước phương Tây, mặt khác vẫn duy trì chính sách “*Hướng về Việt Nam*”. Nhật Bản cho phép một cách không chính thức các công ty của Nhật buôn bán với Việt Nam, hành động này đã bị một số nước ASEAN, Trung Quốc và Mỹ chỉ trích.

Đặc trưng nổi bật trong chính sách của Nhật trong thời kỳ này là thực hiện chủ trương “*đông cứng*” tài trợ kinh tế và dừng mọi hoạt động hợp tác kinh tế cấp chính phủ nhưng không đình chỉ các cuộc tiếp xúc ngoại giao, viện trợ nhân đạo và hoạt động kinh doanh giữa các doanh nghiệp hai nước. Hoạt động thương mại Việt Nam - Nhật Bản rơi vào tình trạng không chính thức, doanh nghiệp hai nước chủ yếu sử

dụng hình thức buôn bán qua trung gian để tránh lệnh trừng phạt và bao vây kinh tế của Mỹ đối với Việt Nam.

Với nhận định Việt Nam là nước có nguồn tài nguyên phong phú, lao động dồi dào, cần cù, khéo léo, thông minh, giá nhân công rẻ và là thị trường hứa hẹn nhiều tiềm năng cho việc tiêu thụ sản phẩm cũng như tiếp nhận đầu tư của Nhật sau này, nên khi Việt Nam thực hiện chính sách đổi mới, mở cửa nền kinh tế và thu hút đầu tư nước ngoài trong giai đoạn 1986-1988, Chính phủ Nhật đã bật đèn xanh cho phép các doanh nghiệp Nhật vào Việt Nam tìm hiểu, thăm dò thị trường, tìm kiếm đối tác tăng cường buôn bán hợp tác kinh doanh. Hoạt động này đã làm tăng nhiệt mối quan hệ kinh tế thương mại Việt- Nhật vốn đã có phần nguội lạnh kể từ khi Việt Nam đưa quân vào trợ giúp nhân dân Campuchia chiến đấu chống nạn phân biệt chủng tộc Pôn-pốt và Mỹ thực hiện lệnh trừng phạt Việt Nam. Từ năm 1986, kim ngạch XNK Việt-Nhật có xu hướng tăng trưởng trở lại và năm 1988- năm đầu tiên Việt Nam xuất khẩu dầu thô sang Nhật, kim ngạch XK của Việt Nam đã tăng vọt đạt 390 triệu USD tăng 20,7% so với năm 1987.

Ngày 29-12-1987, Chính phủ Việt Nam lần đầu tiên ban hành Luật đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, luật này có giá trị kể từ ngày 1-1-1988. Năm 1989 Nhật Bản đã có một dự án đầu tư vào lĩnh vực dịch vụ với số vốn là 0,6 triệu USD. Năm 1990, một loạt các cuộc thăm viếng giữa các quan chức cấp cao đã được diễn ra giữa hai nước mở màn bằng việc Phó thủ tướng kiêm Bộ trưởng ngoại giao Việt Nam ông Nguyễn Cơ Thạch sang thăm Nhật Bản vào tháng 10/1990. Nhờ đó mà quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước được cải thiện và thúc đẩy.

Tháng 11/1991, liên đoàn các tổ chức kinh tế Nhật Bản ( KEIDAREN) đã cùng với phía Việt Nam thành lập “Ủy ban Kinh tế Việt- Nhật” nhằm mở rộng giao lưu kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản. Với những nỗ lực thúc đẩy hoạt động hợp tác kinh tế của hai nước mà tổng kim ngạch XNK Việt- Nhật năm 1991 đã tăng 70,3% so với năm 1989 đạt 879 triệu USD.

Thương mại là lĩnh vực phát triển nhất trong quan hệ kinh tế Việt Nam- Nhật Bản. Trong vòng 19 năm( 1973-1991) tổng kim ngạch XNK Việt- Nhật đạt 5.120 triệu USD, trong đó xuất khẩu chiếm 2.565 triệu USD, nhập khẩu: 2.538 triệu USD. Từ năm 1975-1987 Việt Nam nhập siêu từ thị trường Nhật một khối lượng hàng hoá trị giá 1.065 triệu USD điều này là do Việt Nam chủ yếu nhập khẩu các tư liệu sản

xuất, máy móc thiết bị loại nhỏ để xây dựng lại đất nước sau chiến tranh. Từ khi Việt Nam tiến hành đổi mới, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật tăng nhanh, năm 1986 đạt 83 triệu USD đến năm 1991 đã lên tới 662 triệu USD, tăng 697,6%. Nhật Bản vươn lên là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam thay thế dần vị trí của Liên Xô( cũ).

Bảng số liệu dưới đây sẽ thể hiện rõ quan hệ thương mại giữa Việt Nam- Nhật Bản:

**Bảng 2: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam- Nhật Bản  
(1973- 1991)**

*Đơn vị : Triệu USD*

Năm	Kim ngạch XK	Kim ngạch NK	Tổng kim ngạch XNK	Tỷ lệ tăng so với năm trước(%)	Trị giá xuất siêu
1973	8	5	13	-	3
1974	30	21	51	329,3	9
1975	28	65	93	182,4	-37
1976	49	167	216	232,3	-118
1977	73	173	246	113,9	-100
1978	52	229	281	114,2	-177
1979	48	116	164	58,4	-68
1980	49	111	160	97,6	-62
1981	37	109	146	91,3	-72
1982	36	93	129	88,4	-57
1983	38	119	157	121,7	-81
1984	51	119	170	108,3	-68
1985	65	149	214	125,9	-84
1986	83	189	272	127,1	-106
1987	144	179	323	118,8	-35
1988	196	194	390	120,7	2
1989	347	169	516	132,3	178
1990	595	214	809	156,8	381
1991	662	217	879	108,7	445

( Nguồn: Thống kê của Bộ tài chính Nhật Bản và

Tổ chức xúc tiến mậu dịch Nhật Bản( JETRO) năm 1991)

Đầu tư trực tiếp của Nhật vào Việt Nam có phần chậm hơn so với quan hệ viện trợ và thương mại. Năm 1989 là năm đầu tiên Nhật Bản đầu tư vào Việt Nam. Hai năm tiếp theo có rất nhiều công ty Nhật sang tìm hiểu, thăm dò thị trường nhưng họ lại tỏ ra dè dặt hơn so với các nhà đầu tư đến từ các nước khác vì thế đến cuối năm

1991, Nhật Bản mới chỉ có 13 dự án với tổng số vốn cam kết là 54,7 triệu USD, đứng thứ 9 trong số các đối tác đầu tư vào thị trường Việt Nam.

Viện trợ phát triển chính thức ODA của Nhật Bản cho Việt Nam đã bị ngừng lại từ cuối năm 1978, trong giai đoạn 1980-1991 Nhật Bản chỉ cấp cho Việt Nam các khoản viện trợ nhân đạo nhỏ lẻ trị giá khoảng 130.000 USD.

*Tóm lại*, quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trong giai đoạn từ năm 1991 trở về trước nhìn chung là đã bắt đầu phát triển nhưng không ổn định. Hoạt động thương mại được coi là lĩnh vực phát triển nhất trong giai đoạn này.

## **1.2. Giai đoạn từ năm 1992-1998**

Giai đoạn này quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam – Nhật Bản phát triển trên cả 3 lĩnh vực: thương mại, đầu tư và ODA.

Tháng 11/1992, Nhật Bản đã ký kết hiệp định trong đó cam kết cấp cho Việt Nam một khoản tín dụng ưu đãi bằng hàng hóa trị giá 45,5 tỷ JPY. Khoản viện trợ này có ý nghĩa vô cùng quan trọng nó đánh dấu sự kiện Nhật Bản nối lại viện trợ phát triển chính thức cho Việt Nam sau suốt 14 năm gián đoạn ( 1979-1991). Đến cuối năm 1992 Nhật tuyên bố hủy bỏ quy chế “ *Hạn chế xuất khẩu một số mặt hàng kỹ thuật cao, hàng chiến lược sang các nước xã hội chủ nghĩa trong đó có Việt Nam*”. Đây là năm đầu tiên Việt Nam trở thành một trong 10 nước nhận ODA song phương lớn nhất của Nhật với số tiền: 281,24 triệu USD trong đó viện trợ không hoàn lại và hợp tác kỹ thuật là 5,43 triệu USD, vốn vay song phương là 276,81 triệu USD. Kim ngạch XNK đạt 1.321 triệu USD tăng 50,3% so với năm trước. Đầu tư trực tiếp của Nhật vào Việt Nam tăng từ 13 dự án năm 1991 lên 25 dự án năm 1992, với số vốn đầu tư là 116,7 triệu USD.

Cùng với việc nối lại viện trợ ODA cho Việt Nam, Nhật Bản còn đóng vai trò tích cực giúp Việt Nam khai thác nguồn viện trợ từ các tổ chức tài chính, tiền tệ quốc tế như Ngân hàng Thế Giới(WB), quỹ tiền tệ Quốc tế (IMF)... Tại Hội nghị các nhà tài trợ cho Việt Nam diễn ra tại Paris tháng 11/1993, Nhật Bản với tư cách là nhà tài trợ lớn nhất trong số 23 quốc gia và 17 tổ chức quốc tế đã cùng với Pháp và 7 nước khác đồng ý cấp cho Việt Nam 56,2 triệu USD viện trợ không hoàn lại. Ngân hàng Nhật Bản cùng với ngân hàng BFCE của Pháp và 8 ngân hàng khác đã cho Việt Nam vay



85 triệu USD để thanh toán các khoản tín dụng đến hạn cho IMF và sau khi thanh toán khoản vay này IMF lại tiếp tục cho Việt Nam vay 223 triệu USD<sup>2</sup>

Năm 1993 Việt Nam tiếp tục xếp thứ 9 trong số các nước nhận viện trợ không hoàn lại lớn nhất của Nhật Bản với số tiền 8,31 triệu USD. Bên cạnh đó Nhật Bản còn cam kết cho Việt Nam vay 52.304 triệu JPY trong đó vốn vay bằng hàng hóa là 2.500 triệu JPY, chiếm 4,8%. Vốn vay được phân thành 8 dự án để giúp Việt Nam xây dựng lại cơ sở hạ tầng kinh tế.

Ngày 3/2/1994, Mỹ chính thức tuyên bố hủy bỏ “*Lệnh cấm vận thương mại chống Việt Nam*”. Sự kiện này đã thổi thêm luồng sinh khí vào mối quan hệ kinh tế - thương mại Việt Nam- Nhật Bản đang trên đà phát triển.

Từ ngày 17-21/4/1995, Tổng Bí thư Đỗ Mười đã sang thăm Nhật Bản và hai bên đã ký kết một Hiệp định tín dụng trị giá 58 tỷ JPY, cấp vốn thông qua 8 dự án bao gồm dự án về xây dựng nhà máy nhiệt điện, thủy điện và hệ thống thoát nước. Đây là khoản tín dụng ưu đãi với lãi suất 1,8%/năm, thời gian vay 30 năm, thời gian ân hạn là 10 năm.

Từ ngày 25-26/ 8/1994, Thủ tướng Tomiichi Murayama sang thăm Việt Nam. Đây là chuyến thăm Việt Nam đầu tiên của một vị Thủ tướng Nhật Bản, nó mở ra một trang sử mới trong quan hệ Việt- Nhật. Hai bên đã ký kết văn kiện về việc viện trợ không hoàn lại cho Việt Nam 58,76 triệu USD, Nhật tuyên bố sẽ ủng hộ tích cực chính sách đổi mới của Việt Nam, đẩy mạnh hợp tác kinh tế song phương và tiếp tục dành cho Việt Nam nhiều khoản viện trợ phát triển chính thức.

Ngày 11/07/1995, Mỹ chính thức tuyên bố “*Bình thường hóa quan hệ với Việt Nam*”, điều này đã mở ra một kỷ nguyên mới trong sự phát triển quan hệ kinh tế - thương mại của Việt Nam với các nước trên thế giới, trong đó có Nhật Bản. Ngày 28/07/1995, Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á ( ASEAN). Sự kiện này đã đặt Việt Nam vào vị thế mới trong quan hệ với Nhật Bản. Năm 1995 đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam tăng 541,6% so với năm 1994 với 50 dự án có số vốn đăng ký lên tới 1,3 tỷ USD.

Trong chuyến thăm hữu nghị chính thức Việt Nam từ ngày 11-12/1/1997, Thủ tướng Nhật ông Hashimoto cùng với các quan chức cấp cao Nhật Bản đã trao đổi ý kiến với chính phủ Việt Nam về phương hướng, biện pháp nhằm thúc đẩy và mở rộng

<sup>2</sup> Đỗ Đức Định, *Quan hệ kinh tế Việt Nam- Nhật Bản đang phát triển*- NXB Khoa học xã hội.

hơn nữa quan hệ hợp tác giữa hai nước trong những năm tới trên nhiều lĩnh vực: chính trị, kinh tế, văn hóa... Thủ tướng Hashimoto khẳng định: “ Chính phủ Nhật Bản sẽ tăng cường tài trợ ODA cho Việt Nam, giúp Việt Nam phát triển nguồn nhân lực, khuyến khích các công ty Nhật Bản đẩy mạnh đầu tư, buôn bán với Việt Nam”; đồng thời bày tỏ sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm với Việt Nam trong quá trình gia nhập APEC và WTO. Trong chuyến thăm này, hai bên đã ký một loạt các văn kiện quan trọng: các công hàm trao đổi về việc Chính phủ Nhật cung cấp 81 tỷ JPY tín dụng ưu đãi, viện trợ không hoàn lại phi dự án 3 tỷ JPY, viện trợ văn hóa không hoàn lại 87,9 triệu JPY trong năm tài chính 1997. Những hoạt động hợp tác kinh tế- thương mại tích cực trên thực sự là động lực thúc đẩy quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam- Nhật Bản phát triển mạnh mẽ và ổn định. Bảng số liệu dưới đây sẽ khẳng định thêm điều đó:

**Bảng 3: Quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản**  
(1992-1997)

*Đơn vị: Triệu USD*

<b>Năm</b>	<b>Kim ngạch XNK</b>	<b>FDI của Nhật vào Việt Nam</b>	<b>Viện trợ ODA của Nhật cho Việt Nam</b>
1992	1321	116,7	281,24
1993	1708	76,9	11,47
1994	1994	204,1	79,46
1995	2637	1303,2	170,19
1996	3160	777,8	120,85
1997	3481	557,5	221,32

*( Nguồn: Thống kê của Bộ tài chính Nhật Bản và Tổ chức xúc tiến mậu dịch Nhật Bản ( JETRO), năm 1997)*

### 1.3 Giai đoạn từ 1998 đến nay

Quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản có những dấu hiệu chững lại trong cuối thế kỷ XX rồi tiếp tục khởi sắc trong năm 2004 và 2005 khi nền kinh tế Nhật Bản đi vào phục hồi và phát triển

Bức tranh buôn bán giữa hai nước được thể hiện qua bảng số liệu sau:

**Bảng 4: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam- Nhật Bản**  
( 1998-2005)

*Đơn vị: Triệu USD*

Năm	Kim ngạch xuất khẩu	Kim ngạch nhập khẩu	Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu	Trị giá xuất siêu
1998	1514,5	1481,7	2996,2	32,8
1999	1786,2	1618,3	3404,5	167,9
2000	2575,2	2300,9	4876,1	274,3
2001	2509,8	2183,0	4692,8	326,8
2002	2437,0	2504,7	4941,7	-67,7
2003	2908,6	2982,1	5890,7	-73,5
2004	3502,4	3552,6	7055,0	-50,2
2005	4411,2	4093,0	8504,2	318,2

( Nguồn: Xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam hai mươi năm đổi mới- Tổng cục thống kê Việt Nam, năm 2006)

So với giai đoạn trước, kim ngạch xuất khẩu Việt Nam- Nhật Bản đều giảm trong năm 1998 và 1999. Mặc dù vậy Nhật Bản vẫn là bạn hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Có thể thấy nguyên nhân chủ yếu dẫn tới sự suy giảm hoạt động thương mại trong hai năm 1998, 1999 là do ảnh hưởng tiêu cực của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ Châu á cộng với tình trạng suy thoái kéo dài của nền kinh tế Nhật Bản. Cuộc khủng hoảng tài chính- tiền tệ Châu Á đã khiến đồng tiền các nước Đông Á và Đông Nam Á trở nên yếu đi so với đồng Yên Nhật. Hậu quả là xuất khẩu của Nhật Bản sang các thị trường này giảm sút mạnh. Trong khi đó, suốt thời kỳ đầu những năm 90 đến năm 2002 nền kinh tế Nhật Bản chìm trong suy thoái với mức tăng GDP hàng năm dưới 1%, điều này đã ảnh hưởng tới thu nhập, khả năng tiêu dùng cũng như xu hướng tiêu dùng của người dân Nhật. Đây là nguyên nhân chính dẫn tới kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Nhật Bản giảm và điều này đã ảnh hưởng đến quan hệ thương mại Việt Nam- Nhật Bản. Từ năm 2001 trở đi, sau khi các nước Châu Á, trong đó có Việt Nam thoát khỏi cuộc khủng hoảng tài chính- tiền tệ và nền kinh tế Nhật Bản có những dấu hiệu phục hồi, kim ngạch XNK Việt Nam- Nhật Bản có những dấu hiệu tăng trở lại.

Năm 2001: Xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật đạt 2,509 tỷ USD ( giảm 3,5% so với năm 2000). Nhập khẩu từ Nhật đạt 2,18 tỷ USD ( giảm 5,2% so với năm 2000). Cán cân thương mại thặng dư 0,326 tỷ USD. Thương mại với Nhật Bản chiếm 15%

tổng thương mại xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam, đưa Nhật Bản trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam<sup>3</sup>

Năm 2002: Xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật đạt 2,437 tỷ USD ( giảm 3,9% so với năm 2001). Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là dệt may, dầu thô, thủy, hải sản, linh kiện điện tử, hàng thủ công mỹ nghệ, giày dép. Nhập khẩu từ Nhật tăng 15,1% so với năm 2001 đạt 2,504 tỷ USD. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc, thiết bị, đồ phụ tùng máy móc, sắt, thép, máy tính. Cán cân thương mại thâm hụt 67,7 triệu USD, đây là lần đầu tiên cán cân thương mại Việt Nam- Nhật Bản thâm hụt kể từ năm 1990.

Năm 2003: đây là năm Việt Nam- Nhật Bản kỷ niệm 30 năm chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao. Hàng loạt các hoạt động văn hóa, kinh tế, chính trị được diễn ra sôi nổi giữa hai nước trong năm này, qua đó người dân hai nước có thể hiểu thêm về văn hóa, phong tục, tập quán, truyền thống dân tộc của nhau. Trong năm này, nhiều đoàn doanh nghiệp của Nhật đã sang thăm Việt Nam để tìm hiểu môi trường đầu tư, nghiên cứu, tìm hiểu thị trường, tìm kiếm đối tác. *Sáng kiến chung Việt- Nhật và Hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư giữa CHXHCN Việt Nam và Nhật Bản* được ký kết trong năm bản lề quan trọng trong quan hệ hai nước này.

Năm 2004: Tổng kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai nước đã đạt trên 7 tỷ USD. Do sự phục hồi chung của đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, đầu tư trực tiếp của Nhật đã đạt trên 5 tỷ USD với hơn 500 dự án. Nhật Bản được đánh giá là nước đầu tư hiệu quả nhất tại Việt Nam với tỷ lệ vốn thực hiện chiếm hơn 80% đạt 4tỷ USD. Ngoài ra Nhật còn là nước viện trợ ODA nhiều nhất cho Việt Nam<sup>4</sup>

Năm 2005: Về thương mại, kim ngạch XNK của Việt Nam- Nhật Bản đã đạt 8,5 tỷ USD trong đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam là: 4,4 tỷ và nhập khẩu là 4,09tỷ. Sau 3 năm thặng dư thương mại âm đến năm này, Việt Nam tìm lại được mức thặng dư dương 318,2 triệu USD. Về đầu tư, Nhật Bản là nhà đầu tư hàng đầu về triển khai vốn tại Việt Nam. Năm 2005, các doanh nghiệp Nhật đã đầu tư 930 triệu USD vào Việt Nam, và các doanh nghiệp Nhật đang tiến hành làn sóng đầu tư mới vào Việt Nam với nhiều hứa hẹn.

<sup>3</sup> Số liệu thống kê của Bộ Thương mại Việt Nam, năm 2002.

<sup>4</sup> *Đại sứ quán Việt Nam tại Nhật Bản đánh giá cao quan hệ kinh tế Việt Nam- Nhật Bản- [www.dangcongsan.vn](http://www.dangcongsan.vn)*

Chuyến thăm chính thức của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng sang Nhật Bản từ ngày 18-22/10/2006 đã góp phần thúc đẩy mối quan hệ vốn tốt đẹp giữa hai nước lên một tầm cao mới. Hai bên đã đạt được sự đồng thuận trong vấn đề xây dựng đối tác chiến lược của nhau vì sự hợp tác phát triển phồn vinh của hai nước, vì hoà bình thịnh vượng chung của khu vực. Hai bên đã nhất trí cao trong việc bắt tay ngay vào đàm phán thực hiện Hiệp định thương mại và đầu tư song phương giữa hai nước Việt Nam - Nhật Bản đồng thời tiếp tục đẩy mạnh thực hiện sáng kiến chung Việt- Nhật. Nhật Bản cũng cam kết sẽ tăng cường viện trợ ODA cho Việt Nam đặc biệt trong lĩnh vực xây dựng kết cấu hạ tầng, trong đó có 3 dự án lớn đó là xây dựng đường sắt cao tốc và đường bộ cao tốc Bắc- Nam; xây dựng kết cấu hạ tầng khu công nghệ cao Hoà Lạc để khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ cao của Nhật Bản vào đây đầu tư sản xuất.

Những con số thống kê trên đây đã phác thảo phần nào bức tranh lạc quan về quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản, nó tạo cơ sở vững chắc cho quan hệ hai nước trong giai đoạn tới. Tại hội thảo kinh tế Việt Nam - Nhật Bản diễn ra ngày 21/8/2006 vừa qua, Phó Thủ tướng Phạm Gia Khiêm đã nhấn mạnh: “ Từ năm 2002, Lãnh đạo hai nước Việt Nam- Nhật Bản đã thỏa thuận xây dựng và phát triển mối quan hệ “ *Đối tác tin cậy, ổn định lâu dài*”, đã ký kết và đang tổ chức thực hiện *Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư Việt- Nhật, Sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản*, bao gồm các hoạt động cụ thể nhằm cải thiện môi trường đầu tư tại Việt Nam. Đặc biệt, Chính phủ hai nước đang chuẩn bị đàm phán để ký kết *Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam- Nhật Bản* trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO và hội nhập sâu rộng hơn với nền kinh tế toàn cầu. Đây là điều kiện vô cùng thuận lợi, là cơ hội để các ngành, các địa phương và các doanh nghiệp hai nước chủ động phát triển quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư và du lịch”. Phó Thủ tướng cũng khẳng định: “ Nhật Bản luôn là một trong những đối tác thương mại quan trọng hàng đầu của Việt Nam”<sup>5</sup>

## II. THỰC TRẠNG QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN

### 2.1. Quan hệ thương mại Việt Nam- Nhật Bản

#### *Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam vào Nhật Bản*

<sup>5</sup> Nhật Bản: *Đối tác kinh tế, thương mại hàng đầu của Việt Nam*-nguồn: [www.vov.org.vn](http://www.vov.org.vn)

### 2.1.1 Thủy sản

Nhật Bản vốn là thị trường nhập khẩu thủy sản truyền thống của Việt Nam. Năm 2005 kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang quốc gia mặt trời mọc này đã đạt 785,876 triệu USD, điều này đã khiến cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã thay đổi: thị trường Nhật Bản chiếm 28,7%, EU 23,4% và Mỹ là 18,1%<sup>6</sup>

Hiện nay, mỗi năm Nhật Bản nhập khẩu khoảng 15 tỷ USD hàng thủy sản. Nếu như năm 2003 kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 482,838 triệu USD thì sang năm 2004 con số này là 772,195 triệu USD, chiếm 32,16% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, theo số liệu thống kê của Bộ Thương Mại xuất khẩu thủy sản năm 2005 của Việt Nam sang Nhật Bản đã tăng 2,0% so với năm 2004. Mức tăng tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam nhanh hơn mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật điều này đã khiến tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật tăng không tương xứng với mức tăng của tổng kim ngạch. Bảng sau đây sẽ thể hiện rõ hơn điều đó:

**Bảng 5: Tỷ trọng và kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản ( 2000-2005)**

*Đơn vị: 1000 USD*

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005
KNXK thủy sản của Việt Nam	1.478.610	1.777.486	2.022.821	2.199.577	2.400.781	2.738.727
KN xuất khẩu thủy sản sang thị trường Nhật Bản	469.473	465.901	537.459	482.838	772.195	785.876
Tỷ lệ( % )	31,75	26,2	26,57	21,95	32,16	28,69

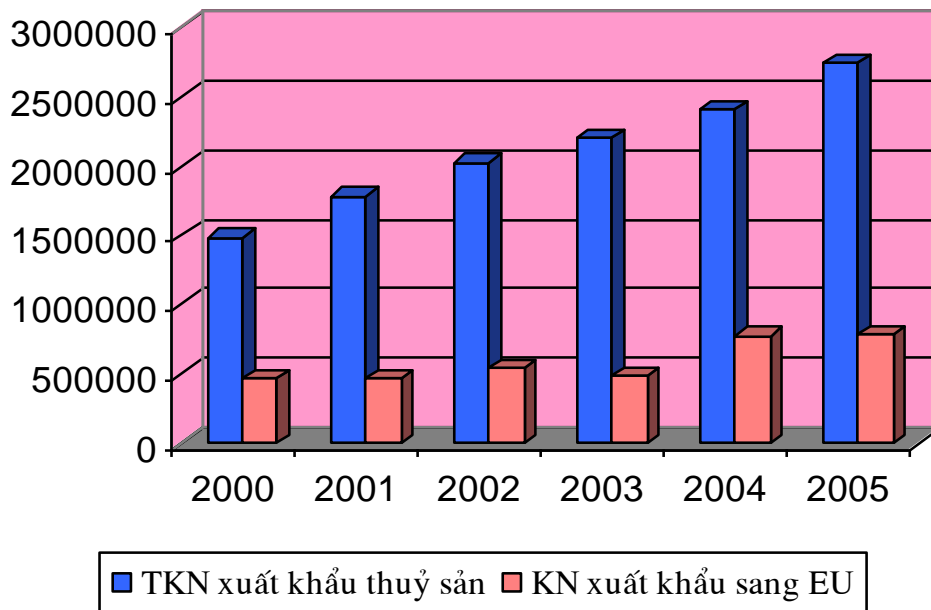
*Nguồn: [www.fistenet.gov.vn](http://www.fistenet.gov.vn)*

Do những bất ổn trên thị trường Mỹ nên nhiều doanh nghiệp chuyển sang xuất khẩu sang những thị trường có mức độ ổn định cao hơn như thị trường Nhật Bản. Theo như dự báo của Trung tâm thông tin Thương mại, tốc độ tăng trưởng hàng thủy sản xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản sẽ tiếp tục duy trì ở mức 8,5- 9% và với tốc độ đó dự đoán đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu thủy sản có thể đạt tới 1-1,2 tỷ USD.

### **Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản giai đoạn 2000-2005**

*Đơn vị: 1000 USD*

<sup>6</sup> *Xuất khẩu thủy sản: Doanh nghiệp tự làm khó- [www.vneconomy.com.vn](http://www.vneconomy.com.vn)*



Nguồn: Thống kê của Trung tâm tin học- Bộ thủy sản

❖ **Các sản phẩm thủy hải sản chính**

Hải sản của Việt Nam, nhất là tôm, được thị trường Nhật Bản đánh giá khá cao. Tuy nhiên, để nâng cao giá bán và tăng tính hấp dẫn đối với mạng lưới xuất khẩu và phân phối tại Nhật, các doanh nghiệp chế biến hải sản của Việt Nam cần quan tâm hơn nữa đến khâu chất lượng và vệ sinh thực phẩm. Trong đó, việc lấy xác nhận trước về chất lượng (pre-certification) đóng vai trò hết sức quan trọng bởi nó góp phần rất lớn vào việc giảm chi phí phát sinh trong quá trình hàng hoá lưu thông tại Nhật.

**Bảng 6: Các mặt hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản (2000-2005)**

Đơn vị: 1000 USD

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tôm ĐL	291.035	289.606	345.394	388.541	521.427	517.831
Cá ĐL (trừ cá ngừ)	26.348	25.330	33.575	43.288	50.527	53.621
Mực ĐL	41.958	46.368	46.438	35.534	46.173	50.573
Bạch tuộc ĐL	12.046	14.667	18.228	20.421	29.295	27.247
Mực khô	15.369	13.198	17.326	10.766	20.255	17.225
Cá khô	2.537	2.304	3.526	1.609	4.315	7.537
Ruốc cá khô	2.893	2.520	2.389	2.005	2.582	1.865
Cá ngừ ĐL	11.700	21.258	21.727	10.778	8.630	13.027
Mặt hàng khác	65.587	48.846	48.846	69.896	88.991	111.842
Tổng	469.473	537.459	537.459	582.838	772.195	785.876

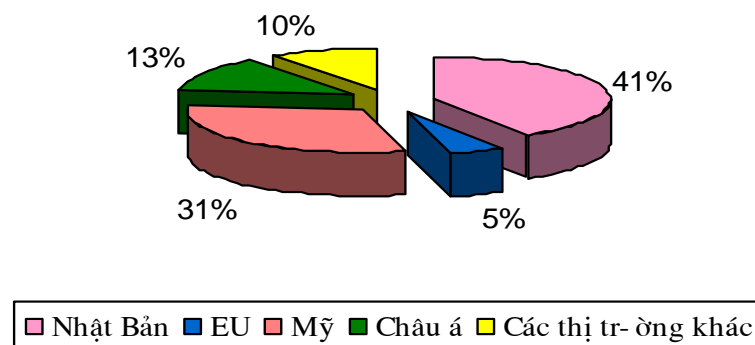
( Nguồn: Thống kê Trung tâm tin học- Bộ Thủy Sản)

### Tôm

Cho đến đầu những năm 90, Thái Lan là nước xuất khẩu tôm lớn nhất sang Nhật Bản tuy nhiên, sau khi các hồ nuôi tôm bị ô nhiễm và dịch bệnh của tôm lan rộng thì xuất khẩu tôm của Thái Lan sang Nhật Bản đã giảm và xuất khẩu tôm của Ấn Độ tăng lên. Nhưng đến năm 2004 do Ấn Độ không bị kiện bán phá giá tại Mỹ nên đã chuyển hướng tập trung sang thị trường Mỹ, ngược lại Việt Nam chuyển hướng sang thị trường Nhật. Do vậy năm 2004, lượng tôm nhập khẩu từ Ấn Độ giảm 5% trong khi đó lượng tôm nhập khẩu từ Việt Nam lại tăng lên 17% khiến Việt Nam trở thành quốc gia xuất khẩu tôm lớn nhất vào thị trường Nhật.

Theo số liệu thống kê của Bộ thương mại, lượng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2004 đạt 770,358 triệu USD, trong đó mặt hàng tôm đạt giá trị 521,428 triệu USD, chiếm 67,68% tổng lượng thủy sản xuất khẩu sang Nhật Bản của Việt Nam. Tôm Việt Nam được xuất khẩu chủ yếu sang các thị trường Nhật Bản, EU và Mỹ. Biểu đồ dưới đây sẽ thể hiện rõ hơn về tỷ lệ xuất khẩu tôm Việt Nam sang các thị trường năm 2004

### **Xuất khẩu tôm của Việt Nam sang các khu vực thị trường năm 2004**



( Nguồn: [www.fistenet.gov.vn](http://www.fistenet.gov.vn))

Nhập khẩu tôm phụ thuộc nhiều vào nền kinh tế Nhật Bản, nếu kinh tế Nhật còn trong giai đoạn khó khăn thì người tiêu dùng Nhật Bản vẫn khá dè dặt trong tiêu thụ tôm. Tuy nhiên, những năm gần đây kinh tế Nhật Bản đã có dấu hiệu phục hồi, người dân Nhật Bản đang quay trở lại thị trường tiêu thụ các sản phẩm tôm của các nước Châu á. Tổng lượng nhập khẩu tôm của Nhật Bản năm 2005 đã vượt 310.000 tấn



**Bảng 7: Nhập khẩu tôm đông lạnh chưa chế biến vào Nhật bản theo thị trường**

Đơn vị : 1000 tấn

Nước/ Lãnh thổ	1-9/2000	1-9/2001	1-9/2002	1-9/2003	1-9/2004	1-9/2005	1-6/2006
Việt Nam	25,4	25,7	29,4	32,8	39,0	36,8	20,26
Indonesia	36,2	40,8	25,2	39,3	39,6	35,6	21,22
Ấn Độ	36,7	32,4	40,0	19,8	24,5	18,5	11,29
Trung Quốc	11,1	9,4	12,6	13,9	14,6	15,0	7,55
Thái Lan	12,5	14,7	12,7	12,1	12,0	13,1	7,80
Greenland	7,9	5,4	6,6	7,0	5,8	5,6	3,71
Philippin	5,9	5,8	5,2	4,2	4,2	4,1	2,75
Các nước khác	43,3	41,1	113,3	35,5	36,2	35,7	28,30
Tổng	179,0	175,3	245,0	164,6	173,2	166,2	95,46

( Nguồn: Tổng hợp bài: Thị trường tôm Châu á năm 2005, dự báo cho năm 2006 và bài Thị trường tôm Nhật Bản đầu tháng 9- Cục xúc tiến thương mại ( Viettrade))

### **Nhuận thế chân đầu( Mực và bạch tuộc)**

Nhật Bản là nước tiêu thụ mực lớn nhất thế giới, năm 2005 Nhật Bản nhập khẩu 64,3 nghìn tấn mực các loại. Bên cạnh mặt hàng tôm Nhật Bản còn là thị trường tiêu thụ mực và bạch tuộc lớn nhất của Việt Nam, chiếm 37% tổng giá trị mực và bạch tuộc xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2005 Việt Nam xuất khẩu 95,045 triệu USD mực và bạch tuộc sang thị trường Nhật Bản, giảm nhẹ so với năm 2004 do kim ngạch xuất khẩu bạch tuộc đông lạnh trong năm 2005 giảm 7% so với năm 2004. Năm 2005, nhập khẩu nhuyễn thể chân đầu tươi, ướp đá và đông lạnh chiếm 3,67% tổng nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản, đạt giá trị 512.771 triệu USD trong đó kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 0,015% tổng kim ngạch nhập khẩu nhuyễn thể chân đầu nhập khẩu vào Nhật Bản

Tuy kim ngạch xuất khẩu mực của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản còn thấp nhưng thị trường này có thể mở rộng hơn nữa vì người tiêu dùng Nhật Bản đánh giá rất cao sản phẩm mực của Việt Nam. Nếu chúng ta có phương pháp chế biến phù hợp hơn nữa với khẩu vị tiêu dùng của người Nhật Bản thì chắc chắn có thể xuất khẩu nhiều hơn nữa các mặt hàng mực như mực tươi, mực khô và mực đông lạnh vào thị trường Nhật Bản.

### **Cá**

Đa phần người Nhật ăn cá mỗi ngày, khi thì ăn món sashimi (cá sống xắt lát mỏng chấm nước tương), khi thì nướng vỉ hay chế biến khác. Khoảng 45% lượng đạm động vật trong khẩu phần ăn của người Nhật là từ cá và sò hến. Theo quan điểm người tiêu thụ, độ tươi của cá là điều đáng quan tâm nhất. Họ coi cá như là nguồn thực phẩm lành mạnh, chứa nhiều chất bổ dưỡng rất tốt như DHA và EDA. Dân Nhật thích dùng nhiều loại hải sản khác nhau, trong đó những loại được ưa thích nhất là cá ngừ, cá hồi và cá nục, cá kiểem.

Nhập khẩu cá ngừ chiếm khoảng 12,99% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản. Năm 2005, Nhật Bản nhập 345.841 tấn cá ngừ với giá trị khoảng 1,8 tỷ USD. Cá ngừ là mặt hàng lớn thứ hai trong tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật. Năm 2004, các ngừ của Việt Nam sang thị trường này chiếm 19% tổng giá trị xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam đạt giá trị 13,03 triệu USD, đứng thứ 2 sau Mỹ (37%) trong danh sách thị trường xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam chỉ chiếm một lượng nhỏ trong tổng cá ngừ nhập khẩu vào Nhật Bản ( 2.819,9 tấn, trong đó chiếm 3,5% tổng nhập khẩu cá ngừ mắt to tươi và 4,8% tổng nhập khẩu cá ngừ vây vàng tươi nhập khẩu vào Nhật Bản). Mặt hàng cá ngừ của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Nhật luôn phải đương đầu với cạnh tranh gay gắt đối với hàng cùng loại đến từ Australia, Mỹ, Indonexia, Đài Loan, Hàn Quốc... Ngoài ra việc xuất khẩu cá ngừ còn chịu ảnh hưởng của các rào cản về vệ sinh an toàn thực phẩm, như quy định về hàm lượng thủy ngân trong cá ngừ nhập khẩu.

❖ ***Các yếu tố tác động tới xuất khẩu thủy sản:***

Nhật Bản vốn là nước xuất khẩu thủy sản nhưng từ lâu Nhật Bản đã trở thành nước nhập khẩu ròng. Hiện nay, Nhật Bản nhập khẩu hàng năm khoảng 14-16 tỷ USD hàng thủy sản, nhưng Nhật Bản có yêu cầu rất cao về chất lượng và an toàn vệ sinh đối với hàng thủy sản và những yêu cầu này nhiều khi vượt quá khả năng đáp ứng của các nước đang phát triển để có thể xuất khẩu sang Nhật Bản và chính những điều này trở thành các rào cản kỹ thuật rất khó vượt qua. Điều quan trọng đối với Nhật Bản là yêu cầu có đầy đủ thủ tục để đảm bảo an toàn đối với thủy sản nhập khẩu.

Các quy định liên quan tới xuất nhập khẩu và tiêu dùng thủy sản:

***Luật vệ sinh thực phẩm:*** Nhằm mục đích đảm bảo an toàn thực phẩm, Bộ y tế và Phúc lợi Nhật Bản (MHW) đã ban hành luật vệ sinh thực phẩm và các luật, quy định khác có liên quan. Những văn bản này chứa đựng tất cả các yêu cầu đối với cá và

hải sản. Mục đích của luật vệ sinh thực phẩm là để bảo vệ con người khỏi bị ảnh hưởng xấu đối với sức khoẻ nhằm góp phần nâng cao sức khoẻ của nhân dân.

*Những yêu cầu cụ thể của luật vệ sinh thực phẩm:* Những yêu cầu này bao gồm các yêu cầu liên quan đến độc tố của sinh vật biển, tiêu chuẩn về vi khuẩn và định rõ đối với các sản phẩm cá, môi trường có chứa các chất độc, thuốc kích thích nuôi trồng và sử dụng phụ gia thực phẩm.

*Thủ tục đối với nhập khẩu thực phẩm:* Nhằm đảm bảo mức độ an toàn của hải sản nhập khẩu, điều 16 luật vệ sinh thực phẩm yêu cầu những ai muốn nhập khẩu cho mục đích kinh doanh trước hết phải đệ trình bản khai báo cho giám đốc trạm kiểm dịch. Thông tin từ mẫu khai báo và hồ sơ kèm theo bao gồm: chứng nhận về y tế, kết quả kiểm tra tự nguyện và ngày kiểm tra trước đối với cùng loại thực phẩm được kiểm tra để quyết định có kiểm tra với mỗi sản phẩm hay không. Kết quả kiểm tra tự nguyện được tiến hành ở phòng thí nghiệm của Nhật Bản hay phòng thí nghiệm ở nước xuất xứ thì được chấp nhận. Thực phẩm với nguy cơ vi phạm cao bắt buộc phải kiểm tra theo yêu cầu của Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội. Nếu nhà xuất khẩu nhận được yêu cầu kiểm tra, thì nhà xuất khẩu phải kiểm tra ở phòng thí nghiệm được chỉ định bởi Bộ trưởng với chi phí nhà xuất khẩu chịu.

#### *Đơn giản hoá thủ tục nhập khẩu*

- Chấp nhận kết quả kiểm tra được thực hiện bởi các phòng thí nghiệm nước ngoài chính thức. Trong trường hợp thực phẩm đã được kiểm tra do phòng kiểm nghiệm nước ngoài được chỉ định bởi MHW của Nhật Bản và kết quả phù hợp với những quy định về thực phẩm của Nhật Bản, sản phẩm sẽ được miễn trừ đối với sự kiểm tra đó.

- Tiếp tục nhập khẩu sản phẩm tương tự: Kết quả kiểm tra lí và hoá tính được đưa ra cho lần nhập khẩu đầu tiên cũng được dùng cho lần nhập khẩu tiếp theo và việc kiểm tra đối với sản phẩm nhập khẩu tương tự sẽ được miễn trong một thời gian nhất định.

*Xác nhận trước (hệ thống chứng thực trước):* Xuất khẩu thực phẩm và các nhà sản xuất ra các sản phẩm đó có thể được đăng ký ưu tiên đối với nhập khẩu. Tuy

nhiên, điều cần thiết là thực phẩm đó đã được chứng nhận phù hợp với quy định về vệ sinh thực phẩm của Nhật Bản. Hệ thống này chỉ áp dụng cho sản phẩm đã chế biến.

❖ ***Đánh giá chung và những vấn đề lớn đang đặt ra trong xuất khẩu thủy sản***

Về việc nhập khẩu thủy sản, Nhật Bản đưa ra nhiều qui định như hạn ngạch nhập khẩu theo chủng loại hàng thủy sản và nhiều thủ tục rườm rà khi nhập khẩu đã cản trở các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu thủy sản vào thị trường này. Hạn ngạch nhập khẩu dựa trên tổng giá trị và được áp dụng đối với nhiều loại hải sản khác nhau. Nhiều người coi đây là sự hạn chế nhập khẩu. Tuy nhiên, bắt đầu từ tháng 9 năm 1997, hệ thống hạn ngạch đã được duyệt một phần để bắt đầu áp dụng hạn ngạch riêng cho từng sản phẩm cá biệt, các hạn ngạch này sẽ được xét theo khối lượng. Ngoài ra, Chính phủ Nhật Bản cam kết giám sát việc thực thi việc dỡ bỏ các quy định và luật lệ riêng.

Dưới góc độ của doanh nghiệp nước ngoài, hệ thống chợ bán buôn phức tạp hiện nay trong hệ thống phân phối thủy sản của Nhật dường như không hiệu quả, và nó loại bỏ những doanh nghiệp không có phép. Tuy nhiên, cùng với Nhật, nhiều nơi trên thế giới vẫn có hệ thống chợ bán buôn thủy sản. Nhìn chung, các chợ này góp phần vào việc định giá và vẫn phân phối sản phẩm tương đối có hiệu quả. Ở Nhật, hệ thống này rất hiệu quả cho các doanh nghiệp đánh bắt có qui mô nhỏ và có nhiều loại cá bán với số lượng ít.

Hiện nay, có nhiều khách hàng tiềm năng có thể nhập hàng xuất khẩu của nước ngoài. Các nhà chế biến thực phẩm qui mô lớn, các dây chuyền siêu thị và nhà hàng có yêu cầu rất lớn mua hải sản với số lượng lớn, giá càng thấp càng tốt. Ngày càng có nhiều các doanh nghiệp bỏ qua các chợ bán buôn và mua bán trực tiếp với các công ty lớn, hay tự trực tiếp nhập hàng, một số doanh nghiệp còn nhập nguyên liệu từ nước ngoài và tham gia trực tiếp vào việc nuôi trồng hải sản với các công ty nước ngoài. Những doanh nghiệp này có khả năng trở thành khách hàng quan trọng cho các công ty hải sản nước ngoài muốn xuất qua Nhật.

Yêu cầu về chất lượng và sở thích của người Nhật Bản là yếu tố chính quyết định tiêu thụ hàng thủy sản tại Nhật Bản. Ví dụ: ngoài mùi vị của cá, người tiêu dùng còn quan tâm đến bề ngoài của nó, cá có sẹo lộ ra khó bán và cá mất một phần cơ thể hoàn toàn không bán được. Điều cực kỳ quan trọng là sản phẩm phải đáp ứng yêu cầu của người tiêu thụ Nhật về các mặt chất lượng, độ tươi mới, an toàn vệ sinh và có lợi

cho sức khoẻ. Các sản phẩm thuỷ sản của Việt Nam nhìn chung đã đáp ứng được các yêu cầu này. Tuy nhiên, những điều mà các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý là phải luôn luôn duy trì và nâng cao chất lượng và đảm bảo độ an toàn, độ tươi mới của sản phẩm thuỷ sản xuất khẩu.

Các doanh nghiệp cũng cần tận dụng các cuộc triển lãm và hội chợ thương mại. Nhiều cuộc triển lãm và hội chợ thương mại được tổ chức ở Nhật. Những sự kiện như vậy có thể được sử dụng để phát triển các mối quan hệ và có thể cả hợp tác làm ăn với các doanh nghiệp Nhật, tìm hiểu thêm về thị trường Nhật và trưng bày sản phẩm để thu thập thông tin và các đánh giá.

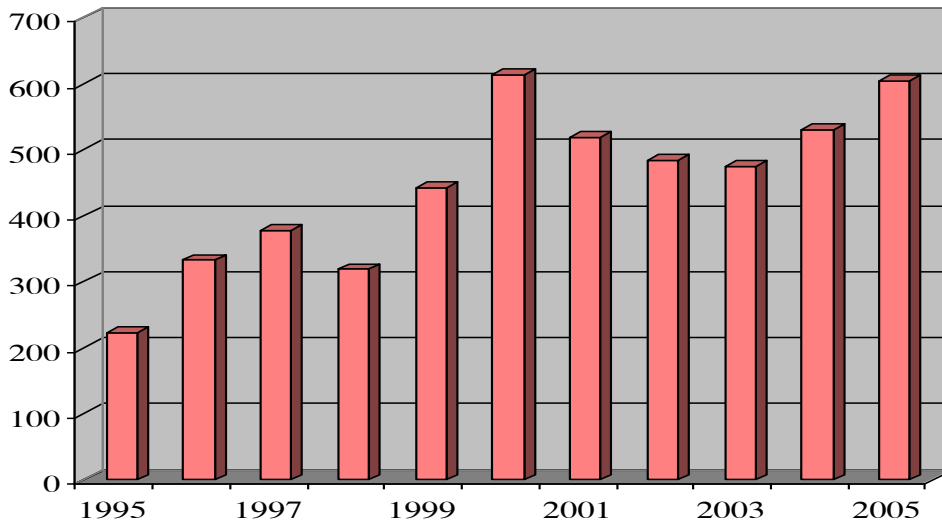
### 2.1.2 Sản phẩm dệt may

Hiện nay Nhật Bản là thị trường nhập khẩu may mặc lớn thứ 3 của Việt Nam, sau Mỹ và EU. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam vào thị trường này trong những năm gần đây tăng trưởng chậm hơn so với thị trường Mỹ và EU nhưng Nhật Bản vẫn được đánh giá là một trong những thị trường xuất khẩu hàng dệt may chủ yếu của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Bộ Thương mại, trong 8 tháng đầu năm 2006, xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 410 triệu USD, tăng 3,4 % so với cùng kỳ năm trước trong khi xuất khẩu sang EU tăng 51,6% với 819 triệu USD và Hoa Kỳ là 2,17 tỷ USD, tăng 29,5%.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Nhật Bản trong giai đoạn 1995- 2005 không ổn định, biến động, tăng giảm thất thường. Qua biểu đồ dưới đây ta có thể nhận thấy trong giai đoạn 1995-1997 kim ngạch xuất khẩu dệt may sang Nhật Bản đạt mức tăng trưởng dương trong đó năm 1996 tăng 49% so với năm 1995 và năm 1997 tăng 13,6% so với năm 1996. Năm 1998 kim ngạch giảm xuống còn 318,8 triệu USD, giảm 15,66% rồi lại tăng lên 441,7 triệu USD vào năm 1999. Kim ngạch xuất khẩu dệt may đạt đến đỉnh cao vào năm 2000 với giá trị 613,3 triệu USD tăng 38,85% so với năm 1999 rồi suy giảm trong suốt giai đoạn 2001-2003 với các giá trị tương ứng 591,1 triệu USD; 484,9 triệu USD và 475,0 triệu USD. Từ năm 2004, nền kinh tế Nhật Bản có dấu hiệu phục hồi thể hiện ở mức tăng trưởng GDP đạt 2,7% do đó nhu cầu tiêu dùng của người dân Nhật cũng được cải thiện, mức nhập khẩu hàng dệt may vì thế cũng tăng lên, năm 2004 kim ngạch nhập khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường Nhật đạt 531,1 triệu, năm 2005 con số này đã tăng thêm 13,7% đạt giá trị 603,9 triệu USD.

**Kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Nhật Bản  
giai đoạn 1995-2005**

*Đơn vị: Triệu USD*



*Nguồn: Xuất nhập khẩu Việt Nam hai mươi năm đổi mới- Tổng cục Thống kê, năm 2006*

Theo số liệu thống kê của Hải quan Nhật Bản, Việt Nam là nước xuất khẩu sản phẩm dệt may đứng thứ hai sau Trung Quốc vào thị trường Nhật, tuy nhiên thị phần lại chiếm tỷ lệ quá nhỏ và đang có xu hướng giảm dần. Nếu như trước đây, khi hàng may mặc của Trung Quốc đứng hàng đầu với 57% thị phần, Việt Nam đứng thứ tư với 4,1% thị phần thì đến năm 2005 sản phẩm dệt may của Trung Quốc vẫn đứng đầu với thị phần tăng lên 80,4% còn Việt Nam “vươn lên” đứng thứ 2 sau Trung Quốc nhưng với thị phần chỉ còn lại 2,55%. Bảng sau đây sẽ cho cái nhìn tổng quan hơn về kim ngạch xuất khẩu và thị phần hàng dệt may của Trung Quốc và Việt Nam tại thị trường Nhật Bản.

**Bảng 8: Kim ngạch và thị phần hàng dệt may Trung Quốc và Việt Nam nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản giai đoạn 2003-2005**

*Đơn vị: Triệu USD*

Năm	Tổng KNNK dệt may của Nhật Bản	Sản phẩm dệt may NK từ Trung Quốc		Sản phẩm dệt may NK từ Việt Nam	
		Kim ngạch	Thị phần (%)	Kim ngạch	Thị phần (%)
2003	20.234	16.054	79,3	475,0	2,38
2004	22.636	18.173	80.3	531,1	2,34
2005	23.693	19.041	80.4	603,9	2,55

*Nguồn: JETRO, Trade 2005*

Tuy các doanh nghiệp Việt nam đã có nhiều cố gắng trong việc đa dạng hoá mặt hàng nhưng sản phẩm Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản chủ yếu là những sản phẩm được xếp vào cấp độ thông thường, giá trị không cao, những sản phẩm phức tạp có giá trị cao như complet, veston, măng tô... thì các doanh nghiệp chưa sản xuất được. Trong khi giá hàng may mặc cao cấp của Việt nam thấp hơn một số nước thì giá hàng may mặc thông thường lại cao hơn khoảng 10-15% so với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực mặc dù ta có lợi thế về giá nhân công. Điều này được giải thích là do: năng suất lao động thấp, công nghệ lạc hậu, trình độ quản lý kém, chi phí khấu hao thiết bị cao, nguyên liệu chủ yếu phải nhập khẩu, tỷ lệ nội địa hoá thấp cùng với một loạt các khoản chi phí khác như điện, bưu chính viễn thông... cao hơn các nước khác trong khu vực. Điều này đã đội giá hàng dệt may của Việt Nam lên cao làm giảm năng lực cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam so với các nước khác trong khu vực đặc biệt là Trung Quốc. Hàng thông thường là thế còn đối với những sản phẩm cao cấp, do không đáp ứng được các yêu cầu về mẫu mã, kiểu dáng, chất lượng, sản phẩm chưa gây dựng được uy tín như các đối thủ của Anh, Pháp, Italia nên mặc dù với giá bán thấp hơn, số lượng hàng tiêu thụ vẫn không được nhiều. Bên cạnh đó, hàng may mặc xuất khẩu Việt Nam chưa gây dựng được uy tín với các đối tác cũng như người tiêu dùng Nhật Bản do tình trạng giao hàng không đúng hạn, chất lượng giữa các lô hàng không đồng đều. Lâu nay các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam mới chỉ quan tâm đến việc tăng khối lượng cũng như giá trị kim ngạch xuất khẩu trong khi các đối thủ khác đã tính đến việc xây dựng uy tín thương hiệu, hình ảnh

trong lòng người Nhật. Đây là một điểm bất lợi cho hàng may mặc Việt Nam khi xuất khẩu phải dán nhãn mác nước ngoài như: Pierre Cardin, Youth, Polo...

Những phân tích SWOT sau đây sẽ cho cái nhìn tổng thể về những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của hàng dệt may Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản

### **Điểm mạnh ( S- Strength)**

- Với dân số hơn 80 triệu dân, Việt Nam là một quốc gia dồi dào nguồn lao động với giá nhân công rẻ rất thích hợp cho những ngành cần nhiều lao động như ngành dệt may. Theo như dự đoán của các chuyên gia kinh tế thì trong những năm tới sẽ có sự chuyển dịch ngành dệt may từ những nước như Thái Lan, Indonexia sang Việt Nam. Mặt khác hiện tại ngành này cũng đang nhận được nhiều hỗ trợ từ phía Chính phủ, Bộ Thương mại, Hiệp hội Dệt may, hệ thống ngân hàng thương mại để có thể đổi mới phát triển.

- Số lượng các doanh nghiệp tham gia vào sản xuất hàng dệt may xuất khẩu đi Nhật ngày càng tăng với nhiều sự đầu tư cả về vốn lẫn con người, thiết bị, công nghệ do nhận thức được những khó khăn trong việc xuất khẩu sang những thị trường hạn ngạch như Mỹ hay thị trường hay áp dụng các biện pháp tự vệ như EU trong khi Nhật Bản lại là một thị trường phi hạn ngạch đầy tiềm năng.

### **Điểm yếu( W- Weakness)**

- Nguyên phụ liệu của Việt Nam có giá cao khi so sánh với Trung Quốc, Pakistan, Ấn Độ, Indonexia, chất lượng thấp, khả năng đáp ứng yêu cầu cấp độ sản phẩm không cao, màu sắc, kiểu dáng không đa dạng, năng lực sản xuất còn yếu thể hiện ở năng suất lao động thấp, chưa đáp ứng đủ yêu cầu về chủng loại, số lượng, thời gian giao hàng, không thích ứng nhanh chóng đối với những yêu cầu điều chỉnh về mẫu mã, các yêu cầu kỹ thuật, không đáp ứng được đối với những đơn hàng nhỏ, chủng loại nhiều trong khi đó một trong những đặc điểm tiêu dùng của người Nhật Bản là “tính mùa vụ” và “hay thay đổi”.

- Xuất khẩu chủ yếu dưới hình thức gia công nên vai trò của các doanh nghiệp Việt Nam rất hạn chế, không chủ động trong việc cung cấp nguyên phụ liệu khiến dễ dẫn đến chậm trễ trong việc thực hiện hợp đồng hay có khi lô hàng xuất khẩu thiếu đồng bộ, không đảm bảo quy cách phẩm chất làm ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp



- Công tác Marketing còn hạn chế do thiếu điều kiện để tiếp thị, thông tin thị trường cũng như tham gia thường xuyên vào các hội chợ triển lãm quốc tế hay thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại tại Nhật Bản.

### **Cơ hội ( O- Opportunity)**

- Sau một thời gian dài suy thoái đến nay nền kinh tế Nhật đã dần phục hồi. Năm 2004 kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Nhật Bản đã tăng 12% so với năm 2003 với giá trị 22.636 triệu USD, khối lượng nhập khẩu cũng tăng 20%. Với việc phục hồi kinh tế, nhiều việc làm sẽ được tạo ra, thu nhập người dân sẽ tăng, tỷ lệ tiết kiệm sẽ giảm dần thay vào đó xu hướng chi tiêu tăng dần, điều này mở ra nhiều cơ hội cho hàng nhập khẩu của Việt Nam nói chung và hàng dệt may nói riêng trong việc xuất khẩu hàng hoá vào thị trường phi hạn ngạch này.

- Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản ( JETRO), Bộ kinh tế, thương mại và công nghiệp Nhật ( METI ), Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản ( JICA) đã và đang xúc tiến nhiều chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp nước ngoài xuất khẩu sang thị trường này hỗ trợ đài tạo về xuất nhập khẩu, nghiên cứu thị trường, tìm kiếm đối tác thương mại tại Nhật.

- Với việc hạn ngạch dệt may ATC bị xoá bỏ vào năm 2005, Trung Quốc đối thủ đáng gờm nhất của Việt Nam trên thị trường dệt may Nhật Bản- sẽ có nhiều việc phải quan tâm. Thay vì tập trung vào thị trường Nhật, quốc gia này sẽ phải phân tán lực lượng, mở rộng thị trường rộng lớn khác là EU, Mỹ và do đó sẽ tạo cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường này.

### **Thách thức( T- Threads)**

- Trong thời gian qua nền kinh tế- chính trị thế giới có nhiều biến động: đồng Yên tăng giá, giá xăng, dầu cũng như các yếu tố đầu vào khác liên tục biến đổi đã làm ảnh hưởng tới việc sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam.

- Nhật Bản là thị trường nhập khẩu hàng may mặc phi hạn ngạch nhưng lại sử dụng rất nhiều biện pháp phi thuế quan khác thể hiện trong các chính sách, các biện pháp kinh tế công khai cũng như các nỗ lực nhằm tạo sự khác biệt về văn hoá kinh doanh của các công ty Nhật. Ví dụ như các quy định khắt khe về tiêu chuẩn công nghiệp Nhật- JIS, dấu tiêu chuẩn môi trường Ecomark, các quy định về nhãn mác hàng hoá, hạn chế về chất độc hại, luật trách nhiệm... Bên cạnh đó, hệ thống kênh phân phối sản phẩm nói chung và hàng may mặc nói riêng tại Nhật được đánh giá là

phức tạp, đội ngũ nhân viên đông, bộ máy cồng kềnh cũng đang lad hàng rào khó vượt qua đối với hàng may mặc Việt Nam.

*Tóm lại*, mặc dù kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản đứng thứ hai sau Trung Quốc nhưng thị phần hàng dệt may Việt Nam trên thị trường Nhật rất thấp. Hoạt động xuất khẩu của ngành dệt may chủ yếu là gia công (chiếm tỷ trọng 80%) theo mẫu của khách hàng nước ngoài với nguyên vật liệu nhập khẩu( chiếm tới 90% sản lượng). Vì vậy, hiệu quả thu nhập rất thấp; phần lợi thực tế thu được chỉ trên dưới 30% so với sản xuất và xuất khẩu trực tiếp. Qua khảo sát của ngành công nghiệp dệt may, công nghệ dệt may Việt Nam lạc hậu 15-20 năm so với Thái Lan và Trung Quốc. Trong đó, 50% thiết bị sử dụng trên 20 năm với công nghệ rất lạc hậu. Do đó, các doanh nghiệp hầu như không có khả năng đáp ứng các yêu cầu về môi trường. Không có khả năng vượt rào cản môi trường của Nhật Bản, các doanh nghiệp hiện nay chỉ còn nước là xuất khẩu bằng con đường gia công cho các công ty nước ngoài và thu nhập chủ yếu chỉ dựa trên mức ưu đãi thuế quan GSP và lao động rẻ. Vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam là phải dần dần nội địa hoá các nguyên liệu dệt may, cải thiện công tác thiết kế, đổi mới mẫu mã, tăng cường các biện pháp nghiên cứu và đánh giá thị trường, từng bước tiến hành xây dựng thương hiệu trên thị trường Nhật Bản.

### *1.3. Công nghệ phần mềm- mặt hàng xuất khẩu triển vọng*

#### ❖ *Tiềm năng thị trường Nhật Bản:*

Thị trường phần mềm Nhật Bản đạt 140 tỉ USD, chiếm 20% thị trường thế giới với giá trị gia công phần mềm ở nước ngoài khoảng 3 tỉ USD/ năm. Theo đánh giá của giới chuyên môn, thị trường Việt Nam có khả năng chiếm được 10%, tức 300 triệu USD/năm giá trị gia công phần mềm cho Nhật. Theo thống kê của JISA ( Hiệp hội công nghệ thông tin Nhật Bản), quy mô thị trường CNTT của Nhật năm 2003 được chia ra như sau: tích hợp hệ thống( system integration): 35,1%, phát triển phần mềm ( software development): 23%, vận hành hệ thống( system operation): 10%, dịch vụ xử lý( processing service): 6,7%, phát triển và bán sản phẩm phần mềm( software product development and sale): 3,5%, phần cứng ( hardware): 9,2%... Như vậy, phần mềm ở Nhật hiện chiếm hơn 60% qui mô thị trường CNTT. Phần mềm nhúng theo thống kê chính thức chiếm khoảng 40% thị phần phần mềm. Phần mềm nhúng( embeded system) trải dài từ lĩnh vực điện thoại cầm tay, bo mạch xử lý nhận dạng IC

card, ví tiền điện tử Felica, cho tới hệ thống xử lý mạng. Ngành tài chính ngân hàng cũng chiếm tỷ trọng đến 40% thị phần phần mềm của Nhật. Các doanh nghiệp phần mềm Việt nam nhắm đến thị trường Nhật cần quan tâm đến phần mềm nhúng, tài chính ngân hàng và game online. Nếu đầu tư và xâm nhập thành công vào lĩnh vực trên thì doanh nghiệp Việt Nam sẽ có một thị trường rất lớn.

Doanh nghiệp Nhật Bản thường đánh giá rất cao những đối tác đáp ứng được các yêu cầu sau:

- Có chiến lược kinh doanh lâu dài, thể hiện ở định hướng phát triển công ty trong 5 năm , 10 năm. Các doanh nghiệp cần phải xác định rõ ràng, cụ thể lĩnh vực hoạt động ví dụ như trong lĩnh vực phần mềm kế toán, tài chính ngân hàng, quản lý... Doanh nghiệp cần phải chuẩn bị nội lực thật vững chắc khi làm ăn với đối tác Nhật, bởi có như vậy doanh nghiệp mới có đủ kiên nhẫn xây dựng uy tín mối quan hệ, xây dựng lòng tin với đối tác Nhật Bản. Không giống như các đối tác Mỹ hay Châu Âu thường căn cứ vào thành tích để đi đến quyết định hợp tác, các đối tác Nhật thiên về cảm tính , trang phục, phong cách giao tiếp, các biểu hiện mang tính cách cá nhân có thể chi phối họ. Doanh nghiệp Nhật có xu hướng tìm đối tác để làm ăn lâu dài nên họ tìm hiểu rất kỹ đối tác. Ông Nguyễn Đăng Phong, giám đốc Fujinet cho rằng “đối tác Nhật không dễ hợp tác ngay sau buổi đầu gặp gỡ mà họ sẽ qua lại tìm hiểu bạn hàng nhiều lần trước khi đi đến quyết định. Nhìn chung, đây là đối tác nghiêm túc, họ chỉ giao việc khi đã thật sự tin tưởng. Doanh nghiệp Việt Nam nên nói đúng mực về năng lực của mình và khi đã nhận được đơn hàng thì hãy cố gắng giao hàng theo thời gian đã ký kết, không nên trễ hạn rồi biện minh lý do bởi như vậy mới gây dựng niềm tin với đối tác. Khách hàng Nhật Bản có cách cư xử rất Á Đông, nếu đã tin tưởng và thiết lập quan hệ làm ăn, khi khó khăn họ vẫn cố gắng để đối tác không chịu nhiều thiệt thòi”

- Có khả năng tài chính vững chắc để theo đuổi dự án

- Bảo mật thông tin. Tính bảo mật thông tin được đối tác Nhật đánh giá rất cao. Các công ty Nhật rất ngại giao việc cho các công ty đang cho công ty khác mượn nhân viên của mình hay đang mượn nhân viên của nơi khác bởi điều này có thể gây rò rỉ thông tin mật của sản phẩm sang đối thủ cạnh tranh.

- Ngôn ngữ và văn hoá Nhật là hai nhân tố quan trọng khi làm ăn với Nhật. Sở dĩ doanh nghiệp phần mềm Nhật đầu tư nhiều vào thị trường Trung Quốc bởi ở đây có

rất nhiều người có thể hiểu và giao tiếp tiếng Nhật do vậy họ có thể vượt qua rào cản về ngôn ngữ.

Theo báo cáo năm 2004 của ba Hiệp hội CNTT lớn nhất Nhật Bản là JPSA, JISA và JEITA thì mức tăng trưởng trong việc thuê nước ngoài gia công phần mềm sẽ vượt xa mức tăng trưởng bình quân của toàn ngành CNTT của Nhật do ngày càng có nhiều doanh nghiệp Nhật áp dụng chiến lược thuê gia công để cắt giảm chi phí. Đối tác gia công phần mềm chủ yếu hiện nay của Nhật Bản là Trung Quốc và Ấn Độ. Tuy nhiên các công ty Nhật Bản hiện đang tìm cách chuyển hướng sang các nước khác trong khu vực như Việt Nam, Thái Lan, Philippin, Myanmar vì các công ty Trung Quốc và Ấn Độ đang ngày một lớn mạnh và đang trở thành những đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các công ty phần mềm Nhật Bản

❖ Thực trạng xuất khẩu phần mềm của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản

Theo Hiệp hội Dịch vụ công nghệ thông tin Nhật Bản ( JISA), Việt Nam đang nổi lên là một trong những lựa chọn hàng đầu của các doanh nghiệp CNTT Nhật Bản về gia công phần mềm. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp phần mềm Việt Nam ký hợp tác với các doanh nghiệp Nhật Bản. Theo nhận định của ông Lê Trường Tùng- Chủ tịch Hiệp hội tin học thành phố Hồ Chí Minh thì tốc độ tăng trưởng gia công phần mềm của các doanh nghiệp Việt Nam cho thị trường Nhật Bản sẽ đạt khoảng 50%/ năm.<sup>7</sup>

Trong số các quốc gia mà Nhật Bản đang hướng đến thì Việt Nam là sự lựa chọn số 1 bởi các yếu tố về: (1) tương đồng văn hoá; (2) khoảng cách địa lý; (3) sự ổn định về chính trị; (4) quan hệ mật thiết giữa hai chính phủ; (5) nguồn nhân lực có học vấn và giá rẻ. Trong đó yếu tố giá thành được các doanh nghiệp quan tâm hơn cả. Gần đây giá nhân công của Trung Quốc có chiều hướng cao hơn cộng với một đồng nhân dân tệ đang lên giá làm tăng chi phí đầu tư sang Trung Quốc. Trong khi đó giá gia công ở thị trường Việt Nam vẫn ở mức tương đối thấp dao động từ 800-1500 USD/ người/ tháng. Vì vậy trong vài năm tới, thị trường Nhật Bản sẽ chiếm tỷ trọng lớn nhất trong xuất khẩu phần mềm của Việt Nam. Hiện một số doanh nghiệp phần mềm Việt Nam đã mở văn phòng tại Nhật như Vĩnh Nam, Sáng Tạo, FPT, Global CyberSoft... Ông Koichi Mukai, Tổng giám đốc liên doanh phần mềm Việt- Nhật (

---

<sup>7</sup> Tìm cách nắm bắt cơ hội lớn từ thị trường Nhật Bản- [www.moi.gov.vn](http://www.moi.gov.vn))

VIJASGATE)-liên doanh giữa 6 công ty Việt Nam và 7 công ty Nhật Bản với vốn đầu tư 1,5 triệu USD, cho biết: Sau thị trường Trung Quốc và Ấn Độ, các doanh nghiệp Nhật Bản đang chuyển các đơn đặt hàng gia công phần mềm đến thị trường Việt Nam. Mục tiêu của công ty chúng tôi là hợp tác với thị trường Nhật Bản nên chúng tôi đưa kỹ sư tin học Việt Nam sang đó để đào tạo tiếng Nhật, làm việc và học hỏi kinh nghiệm tại các công ty công nghệ thông tin của Nhật Bản trong vòng 2 năm. Sau đó họ sẽ quay trở lại Việt Nam phụ trách các dự án làm phần mềm tại thị trường này. Những người này sẽ trở thành “kỹ sư cầu nối” cho các dự án trong tương lai.

Có ba con đường khác nhau để một quốc gia có thể tham gia vào xuất khẩu phần mềm: xuất khẩu dịch vụ, xuất khẩu công nghệ và xuất khẩu sản phẩm phần mềm. Nếu như Ấn Độ dựa vào nguồn lực dồi dào, đi theo con đường xuất khẩu dịch vụ phần mềm (gia công, hỗ trợ kỹ thuật) không đòi hỏi nhân lực cao cấp thì Israel lại hướng tới xuất khẩu công nghệ lõi cho các công ty phát triển sản phẩm tại Mỹ, Châu Âu. Cách đi này tạo nên nguồn thu ổn định lâu dài, giá trị gia tăng lớn, dựa trên nguồn lực cao cấp, các viện nghiên cứu, các trường đại học có khả năng thu hút được các chuyên gia hàng đầu thế giới. Ireland lại hướng tới xuất khẩu sản phẩm phần mềm đóng gói dựa vào các thế mạnh về địa lý và xã hội. Cả 3 hướng đi này của 3 nước đều dẫn đến thành công. Đối với Việt Nam thì sao? Tại sao Việt Nam lại lựa chọn xuất khẩu phần mềm?

Ông Vũ Tuấn Anh- Vụ trưởng Vụ Công nghiệp CNTT, Bộ Bưu chính viễn thông, giải thích: “Chúng ta nên từ bỏ định hướng xuất khẩu phần mềm đóng gói, bởi đó là định hướng mang tư tưởng của thời bao cấp trước kia là tất cả mọi thứ đều bó gọn trong một doanh nghiệp. Gia công phần mềm giúp ta nhanh chóng tham gia vào thị trường phần mềm thế giới, đồng thời khai thác được những lợi thế của chúng ta” Thực tế cho thấy trong số hơn 10 doanh nghiệp phần mềm Việt Nam có số lập trình viên từ 300-500 người và hơn 10 doanh nghiệp phần mềm có số lập trình viên từ 100-300 người thì hầu hết họ đều đảm nhận các hợp đồng gia công phần mềm lớn từ các thị trường Nhật Bản và Bắc Mỹ. Đơn cử như FPT Software, tháng 8/2003, HitachiSoft của Nhật Bản mới triển khai dự án thử nghiệm gia công phần mềm tại Việt Nam thì đến tháng 5/2005, hãng phần mềm đến từ xứ sở hoa anh đào này đã mở Trung tâm phát triển phần mềm tại công ty FPT để chuyên giao các hợp đồng gia

công của mình đến Việt Nam. Hiện tại Việt Nam đứng thứ 2 về tỷ lệ gia công phần mềm của HitachiSoft chiếm 20%, sau Trung Quốc (75%) nhưng trên ấn Độ (5%).

Một động thái quan trọng đánh dấu sự chuyển biến tích cực trong lĩnh vực phần mềm giữa Việt Nam và Nhật Bản đó là sự kiện đoàn doanh nghiệp phần mềm Nhật Bản gồm 23 thành viên của 16 doanh nghiệp và trường đại học đã đến thành phố Hồ Chí Minh tìm hiểu thị trường và tiếp xúc với các doanh nghiệp Việt Nam. Đây là chương trình do Cơ quan xúc đẩy Ngoại thương Nhật Bản tại thành phố Hồ Chí Minh và Hội Tin học TP. Hồ Chí Minh (HCA) tổ chức. Đoàn đã tiếp xúc trực tiếp với 28 doanh nghiệp Việt Nam gồm các đơn vị sản xuất- gia công phần mềm và đơn vị đào tạo trong cả nước. Ông Nguyễn Thiện Nhân- Phó chủ tịch UBND TP. HCM đã phát biểu trong buổi tiếp đoàn: “ Cách đây 5 năm, Việt Nam xem thị trường chính về công nghệ thông tin là Mỹ, nhưng nay thị trường Nhật Bản là thị trường tiềm năng và có khả năng hợp tác tốt”.

Bên cạnh đó cũng phải kể đến các điểm yếu của lập trình viên Việt Nam. Các doanh nghiệp phần mềm Việt Nam tập trung nhiều vào lĩnh vực lập trình, lĩnh vực thiết kế hệ thống đòi hỏi trình độ cao hơn lại rất ít người có kinh nghiệm. Điều này khiến Việt Nam khó thực hiện được các dự án phần mềm có quy mô lớn. Các doanh nghiệp Việt Nam cạnh tranh thủ nhiều hợp đồng từ các doanh nghiệp nước ngoài để qua đó nâng cao trình độ cũng như kinh nghiệm của đội ngũ kỹ sư, lập trình viên Việt Nam. Thứ nữa, ngôn ngữ trở thành rào cản lớn đối với các doanh nghiệp gia công phần mềm nói riêng và các doanh nghiệp Việt Nam nói chung. Do đó để có thể tiếp cận với quốc gia công nghệ nguồn này ngay từ bây giờ các doanh nghiệp cũng như các trường đại học cần phải xác định phương hướng đào tạo rõ ràng. Các doanh nghiệp thông qua trường đại học để tìm ra những sinh viên phù hợp với nhu cầu của mình để đầu tư, định hướng sinh viên đó. Khi ra trường đội ngũ sinh viên này sẽ là nguồn nhân lực đặc lực cho các doanh nghiệp.

*Tóm lại*, Việt Nam- Nhật Bản vốn đã có quan hệ thương mại hàng trăm năm nay nhưng chỉ đến năm 1973 quan hệ ngoại giao giữa hai nước mới chính thức được thiết lập, điều này đã thúc đẩy quan hệ thương mại phát triển mạnh mẽ hiện ở con số tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hai chiều không ngừng tăng lên theo thời gian. Tuy nhiên nếu xét về tỉ trọng hiện tại ( năm 2005) kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ chiếm 0,9 % tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật, và kim ngạch nhập khẩu của Việt

Nam chiếm 0,6 % kim ngạch xuất khẩu của Nhật, trong khi các con số tương ứng của Thái Lan là 3,0% và 3,8%, của Indonexia là 4,0% và 1,6% của Singapore là 1,3% và 3,1 %. Đây là điều đáng để chúng ta suy nghĩ bởi với những thuận lợi về vị trí địa lý, về sự khá tương đồng về truyền thống giao lưu văn hoá dân tộc và nhất là về tính bổ sung lẫn nhau của cơ cấu hàng hoá xuất nhập khẩu giữa hai nước thì các con số về tỉ trọng kim ngạch XNK của Việt Nam trong tổng kim ngạch ngoại thương của Nhật Bản là khá nhỏ bé so với tiềm năng thực có và so với nhu cầu phát triển thực tiễn của hai nước. Nguyên nhân của vấn đề này có thể được giải thích như sau:

- Việt Nam hiện nay vẫn chưa ký được hiệp định thương mại song phương với Nhật Bản vì thế Nhật Bản chưa dành các chế độ, chính sách ưu đãi thương mại đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam. Cuối tháng 5/1999, Nhật Bản đã dành cho Việt Nam chế độ tối huệ quốc (MFN) nhưng chỉ đối với thuế xuất- nhập khẩu. Hiện Nhật có dành cho hàng hoá Việt Nam chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập ( GSP) nhưng diện mặt hàng có lợi thiết thực với Việt Nam không nhiều. Trong khi đó những năm trước đây nhiều mặt hàng của Việt Nam đã phải chịu thuế nhập khẩu cao hơn mức thuế Nhật dành cho hàng hoá của Trung Quốc và các nước ASEAN khác điều này đã làm hạn chế đáng kể sự tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào Nhật.

- Về chất lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật: Việt Nam đã có nhiều cố gắng trong vấn đề này vì vậy trong danh mục hàng xuất khẩu của Việt Nam càng có thêm những mặt hàng chiếm vị trí cao về chất lượng. Theo đánh giá của ông Matsumoto, cố vấn phát triển thương mại của JETRO tại Hà Nội, thì nếu dựa vào thang điểm từ 0-100 thì Việt Nam đã có một số hàng đạt chất lượng cao như: hàng may mặc đạt 80 điểm, hàng hải sản thực phẩm ăn uống khác được xếp thứ 20 trong số 120 nước xuất khẩu vào Nhật đặc biệt là mặt hàng tôm, bạch tuộc xếp vị trí thứ năm... Tuy nhiên cũng phải thừa nhận rằng nhìn chung hàng Việt Nam chất lượng chưa đều, còn thua kém nhiều nước trong khu vực. Kể cả tính hấp dẫn của quảng cáo, thông tin trên bao bì cũng như kỹ thuật đóng gói. Hàng xuất khẩu còn đơn điệu, kém hấp dẫn và độ dài thời gian bảo hành chưa chuẩn xác.

- Các biện pháp thâm nhập thị trường còn quá đơn giản và chưa chủ động. Việc thâm nhập thị trường bằng hình thức tiếp cận trực tiếp chưa được các doanh nghiệp của ta quan tâm đúng mức. Một trong những nguyên nhân là do chi phí khảo sát thị trường rất tốn kém, các doanh nghiệp Việt Nam dù muốn cũng khó lòng thực hiện

được bởi phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam còn ở quy mô nhỏ, mới hoạt động một số năm chưa đủ tiềm lực kinh tế để làm ăn lớn. Do đó cho đến nay hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam không có văn phòng đại diện tại Nhật, chứ chưa nói gì đến các hoạt động cao hơn như thành lập chi nhánh sử dụng đại lý bán hàng, thiết lập một hệ thống phân phối riêng cho các doanh nghiệp trên thị trường Nhật. Thực tế này đã dẫn đến tình trạng doanh nghiệp Việt Nam không thể nắm bắt chính xác kịp thời nhu cầu hàng hoá, thị hiếu tiêu dùng cũng như các quy định về hàng hoá xuất nhập khẩu của Nhật Bản do đó việc xuất khẩu hàng hoá hoàn toàn dựa vào đối tác Nhật Bản.

- Quy mô của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay còn nhỏ bé, phương thức gom hàng của ta hiện nay chưa khắc phục được tình trạng manh mún, làm ăn nhỏ... vì thế thường gặp khó khăn trong việc ký kết các hợp đồng lớn, các hợp đồng đột xuất ngoài kế hoạch dự kiến trước của ta mà phía Nhật yêu cầu. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp của ta không đủ khả năng cung ứng nhưng vẫn ký hợp đồng với Nhật kết quả là không thực hiện được hợp đồng, gây mất uy tín cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

## **2.2 Đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam sau khi ký Sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản và Hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư**

### **2.2.1 Thực trạng đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào thị trường Việt Nam**

*2.2.1.1 Tình hình đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam từ trước khi ký kết sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản và Hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư giữa CHXHCN Việt Nam và Nhật Bản*

Sau khi chính phủ Việt Nam ban hành luật đầu tư nước ngoài ngày 29/12/1987 đã có nhiều nhà đầu tư, trong đó có các nhà đầu tư Nhật Bản đã tiến hành các cuộc thăm dò và đi đến quyết định đầu tư. Tuy nhiên nếu so với các đối tác như: Đài Loan, Hồng Kông,... thì Nhật Bản được xem là người đi sau trong hoạt động đầu tư vào thị trường Việt Nam. Thực tế là sau hơn 2 năm ban hành luật đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, Nhật Bản mới chính thức tham gia đầu tư với một dự án có số vốn khiêm tốn 0,6 triệu USD. Năm 1990 số vốn đầu tư đã tăng lên 10 triệu USD và năm 1991 đã có 6 dự án với số vốn đầu tư 8 triệu USD. Nhật Bản đã tăng mức đầu tư trực tiếp cho Việt Nam năm 1992 lên tới 135,5 triệu USD. Năm 1993 số vốn đầu tư của Nhật tiếp tục tăng đạt 212,4 triệu USD với 43 dự án. Sang năm 1994 tình hình quốc tế có nhiều



chuyển biến đặc biệt là sự kiện Mỹ dỡ bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam vào tháng 2/1994 và sự gia tăng xu hướng nâng giá của đồng Yên đã tạo ra đợt bùng nổ đầu tư trực tiếp của Nhật vào Việt Nam. Riêng năm 1995, Nhật Bản đã có 50 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đăng ký đạt 1.303,2 triệu USD. Với mức vốn này Nhật Bản vươn lên trở thành nhà đầu tư lớn thứ ba vào Việt Nam sau Đài Loan và Hồng Kông. Năm 1996 là năm mở màn cho quan hệ đầu tư không mấy sáng sủa giữa hai nước, trong năm này mặc dù số dự án đăng ký đầu tư tăng lên (56 dự án) nhưng các dự án đó có quy mô nhỏ nên số vốn đăng ký sụt giảm so với năm 1995, chỉ đạt giá trị 777,8 triệu USD. Năm 1997 mặc dù Nhật đứng thứ hai về số dự án đầu tư (sau Đài Loan 64 dự án), thứ hai về tổng vốn đăng ký (sau Hồng Kông 695 triệu USD) nhưng so với năm 1996 số vốn đăng ký và số dự án vẫn tiếp tục giảm xuống còn 606 triệu USD với 54 dự án. Sang năm 1998 mức đầu tư của Nhật vào Việt Nam giảm chỉ còn bằng 1/3 năm 1997 với 17 dự án tương ứng với 177,5 triệu USD. Nguyên nhân của tình trạng này được hiểu là hậu quả của cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á làm suy giảm nghiêm trọng niềm tin của các nhà đầu tư, hơn nữa nhiều nhà đầu tư bị ảnh hưởng không nhỏ trước sự kiện nền kinh tế bong bóng tại các nước Đông Á tan vỡ, điều này đã khiến không ít doanh nghiệp Nhật đang hoạt động tại Việt Nam buộc phải đóng cửa trước tình trạng kinh tế ảm đạm tại các nền kinh tế Đông Á vốn là đối tượng khách hàng tiềm năng của các công ty này.

Năm 1999, có thể nhận thấy mức đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam trở lại mức khởi đầu. Trong 5 tháng đầu năm mức đầu tư chỉ đạt 30,7 triệu USD và tính đến cuối năm 1999, mức vốn đầu tư chỉ dậm chân ở 42 triệu USD, Nhật giữ vị trí thứ 9 trong số các thực thể kinh tế đầu tư vào Việt Nam. Tỷ trọng FDI của Nhật trong tổng FDI đầu tư vào Việt Nam cũng giảm tương ứng. Thời kỳ 1989-1990, FDI của Nhật Bản chiếm 5,43% tổng FDI vào Việt Nam, giai đoạn 1991-1995 tăng lên 10,96% và từ năm 1996-1999 chỉ còn 8,89%, điều này được giải thích rằng mặc dù mức đầu tư của Nhật vào Việt Nam giảm mạnh trong 2 năm 1998;1999 nhưng đó cũng là hai năm suy thoái của nền kinh tế Châu Á do vậy tổng mức đầu tư của các nền kinh tế vào thị trường Việt Nam cũng giảm sút tương ứng. Năm 2002 nền kinh tế Nhật có dấu hiệu phục hồi vì thế đầu tư của Nhật vào Việt Nam cũng thay đổi.

Bảng 9: Đầu tư trực tiếp nước ngoài của Nhật Bản vào Việt Nam (1990-2002)

Năm	Số dự án	Vốn đăng ký ( triệu USD)	Năm	Số dự án	Vốn đăng ký ( triệu USD)
1990	6	10,2	1996	56	777,8
1991	6	8,0	1997	54	606
1992	12	116,7	1998	17	177,5
1993	17	76,9	1999	14	42,0
1994	25	204,1	2000	26	80,59
1995	50	1.303,2	2002	40	163,53

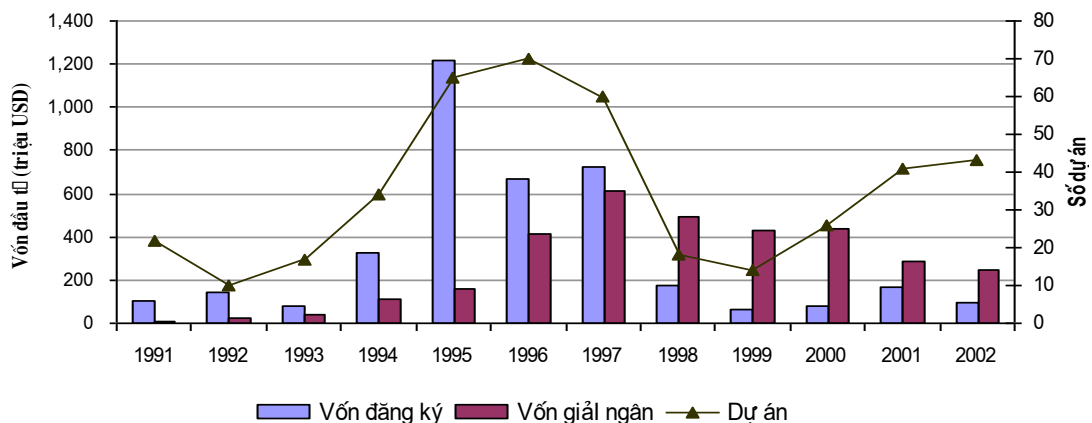
( Nguồn: Vụ quản lý dự án- Bộ Kế hoạch và đầu tư)

Ghi chú: Số liệu trên đây là không tính đến các dự án do chi nhánh công ty của Nhật đăng ký ở nước ngoài đầu tư vào Việt Nam

Trong năm 2002, Nhật Bản đứng vị trí thứ 3 về số dự án được cấp phép trong số các nước đầu tư vào Việt Nam, nhưng về vốn thực hiện thì Nhật chiếm vị trí đứng đầu. Tuy nhiên dòng vốn FDI từ Nhật Bản vào Việt Nam hiện nay là thấp hơn nhiều so với thời điểm trước cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ Châu Á. Từ năm 1992-1997 đã bùng nổ hiện tượng đầu tư ồ ạt vào thị trường Việt Nam, các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư với quy mô lớn bởi Việt Nam lúc đó vẫn là một thị trường chưa được khai thác nhưng rồi sau đó đầu tư từ phía Nhật giảm mạnh. Vốn đầu tư được cấp phép từ Nhật trong năm 2002 chỉ còn 95 triệu USD, dưới 15% so với năm 1997. Tình hình này cũng giống như tình hình đầu tư của các nước khác trên thế giới đầu tư vào Việt Nam. Số dự án đầu tư có gia tăng nhưng quy mô trung bình mỗi dự án có xu hướng giảm đi.

### Biểu đồ: FDI của Nhật Bản vào Việt Nam

(1991-2002)



(Nguồn: Bộ kế hoạch và đầu tư)

Về cơ cấu đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam trong giai đoạn này cũng có nhiều thay đổi. Vốn đầu tư lũy kế dựa trên cơ sở giá trị thực hiện đầu tư từ Nhật tính từ năm 1988 đến tháng 6/2003 là 3,7 tỷ USD. Trong đó đầu tư trực tiếp từ Nhật chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực sản xuất trong ngành công nghiệp chế tạo và xây dựng, chiếm 71,8% tổng số dự án đầu tư và 75,2% tổng số vốn đầu tư đóng vai trò nòng cốt cho sự phát triển đất nước, trong khi đầu tư vào dịch vụ chiếm 21% tổng số dự án đầu tư và 23% tổng giá trị đầu tư. Sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam chủ yếu tập trung vào các ngành công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu và các ngành sử dụng nhiều lao động. Với mục tiêu hàng đầu là nhằm biến các thị trường ASEAN trong đó có Việt Nam trở thành nơi tiếp nhận hàng hoá đồng thời cũng nhằm khai thác thế mạnh của Nhật Bản về công nghệ. Với lợi thế so sánh là công nghệ hiện đại, nguồn vốn khổng lồ, Nhật Bản đang xúc tiến quá trình phân công lao động quốc tế, trong đó Nhật giữ vị trí tiên phong, là nơi thực hiện các công đoạn có trình độ công nghệ cao cũng như các công đoạn sản xuất các linh kiện lắp ráp sau đó các linh kiện này được chuyển sang nước đang phát triển để lắp ráp tại đây bởi công việc này đòi hỏi nhiều lao động, cuối cùng các sản phẩm hoàn thiện sẽ được tiêu dùng ở nước lắp ráp, xuất khẩu đi nước thứ ba và tái nhập về Nhật Bản. Biện pháp này được các công ty Nhật phát huy nhằm hạn chế các tác động của hàng rào thuế quan đối với các sản phẩm có xuất xứ từ Nhật Bản

Nhìn chung đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam còn chậm và chưa thực sự tương xứng với tiềm lực kinh tế của Nhật Bản và nhu cầu phát triển kinh tế của hai nước. Nguyên nhân của việc này nếu xét về phía Nhật là do các doanh nghiệp Nhật chưa muốn đầu tư vào thị trường Việt Nam, về phía Việt Nam còn có nhiều vướng mắc trong cơ chế và chính sách như chậm trễ trong quá trình cải thiện môi trường đầu tư, các chính sách quy định pháp luật thiếu đồng bộ, không ổn định, hay thay đổi, thủ tục hành chính rườm rà... Trong năm 2000 Chính phủ Việt Nam đã nỗ lực rất lớn trong việc cải thiện môi trường đầu tư thông qua việc sửa đổi Luật đầu tư nước ngoài. Tuy ít nhiều có kết quả nhưng tốc độ còn chậm và kết quả đạt được không như các nhà đầu tư mong đợi. Đầu tư vào Việt Nam vẫn bị coi là có nhiều rủi ro do sự thay đổi bất thường và thiếu nhất quán của chính phủ trong việc áp dụng các chính sách. Cụ thể là vào tháng 9/2002 Chính phủ Việt Nam đột ngột áp dụng chế độ hạn ngạch nhập khẩu các linh kiện xe máy, điều này đã gây ra nhiều khó khăn cho các

nhà đầu tư trong ngành chế tạo và lắp ráp xe máy, đặc biệt là các nhà đầu tư Nhật Bản, những người đi đầu trong lĩnh vực này.

Sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ năm 1997, nhiều nước Đông Nam Á đã thi hành nhiều chính sách ưu đãi nhằm thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đặc biệt là vốn đầu tư của Nhật Bản. Cạnh tranh trong việc thu hút vốn từ quốc gia đầu tàu kinh tế của Châu á này ngày càng trở nên gay gắt và đặt Việt Nam trước nhiều tình thế khó khăn. Điều này đòi hỏi Việt Nam nếu muốn thu hút được đầu tư nước ngoài nói chung và thu hút vốn của Nhật nói riêng cho công cuộc phát triển đất nước thì phải nhanh chóng xây dựng và thực hiện các chính sách nhằm cải thiện môi trường đầu tư trước bối cảnh phải cạnh tranh gay gắt với các nước ASEAN và Trung Quốc, những nước vốn có nhiều điểm tương đồng về lợi thế cạnh tranh.

#### *2.2.1.2 Tình hình đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam sau khi ký kết Sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản và Hiệp định về do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư giữa CHXHCN Việt Nam và Nhật Bản*

Theo báo cáo hàng năm đối với các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư sản xuất ở nước ngoài của JBIC, năm 2000 Việt Nam chỉ đứng thứ 8 trong số các nước được doanh nghiệp Nhật lựa chọn đầu tư thì đến năm 2005 Việt Nam đã nhảy lên vị trí thứ tư sau Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan. Theo số liệu thống kê của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2005- một năm sau khi Hiệp định tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư giữa hai nước có hiệu lực (tháng 12/2004), đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam ( cả đầu tư mới và tăng vốn) đạt 840 triệu USD và tính đến hết năm 2005, Nhật Bản đã đăng ký đầu tư 6907,5 triệu USD đối với 684 dự án. Từ 1/1/2006 đến ngày 20/4/2006 Nhật Bản đã đăng ký đầu tư 34 dự án với số vốn 310,188 triệu USD. Như vậy so với mức 300 triệu USD năm 2003, năm sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản và Hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo hộ đầu tư giữa nước CHXHCN Việt Nam và Nhật Bản được ký kết, và 810 triệu USD năm 2004- năm chuẩn bị cho Hiệp định có hiệu lực thì có thể thấy đây là mức tăng vượt bậc về đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam cả về giá trị lẫn số lượng dự án.<sup>8</sup> Nguyên nhân của tình hình khả quan này có thể được lý giải bởi tâm lý lạc quan tin tưởng của các nhà đầu tư Nhật Bản đối với môi trường đầu tư tại Việt Nam nhất là kể từ khi Hiệp định được ký kết. Các nhà đầu tư đánh giá rất cao những nỗ lực của Chính phủ Việt Nam trong việc cải thiện môi trường đầu tư

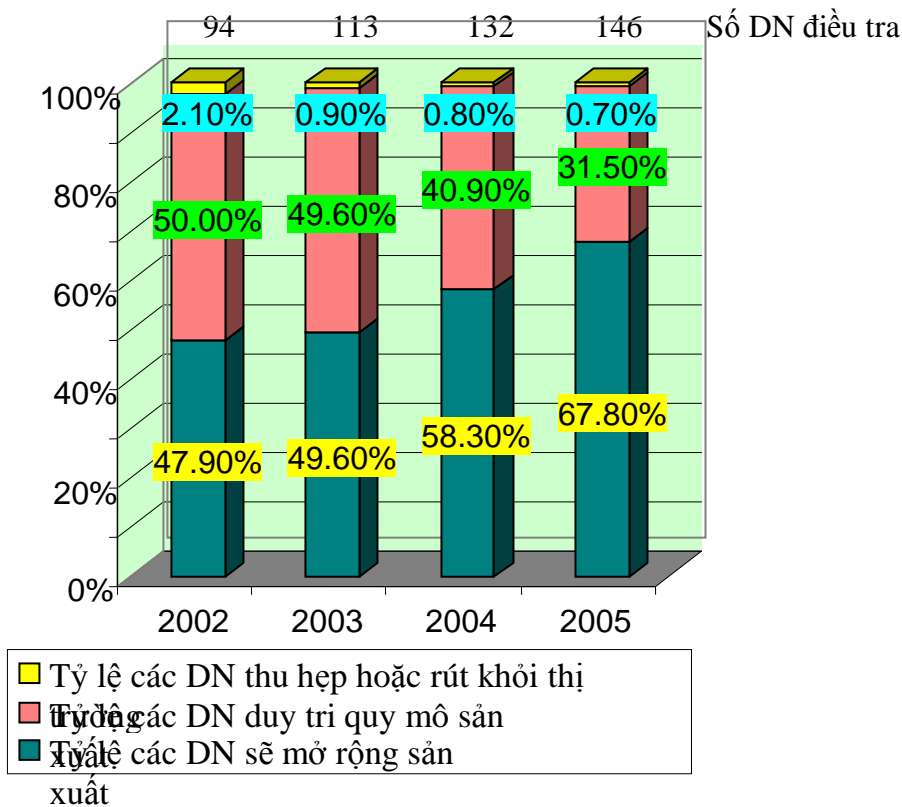
<sup>8</sup> 10 năm nữa Việt Nam sẽ vượt Thái Lan về thu hút đầu tư – Thanh Niên online)

thông qua việc củng cố và hoàn thiện hệ thống pháp luật, đặc biệt là Luật Đầu tư chung và Luật Doanh nghiệp bắt đầu thực thi từ năm 2006 đã tạo ra một sân chơi chung cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Mặt khác, các doanh nghiệp Nhật Bản đang hướng theo chiến lược “ Trung Quốc+ 1” nhằm phân tán rủi ro, thực hiện phương châm “không bỏ trứng vào cùng một giỏ” nên Việt Nam là điểm đầu tiên mà các doanh nghiệp Nhật Bản nhắm tới. Khoảng 10 năm trước đây Việt Nam đã bỏ lỡ một cơ hội lớn để đón làn sóng đầu tư lớn từ Nhật Bản và thời cơ ấy đã rơi vào tay Trung Quốc. Giờ đây cơ hội mới lại đến mà nguyên nhân chính cũng bắt nguồn từ Trung Quốc. Sau một thời gian đầu tư ồ ạt sang Trung Quốc, nhiều công ty xuyên quốc gia Nhật Bản nhận thấy không nên tập trung vào một thị trường mà cần phân tán các cơ sở sản xuất sang các nước khác để tránh rủi ro. Khuynh hướng này bắt đầu xuất hiện từ năm 2003 nhưng đến gần đây nó trở nên mạnh mẽ hơn khi quan hệ Nhật-Trung trở nên căng thẳng, làm các nhà đầu tư Nhật Bản phải đẩy nhanh quá trình tái cấu trúc mạng lưới sản xuất Châu Á mà trọng tâm là phân tán đầu tư từ Trung Quốc sang các nước khác. Việt Nam đang nằm ở vị trí hàng đầu trong danh sách những quốc gia và vùng lãnh thổ chiếm lòng tin của các nhà đầu tư Nhật Bản do Trung Quốc đang tạo ra những rủi ro từ chính sách đồng Nhân dân tệ và từ các cuộc biểu tình chống Nhật, vì vậy Việt Nam đang có vị trí nổi bật trong lúc các nhà đầu tư đang tìm cách chuyển “cứ điểm” của mình. Một cuộc thăm dò của JETRO tháng 6/2005 cho thấy chỉ có 54,8% trong tổng số 414 công ty Nhật được hỏi cho biết sẽ khai trương hay mở rộng hoạt động tại Trung Quốc trong 3 năm tới, giảm mạnh so với tỷ lệ 86,5% trong cuộc thăm dò trước đó vào tháng 12/2004.<sup>9</sup> Theo báo cáo thăm dò các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư sản xuất tại nước ngoài do Ngân hàng hợp tác Quốc tế Nhật Bản ( JBIC) tiến hành tháng 11/2005, ba lý do khiến Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư Nhật Bản là: (1) Giá lao động rẻ (81,7%), (2) Rủi ro thấp (38,9%) và (3) Nguồn lao động thông minh ( 38,1%) trong khi năm 2004 các nhà đầu tư Nhật Bản coi lao động rẻ, tiềm năng phát triển thị trường và lao động thông minh là ba lý do chính. Lao động giá rẻ cũng là nguyên nhân mà các nhà đầu tư nhận định trong cuộc điều tra năm 2003. Như vậy có thể thấy lao động giá rẻ là yếu tố quan trọng giúp Việt Nam trở thành một trong 4 địa chỉ đầu tư hàng đầu của các doanh nghiệp Nhật Bản. Hiện nay, lương trả cho nhân công Việt Nam thuộc loại thấp nhất

<sup>9</sup> Báo điện tử, Thời báo kinh tế Việt Nam, ngày 13/12/2005

khu vực. Cụ thể, mức lương trung bình trả cho một kỹ sư ở Việt Nam dưới 300USD thì ở Thái Lan và Trung Quốc- hai đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam trong thu hút đầu tư của Nhật Bản, đều ở trên mức này. Lương trả cho người lao động ở Việt Nam năm 2005 là 135 USD/ người/tháng thì con số này ở Thái Lan là 146 USD, đã giảm so với mức 186 USD trước đây, còn Trung Quốc, mức lương đã tăng lên 184 USD/ tháng<sup>10</sup>. Theo như đánh giá của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hiện nay hầu hết các tập đoàn lớn của Nhật Bản đều đã có mặt tại Việt Nam như: Canon, Honda, Mitsui, Toyota, Matsushita...với những dự án lớn, nhiều tập đoàn đã thành công và dự định mở rộng sản xuất trong các năm tới. Theo báo cáo thăm dò các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư sản xuất tại nước ngoài do Ngân hàng hợp tác Quốc tế Nhật Bản ( JBIC) tiến hành cuối năm 2005, trong số 146 doanh nghiệp được hỏi có 67,8% trả lời sẽ mở rộng hoạt động, 31,5% sẽ tiếp tục duy trì quy mô hoạt động và chỉ có 0,7% sẽ giảm quy mô hoặc rút khỏi thị trường, năm 2004 có 132 doanh nghiệp tham gia phỏng vấn và các con số tương ứng là 58,3%; 40,9% và 0,8%.

**Triển vọng mở rộng hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp Nhật của các doanh nghiệp Nhật tại Việt Nam**



<sup>10</sup> Lê Phong, *Hấp dẫn đầu tư với chi phí thấp*- Thời báo kinh tế Việt Nam , Số 194, ngày 28/09/2006).

( Nguồn: *Survey Report on Overseas Business Operations by Japanese Manufacturing Companies- Results of JBIC FY 2005; 2004; 2003; 2002 Survey: Outlook for Japanese Foreign Direct Investment*)

Sau hơn 10 năm hoạt động, với thực tế làm ăn hiệu quả, phát triển chắc chắn của các tập đoàn lớn Nhật Bản ở Việt Nam đã tạo ra tiền đề cho một làn sóng đầu tư mới từ Nhật Bản vào Việt Nam. Các chuyên gia Nhật Bản và Việt Nam nhận định điều này sẽ sớm diễn ra với sự xuất hiện của các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Nhật Bản. Theo ông Ychikawa Kioshiro- cố vấn đầu tư nước ngoài của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có 2 lý do để khẳng định điều này: *Thứ nhất*, hiện tại hầu hết các tập đoàn lớn của Nhật Bản đã có mặt tại Việt Nam vì vậy làn sóng mới sẽ là các doanh nghiệp vừa và nhỏ sản xuất phụ tùng, linh kiện cho các tập đoàn lớn. *Thứ hai*, tâm lý làm ăn chắc chắn, liên kết chặt chẽ của các doanh nghiệp Nhật Bản: khi các tập đoàn lớn đã làm ăn thành công tại Việt Nam sẽ kéo theo các doanh nghiệp vệ tinh sản xuất linh kiện và các sản phẩm phụ trợ sang làm ăn tại Việt Nam. “Hiệu ứng Canon” là bằng chứng hùng hồn cho nhận định trên. Khi Canon mở nhà máy máy tại KCN Thăng Long vào năm 2003, một loạt các doanh nghiệp là các công ty hợp tác, các nhà thầu phụ của Canon cũng ồ ạt sang Việt Nam. Đến nay, KCN Bắc Thăng Long đã trở thành điểm đỗ cho các nhà đầu tư Nhật Bản. Khi Canon tiếp tục mở rộng đầu tư vào KCN Tiên Sơn-Bắc Ninh, cũng có tới 40 công ty sản xuất các linh kiện cho Tập đoàn này đầu tư vào KCN Tiên Sơn. Theo nhận định của ông này trong thời gian tới các lĩnh vực được các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư vào Việt Nam sẽ là lĩnh vực lắp ráp, sản xuất, phụ tùng và gia công cơ khí và các lĩnh vực liên quan tới công nghệ thông tin. Các hình thức hợp tác sẽ tập trung vào thành lập các công ty hoặc gia công uỷ thác cho các doanh nghiệp Việt Nam.<sup>11</sup>

Trong năm 2005, các doanh nghiệp Nhật Bản ở Việt Nam dẫn đầu về số lần tăng vốn với tổng số vốn đăng ký trên 379 triệu USD chiếm trên 1/3 tổng số vốn tăng của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài<sup>12</sup>. Riêng 3 tập đoàn lớn là Canon, Nidec, Honda đã chiếm trên một nửa tổng vốn tăng của các nhà đầu tư Nhật Bản ở Việt Nam. Sau hơn 10 năm đầu tư vào Việt Nam với ba nhà máy được xây dựng, tổng vốn đầu tư của Nidec tại Việt Nam đạt 100 triệu USD. Đáng chú ý là trong lễ động

<sup>11</sup> Lê Nhung, *Đón làn sóng đầu tư thứ hai từ Nhật Bản*- Báo Công nghiệp Việt Nam, ngày 4-10/9/2006)

<sup>12</sup> Báo điện tử, *Thời báo kinh tế Việt Nam*, ngày 13/12/2005)

thở nhà máy thứ ba tại khu công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh tháng 7/2005, tổng giám đốc Nidec tại Việt Nam ông Kinishiko Nishihara đã khẳng định sẽ tiếp tục tăng vốn đầu tư của Nidec vào Việt Nam lên 500 triệu USD sau 4 năm hoạt động của nhà máy thứ ba và lâu dài sẽ còn đầu tư lớn hơn nữa. Công ty Honda Việt Nam sau thời gian dài thành công trong ngành công nghiệp xe gắn máy hai bánh tại Việt Nam đã đầu tư thêm 58 triệu USD để xây dựng một nhà máy sản xuất ô tô có công suất 10.000 xe/ năm. Hiện còn một số dự án của Nhật Bản đang trong quá trình tìm hiểu hoặc chờ được cấp phép, trong đó có những dự án lớn với số vốn đầu tư trên 1 tỷ USD như dự án khu nghỉ mát Đan Kia- Suối Vàng do 4 tập đoàn lớn là Mitsui, Mitsubishi, Sumitomo và Limec đầu tư 100% vốn.

Trong thời gian tới Việt Nam sẽ tiếp tục đẩy nhanh Sáng kiến Việt Nam- Nhật Bản cũng như Hiệp định về tự do, xúc tiến và bảo vệ đầu tư. Theo đánh giá mới nhất của Ủy ban sáng kiến chung Việt Nam- Nhật Bản, trong số 125 hạng mục nhỏ, có 33 hạng mục được đánh giá là Việt Nam đã hoàn thành, 75 hạng mục khác đang được triển khai đúng kế hoạch. Trong giai đoạn II ( 2005-2007), hai bên cùng nhau giải quyết 7 vấn đề lớn với 46 giải pháp về thuế, luật pháp, tài chính, sở hữu trí tuệ, xây dựng kết cấu hạ tầng... Đầu năm 2006 có nhiều hạng mục đã được hoàn thành như hạng mục xây dựng ngành công nghiệp phụ trợ, hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Chuyến thăm Nhật Bản cuối năm 2005 của Lãnh đạo Bộ Kế hoạch và Đầu tư không nằm ngoài nỗ lực tiếp tục thu hút dòng vốn đầu tư của các doanh nghiệp Nhật Bản. Tại cuộc gặp gỡ nhiều dự án quy mô lớn được hai bên bàn bạc thảo luận và có khả năng biến thành hiện thực trong thời gian tới. Tập đoàn Sumitomo có kế hoạch phát triển thêm một số dự án khác trong lĩnh vực công nghiệp, ngoài lĩnh vực đầu tư hiện tại trong ngành cơ khí chế tạo. Dự án trọng điểm quốc gia xây dựng khu Liên hiệp lọc dầu Nghi Sơn có tổng vốn đầu tư lên tới 3,5 tỷ USD cũng được đưa ra thảo luận với các đối tác tiềm năng của Nhật Bản trong chuyến thăm này.

## ***2.2.2 Tác động của Hiệp định tới đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam***

### ***2.2.2.1 Tác động tích cực***

**❖ Tạo điều kiện thu hút thêm vốn đầu tư của Nhật Bản vào các doanh nghiệp hoạt động trong nhiều lĩnh vực khác nhau, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất,**



**lắp ráp linh phụ kiện, nhằm phục vụ một cách tốt nhất cho nhu cầu trong nước và mục tiêu xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.**

Sau khi Hiệp định chính thức có hiệu lực, các doanh nghiệp có vốn trực tiếp từ Nhật Bản hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, lắp ráp xe máy tại Việt Nam là đối tượng hưởng lợi đầu tiên. Với tổng công suất lắp ráp đạt 800.000 xe/ năm, ba thương hiệu lớn của Nhật Bản là Honda, Yamaha, Suzuki hiện chiếm hơn 60% thị phần xe máy ở Việt Nam<sup>13</sup>. Việc bãi bỏ giới hạn về công suất tối đa và tỉ lệ nội địa hoá tối thiểu đã tạo ra bước ngoặt mới trong ngành công nghiệp xe máy. Các doanh nghiệp trên càng có cơ hội tăng thêm thị phần, được phép chủ động hơn trong sản xuất để phù hợp với năng lực của mình và nhu cầu của thị trường do đó có thể đầu tư theo chiều sâu, nâng cao chất lượng và giảm giá thành. Hiện nay phần lớn các doanh nghiệp có vốn đầu tư Nhật Bản đã có công suất sản xuất và lắp ráp gần đạt mức tối đa theo luận chứng ban đầu khi thành lập và đang có nhu cầu mở rộng sản xuất. Yamaha vừa triển khai đầu tư bổ sung để nâng công suất từ 180.000 xe/ năm lên 235.000 xe/ năm, đồng thời đầu tư 14,5 triệu USD xây dựng nhà máy sản xuất linh kiện, phụ tùng động cơ xe máy tại Hà Nội. Suzuki Việt Nam cũng vừa tăng vốn đầu tư để xây dựng thêm một nhà máy chuyên sản xuất, lắp ráp xe máy tại KCN Long Bình ( Đồng Nai).

Cùng với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, lắp ráp xe máy, trong thời gian qua rất nhiều các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác cũng tăng cường đầu tư vào Việt Nam. Tiêu biểu là Toyota Việt Nam, sau hơn 1 năm đầu tư xây dựng Trung tâm xuất khẩu đến nay trung tâm đã đạt giá trị xuất khẩu trên 20 triệu USD sang thị trường 8 nước trên thế giới. Toyota trở thành doanh nghiệp đứng đầu trong số 11 liên doanh ô tô tại Việt Nam và là doanh nghiệp đi tiên phong trong hoạt động xuất khẩu linh kiện ô tô đạt tỷ lệ nội địa hoá cao. Ngày 19/9/2005, công ty đã được Nhà nước Việt Nam trao tặng Huân chương lao động hạng Ba vì những thành tích mà liên doanh đã đạt được trong 10 năm hoạt động

**❖ Góp phần tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng giữa các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với các doanh nghiệp trong nước**

Kể từ khi Hiệp định chính thức có hiệu lực, cùng với sự hỗ trợ từ phía Nhật Bản, Chính phủ Việt Nam đã từng bước tiến hành những cải cách trên nhiều lĩnh vực đặc biệt là cải cách môi trường đầu tư, đơn giản hoá quy trình cấp phép đầu tư, phân

<sup>13</sup> Cuộc cạnh tranh mới gay gắt- Báo Đầu tư, số 114, ngày 23/9/2005)

cấp cấp phép dự án cho chính quyền các địa phương đối với các dự án với mức đầu tư nhỏ hơn 5 triệu USD, điều chỉnh và ban hành một loạt các văn bản luật phù hợp với tiêu chuẩn của thế giới cũng như các cam kết mà Việt Nam tham gia. Với sự ban hành Luật Đầu tư chung và Luật Doanh nghiệp có hiệu lực vào ngày 1/7/2006 đã tạo ra một sân chơi chung giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Luật thuế thu nhập cá nhân đang được thảo luận trong đó không phân biệt mức thu nhập chịu thuế giữa cá nhân là người trong nước với cá nhân là người nước ngoài là một bước đi lớn góp phần thúc đẩy, khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài tiếp tục đầu tư vào Việt Nam. Ngoài ra, Chính phủ Việt Nam và Nhật Bản còn phối hợp xây dựng hệ thống thông tin phục vụ các nhà đầu tư nước ngoài có thể tìm hiểu thị trường Việt Nam, tìm hiểu hệ thống pháp luật cũng như những ưu đãi mà chính phủ Việt Nam dành cho họ.

Về phía các doanh nghiệp Việt Nam, một môi trường đầu tư công bằng đã giúp các doanh nghiệp Việt Nam có điều kiện làm quen, cọ sát để tránh tình trạng bị đánh bại ngay trên sân nhà trước khi Việt Nam thực sự hội nhập kinh tế với khu vực và trên thế giới đặc biệt là trước ngưỡng cửa AFTA và WTO.

**❖ Tạo điều kiện thu hút đầu tư trực tiếp của Nhật Bản trong các ngành dịch vụ, góp phần đa dạng hoá và nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ tại Việt Nam**

Qua điều tra về chi phí kinh doanh thực tế, các doanh nghiệp Nhật Bản cũng chỉ ra rằng nhiều yếu tố dịch vụ ở Việt Nam đang ở giá cao không hợp lý. Gọi là không hợp lý vì trong khi các nước đang có xu hướng giảm giá và nâng cao chất lượng thì ở Việt Nam giá lại rất cao mà chất lượng còn nhiều hạn chế. Phí vận chuyển container là một ví dụ, mức phí này ở Việt Nam hiện nay thuộc diện cao nhất khu vực. Một container 40 feet từ hai cảng chính của Việt Nam là Hải Phòng và thành phố Hồ Chí Minh đến cảng Yokohama Nhật Bản đã tăng từ 1.100 USD năm 2003 lên đến 1.275 USD năm 2005 trong khi đó vận chuyển từ Trung Quốc tới Nhật năm 2005 chỉ tốn 630 USD, giảm 1/3 so với mức 900 USD năm 2003. Một số dịch vụ khác như dịch vụ viễn thông, dịch vụ cung cấp điện nước hiện vẫn được các doanh nghiệp nhà nước độc quyền, không phải chịu bất cứ sự cạnh tranh của các doanh nghiệp nào khác, điều này phần nào làm hạn chế chất lượng dịch vụ đồng thời tăng giá cước các loại dịch vụ

Việc Chính phủ Việt Nam cam kết xoá bỏ quy định về quốc tịch các thành viên trong liên doanh góp phần tạo điều kiện cho các nhà đầu tư Nhật mở rộng đầu tư trong

lĩnh vực dịch vụ mà Việt Nam có nhu cầu, đặc biệt là dịch vụ hỗ trợ kinh doanh. Mặt khác, sự tham gia ngày càng rộng rãi hơn các doanh nghiệp Nhật Bản vào thị trường dịch vụ Việt Nam cũng tạo thêm giá trị gia tăng và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trong đó có hàng hoá của các doanh nghiệp có vốn đầu tư Nhật.

#### 2.2.2.2 Tác động tiêu cực

Mọi việc bao giờ cũng có hai mặt, bên cạnh những điểm tích cực, Hiệp định cũng đem lại tác động tiêu cực đó là các **doanh nghiệp trong nước phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài**. Một điều dễ nhận thấy đó là việc ký kết hiệp định đã tạo nên một sức ép lớn đối với các doanh nghiệp trong nước, họ phải cạnh tranh gay gắt ngay trong thị trường nội địa không chỉ giữa các doanh nghiệp cùng ngành trong nước mà còn với các doanh nghiệp nước ngoài. Mục tiêu mà các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hướng tới không chỉ là thị trường nước thứ ba để xuất khẩu mà còn hướng vào khai thác thị trường nội địa. Do đó trong thời gian tới sẽ diễn ra cuộc cạnh tranh sôi động giữa các doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp nước ngoài.

Cuộc cạnh tranh này bắt đầu nhen nhóm trong ngành sản xuất và lắp ráp xe máy. Việc xoá bỏ điều kiện về tỷ lệ nội địa hoá sản phẩm, tỷ lệ xuất khẩu... đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xe máy FDI mở rộng quy mô sản xuất, giảm giá thành và từng bước nâng cao năng lực xuất khẩu. Tiêu biểu là Honda Việt Nam, năm 2003 doanh nghiệp này xuất khẩu được 32.800 xe, năm 2004 tăng lên 50.000 chiếc và đến năm 2005 đã đạt con số 80.000 xe. Tuy nhiên chính các cơ hội phát triển của các nhà đầu tư Nhật Bản cũng là những thách thức đối với các nhà sản xuất xe máy lắp ráp trong nước. Trong khi các nhà đầu tư Nhật Bản được tháo gỡ hầu hết các rào cản thì các doanh nghiệp Việt Nam lại đứng trước khó khăn đó là phải vượt qua các tiêu chuẩn về tỷ lệ nội địa hoá các tiêu chuẩn về kỹ thuật nghiêm ngặt nếu như muốn xuất khẩu xe đi các nước khác đồng thời phải cạnh tranh với các nhà đầu tư Nhật Bản có tiềm lực về tài chính và công nghệ. Do đó nếu không có những điều chỉnh chiến lược kinh doanh thích hợp, liên kết tạo sức mạnh thì khả năng các doanh nghiệp Việt Nam bị đánh bại ngay trên sân nhà là điều khó có thể tránh khỏi.

*Tóm lại*, khi Hiệp định được ký kết nó sẽ ràng buộc Việt Nam trong việc tuân thủ các điều khoản của Hiệp định cũng như phải nỗ lực thực hiện những cam kết trong Bản kế hoạch hành động chung được ký kết giữa Chính phủ hai nước. Do đó nếu như

không có những chuẩn bị cần thiết các doanh nghiệp nội địa đặc biệt là các doanh nghiệp quốc doanh sẽ gặp phải nhiều khó khăn trong cạnh tranh. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải chủ động dựa vào sự hỗ trợ của các cơ quan nhà nước và vào chính sự năng động của mình học hỏi, vươn lên trên thương trường.

### 2.3. Hỗ trợ phát triển chính thức ODA của Nhật Bản cho Việt Nam

#### 2.3.1 Quy mô và cơ cấu hỗ trợ phát triển chính thức ODA của Nhật Bản cho Việt Nam

Nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA trong hơn một thập kỷ qua đã chứng tỏ tầm quan trọng không nhỏ đối với các quốc gia nhận tài trợ. Hàng trăm dự án ODA được thực hiện đã góp phần đáng kể trong việc tăng trưởng kinh tế, xoá đói, giảm nghèo, đem lại công ăn, việc làm cho hàng trăm ngàn lao động, hỗ trợ tích cực cho quá trình phát triển kinh tế, xã hội của các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam. Hiện nay Nhật Bản là nước đứng đầu trong số 29 nhà tài trợ song phương 19 đối tác đa phương và 350 tổ chức quốc tế tài trợ cho Việt Nam. Kể từ khi Nhật Bản nối lại viện trợ cho Việt Nam vào năm 1992, tính đến năm 2004 ODA Nhật Bản dành cho Việt Nam đã đạt con số 1108,1 tỉ Yên. Tính đến hết năm 2005, Nhật Bản cam kết tài trợ cho Việt Nam vào khoảng 11 tỷ USD và trong hội nghị nhóm tư vấn các nhà tài trợ diễn ra vào tháng 12/2005 vừa qua Nhật Bản đã cam kết tiếp tục tài trợ cho Việt Nam 835,6 triệu USD. Bảng dưới đây sẽ cho cái nhìn tổng quát về khối lượng và cơ cấu các loại hình viện trợ của Nhật Bản cho Việt Nam giai đoạn 1992-2004

**Bảng 11: Khối lượng và cơ cấu các loại hình viện trợ của Nhật Bản cho Việt Nam giai đoạn 1992-2004**

*Đơn vị : Tỷ Yên*

Năm	Vốn vay		Viện trợ không hoàn lại		Hợp tác kỹ thuật		Tổng (cam kết)
	Khối lượng	%	Khối lượng	%	Khối lượng	%	
1992	45,500	96,00	1,587	3,35	0,320	0,65	47,419
1993	52,304	87,30	6,270	10,47	1,316	2,23	59,890
1994	58,000	87,80	5,672	8,59	2,375	3,61	66,047
1995	70,000	85,21	8,908	10,84	3,240	3,95	82,148
1996	81,000	87,67	8,035	8,70	3,352	3,63	92,387

1997	85,000	88,07	7,297	7,56	4,222	4,37	96,519
1998	88,000	87,28	8,186	8,12	4,636	4,60	100,822
1999	101,281	90,43	4,641	4,14	6,074	5,43	111,996
2000	70,904	82,06	8,067	9,34	7,432	8,60	86,403
2001	74,314	82,03	8,371	9,24	7,909	8,73	90,594
2002	79,330	86,90	5,227	5,73	6,708	7,37	91,265
2003	79,330	86,44	5,700	6,21	6,700	7,35	91,730
2004	82,000	85,55	5,023	5,42	5,577	9,03	92,600
Tổng	966,963	87,30	81,100	7,30	60,000	5,40	1.108,063

*Nguồn: Đại sứ quán Nhật tại Việt Nam*

Nếu xét ở khía cạnh khối lượng viện trợ ta có thể chia thời kỳ 1992-2004 thành 3 giai đoạn. Giai đoạn 1: 1992-1994: cung cấp ODA ở mức độ trung bình. Giai đoạn 2: 1995-1999: tăng dần ODA và giai đoạn 2000-2004: duy trì ổn định ODA. Như vậy, nhìn về khối lượng ODA của Nhật Bản được duy trì khá liên tục, tuy có tăng giảm qua các thời kỳ khác nhau song Việt Nam vẫn là nước được ưu tiên trong các nước nhận viện trợ của Nhật Bản. Tổng số ODA mà Nhật cung cấp cho Việt Nam từ năm 1992-2004 là 118,063 tỷ Yên với tốc độ tăng bình quân là 5,97%. Trong những năm mới nối lại viện trợ, tốc độ tăng lượng vốn ODA cam kết hàng năm cao nhưng từ năm 2002-2004 tốc độ tăng cam kết ODA của Nhật chỉ đạt 0,73% thấp hơn mức tăng trung bình của cả giai đoạn rất nhiều. Nguyên nhân của sự thay đổi về quy mô viện trợ có thể giải thích như sau: *Thứ nhất*, ở giai đoạn đầu khi Nhật Bản nối lại viện trợ cho Việt Nam khối lượng ODA đã là khá lớn. Điều này chứng tỏ Nhật Bản đã mong muốn mở rộng quan hệ với Việt Nam và ODA được coi là công cụ tiên phong trong việc thực hiện chính sách ngoại giao của Nhật. Đối với Nhật Bản, ODA là một công cụ “sức mạnh mềm” có hiệu quả mà Nhật Bản đã sử dụng trong việc theo đuổi các mục tiêu chính sách đối ngoại kể từ thời kỳ hậu chiến. ODA là hình thức đầu tiên, một công cụ để xúc tiến xuất khẩu, một thước đo để xây dựng lòng tin, một giải pháp cho những vấn đề song phương, một biểu hiện sức mạnh kinh tế và vai trò lãnh đạo toàn cầu. Điều này hoàn toàn đúng vào thời điểm Nhật nối lại quan hệ với Việt Nam và ODA là cách thức hữu hiệu để duy trì và phát triển mối quan hệ này. *Thứ hai*, khi quan hệ hai nước đã được khai thông, hai nước đã tỏ ra sẵn sàng hợp tác và mong muốn thúc đẩy quan hệ thì ODA được tăng lên một cách nhanh chóng và thể hiện rõ nhất trong giai đoạn 1995-1999. ODA đã tăng lên từ 82,148 tỉ Yên năm 1995 và đạt

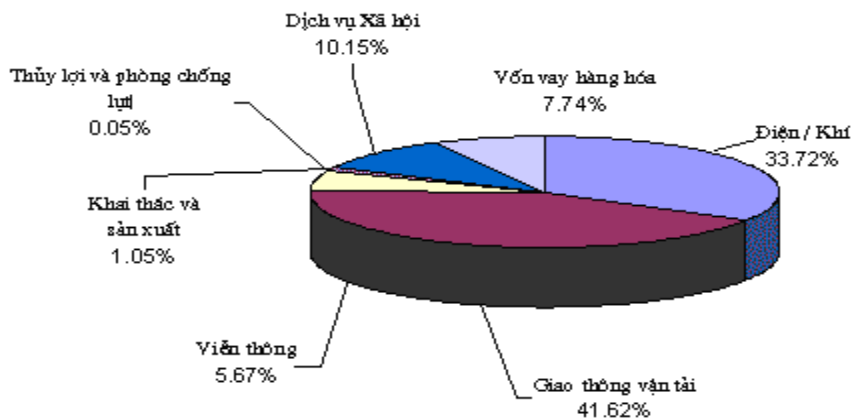
đỉnh cao vào năm 1999 với 111,996 tỉ Yên. Ngoài mục đích tiếp tục duy trì quan hệ với Việt Nam và mở rộng quan hệ trên tất cả các lĩnh vực khác thì đây cũng là thời kỳ mà Việt Nam đạt được nhiều thành tựu trên tất cả các lĩnh vực. Đặc biệt trong sự chao đảo của các nền kinh tế Châu Á bởi khủng hoảng tài chính- tiền tệ đã buộc Nhật Bản điều chỉnh lại nhiều mối quan hệ hợp tác kinh tế với các nước, nhất là các quốc gia Đông Nam Á. Một khi các thị trường cũng như bản hàng ổn định của Nhật Bản ở khu vực đang chịu nhiều biến động bất ổn và chứa đựng nhiều nguy cơ, rủi ro thì việc tạo lập và củng cố thị trường mới như Việt Nam và Trung Quốc là hướng điều chỉnh cần thiết. Một lần nữa vai trò công cụ “ Sức mạnh mềm” của ODA lại được sử dụng và đây là lý do quan trọng để khối lượng ODA cho Việt Nam tăng lên. Tuy nhiên, quy mô ODA đã có dấu hiệu giảm sút trong năm 2000 và duy trì ổn định trong các năm tiếp theo. Có rất nhiều nguyên nhân giải thích hiện tượng này. Song điều được chính phủ Nhật thừa nhận công khai đó là đây là giai đoạn kinh tế Nhật gặp nhiều khó khăn vì vậy chính phủ buộc phải cắt giảm các khoản chi tiêu trong đó có ODA. Mặt khác, dân chúng Nhật Bản không hoàn toàn ủng hộ việc tăng ODA cho các nước. Họ không thấy những kết quả trực tiếp mà ODA mang lại mà chỉ thấy rằng việc tăng ODA sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống của họ. Vì vậy họ không đồng tình với chính phủ khi tiếp tục duy trì khối lượng viện trợ khá lớn cho các nước khác. Hơn nữa những tiêu cực trong việc cấp vốn khiến người ta tỏ ra lo ngại và thiếu tin tưởng vì thế cải cách hoạt động ODA là một nội dung cơ bản được nêu ra và được thực hiện khá mạnh mẽ ở Nhật Bản vào nửa cuối của thập kỷ 90 thế kỷ trước. Cải cách ODA không chỉ về quy mô, cơ cấu mà còn cả thể chế và tổ chức. Sự ra đời của Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản JBIC là một ví dụ. Từ năm 1965, Nhật Bản giao cho Quỹ hợp tác kinh tế hải ngoại OECF thực hiện việc cung cấp và quản lý, phát triển nguồn vốn này. Tuy nhiên kể từ 1/10/1999, JBIC ra đời đã thay thế chức năng của OECF. Thực chất JBIC là sự sáp nhập của OECF và JEXIM( Ngân hàng xuất nhập khẩu Nhật Bản). Sự thay đổi cơ cấu tổ chức này nhằm tập trung thực hiện tốt vai trò tổ chức và quản lý tín dụng cho vay. Chính bối cảnh điều chỉnh và cải cách đó đã là một lý do quan trọng khiến khối lượng ODA cho các nước giảm xuống.

Việc hoạch định chính sách hợp tác phát triển là trách nhiệm chung của ba bộ: Bộ Ngoại giao ( MOFA); Bộ Tài chính (MOF) và Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp ( METI). Ba bộ này tiếp nhận khoảng 93% tổng ngân sách ODA và 7% còn lại

do 10 bộ và các cơ quan khác đóng góp. MOFA chịu trách nhiệm đàm phán với các nước đang phát triển, xây dựng chính sách viện trợ không hoàn lại trên cơ sở tham khảo ý kiến của MOF; MOF chịu trách nhiệm quản lý ngân sách cho vay song phương. Trách nhiệm thực hiện các chương trình cho vay song phương được giao cho Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản JBIC. Xét về cơ cấu đầu tư, viện trợ phát triển chính thức của Nhật Bản cho Việt Nam được thực hiện thông qua 3 hình thức:

**Hợp tác vốn vay** là hình thức cho vay của chính phủ đối với chính phủ các nước đang phát triển với điều kiện cho vay mềm dẻo hơn như lãi suất thấp và thời gian vay dài. Tại Việt Nam, hợp tác vốn vay chủ yếu dùng cho xây dựng cơ sở hạ tầng như giao thông vận tải, điện lực và phát triển nông thôn.

Tỷ lệ cam kết hợp tác vốn vay phân theo ngành năm 2004



*Nguồn: Hoạt động ODA của JBIC tại Việt Nam- Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản, tháng 5/2005*

**Hợp tác viện trợ không hoàn lại** là việc trao tặng vốn cho chính phủ các nước đang phát triển mà không kèm theo nghĩa vụ hoàn trả. Mục đích chính của viện trợ không hoàn lại là đáp ứng nhu cầu căn bản của con người ( nâng cao mức sống cho tầng lớp người dân nghèo đói nhất), đào tạo nhân lực và xây dựng cơ sở hạ tầng. Hợp tác viện trợ không hoàn lại do Bộ Ngoại giao thực hiện trong đó các dự án hợp tác viện trợ không hoàn lại cho địa phương hoặc viện trợ không hoàn lại cho các tổ chức phi chính phủ của Nhật Bản do Đại sứ quán Nhật tại Việt Nam thực hiện

**Hợp tác kỹ thuật** là hình thức cử chuyên gia, nghiên cứu phát triển, chương trình đào tạo, cung cấp thiết bị nhằm hỗ trợ các nước đang phát triển đào tạo nguồn

nhân lực và xây dựng thể chế. Hợp tác kỹ thuật của Chính phủ Nhật Bản do cơ quan hợp tác Quốc tế Nhật Bản ( JICA) thực hiện.

Nhìn chung khoản cho vay luôn chiếm tỷ trọng chủ yếu trong viện trợ. Điều đó thể hiện tư tưởng chủ đạo của ODA Nhật Bản: nhấn mạnh tới các yếu tố làm chủ và chủ động của các nước tiếp nhận viện trợ do đó tập trung ưu tiên cho các khoản tín dụng ưu đãi hơn là các khoản viện trợ. Nhật Bản cho rằng nghĩa vụ trả nợ sẽ tạo động lực mạnh hơn cho những nỗ lực tăng cường ý thức tự lực cánh sinh. Tuy nhiên, cơ cấu ODA Nhật không cân xứng: hợp tác vốn vay chiếm hơn 87% tổng nguồn vốn ODA cam kết trong khi cả viện trợ không hoàn lại và hỗ trợ kỹ thuật chỉ chiếm chưa đầy 13%. Tuy các khoản tín dụng này có lãi suất mềm lại có thời gian cho vay và thời gian ân hạn tương đối dài nhưng dù sao đi vay vẫn phải trả nên nếu quản lý và sử dụng không hiệu quả thì chính các khoản vay sẽ là các khoản nợ xét trong thời điểm đi vay và trong tương lai.

### ***2.3.2 Vai trò của Viện trợ phát triển chính thức ODA của Nhật Bản đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam***

#### ***2.3.2.1 ODA của Nhật Bản đáp ứng một phần rất quan trọng nhu cầu về nguồn vốn tài chính cho Việt Nam***

Sau khi đất nước thống nhất dù phải đối mặt với nhiều thử thách, khó khăn song chúng ta vẫn vượt qua và giành được nhiều thành tựu to lớn nhất là về kinh tế. Thực hiện đường lối đổi mới mà Đại hội Đảng lần thứ VI- năm 1986 đã đề ra, Việt Nam chủ trương: “ chuyển sang chặng đường mới đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, phấn đấu đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp”. Đây là một nhiệm vụ vô cùng khó khăn bởi Việt Nam tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá từ điểm xuất phát rất thấp với những nguồn lực trong nước rất thiếu thốn. Đặc biệt khả năng đáp ứng nguồn vốn trong giai đoạn này là rất hạn chế. Theo kinh nghiệm của các nước, để có thể đưa đất nước chuyển sang giai đoạn “ cất cánh” cần thiết phải đạt được mức tích lũy nội bộ nền kinh tế từ 15-20%. Điều này quả là quá khó đối với nước ta khi nhiều thập kỷ qua tích lũy nội bộ đạt thấp thậm chí nhiều thời kỳ còn ở mức âm, cho dù mức độ tích lũy những năm 90 trở lại đây có được cải thiện nhưng vẫn còn thấp so với nhu cầu chung về vốn cho công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Do vậy nếu chỉ dựa vào tích lũy nội bộ thì nước ta sẽ không bao giờ thực hiện được kế hoạch đặt ra. Huy động các nguồn vốn trong đó có vốn ODA là một trong những giải pháp



quan trọng để đảm bảo nhu cầu về vốn cho phát triển kinh tế. Thực tế cho thấy trong giai đoạn 1992-2004, Nhật Bản đã cung cấp cho Việt Nam 1108,063 tỷ Yên ( tương đương với gần 10 tỷ USD) đáp ứng một phần nhu cầu về vốn của Việt Nam. Theo tính toán nhu cầu về vốn trong giai đoạn 1996-2000 đạt mức 460 nghìn tỷ đồng tương đương với 42 tỷ USD và tổng giá trị ODA thực hiện trong giai đoạn này là 8 tỷ USD trong đó ODA của Nhật Bản trong thời gian này đạt 4,8 tỷ USD, chiếm khoảng 60% vốn ODA nói chung và khoảng 11% nhu cầu về vốn. Trong khi đó nhu cầu về vốn trong giai đoạn 2000-2005 đạt 840-980 nghìn tỷ đồng, tương đương với 65-70 tỷ USD, tổng giá trị ODA cam kết của các nhà tài trợ quốc tế trong giai đoạn này đạt 14,6 tỷ USD trong đó giải ngân được 7,84 tỷ USD. Việt Nam dự kiến nhu cầu vốn tổng xã hội trong giai đoạn 2006-2010 khoảng 140 tỷ USD trong đó vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA dự kiến đạt 19 tỷ USD vốn cam kết, giải ngân dự kiến từ 1,7 USD năm 2005 lên 2,3 tỷ USD năm 2010. Với mức viện trợ như hiện nay của Nhật Bản cho Việt Nam hiện nay cũng như những cam kết duy trì viện trợ cho Việt Nam của Chính Phủ Nhật Bản chắc hẳn vốn viện trợ ODA của Nhật sẽ không ngừng tăng trong những năm tới.

### *2.3.2.2 ODA của Nhật Bản góp phần xây dựng cơ sở hạ tầng và các chương trình phát triển kinh tế- xã hội của Việt Nam*

Tính từ năm 1992- 2006, Nhật Bản đã cấp vốn cho vay và viện trợ cho 27 dự án điện, 43 dự án giao thông tại Việt Nam. Trong đó nhiều công trình có mức đầu tư khá lớn như: nhà máy nhiệt điện Phú Mỹ( I, II, III, IV, truyền tải điện 500KV Phú Mỹ – TP. HCM) với vốn vay 75.859 triệu Yên, dự án điện Hàm Thuận- Đa Mi ( I- IV) có khối lượng vốn đầu tư 53.074 triệu Yên dự án nhiệt điện Phả Lại ( I- IV) với số vốn 72.826 triệu Yên, nhà máy nhiệt điện Omon ( I-III) với số vốn 71.366 triệu USD...Các dự án xây dựng và cải tạo hệ thống giao thông, cầu cống đã chiếm tỷ trọng vốn lớn trong khoản viện trợ ODA. Ví dụ như dự án đường hầm đèo Hải Vân (I-III) có số vốn vay 15.500 triệu USD, dự án cải tạo cảng Hải Phòng có số vốn lên tới 172.826 triệu USD, dự án xây dựng cầu Sông Hồng ( I-IV) với số vốn 40.989 triệu Yên...Thực tế cho thấy các dự án hoàn thành phát huy tác dụng tốt đối với việc phát triển kinh tế đất nước. Các dự án điện lực đã góp phần bổ sung một sản lượng điện rất lớn góp phần khắc phục tình trạng thiếu điện kinh niên trước đây. Hệ thống cảng, đường bộ, cầu

công, được xây dựng và nâng cấp bằng nguồn vốn ODA đã góp phần bảo đảm hoạt động ổn định và tăng trưởng kinh tế trong thời gian qua và trong tương lai. Điều đáng chú ý là các dự án này được triển khai ở khá nhiều vùng, nhất là những vùng trọng điểm kinh tế của nước ta do đó sự khởi động mạnh mẽ của các khu vực này là điều kiện hết sức quan trọng để hỗ trợ, thúc đẩy, tạo điều kiện để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài vào kinh doanh ở Việt Nam đồng thời góp phần chuyển đổi cơ cấu kinh tế của khu vực đó cũng như của đất nước. Do đó về cơ bản chính các hướng đầu tư trên đã đáp ứng mục tiêu phát triển kinh tế của nước ta.

### *2.3.2.3 ODA góp phần chuyển giao công nghệ, quản lý và đào tạo đội ngũ cán bộ có trình độ cho phía Việt Nam*

Đặc điểm nổi bật và chi phối sự phát triển của Việt Nam khi tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước là trình độ khoa học- kỹ thuật kém, lạc hậu và có sự cách biệt khá rõ nét giữa các vùng, miền trong cả nước. Vì vậy nhu cầu nâng cao trình độ công nghệ và quản lý trở nên hết sức cấp thiết. Cùng với các hình thức tiếp thu và chuyển giao công nghệ khác, việc triển khai và thực hiện các dự án từ nguồn vốn ODA cũng là một kênh chuyển giao rất thuận lợi về công nghệ và đào tạo cán bộ. Thông qua các chương trình, dự án ODA của Nhật đã góp phần đào tạo và bổ sung một đội ngũ cán bộ khoa học và quản lý có trình độ và tác phong sản xuất công nghiệp hiện đại. Các cán bộ Việt Nam làm việc bên cạnh các chuyên gia bạn sẽ có điều kiện học hỏi và sáng tạo để có thể tiếp thu, vận hành tốt các thiết bị trong các công trình. Khi các công trình hoàn thành và đi vào khai thác sử dụng chúng ta sẽ có một đội ngũ công nhân lành nghề, cán bộ kỹ thuật và quản lý giỏi có khả năng đáp ứng các yêu cầu của đất nước. Điểm khá lợi thế trong việc thực hiện các dự án có vốn ODA là chúng ta có thể quyết định và kiểm soát được việc nhập khẩu các công nghệ tiên tiến. Nếu so sánh với chất lượng công nghệ chuyển giao của các dự án FDI thì đây là ưu thế vượt trội. Việc tiếp thu công nghệ tiên tiến cùng với hiệu quả xét ở góc độ việc làm, cán bộ kỹ thuật và những hệ quả gián tiếp khác cho thấy sự đóng góp hết sức quan trọng của nguồn vốn ODA của Nhật Bản cho Việt Nam. Hơn nữa thông qua việc thực hiện các dự án cho phép chúng ta tiếp cận và hội nhập sâu hơn với các nước trong khu vực và trên thế giới. Đây cũng chính là cách thức ban đầu cần thiết để

chúng ta có thể tham gia, hợp tác với các tập đoàn lớn và các nước phát triển trong đó có Nhật Bản để thực hiện các dự án trong nước và thế giới.

*Tóm lại*, ODA nói chung và ODA của Nhật bản nói riêng cung cấp cho Việt Nam thực sự là nguồn vốn vô cùng quan trọng đối với công cuộc phát triển kinh tế của nước ta. Từ những phân tích trên đây cho ta cái nhìn tổng quan về sự giúp đỡ của Nhật Bản dành cho Việt Nam. Viện trợ phát triển chính thức ODA là một trong những nội dung quan trọng của quan hệ hợp tác kinh tế giữa hai nước trong thời gian qua, hiện tại và trong tương lai vì vậy, phát huy tính hiệu quả, khắc phục hạn chế của ODA chính là điều cần phải được coi trọng nhằm góp phần thúc đẩy quan hệ kinh tế nói riêng và quan hệ hai nước nói chung trong thời gian tới. Thực hiện tốt những cam kết đã được thỏa thuận đòi hỏi cả hai phía phải nỗ lực nhiều hơn nữa nhằm góp phần đưa quan hệ Việt Nam- Nhật Bản lên tầm cao mới.

### CHƯƠNG III

## GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN TRONG NHỮNG NĂM TỚI

### I. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN TRONG THỜI GIAN TỚI

Với chính sách đổi mới quan hệ của Việt Nam với nước ngoài ngày một phát triển, Việt Nam đã triển khai chính sách đối ngoại độc lập tự chủ, đa dạng hoá, đa phương hoá theo tinh thần: “ Việt Nam sẵn sàng làm bạn, làm đối tác tin cậy với tất cả các nước trong cộng đồng thế giới, phấn đấu vì hoà bình, độc lập và phát triển” Trong khu vực Châu á- Thái Bình Dương, Việt Nam “Mong muốn các nước trong khu vực cùng nhau hợp tác làm cho Châu á- Thái Bình Dương có hoà bình, ổn định lâu dài và trở thành một khu vực phát triển kinh tế năng động nhất và mạnh nhất”

Trên quan điểm đó ta có thể đưa ra một số định hướng nhằm phát triển quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trong những năm tới như sau:

#### 1. Cần phải xây dựng một chiến lược dài hạn trong quan hệ với Nhật Bản

Xuất phát từ nhu cầu hai bên và sự bổ sung lẫn nhau giữa hai nền kinh tế, ta có thể nhận thấy Nhật Bản đã, đang và sẽ có vai trò ngày càng quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam. Nhật Bản là bạn hàng thương mại lớn thứ 2, là nguồn cung cấp ODA số 1 và cũng là nhà đầu tư hàng đầu của Việt Nam xét trên phương diện mức vốn thực hiện. Trong tương lai, với đường hướng đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá nhu cầu về vốn, công nghệ và thị trường của Việt Nam ngày một gia tăng. Trong khi đó, Nhật Bản là nước dẫn đầu thế giới và khu vực về tiềm năng vốn và công nghệ. Đường lối công nghiệp hoá của ta cho thấy ta không chỉ đơn thuần thực hiện quá trình chuyển từ lao động thủ công sang cơ khí hoá, từ nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu sang nền kinh tế công nghiệp tiên tiến mà cần phải phát triển các ngành dịch vụ và một số lĩnh vực kinh tế tri thức nhằm kết hợp quá trình chuyển dịch sang nền kinh tế dịch vụ. Để đáp ứng được điều đó xem ra Nhật Bản là phù hợp với nhu cầu của Việt Nam hơn cả, không chỉ ở các điều kiện vật chất mà cả ở kinh nghiệm phát triển.

Hiện nay một số nền kinh tế như Hàn Quốc, Đài Loan, ASEAN, Trung Quốc cũng là những đối tác rất quan trọng đối với Việt Nam nhưng xét về mức phát triển kinh tế thì bản thân các quốc gia này hiện cũng rất cần thu hút đầu tư và kỹ thuật cao.

Do vậy hợp tác với những nước này sẽ đi liền với cạnh tranh gay gắt. Mặt khác bản thân các quốc gia này cũng nhận chuyển giao công nghệ từ các quốc gia phát triển khác như Mỹ, Nhật, EU do đó công nghệ mà họ chuyển giao sẽ thấp hơn rất nhiều so với một quốc gia với nguồn công nghệ nguồn như Nhật Bản.

Kinh tế Nhật Bản sau suốt một thập kỷ suy thoái hiện đã có những dấu hiệu phục hồi. Theo như các nhà kinh tế nhận định với sự phục hồi lần này sẽ đem lại cho nước Nhật một bộ mặt mới để Nhật Bản tiếp tục duy trì vị trí một nền kinh tế lớn thứ hai trên thế giới và hùng mạnh nhất khu vực Thái Bình Dương. Do đó để có thể thực hiện quá trình công nghiệp hoá rút ngắn, bền vững thì gia tăng quan hệ với Nhật Bản, xem đó là đầu nguồn chính đáp ứng nhu cầu kỹ thuật công nghệ, vốn, là rất cần thiết.

Một khi đã khẳng định Nhật Bản là đối tác kinh tế hàng đầu thì phải có những điều chỉnh trong cơ chế chính sách để thực sự tạo ra sự tin cậy lẫn nhau qua đó mới đảm bảo cho hợp tác ổn định, lâu dài. Một trong những công việc đầu tiên mà Việt Nam phải thực hiện đó là *phải xây dựng một chiến lược hợp tác dài hạn với Nhật*. Thực tế cho thấy trong quan hệ với Nhật ta chưa có một chiến lược cụ thể rõ ràng. Trong hoạt động xuất nhập khẩu ta chưa có kế hoạch tạo nguồn hàng chủ động, có tính dài hạn, phần nhiều vẫn chỉ tìm kiếm những cái có sẵn để xuất khẩu. Do đó hàng xuất không ổn định, chất lượng không cao. Trong hoạt động đầu tư việc xúc tiến đầu tư chưa được tiến hành thường xuyên và mạnh mẽ. Việc trước mắt cần phải thực hiện đó là thúc đẩy việc ký kết hiệp định thương mại song phương Việt Nam- Nhật Bản.

## **2. Chú trọng gia tăng hợp tác kinh tế song phải gắn với việc phát triển các quan hệ văn hoá, chính trị- xã hội. Phải đảm bảo cả hiệu quả kinh tế và lợi ích chính trị trong hợp tác.**

Có thể thấy trong xu thế toàn cầu hoá, các quan hệ quốc tế có sự đan xen nhau, bổ sung cho nhau. Nếu như trong thời kỳ chiến tranh lạnh, giữa các quốc gia có thể có quan hệ kinh tế song không tồn tại quan hệ chính trị, thậm chí cả giao lưu văn hoá, thì ngày nay các mối quan hệ này luôn được thực hiện song trùng, thúc đẩy, bổ sung cho nhau. Để có sự thành công, hiệu quả trong hợp tác kinh tế, không thể không có những hoạt động quan hệ chính trị đi kèm. Phối hợp các mặt trong quan hệ hiện nay là đòi hỏi của thực tiễn cuộc sống, của hiệu quả hợp tác chung. Trong quan hệ với Nhật, mục tiêu chính của ta là kinh tế, tranh thủ nguồn vốn và công nghệ. Trong khi đó lợi ích kinh tế mà quan hệ với Việt Nam đem lại cho Nhật Bản lại không có sức nặng

đáng kể đối với nền kinh tế Nhật cũng như đối với các doanh nghiệp Nhật so với các mối quan hệ của Nhật đối với các nước ASEAN khác. Do đó bên cạnh hợp tác kinh tế ta nên hướng sự chú ý đến giao lưu văn hoá bởi đây cũng là một biện pháp hết sức hữu hiệu để thâm nhập tâm hồn con người Nhật Bản, một quốc gia giàu truyền thống văn hoá, và một khi có sự gần gũi về văn hoá nó sẽ thúc đẩy các hoạt động kinh tế khác. Thực tế trong quan hệ hợp tác kinh tế với Nhật Bản, không ít các trường hợp Việt Nam gặp phải vấp vấp, giảm hiệu quả kinh doanh do phía Việt Nam chưa thấu hiểu văn hoá Nhật trong kinh doanh. Người Nhật vốn cẩn thận, kín đáo trong mọi hoạt động. Nếu như các doanh nghiệp Đài Loan, Hàn Quốc vẫn nhìn thấy cơ hội kinh doanh trong một môi trường chưa ổn định và vẫn đi tới quyết định làm ăn thì người Nhật lại đòi hỏi sự ổn định, đặc biệt là sự ổn định về môi trường chính trị. Chính vì vậy đi liền với hợp tác kinh tế cần phải chú trọng hợp tác, giao lưu văn hoá để nâng cao sự đồng cảm, thông hiểu lẫn nhau trong hợp tác nói chung.

Tuy nhiên, hợp tác kinh tế nhưng vẫn phải đảm bảo sự độc lập về chính trị, chủ quyền quốc gia. Không vì những lợi ích kinh tế nhất thời mà làm sứt mẻ nền tảng xã hội, tạo nguy cơ bất ổn chính trị. Do đó, đi liền với hợp tác phải có cạnh tranh. Cần tập trung vào những vấn đề mà hai bên cùng quan tâm, phối hợp với nhau cùng giải quyết nhằm đảm bảo lợi ích mỗi quốc gia ví dụ trong vấn đề an ninh, phòng chống tội phạm quốc gia, trong vấn đề phòng chống dịch bệnh, thiên tai...

### **3. Hợp tác kinh tế với Nhật cần được chú trọng đồng thời trên nhiều phương diện cả thương mại, ODA và FDI để chúng cùng hỗ trợ, bổ sung lẫn nhau**

Nhật không chỉ là nhà đầu tư và thị trường đầy hứa hẹn mà còn là nước cung cấp ODA lớn nhất thế giới. Hợp tác với Nhật Bản chúng ta phải tranh thủ cả ba phương diện cơ bản này để chúng bổ sung, hỗ trợ cho nhau. Qua ODA chúng ta có thể tạo dựng cơ sở hạ tầng để thu hút đầu tư và thúc đẩy các hoạt động xuất nhập khẩu. Trên thực tế Nhật đang triển khai chính sách ngoại giao kinh tế với các nước ASEAN trong đó có Việt Nam. Điều này có nghĩa là Nhật đồng thời thông qua các công cụ thương mại, FDI và ODA để gia tăng mối quan hệ gắn bó lẫn nhau. Với Việt Nam, quốc gia còn kém phát triển hơn so với các nước khác trong ASEAN6 nên nguồn viện trợ ODA của Nhật có sự ưu tiên hơn.

Trong lĩnh vực thương mại cần nhanh chóng thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu, giảm hàm lượng xuất khẩu tài nguyên, nguyên liệu thô, gia tăng các sản phẩm chế tạo nhằm tăng giá trị xuất khẩu và tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Trong lĩnh vực FDI, đi liền với lành mạnh hoá, cải thiện môi trường đầu tư, cần mạnh dạn mở rộng khoản mục đầu tư, lĩnh vực đầu tư và phải có những chính sách ưu đãi về thuế, giá thuê đất... để thu hút luồng FDI với công nghệ cao của Nhật Bản. Nếu như không có biện pháp cải thiện mạnh mẽ, những chính sách ưu tiên ưu đãi thì khó có thể thu hút được nguồn vốn FDI bởi các nước trong khu vực cũng đang có nhiều cải cách nhằm tăng sức hấp dẫn đối với FDI.

Trong lĩnh vực ODA, cần hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý về quản lý nguồn vốn ODA nhằm đáp ứng yêu cầu thực tiễn của Việt Nam và từng bước tiến tới phù hợp với các thông lệ quốc tế; nâng cao chất lượng quy hoạch sử dụng vốn ODA nhằm khắc phục tình trạng trùng lặp, chồng chéo các chương trình, dự án gây lãng phí nguồn lực và hạn chế hiệu quả sử dụng vốn, quy hoạch giúp cho nhà tài trợ có được thông tin ổn định về nhu cầu vốn, chính sách ưu tiên cũng như danh mục các dự án kêu gọi tài trợ bằng nguồn vốn ODA hàng năm và qua từng thời kỳ; tăng cường hiệu lực quản lý, điều hành và thực hiện dự án. Bên cạnh đó cũng cần phải chú trọng nâng cao hiệu quả nguồn vốn, thúc đẩy nhịp độ giải ngân, trên cơ sở đó mạnh dạn vay vốn đầu tư vào các dự án cải thiện cơ sở hạ tầng và đào tạo nguồn nhân lực.

Phải chú trọng đồng thời cả ba phương diện nhằm khai thác thế mạnh của Nhật Bản giúp cho việc đẩy nhanh quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở đất nước ta là một hướng đi cần phải được quán triệt. Từ đây sẽ có những giải pháp đồng bộ phối hợp giữa các bộ ngành liên quan, tránh sự chồng chéo, mô thuẫn hạn chế hiệu quả hợp tác.

#### **4. Thực hiện gia tăng hợp tác với Nhật Bản theo phương châm đa tầng cấp và nhiều loại hình**

Để phát triển mạnh quan hệ với Nhật Bản chúng ta cần mở rộng hợp tác không chỉ trên nhiều phương diện mà cần phải kết hợp nhiều tầng nhằm tạo ra sự hiểu biết tin cậy lẫn nhau sâu và rộng trong các giới và các cấp khác nhau. Điều này đồng nghĩa với việc quan tâm chú ý tới cả quan hệ hợp tác song phương và đa phương thông qua các cam kết ngắn và dài hạn cùng với việc đa dạng hoá các loại hình hợp tác của chính phủ, địa phương và các tổ chức phi chính phủ. Bên cạnh các tổ chức nhà nước,

cần có những xúc tiến để thúc đẩy giao lưu giữa các tổ chức phi chính phủ, nhất là trong việc tham gia đào tạo nguồn nhân lực và bảo vệ môi trường. Tạo điều kiện cho các địa phương trực tiếp ký kết hợp đồng và cam kết với phía Nhật trên cơ sở phát huy, khai thác tiềm năng của địa phương.

Cần chú trọng đa dạng hoá loại hình hợp tác từ việc giao lưu, tư vấn đến ký kết hợp đồng, Nghiên cứu mạnh dạn cho phép các thành phần kinh tế khác nhau trực tiếp quan hệ với phía Nhật trong một số lĩnh vực không liên quan tới an ninh quốc phòng. Có như vậy mới phát huy được sức mạnh chung của nền kinh tế dân tộc. Hợp tác giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản trong những năm gần đây là một minh chứng cho sự thành công này. Thông qua sự hợp tác, giao lưu giữa các doanh nghiệp hai bên nhằm tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau đồng thời tìm kiếm được các cơ hội và đối tác làm ăn mới.

Bên cạnh các hợp tác song phương cần có các cơ chế phối hợp với nhau trong tham gia giải quyết các vấn đề đa phương của khu vực và toàn cầu có liên quan đến lợi ích chung của cả hai bên. Đây là hướng hợp tác cần được chú ý phối hợp bởi điều này rất có ý nghĩa trong việc tạo lập một môi trường khu vực ổn định.

*Tóm lại*, xuất phát từ nhu cầu hợp tác cũng như từ kinh nghiệm, truyền thống hợp tác hai bên, đã đến lúc cần phải nâng cấp quan hệ hợp tác song phương giữa Việt Nam- Nhật Bản lên một tầng cao mới: thực hiện sự hợp tác toàn diện vì lợi ích của mỗi quốc gia cũng như đóng góp vào bầu không khí hoà bình- phát triển chung trong khu vực. Chỉ có hợp tác toàn diện mới thực sự tạo lập cơ sở tin cậy lẫn nhau và hợp tác mới đảm bảo ổn định lâu dài.

## **II. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM THỨC ĐẨY QUAN HỆ KINH TẾ- THƯƠNG MẠI VIỆT NAM- NHẬT BẢN**

### **1. Các giải pháp trong lĩnh vực thương mại**

#### ***1.1. Các giải pháp mang tính vĩ mô***

Ở tầm vĩ mô, các chính sách của Chính phủ có vai trò rất quan trọng trong việc định hướng, hỗ trợ và cung cấp các thông tin thị trường cần thiết để hoạt động ngoại thương của các doanh nghiệp có hiệu quả. Có thể nêu lên một số giải pháp chính sách chủ yếu sau mà Chính phủ cần quan tâm và chỉ đạo thực hiện :

*Thứ nhất, Chính phủ cần tiếp tục đổi mới hoàn thiện hơn nữa hệ thống chính sách kinh tế cơ chế quản lý ngoại thương Việt Nam* theo hướng năng động,



phù hợp với thông lệ quốc tế, thị trường Nhật Bản và lợi ích phát triển kinh tế của Việt Nam. Sự đổi mới, hoàn thiện này là một đòi hỏi tất yếu không chỉ từ ý thức chủ quan của chúng ta là muốn cho hoạt động ngoại thương được năng động thông thoáng hơn mà còn do tác động của các điều kiện khách quan như phải phù hợp với thông lệ quốc tế của hệ thống các thị trường trên thế giới, đồng thời vẫn phải mang những nét riêng phù hợp với luật chơi của các thị trường, bạn hàng có quan hệ buôn bán với ta.

*Thứ hai, Chính phủ cần đẩy mạnh đàm phán để tiến tới sớm ký được Hiệp định thương mại song phương với Nhật Bản* làm cơ sở pháp lý và phương hướng thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước. “*Hiệp định Bảo hộ đầu tư Nhật- Việt*” (ký tháng 11/2003) và “*Sáng kiến chung Việt- Nhật*” (ký tháng 12/2003); “*Sáng kiến hợp tác với Việt Nam*” do Bộ trưởng Bộ Kinh tế, Công nghiệp Nhật Bản đưa ra trong chuyến thăm Việt Nam vào tháng 11/2004 là những tín hiệu tốt đẹp cho quan hệ Việt Nam- Nhật Bản, song chúng ta cần phải tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa các cuộc tiếp xúc và đàm phán với phía Nhật nhằm có được các Hiệp định có ý nghĩa thực sự quan trọng đối với quan hệ kinh tế giữa hai nước. Bởi vì, theo xu thế về tự do hoá thương mại và đầu tư trên thế giới cũng như những cải cách về chính sách, cơ chế quản lý của Chính phủ Nhật Bản có xu hướng ngày càng nới lỏng. Điều này đồng nghĩa với việc các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới chắc chắn sẽ phải đương đầu với nhiều thách thức, cạnh tranh quyết liệt. Trung Quốc đối thủ cạnh tranh sát sườn và trực tiếp của Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của WTO và đang được hưởng chế độ thuế nhập khẩu vào Nhật thấp hơn mức thuế mà hàng hoá của ta phải chịu rất nhiều. Bởi hơn lúc nào hết Việt Nam phải nỗ lực hết mình thúc đẩy đàm phán để hoàn thành việc gia nhập WTO vào cuối năm nay đồng thời trong tình huống hiện nay khi Việt Nam chưa ký được Hiệp định thương mại tự do với Nhật Bản trong khi các quốc gia láng giềng như Thái Lan đã thực hiện FTA với Nhật Bản thì cần tranh thủ đàm phán với Nhật trong khuôn khổ đa phương như Hiệp định thương mại tự do ASEAN- Nhật Bản, diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương (APEC) để hạn chế những tiêu cực của các FTA giữa Nhật Bản và các nước khác tới xuất khẩu hàng hoá của nước ta.

*Thứ ba, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại của Chính phủ đối với thị trường Nhật Bản.* Chính phủ cũng cần phải tiếp tục hoàn thiện môi trường pháp lý cho hoạt động thông tin thương mại và xúc tiến xuất khẩu ở Việt Nam tiến hành

thuận lợi, trôi chảy vừa đảm bảo được sự quản lý thống nhất của Nhà nước đối với các công tác này đồng thời khuyến khích được các tổ chức dịch vụ thông tin xúc tiến thương mại phát triển đáp ứng tốt yêu cầu thông tin và xúc tiến xuất khẩu của mọi đối tượng. Đối với việc tổ chức kênh thông tin về thị trường Nhật Bản phục vụ cho các doanh nghiệp, do bản thân các công ty kinh doanh xuất nhập khẩu của Việt Nam cũng ít chịu bỏ tiền ra hay không có đủ khả năng bỏ tiền ra cho những chuyến đi thăm dò thị trường hay tổ chức các hội thảo ở nước ngoài để khuyến khích trưng sản phẩm của mình nên các cơ quan của Chính phủ Việt Nam có thể hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp như sau:

- + Thông qua trang Web của Bộ Thương mại mà giới thiệu về thị trường và các nhà nhập khẩu Nhật Bản đối với các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam;

- + Cục xúc tiến thương mại(VIETRADE) cần phối hợp chặt chẽ với JETRO của Nhật Bản hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam thu thập và tìm kiếm các thông tin cần thiết về thị trường Nhật Bản, các nhà nhập khẩu Nhật Bản, các sản phẩm tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản;

- + Cần tăng cường vai trò hỗ trợ và giúp đỡ của Tham tán thương mại Việt Nam tại Nhật Bản đối với việc cung cấp thông tin có phí cho các doanh nghiệp theo yêu cầu của doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường này.

- + Cần tranh thủ khai thác tối đa sự hỗ trợ và giúp đỡ của Sứ quán Nhật, JETRO, Trung tâm phát triển nguồn nhân lực và đại diện của các doanh nghiệp Nhật tại Việt Nam cho sự phát triển xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

Đối với việc tham gia hội chợ, triển lãm tại Nhật Bản: Cục xúc tiến thương mại cần công bố danh mục các hội chợ thương mại hàng năm tổ chức tại Nhật Bản cho các doanh nghiệp, đồng thời hướng dẫn các doanh nghiệp đăng ký tham gia và đề xuất mức hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ tại Nhật Bản.

Đối với việc tổ chức các đoàn tham quan, khảo sát thị trường Nhật Bản và đón tiếp các doanh nhân Nhật Bản tới Việt Nam: Cục xúc tiến thương mại là đơn vị đầu mối, phối hợp với các tổ chức hỗ trợ thương mại khác và các doanh nghiệp xây dựng kế hoạch và dự trù mức hỗ trợ kinh phí đoàn sang thị trường Nhật Bản

và đón tiếp đoàn Nhật Bản tại Việt Nam trong khuôn khổ kinh phí của chương trình XTTM trọng điểm quốc gia phát triển xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản.

Nhà nước hỗ trợ thực hiện các chương trình xúc tiến thiết kế mẫu mã sản phẩm cho xuất khẩu sang Nhật Bản. Ví dụ như Chương trình kiểm tra thiết kế nhằm hạn chế nạn ăn cắp thiết kế, vi phạm bản quyền; Chương trình triển lãm thiết kế hàng xuất khẩu Việt Nam sang Nhật Bản; Các chương trình XTXK hàng hoá kiểu dáng đẹp của Việt Nam... Những hỗ trợ của Nhà nước bao gồm cả việc hỗ trợ đào tạo nghệ nhân, các nhà tạo mẫu sản phẩm, tổ chức các cuộc thi chọn sản phẩm độc đáo cho xuất khẩu.

*Thứ tư, Nhà nước khuyến khích, hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực hoạt động ngoại thương và xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản cho doanh nghiệp.*

Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu sang Nhật Bản và các cơ quan chức năng quản lý hoạt động xuất khẩu sang Nhật Bản, cần thiết phải có cán bộ thành thạo về tiếng Nhật và tốt hơn nữa là được đào tạo mới hay đào tạo lại tại Nhật Bản một thời gian để có thể hiểu biết sâu sắc hơn về thị trường và người tiêu dùng Nhật Bản, qua đó mà hình thành nên hành vi ứng xử phù hợp với đặc điểm của thị trường Nhật để đảm bảo phát triển xuất khẩu hiệu quả sang thị trường này. Hỗ trợ và khuyến khích của Nhà nước đối với việc phát triển nguồn nhân lực xuất khẩu sang Nhật Bản có thể gồm:

- Các cơ quan hữu quan của Nhà nước nên nghiên cứu và tập hợp nhu cầu về đào tạo tiếng Nhật cho kinh doanh với thị trường Nhật Bản trong phạm vi cả nước và tham vấn cho các cơ sở đào tạo về quy mô, nội dung và phương pháp đào tạo về kinh doanh với thị trường Nhật Bản.

- Nhà nước sẽ áp dụng các biện pháp khuyến khích và hỗ trợ các hoạt động đào tạo nghề, đào tạo công nhân kỹ thuật cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu sang Nhật Bản, nhà nước cũng có thể đàm phán với Chính phủ Nhật Bản về một lượng ODA thích hợp cho việc phát triển lĩnh vực đào tạo nghề ở Việt Nam và gửi công nhân Việt Nam sang Nhật đào tạo nghề.

- Nhà nước tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham quan, khảo sát thị trường Nhật Bản, học hỏi kinh nghiệm quản lý kinh doanh của các nhà XK thành công.

- Khuyến khích nhà đầu tư Nhật Bản chuyển giao công nghệ và đào tạo quản lý cho các doanh nghiệp Việt Nam thông qua các hợp đồng thầu phụ và gia công.

- Khuyến khích các doanh nghiệp tự đào tạo thông qua các biện pháp chính sách về thuế, hỗ trợ tài chính xây dựng quỹ đào tạo ở doanh nghiệp.
- Khuyến khích các hình thức hợp tác đào tạo giữa các doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo nghề của cả khu vực nhà nước và tư nhân, cả trong nước và quốc tế.
- Thực hiện tốt các chương trình giáo dục cộng đồng, giáo dục hướng nghiệp, khôi phục và phát triển các làng nghề truyền thống... từ nguồn ODA của Nhật Bản.

## ***1.2 Các giải pháp mang tính vi mô***

***Thứ nhất, Doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược kinh doanh xuất khẩu lâu dài sang thị trường Nhật.*** Một chiến lược kinh doanh lâu dài cũng là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của bất kỳ một doanh nghiệp nào muốn phát triển hoạt động kinh doanh quốc tế. Vì vậy, các doanh nghiệp đang xuất khẩu hoặc sẽ xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản cần hoạch định một chiến lược rõ ràng đối với việc thâm nhập hay duy trì và mở rộng thị phần ở thị trường này.

Thực chất của việc xây dựng chiến lược xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản đối với một doanh nghiệp là việc xây dựng chiến lược marketing quốc tế của doanh nghiệp với thị trường Nhật Bản. Trong đó, các doanh nghiệp mới xuất khẩu sang thị trường Nhật, cần có chiến lược marketing xuất khẩu đối với thị trường này, còn các doanh nghiệp đã có quan hệ làm ăn lâu dài với thị trường Nhật thì có thể nghĩ tới các chiến lược liên doanh, hợp tác đầu tư và mua bán bản quyền, sáng chế với phía đối tác Nhật Bản. Việc hoạch định chiến lược xuất khẩu sản phẩm sang thị trường Nhật có thể được tiến hành bởi một **Hội đồng tư vấn xuất khẩu** có đủ năng lực thuộc doanh nghiệp hay thuê ngoài. Hội đồng tư vấn sẽ tiến hành các nghiên cứu, phân tích về thị trường Nhật bản dựa trên các ma trận SWOT (phân tích điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức của từng thị trường trọng điểm đối với sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp). Chiến lược xuất khẩu sang Nhật Bản cần đạt được sự nhất trí của toàn thể ban lãnh đạo chủ chốt của doanh nghiệp, có như vậy việc thực hiện chiến lược mới có thể vượt qua được những khó khăn ban đầu và mới đảm bảo được yêu cầu tài chính cho thực hiện chiến lược xuất khẩu.

***Thứ hai, huy động và sử dụng vốn của doanh nghiệp.*** Để giải quyết vấn đề huy động và sử dụng vốn, một mặt, doanh nghiệp cần kiến nghị với Nhà nước sửa đổi, điều chỉnh những chính sách, cơ chế về tài chính tiền tệ đã lỗi thời gây ách tắc cản trở hoạt động kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp, mặt khác doanh nghiệp cần

chủ động tìm cách tháo gỡ. Để khắc phục khó khăn về vốn, doanh nghiệp có thể áp dụng các biện pháp sau:

- Doanh nghiệp tự huy động vốn bằng cách:

+ Tiến hành cổ phần hoá doanh nghiệp để phát hành rộng rãi cổ phiếu thông qua thị trường chứng khoán. Thị trường chứng khoán là nơi để doanh nghiệp tham gia quá trình tích tụ và tập trung vốn có hiệu quả cao, đảm bảo kịp thời nguồn vốn cho nhu cầu mở rộng sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp

+ Huy động vốn của cán bộ, công nhân viên trong nội bộ doanh nghiệp dưới hình thức vay ngắn hạn hoặc dài hạn với lãi suất khuyến khích. Đồng thời, ấn định một mức đóng góp hợp lý bằng tiền từ lực lượng lao động mới đã đủ tiêu chuẩn được tuyển dụng vào doanh nghiệp như là một khoản thế chấp bảo đảm.

+ Khuyến khích cá nhân, tổ chức, kể cả ngân hàng trong và ngoài nước, Việt kiều ở nước ngoài bỏ vốn đầu tư dưới hình thức liên doanh liên kết, đóng góp cổ phần hoặc đầu tư trực tiếp thông qua các dự án đầu tư mở rộng xuất khẩu sang Nhật Bản hứa hẹn mang lại hiệu quả cao. Đây là nguồn vốn tiềm ẩn lớn ở ngoài xã hội mà doanh nghiệp cần huy động tối đa cho sự phát triển thời gian trước mắt.

- Tích lũy vốn từ lợi nhuận và khấu hao: Doanh nghiệp tồn tại phát triển được nhờ hoạt động kinh doanh có lợi nhuận. Vì vậy, việc phân bổ lợi nhuận cần phải được doanh nghiệp giành tỷ lệ lớn vào việc tăng vốn lưu động trong thời gian đầu và ở mức nhất định vào

những năm sau. Việc chuyển một phần lợi nhuận sang làm vốn đầu tư tái sản xuất mở rộng là con đường tích lũy vốn, tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Sử dụng vốn: Việc huy động vốn phải đi đôi với nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, vì vậy doanh nghiệp xuất khẩu phải tính toán kỹ chu kỳ quay của vốn, tính toán các khâu tác nghiệp sát hợp tăng nhanh vòng quay vốn kịp huy động vốn cho các thương vụ tiếp theo. Theo tính toán của các chuyên gia nước ngoài, thì doanh nghiệp nào bỏ vốn ra trong một thương vụ xuất khẩu với khoảng thời gian 3 tháng mà thu về 5% lãi ròng trở lên là đạt hiệu quả về sử dụng vốn. Doanh nghiệp phải có kế hoạch sử dụng vốn hợp lý nhất theo thứ tự:

+ Ưu tiên vốn lưu động cho sản xuất kinh doanh, cụ thể là thoả mãn nhu cầu vốn mua nguyên nhiên liệu, vốn hàng hoá, các chi phí cho khâu tiêu thụ và tiếp thị...

+ Vốn cố định: ưu tiên cho việc đầu tư đổi mới công nghệ, trang thiết bị phục vụ cho làm việc và sản xuất, chế biến xuất khẩu.

+ Tiết kiệm các chi phí trong quá trình sản xuất- lưu thông, chi phí văn phòng và tiệc tùng.

*Thứ ba, giải pháp về phát triển nguồn nhân lực để xuất khẩu sang Nhật.* Phát triển nguồn nhân lực được xem là nhiệm vụ trọng tâm, thường xuyên và lâu dài của doanh nghiệp. Yếu tố con người quyết định tất cả vì vậy đầu tư cho đào tạo phát triển nguồn nhân lực và sử dụng hiệu quả lao động chính là đảm bảo cho phát triển bền vững cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Để phát triển nguồn nhân lực của mình các doanh nghiệp nên thực hiện các biện pháp sau:

Mỗi doanh nghiệp cần thành lập hoặc củng cố bộ phận tổ chức nhân sự đủ mạnh nghĩa là lựa chọn người đủ đức, tài và ưu tiên đãi ngộ cao cho công tác tổ chức nhân sự.

Công tác quy hoạch đề bạt cán bộ và đánh giá phân loại cán bộ phải được làm công khai, dân chủ, thường xuyên trên cơ sở xây dựng các tiêu chuẩn cán bộ và phải gắn chặt với mục tiêu chiến lược kinh doanh - cạnh tranh của doanh nghiệp theo các nội dung chủ yếu sau:

+ Xác định nhu cầu đào tạo: căn cứ vào tầm quan trọng và vị trí mỗi công việc, nhu cầu hiện tại và trong tương lai của từng loại hình nghiệp vụ hoặc kỹ thuật nghề nghiệp.

+ Lựa chọn nhân sự để có kế hoạch đào tạo: chọn đối tượng để đào tạo nâng cao trình độ quản trị để trở thành nhà lãnh đạo các cấp của doanh nghiệp. Chọn đối tượng cho đào tạo bồi dưỡng trở thành chuyên gia ở từng lĩnh vực hoặc bổ sung kiến thức, tay nghề chung. Để đảm bảo tốt việc này, doanh nghiệp phải công khai các tiêu chuẩn tuyển chọn cán bộ.

+ Phương pháp và hình thức đào tạo:

Kết hợp đa dạng các hình thức đào tạo: đào tạo tại chỗ, đào tạo dài hạn, đào tạo ngắn hạn theo hình thức chính quy, tại chức, tập trung, không tập trung; đào tạo từ xa; đào tạo lại.

Vận dụng các phương pháp đa dạng và tiên tiến trong đào tạo: chủ động hợp tác với các trường đại học, các cơ sở đào tạo, cơ sở dạy nghề, các viện nghiên cứu

và cá nhân các nhà khoa học trong và ngoài nước để mở rộng các khoá đào tạo thích hợp.

Thành lập quỹ đào tạo bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực bằng cách trích từ phúc lợi doanh nghiệp hoặc từ nguồn vốn đầu tư phát triển doanh nghiệp. Phối hợp với các doanh nghiệp bạn, các hiệp hội ngành nghề tạo quỹ chung cho đào tạo phát triển nguồn nhân lực, sử dụng lao động dưới sự bảo trợ của nhà nước.

Sử dụng lao động đúng vị trí, đúng chuyên môn nghề nghiệp và có chế độ đãi ngộ thoả đáng cho người có đóng góp xây dựng doanh nghiệp, người có năng suất và hiệu quả lao động cao trên cơ sở xây dựng các chỉ tiêu khoán đến từng người lao động. Bên cạnh đó, có chính sách minh bạch giải quyết lao động dư thừa.

**Thứ tư, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm xuất khẩu.** Mỗi doanh nghiệp phải xây dựng thương hiệu riêng cho sản phẩm của mình. Xây dựng được thương hiệu nổi tiếng góp phần tạo dựng uy tín doanh nghiệp, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng hoá và doanh nghiệp Việt Nam. Để xây dựng và quảng bá thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường Nhật Bản, doanh nghiệp Việt Nam cần:

- Đăng ký hoàn tất thủ tục về sở hữu trí tuệ và bản quyền nhãn mác hàng hoá tại cơ quan có thẩm quyền ở Việt Nam (Cục sở hữu trí tuệ- Bộ Khoa học và công nghệ)

- Yêu cầu Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam hướng dẫn, giúp đỡ và hỗ trợ để đăng ký bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp tại thị trường Nhật Bản;

- Nghiên cứu luật về quảng bá sản phẩm của Nhật Bản và áp dụng các hình thức quảng bá, xúc tiến thương hiệu theo đúng quy định của luật pháp nước này;

- Nghiên cứu kỹ nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng Nhật bản để đưa ra và quảng bá các thương hiệu phù hợp nhằm tạo ấn tượng mạnh mẽ cho người Nhật về những nét độc đáo của sản phẩm và thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam;

- Tìm kiếm sự hỗ trợ và giúp đỡ của Đại sứ, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản, các tổ chức quốc tế để thu xếp ổn thoả các tranh chấp về thương hiệu trên thị trường Nhật.

Bên cạnh đó để có một thương hiệu tốt, được người tiêu dùng Nhật Bản công nhận không thể không nhắc tới vai trò của chất lượng hàng hoá. Các doanh nghiệp cần phải duy trì chất lượng hàng hoá ổn định, đáp ứng được các yêu cầu về an toàn vệ

sinh của Nhật Bản bởi hệ thống an toàn vệ sinh thực phẩm cùng với các hệ thống bảo vệ sức khoẻ người tiêu dùng của đất nước mặt trời mọc này hết sức nghiêm ngặt. Cần tránh tình trạng thiên về số lượng mà quên mất vai trò của chất lượng bởi xây dựng được thương hiệu là một công việc hết sức khó khăn nhưng chỉ cần một sơ suất nhỏ doanh nghiệp có thể dễ dàng mất toàn bộ thị trường mà doanh nghiệp đã dày công xây dựng như trường hợp xuất khẩu cá mực của Việt Nam sang thị trường Nhật trong thời gian vừa qua.

*Thứ năm, Xây dựng văn hoá trong kinh doanh xuất khẩu sang Nhật:* Thực hiện được nền nếp văn hoá kinh doanh chính là góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp Việt Nam muốn xuất khẩu thành công sang Nhật Bản cần đặc biệt chú trọng xây dựng văn hoá kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần giáo dục, rèn luyện về hành vi ứng xử, phong cách, lễ nghi cho cán bộ trong giao tiếp, đàm phán với phương châm lấy chữ tín làm đầu và là nguyên tắc kinh doanh, xây dựng tác phong và thói quen kinh doanh mang tính chuyên nghiệp để gây dựng và duy trì lòng tin của khách hàng Nhật đối với doanh nghiệp. Ngoài ra, để có thể đứng vững trên thị trường Nhật Bản, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần phải tạo được một hình ảnh đáng tin cậy cho các sản phẩm xuất khẩu, thiện chí muốn thiết lập quan hệ hợp tác làm ăn lâu dài và nên chứng tỏ cho đối tác Nhật Bản thấy rằng những mặt hàng xuất khẩu của họ sang Nhật rất có tiềm năng vì đã có sự nghiên cứu kỹ về thị trường, thị hiếu tiêu dùng, có khả năng đáp ứng các đơn hàng lớn một cách hoàn hảo và nhanh chóng cũng như thoả mãn được các đòi hỏi khác về sản phẩm và nhu cầu thực tế của thị trường Nhật Bản.

## **2. Các giải pháp trong lĩnh vực đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam**

*Một là,* Xây dựng và triển khai hiệu quả các dự án kêu gọi vốn đầu tư: để xây dựng tính minh bạch, ổn định và dự đoán trước, đồng thời tạo thuận lợi cho các nhà đầu tư trong việc lựa chọn cơ hội đầu tư, cần nâng cao chất lượng xây dựng quy định và các danh mục dự án gọi vốn đầu tư. Điều này làm cơ sở thực hiện chương trình vận động đầu tư. Những thông tin về mục tiêu, địa điểm, hình thức, đối tác thực hiện dự án trong danh mục phải có độ chính xác và tin cậy cao. Căn cứ vào danh mục dự án kêu gọi đầu tư, chuẩn bị kỹ một số dự án quan trọng chọn mời một số những tập đoàn lớn trong ngành, lĩnh vực quan trọng vào để đàm phán, tham gia đầu tư vào dự án. Tập trung kêu gọi đầu tư vào những lĩnh vực mà các nhà đầu tư Nhật Bản có tiềm



năng như các dịch vụ có hàm lượng trí tuệ, chất xám cao, giá trị gia tăng lớn như tài chính, ngân hàng, tư vấn thiết kế kỹ thuật...), các dự án sử dụng công nghệ cao và nhân công có chuyên môn cao; các dự án phát triển địa ốc, chỉnh trang đô thị... Để làm được điều này các bộ, ngành, các địa phương phải phối hợp với nhau để xây dựng chiến lược phát triển và quy hoạch cho từng ngành cho từng địa phương trên cơ sở đó xây dựng chiến lược thu hút FDI. Trước mắt cần rà soát, điều chỉnh quy hoạch ngành, địa phương theo hướng xoá bỏ độc quyền và bảo hộ sản xuất trong nước, tạo điều kiện cho khu vực FDI tham gia nhiều hơn vào phát triển các ngành, các lĩnh vực đặc biệt là các lĩnh vực công nghệ cao

*Hai là*, cần tích cực cải thiện môi trường đầu tư trong nước. Trước mắt cần hướng vào giải quyết các vấn đề sau:

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống luật pháp, chính sách về thu hút FDI, hình thành một mặt bằng pháp lý chung cho đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài, đảm bảo tính minh bạch, dễ hiểu và phù hợp với yêu cầu hội nhập nền kinh tế. Trước hết cần phải rà soát lại toàn bộ các văn bản pháp luật về đầu tư nhằm đảm bảo tính thống nhất không bị chòng chéo trong việc ưu đãi đầu tư; nới lỏng tỷ lệ lao động nước ngoài trong các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực công nghệ cao, giáo dục đào tạo, cơ sở khám, chữa bệnh.

- Thực hiện tốt luật “ Phòng chống tham nhũng” hiện hành. Trong điều kiện nước ta, có thể nói tham nhũng là một “quốc nạn”, đó là một trong những nguyên nhân làm cho các công việc liên quan tới đầu tư bị chậm trễ. Thói quen và tâm lý tham nhũng sẽ làm cho người lao động không tích cực làm việc, gian lận về thời gian... Điều đó gây ra những bất ổn cho vốn đầu tư của nhà đầu tư.

- Cần phối hợp giữa các bộ, ban, ngành trong việc thực hiện “ Luật đầu tư” và Luật doanh nghiệp mới sao cho hiệu quả. Bên cạnh đó, nhà nước cần hoàn thiện Luật sáng chế, Luật sở hữu trí tuệ bởi chỉ có vậy Việt Nam mới có thể thu hút được đầu tư vào các lĩnh vực đòi hỏi nhiều chất xám như công nghệ phần mềm. Đây được xem như là một phản ứng chiến lược đặt ra trước những thách thức ngày càng gia tăng trong quá trình quốc tế hóa và vai trò ngày càng quan trọng của sở hữu trí tuệ trong môi trường phát triển dựa trên trí thức.

*Ba là*, xây dựng các chính sách ưu đãi, khuyến khích về thuế, đất đai, ngoại hối cho vay vốn... có sức hấp dẫn thu hút vốn FDI của Nhật Bản vào các dự án công nghệ,

kỹ thuật cao, dịch vụ, du lịch và các chính sách hỗ trợ đối với các doanh nghiệp Nhật Bản chuyển đầu tư từ các nước trong khu vực sang Việt Nam

*Bốn là*, nghiên cứu chính sách, chiến lược, xu hướng đầu tư ra nước ngoài của Nhật Bản cũng như nghiên cứu kinh nghiệm thu hút vốn FDI của các quốc gia trong khu vực để làm cơ sở hoạch định chính sách thu hút FDI của Nhật Bản vào Việt Nam. Cần nhanh chóng thành lập văn phòng xúc tiến đầu tư tại Nhật Bản.

*Năm là*, khuyến khích việc cổ phần hóa các doanh nghiệp FDI để huy động vốn từ các tầng lớp dân cư và trên cơ sở đó giúp cho việc thâm nhập của Việt Nam trong việc quản lý và điều tiết đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài nói chung và của Nhật Bản nói riêng. Điều này cũng góp phần nâng cao dần tư duy kinh tế cũng như trình độ quản lý của các nhà đầu tư Việt Nam. Coi trọng việc liên doanh giữa các doanh nghiệp FDI với các doanh nghiệp trong nước và cần có những quy định cụ thể hơn đối với trường hợp người nước ngoài mua cổ phiếu, trái phiếu của các doanh nghiệp trong nước. Cần đa dạng hóa việc thu hút vốn đầu tư như việc áp dụng rộng rãi mô hình các công ty được tổ chức theo mô hình tập đoàn, thực hiện việc mua bán, sáp nhập các doanh nghiệp. Điều đó sẽ góp phần tăng thêm sự hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài

### **3. Các giải pháp nhằm thúc đẩy hỗ trợ phát triển chính thức của Nhật Bản cho Việt Nam**

#### **3.1. Hoàn thiện môi trường pháp lý**

Để nâng cao khả năng thu hút hợp lý và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn ODA nói chung và ODA của Nhật Bản nói riêng, ngoài việc cần phải có một chiến lược thu hút và sử dụng vốn rõ ràng theo mục tiêu phát triển kinh tế từng thời kỳ, cần thiết phải có hệ thống các chính sách và luật pháp hoàn chỉnh nhằm tạo ra một môi trường đầu tư thuận lợi cho các hoạt động thu hút và sử dụng nguồn lực này.

Ngày 21/8 vừa qua Bộ xây dựng đã ra quyết định số 24/2006/QĐ- BXD về việc ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức( ODA) áp dụng cho tất cả các đơn vị thuộc Bộ xây dựng trong việc vận động, tiếp nhận và sử dụng nguồn vốn này. Theo đó mọi hoạt động vận động, tiếp nhận, quản lý và sử dụng vốn ODA phải đi đôi với nâng cao hiệu quả sử dụng và khả năng trả nợ, phù hợp với khả năng tiếp nhận của các đơn vị thực hiện. Các dự án ODA phải được phân định rõ trách nhiệm, đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị và phát huy

tính chủ động của đơn vị thực hiện chương trình, dự án. Bộ Xây dựng thống nhất quản lý chương trình, dự án do các đơn vị thuộc Bộ thực hiện. Tuy nhiên việc áp dụng quyết định này vào thực tế mới là vấn đề cần quan tâm. Sau khi bị chỉ trích trước vụ PMU18 rút lõi công trình, thay cọc sắt thành cọc tre làm tuyến đường Nội Bài- Bắc Ninh vừa xây đã có dấu hiệu nứt, nhiều người Nhật Bản đã tỏ ra nghi ngờ về hiệu quả của các dự án ODA tại Việt Nam. Quyết định này ra đời đúng thời điểm nhằm chấn chỉnh lại việc quản lý, sử dụng ODA một cách thiếu hệ thống của Việt Nam. Theo đó quyết định có chỉ rõ những chương trình, dự án được ưu tiên nhận nguồn vốn ODA không hoàn lại đó là: chương trình xây dựng chiến lược, định hướng xây dựng ngành xây dựng, nâng cao năng lực thể chế; quy hoạch và phát triển đô thị; hỗ trợ nghiên cứu và chuyển giao công nghệ mới. ODA vay ưu đãi được ưu tiên cho các chương trình thuộc lĩnh vực xử lý nước thải, xử lý chất thải rắn; vệ sinh môi trường; cấp nước, thoát nước, nâng cấp và phát triển đô thị, nhà ở cho người có thu nhập thấp, các chương trình dự án có quy mô lớn, thu hồi vốn chậm và các dự án chuyển giao công nghệ mới tiên tiến. Những quy định trong quyết định này góp phần cụ thể hoá trình tự và thủ tục thực hiện các chương trình, dự án ODA nhằm giúp các chủ dự án nắm bắt được từ đầu đối với các yêu cầu về chuẩn bị dự án, phương thức và điều kiện tài trợ, thủ tục và trình tự thực hiện các khâu trong chương trình, dự án đầu tư, quy trình giải ngân và cơ chế tài chính

Bên cạnh đó Nhà nước cần xây dựng cơ chế tạo nguồn vốn dự phòng trong ngân sách nhà nước dành riêng cho dự án ODA nhằm đáp ứng kịp thời nguồn vốn đối ứng cho việc chuẩn bị dự án, giảm bớt tính bị động trong điều hành vốn đối ứng. Đồng thời nên có những quy định về mức chi tiêu vốn đối ứng cho các dự án ODA hợp lý để đảm bảo tính đồng bộ, phù hợp với yêu cầu về chất lượng của dự án. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các dự án đòi hỏi trình độ kỹ thuật cao.

Ngoài ra nhà nước cũng cần phải nghiên cứu và ban hành quy chế thu hồi vốn trực tiếp và hoàn trả một phần vốn vay nước ngoài từ nguồn thu phí từ một số công trình công cộng như giao thông cấp thoát nước, y tế... để nâng cao trách nhiệm quản lý sử dụng vốn và giảm một phần gánh nặng nợ nước ngoài cho ngân sách nhà nước.

### **3.2. Nâng cao chất lượng quy hoạch và sử dụng vốn ODA**

Việc đổi mới và nâng cao quy hoạch huy động và sử dụng vốn ODA là nhằm mục đích khắc phục tình trạng trùng lặp, chồng chéo của các chương trình, dự án gây

lãng phí nguồn lực và hạn chế hiệu quả sử dụng vốn. Đồng thời quy hoạch giúp nhà tài trợ có được thông tin ổn định về nhu cầu vốn, chính sách ưu tiên cũng như danh mục các chương trình, dự án cụ thể kêu gọi tài trợ bằng nguồn vốn ODA hàng năm và qua các thời kỳ. Các nội dung chính của công tác quy hoạch:

- Quy hoạch cần hướng việc huy động theo từng nước, từng tổ chức tài trợ trên cơ sở dự báo mức huy động, cơ cấu và điều kiện tài trợ để xác định khả năng huy động ODA thực hiện cho hàng năm và thời kỳ, từ đó đảm bảo sự cân đối với các nguồn lực khác cũng như với khả năng hấp thu của nền kinh tế. Trong quá trình huy động vốn cần xuất phát từ lợi ích quốc gia và hiệu quả đầu tư cho các chương trình, dự án cũng như cho các lĩnh vực. Xây dựng các tiêu chí cơ bản của quy hoạch sử dụng vốn để khi thực hiện đáp ứng được những yêu cầu và định hướng đầu tư. Trong trường hợp các nguồn tài trợ không đạt được yếu tố ưu đãi cao, có nhiều ràng buộc bất lợi và không đáp ứng được các mục tiêu phát triển kinh tế- xã hội đất nước thì không nên tiếp nhận.

- Quy hoạch sử dụng vốn ODA theo định hướng thúc đẩy tăng trưởng, xoá đói giảm nghèo và nhằm vào các mục tiêu xã hội khác. Tăng trưởng thu nhập, xoá đói giảm nghèo cho phép người dân cải thiện đời sống, sức khoẻ nâng cao trình độ học vấn. Tuy nhiên quá trình tăng trưởng cũng đi kèm với nó là những mặt tiêu cực như làm tăng khoảng cách giàu nghèo, ô nhiễm môi trường... Vì vậy, thách thức đối với một quốc gia đang ở phát triển độ phát triển tương đối thấp như nước ta là sự lựa chọn giữa tăng trưởng nhanh mà đi kèm theo đó là những vấn đề xã hội bức xúc hoặc là chú trọng giải quyết các vấn đề xã hội và đảm bảo công bằng nhưng tăng trưởng chậm hơn. Vì vậy việc xây dựng kế hoạch phải dựa trên cơ sở định hướng phát triển ngành, vùng lãnh thổ trong từng giai đoạn.

- Tổ chức thực hiện và theo dõi quy hoạch một cách hiệu quả, đảm bảo trong quá trình thực hiện phải theo đúng các mục tiêu ưu tiên và kế hoạch huy động và sử dụng vốn trung hạn đã đề ra. Công tác lựa chọn các chương trình và dự án sử dụng vốn không chỉ có hiệu quả về mặt kinh tế- tài chính mà còn phải xét tới khía cạnh tác động lên nghĩa vụ nợ phải trả lên ngân sách nhà nước và danh mục trả nợ của quốc gia.

### ***3.3. Tăng cường hiệu lực quản lý, điều hành và thực hiện chương trình, dự án***

Để đáp ứng được các yêu cầu quản lý kinh tế trong tình hình mới, sớm khắc phục những bất hợp lý trong tổ chức quản lý và điều hành của các cơ quan tham gia vào chương trình huy động và sử dụng vốn ODA đặc biệt trong các khâu lựa chọn, thẩm định, phê duyệt dự án, tổ chức đấu thầu và phê duyệt các hợp đồng thiết kế, xây lắp và mua sắm thiết bị... cần triển khai một số bước sau:

- Nâng cao chất lượng và hiệu lực quản lý nhà nước về ODA. Thống nhất công tác quản lý tài chính đối với các nguồn vốn ODA của Chính phủ vào một đầu mối theo dõi, quản lý và tổng hợp tình hình hiệu quả sử dụng vốn theo đúng quy định của Luật Ngân sách nhà nước. Nhà nước giám sát quản lý trên phương diện vĩ mô các hoạt động của chủ đầu tư. Nâng cao tính tự chủ và trách nhiệm của chủ đầu tư từ đó chủ đầu tư phải thực hiện quy trình thẩm định dự án đầy đủ và chặt chẽ bao gồm thẩm định tài liệu kỹ thuật, tài chính, năng lực quản lý, trình độ chuyên môn của các nhà thầu. Quy trình huy động vốn cho các dự án, chương trình phải căn cứ trên các cơ sở sau:

+ Tất cả các đơn vị đăng ký sử dụng vốn phải thực hiện tốt các khâu của quy trình dự án: lựa chọn, lập hồ sơ dự án, thẩm định, phê duyệt, tổ chức triển khai... đồng thời phải tính toán đầy đủ các khía cạnh liên quan đến chất lượng và hiệu quả sử dụng vốn dự án đặc biệt là khả năng trả nợ, tính bền vững dự án trong quá trình phát triển và chịu trách nhiệm trước pháp luật về kết quả sử dụng vốn của mình.

+ Thực hiện tốt công tác thẩm định để lựa chọn được các dự án thực sự có hiệu quả kinh tế và xã hội, đồng thời tăng cường trách nhiệm của cơ quan thẩm định và cơ quan thực hiện dự án, tránh tình trạng khi dự án đi vào hoạt động kém hiệu quả lại xin gia hạn trả nợ hoặc chuyển trách nhiệm trả nợ cho ngân sách nhà nước. Trên cơ sở đó đơn giản hoá thủ tục phê duyệt và đẩy nhanh tiến độ thực hiện dự án.

+ Báo cáo nghiên cứu khả thi là cơ sở để đàm phán, ký kết Hiệp định vay vốn ưu đãi cho dự án. Do vậy chỉ ký kết Hiệp định dự án khi Báo cáo nghiên cứu khả thi đã được phê duyệt như vậy vừa đảm bảo việc triển khai dự án tuân thủ các quyết định đầu tư vừa tránh tình trạng dự án phải trả phí cam kết khổng.

+ Phải đưa kế hoạch giải phóng mặt bằng và tái định cư vào kế hoạch thực hiện dự án và coi đó là điều kiện trong quá trình thẩm định. Đây là giải pháp đặc biệt có ý nghĩa đối với các dự án liên quan tới xây dựng cơ sở hạ tầng

+ Thực hiện tốt công tác quản lý tài chính nhà nước đối với nguồn vốn ODA, chống tình trạng bố trí sử dụng dàn trải, xác định rõ ngay từ đầu những dự án phải vay lãi và trả nợ cho Chính phủ và những dự án được ngân sách nhà nước cấp để làm căn cứ xây dựng dự án, tháo gỡ những vướng mắc để đẩy nhanh tốc độ giải ngân và thanh toán vốn kịp thời cho các chủ dự án. Cơ chế tài chính phải được xem xét và quyết định cụ thể khi duyệt báo cáo nghiên cứu khả thi và nêu rõ trong quyết định đầu tư dự án.

- Tiếp tục đơn giản hoá thủ tục hành chính, công khai quy trình, thời gian, trách nhiệm xử lý các thủ tục liên quan đến thực hiện các chương trình, các dự án sử dụng nguồn ODA.

- Tăng cường công tác theo dõi và đánh giá dự án. Trên thực tế đây là khâu yếu nhất và chưa có quy định cụ thể trong các văn bản pháp quy hiện hành. Do đó trong thời gian tới cần tăng cường năng lực theo dõi và đánh giá dự án.

### ***3.4. Tăng cường năng lực cán bộ quản lý và thực hiện dự án***

Tăng cường năng lực và trình độ cho cán bộ tham gia hoạch định chính sách vĩ mô về quản lý nhà nước đối với chương trình, dự án sử dụng vốn ODA. Điều này góp phần quan trọng để đảm bảo sự ổn định và có hiệu quả của các chính sách, quyết định được ban hành.

Trình độ quản lý của chủ dự án, giám đốc dự án ở nhiều nơi còn yếu kém, nhiều dự án được thực hiện ở địa phương nhưng cán bộ địa phương không đáp ứng được các yêu cầu thực tế. Do đó bên cạnh việc đào tạo để nâng cao năng lực, trình độ cán bộ cũng cần phải thể chế hóa yêu cầu về năng lực, trình độ của nhân sự trong các Ban quản lý dự án để có thể lựa chọn được những cán bộ phù hợp với từng vị trí.

Các ban quản lý dự án cần chú trọng hơn tới hình thức đào tạo tại chỗ, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ thông thạo nghiệp vụ, pháp luật, trình độ ngoại ngữ, trình độ quản lý. Trao đổi cán bộ giữa các ban quản lý dự án trong cùng một lĩnh vực cũng là một mô hình tốt để học hỏi, nâng cao trình độ.

## KẾT LUẬN

Quan hệ Việt Nam- Nhật Bản nói chung và quan hệ kinh tế nói riêng đang trong thời kỳ có nhiều yếu tố thuận lợi. Quá trình toàn cầu hoá và khu vực hoá đang gia tăng được xem là động lực quan trọng thúc đẩy các quan hệ kinh tế giữa các quốc gia trong đó có quan hệ Việt Nam- Nhật Bản. Quá trình trên gia tăng đặt ra cơ hội về thương mại và đầu tư cho mỗi nền kinh tế qua đó thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Đáng chú ý là quá trình cải cách chuyển sang nền kinh tế tri thức của Nhật Bản cũng như quá trình đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở Việt Nam cho phép hai quốc gia bổ sung cho nhau trong việc đảm bảo nhu cầu của sản xuất và đời sống dân sinh. Đây cũng là cơ sở khách quan cho việc gia tăng quan hệ kinh tế- thương mại song phương Việt- Nhật.

Quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trong những năm gần đây có sự chuyển biến tích cực sau những tác động của sự suy thoái kinh tế toàn cầu của thế giới nói chung và của Nhật Bản nói riêng. Kể từ năm 2004, khi nền kinh tế Nhật Bản có dấu hiệu phục hồi với mức tăng trưởng GDP đạt 2,7% bức tranh kinh tế giữa hai nước đã có những biểu hiện lạc quan mới. Trong lĩnh vực thương mại, lần đầu tiên kim ngạch thương mại hai nước đạt tới con số 8,5 tỷ USD vào năm 2005 trong đó các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam là thuỷ sản, dệt may, dầu thô và gần đây xuất hiện sản phẩm gia công phần mềm. Trong lĩnh vực đầu tư, trong suốt 3 năm qua Việt Nam luôn giữ vững là thị trường đầu tư tiềm năng của Nhật Bản, đứng thứ 4 sau Trung Quốc, Ấn Độ và Thái Lan. Ngày càng có nhiều nhà đầu tư Nhật Bản lựa chọn Việt Nam là điểm đến của các cơ sở sản xuất. Theo các nhà kinh tế trong những năm tới đầu tư của các công ty Nhật Bản vào Việt Nam sẽ tăng do những bất ổn về đồng nhân dân tệ tăng giá cũng như những cuộc biểu tình chống Nhật từ thị trường Trung Quốc. Trong lĩnh vực ODA, ODA của Nhật Bản đối với Việt Nam tiếp tục gia tăng vững chắc. Hiện nay Nhật Bản đứng đầu trong danh sách các quốc gia và các tổ chức quốc tế cung cấp ODA cho Việt Nam. Tính từ khi Nhật Bản nối lại viện trợ cho Việt Nam, từ năm 1992 tới năm 2005, tổng kim ngạch ODA đã lên

tới 11 tỷ USD trong đó đa phần là dưới hình thức hợp tác vốn vay với lãi suất thấp, thời gian hoàn trả dài. Nguồn vốn ODA của Nhật Bản đóng góp tích cực vào việc phát triển cơ sở hạ tầng phù hợp với yêu cầu phát triển của Việt Nam.

Để mối quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản có thể phát triển mạnh mẽ hơn trong những năm tới đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng từ phía Nhà nước và doanh nghiệp của cả hai quốc gia. Một mặt, nhà nước Việt Nam cần tiếp tục điều chỉnh cơ cấu kinh tế và xây dựng chiến lược kinh tế đối ngoại phù hợp với điều kiện mới và nhất là trong quan hệ kinh tế với Nhật Bản. Mặt khác cần tiếp tục tìm kiếm những hình thức hợp tác phù hợp với nhu cầu, khả năng và lợi ích của cả hai phía.

Trong phạm vi và thời gian nghiên cứu còn hạn hẹp, bài khóa luận “*Quan hệ kinh tế- thương mại Việt Nam- Nhật Bản trong bối cảnh quốc tế mới: thực trạng và giải pháp*” chắc chắn không thể tránh khỏi những hạn chế nhất định. Vì vậy, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của các Thầy cô và các bạn sinh viên của trường Đại học Ngoại thương để tiếp tục hoàn thiện đề tài.

Em xin chân thành cảm ơn !



## **BẢNG CHỮ VIẾT TẮT**

ACFTA	Khu vực thương mại tự do ASEAN- Trung Quốc
AIA	Hiệp định khu vực đầu tư ASEAN
APEC	Hội Nghị kinh tế các quốc gia Châu á- Thái Bình Dương
EAEG	Nhóm kinh tế Đông á
EU	Liên minh Châu Âu
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng kim ngạch quốc nội
JACEP	Quan hệ đối tác kinh tế gần gũi hơn
JAIF	Quỹ hội nhập Nhật Bản- ASEAN
JAS	Tiêu chuẩn nông sản Nhật Bản
JBIC	Ngân hàng Hợp tác Quốc tế Nhật Bản
JETRO	Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản
JICA	Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản
JIS	Tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản
JISA	Hiệp hội dịch vụ Công nghệ thông tin Nhật Bản
KEIDAREN	Liên đoàn các tổ chức kinh tế Nhật Bản
METI	Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản
MFN	Quy chế tối huệ quốc
MHW	Bộ y tế và phúc lợi Nhật Bản
ODA	Hỗ trợ phát triển chính thức
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu tiếng Anh

1. JBIC(2005), *ODA performance in Vietnam*
2. JBIC(2005), *Survey Report of Overseas Performance by Japanese Manufacturing Companies, Result of JBIC FY 2005; 2004; 2003; 2002 Survey: Outlook for Japanese Foreign Direct Investment)*
3. JBIC(2005), *Operation by Region*
4. Ministry of Internal Affairs and Communications, Japan(2006), Statistics Bureau, *Japan in Figures 2006*
5. JBIC: *The medium- Term Strategy for Overseas Economic Cooperation Operations*, 2005.
6. Bryan B. Agherli( 1998), *Structural change in Japan- Macroeconomic impact and policy challenges*, IMF, Washington.
7. JETRO, *JETRO White paper on International Trade Japan, 2002, 2003, 2004, 2005.*
8. JBIC Institute(2005), *JBIC Review*

### Tài liệu tiếng Việt

1. Đỗ Đức Định(1996), *Quan hệ kinh tế Việt Nam và Nhật Bản đang phát triển*, NXB KHXH, Hà Nội.
2. Đỗ Hoài Nam, Võ Đại Lược( 2005), *Hướng tới cộng đồng kinh tế Đông á*, Nhà xuất Thế giới, trang 58,59, 69-71, Hà Nội
3. Đường Vinh Sường ( 2005), *Toàn cầu hoá kinh tế: Cơ hội và thách thức đối với các nước đang phát triển*, Nhà xuất bản Thế giới.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, *Kế hoạch sử dụng nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) giai đoạn 2001-2005.*
5. JBIC, *Hướng dẫn chuẩn bị các dự án vay vốn ODA của Nhật Bản*
6. Lê Văn Sang(2005), *Cục diện kinh tế thế giới hai thập niên đầu thế kỷ XXI*, Nhà xuất bản Thế giới, trang 211, 215, Hà Nội.

7. Trường đại học Khoa Học Xã Hội và Nhân Văn, Viện Quốc Tế( 2004), *Toàn cầu hoá và tác động tới sự hội nhập của Việt Nam*, Nhà xuất bản Thế giới.
8. Võ Đại Lược(2002), *Bối cảnh quốc tế và những xu hướng điều chỉnh chính sách phát triển kinh tế ở một số nước*.
9. Vũ Văn Hà( 2000), *Quan hệ kinh tế Việt Nam- Nhật Bản trong những năm 1990 và triển vọng*, NXB KHXH.
10. Vũ Văn Hà(2003): *Điều chỉnh cơ cấu kinh tế Nhật Bản trong bối cảnh toàn cầu hóa*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

**Báo, tạp chí:**

1. Anh Minh, *Chất lượng ODA*, Thời báo Kinh tế Sài Gòn, 5/10/2006.
2. Đặng Huân, *Bùng nổ phần mềm, Doanh nghiệp và thương hiệu*, tháng 6/ 2006, trang 30,31.
3. Hà Linh, *Đối tác bền vững Việt- Nhật*, Thời báo kinh tế Việt Nam, số 209, ngày 19/10/2006
4. Hiếu Long, *Việt Nam địa điểm đầu tư hiệu quả- Nhật Bản đánh giá cao môi trường kinh doanh và đầu tư tại Việt Nam*, Đầu Tư, ngày 16/10/2006.
5. Hoàng Hồ, *Ngành dệt may Việt Nam trước ngưỡng cửa hội nhập*, Tạp chí công nghiệp kỳ 1, tháng 9/2006
6. Lê Phong, *Hấp dẫn đầu tư với chi phí thấp*- Thời báo kinh tế Việt Nam , Số 194, ngày 28/09/2006.
7. Lam Sơn, *Làn sóng đầu tư từ Nhật Bản sẽ tăng mạnh*, Lao Động, số 287/2006, ngày 18/10/2006
8. Luận Thuỳ Dương, *Tiến trình xây dựng cộng đồng Đông á: Động lực và trở ngại*, Nghiên cứu Quốc tế, số 64, trang 29-31.
9. Mai Văn Bảo, *Kinh tế Đông Bắc á: Đặc điểm và xu hướng biến đổi, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á*, số 4(58), tháng 08/2005.
10. Minh Trí, *Ưu tiên cho lĩnh vực chế tạo: Doanh nghiệp Nhật Bản chuyển đổi cơ cấu vốn đầu tư*, Báo Đầu Tư, ngày 13/9/2006, trang 26.

11. Ngọc Doanh, *Vốn ODA của Nhật Bản phát huy tốt hiệu quả*, Đầu Tư, ngày 16/10/2006.
12. Nguyễn Duy Dũng, *ODA của Nhật Bản đối với các nước ASEAN: Hướng về nguồn lực con người*, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, số 3/ 2006
13. Nguyễn Hải Ngọc, *Nhật Bản mở rộng thị trường ở Việt Nam*, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, số 5(59), tháng 10/2005.
14. Nguyễn Thanh Đức, *Nhật Bản- Thị trường mở cho xuất khẩu hàng hóa may mặc của Việt Nam*, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, số 5(53)10-2004.
15. Nguyễn Xuân Thắng, *Nâng cao hiệu quả thu hút và sử dụng FDI của Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, Kinh Tế và Dự Báo, Số 3/2006.
16. Phương Liên, *Nhật Bản chuyển hướng đầu tư từ Trung Quốc sang Việt Nam*, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, số 5(59), tháng 10/2005.
17. Trần Anh Phương, *Góp phần đánh giá thực trạng quan hệ thương mại Việt Nam- Nhật Bản những năm 1990*, Những vấn đề kinh tế thế giới, số 5, tháng 10 năm 2000.
18. Trần Quang Minh, *Quan hệ thương mại Việt Nam- Nhật Bản: thành tựu vấn đề và giải pháp*, nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, số 59 tháng 10/2005.
19. Vân Anh, *Bước phát triển mới trong quan hệ Việt- Nhật*, Thời báo kinh tế Việt Nam, số 212, ngày 24/10/2006.
20. Vũ Văn Hà, *Vai trò của Nhật Bản đối với Đông Nam á nhìn từ triển vọng của sự điều chỉnh cơ cấu kinh tế Nhật Bản*, Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc á, Số 2(50), 4-2004.

**Website:**

Website của bộ Thương Mại Việt Nam: [www.mot.gov.vn](http://www.mot.gov.vn)

Website của bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam: [www.mpi.gov.vn](http://www.mpi.gov.vn)

Website của bộ Tài Chính Việt Nam: [www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn)

Website của bộ Ngoại Giao: [www.mofa.gov.vn](http://www.mofa.gov.vn)

Website của Trang thông tin Bộ Thương mại: [www.vinanet.com.vn](http://www.vinanet.com.vn)

Website của bộ Thủy sản Việt Nam: [www.fistenet.com.vn](http://www.fistenet.com.vn)

Website của bộ Công nghiệp: [www.moi.gov.vn](http://www.moi.gov.vn)

Website của bộ Ngoại thương Nhật Bản: [www.jetro.gov.jp](http://www.jetro.gov.jp)

Website của Hội đồng Ngoại thương Nhật Bản: [www.jftc.or.jp](http://www.jftc.or.jp)

Website của Phòng thương mại và công nghiệp Nhật Bản: [www.jcci.org.jp](http://www.jcci.org.jp)

Website của bộ Thống Kê Nhật Bản: [www.stat.go.jp/english](http://www.stat.go.jp/english)

Website của Ngân hàng hợp tác Quốc tế Nhật Bản: [www.jbic.gov.jp/english](http://www.jbic.gov.jp/english)

Website của Đại sứ quán Nhật Bản tại Việt Nam: [www.vn.emb-japan.go.j](http://www.vn.emb-japan.go.j)

Website của Trung tâm nghiên cứu Nhật Bản: [www.ncnb.org.vn](http://www.ncnb.org.vn)

Website của Báo Đầu tư: [www.vir.com](http://www.vir.com)

Website của Thời báo kinh tế Việt Nam : [www.vneconomy.com](http://www.vneconomy.com)