

**BỘ THƯƠNG MẠI**

**ĐỀ TÀI KHOA HỌC MÃ SỐ: 1998-78-131**

**ĐỀ TÀI**

**NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG LIÊN BANG NGÀ  
VÀ QUAN HỆ THƯƠNG MẠI  
VIỆT NAM - LIÊN BANG NGÀ**

**Cơ quan chủ trì thực hiện: Viện Nghiên cứu Thương mại  
Chủ nhiệm đề tài:**

# PHẦN MỞ ĐẦU

## 1. Sự cần thiết của đề tài:

Trong bối cảnh toàn cầu hoá của nền kinh tế thế giới và trong sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã xác định rõ vai trò của hoạt động kinh tế đối ngoại là động lực quan trọng để phát triển kinh tế đất nước. Nghị quyết TW số 01 của Bộ Chính Trị về mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh tế đối ngoại chỉ rõ cần phải "Đa phương hoá, đa dạng hoá các hoạt động kinh tế đối ngoại nhưng có trọng tâm, trọng điểm, khai thác lợi thế so sánh của ta và vận dụng xu thế phát triển của thế giới, tạo được nhiều thị trường ổn định, chú trọng những thị trường lớn".

Liên Xô cũ vốn là một thị trường chính, có quan hệ kinh tế thương mại từ lâu đời với Việt Nam. Tuy nhiên từ năm 1991 do những biến cố kinh tế, chính trị, Liên Xô bị tan rã. Liên bang Nga kế thừa tư cách pháp lý của Liên Xô cũ đứng trước muôn vàn khó khăn trong quá trình chuyển đổi kinh tế. Đồng thời cách thức buôn bán giữa hai nước Việt Nam- Liên bang Nga thay đổi hẳn, gây ra không ít khó khăn, làm cho quan hệ thương mại hai nước bị giảm hẳn. Từ chỗ buôn bán với Liên Xô có năm chiếm tới 70-80% kim ngạch ngoại thương của Việt Nam. Đến nay con số này chỉ còn khoảng trên dưới 2%. Việt Nam đã chuyển sang tập trung buôn bán với các nước trong khu vực. Nhưng thực tế buôn bán của Việt Nam với các nước châu Á cũng có nhiều trở ngại bởi cơ cấu xuất khẩu khá tương đồng. Cuộc khủng hoảng châu Á năm 1997 làm kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực này bị giảm sút hẳn.

Trong khi đó có thể khẳng định Liên bang Nga vẫn là một thị trường rộng lớn có nhiều tiềm năng để Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu và nhập khẩu, phát huy lợi thế so sánh của Việt Nam. Hơn nữa ít nhiều đây cũng là thị trường mà đã từng quen biết và thuận lợi hơn khi xâm nhập vào thị trường mới khác.

Vì vậy nghiên cứu thị trường Liên bang Nga và quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga để có những căn cứ khoa học cho việc hoạch định chính sách khôi phục và phát triển thương mại Việt - Nga là một vấn đề vừa có ý nghĩa quan trọng cấp bách, vừa có tầm chiến lược lâu dài. Đó là lý do cần thiết phải nghiên cứu đề tài này.

## 2. Mục tiêu của đề tài:

Nghiên cứu thị trường LB Nga và quan hệ thương mại Việt - Nga để xác định được những căn cứ khoa học cho việc đề ra các định hướng và chính sách cụ thể nhằm khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - LB Nga trong thời gian tới, góp phần đẩy mạnh sự nghiệp phát triển kinh tế của đất nước.

### **3. Đối tượng nghiên cứu:**

Đề tài nghiên cứu thị trường LB Nga ( tình hình phát triển kinh tế, xuất khẩu, nhập khẩu, các chính sách thương mại, những đặc điểm cơ bản của thị trường Nga ) trong mối liên quan với hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam, quan hệ thương mại Việt- Nga, đánh giá những thuận lợi, khó khăn đến quan hệ thương mại của hai nước, đánh giá khả năng cạnh tranh hàng hoá của Việt Nam trên thị trường Nga, dự báo triển vọng, từ đó có cơ sở cho việc định hướng và hoạch định chính sách phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước.

### **4. Phạm vi nghiên cứu:**

Đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng thị trường Nga, quan hệ thương mại Việt- Nga từ năm 1976 đến nay, triển vọng kinh tế Nga tới năm 2003 và triển vọng thương mại hai nước thời kỳ ngắn và trung hạn, triển vọng hợp tác của hai nước trong các lĩnh vực có ảnh hưởng tới thương mại.

### **5. Phương pháp nghiên cứu:**

Ban chủ nhiệm đề tài chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn, khai thác tài liệu từ các nguồn, kết hợp với tham khảo ý kiến của các chuyên gia trong nước ( Bộ Thương Mại và các cơ quan có liên quan) và chuyên gia nước ngoài thông qua các buổi tọa đàm trao đổi. Các phương pháp khác được sử dụng trong đề tài như phương pháp phân tích, so sánh, thống kê, dự báo.

### **6. Nội dung của đề tài:**

*Đề tài gồm 4 phần chính.*

**Phần thứ nhất:** Thực trạng thị trường LB Nga. Phần này tập trung nêu lên bối cảnh nền kinh tế Nga hiện nay, tình hình ngoại thương Nga, chính sách ngoại thương Nga, những đặc điểm nổi bật trên thị trường Nga hiện nay.

**Phần thứ hai:** Thực trạng quan hệ thương mại Việt Nam - LB Nga. Phần này tổng kết lại quan hệ thương mại Việt - Nga chủ yếu qua 2 giai đoạn: trước năm 1990; từ năm 1991 đến nay. Trong mỗi giai đoạn đề tài có đánh giá, tổng kết để có thể thấy được những thuận lợi giúp quan hệ thương mại hai nước trước đây phát triển, những khó khăn do cơ chế cũ để lại tác động đến thương mại hai nước trong giai đoạn hiện nay.

**Phần thứ ba:** Triển vọng phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - LB Nga. Phần này nêu những yếu tố tác động đến triển vọng quan hệ thương mại giữa hai nước và triển vọng thương mại giữa hai nước trong thời gian ngắn và trung hạn.

**Phần thứ tư:** Các giải pháp nhằm khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - LB Nga. Phần này đề tài nêu quan điểm định hướng phát triển quan hệ thương mại hai nước Việt - Nga và khuyến nghị về một số giải pháp nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại hai nước trong thời gian tới.

# PHẦN THỨ NHẤT

## THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG LIÊN BANG NGA

### I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA LIÊN BANG NGA:

Bắt đầu từ năm 1988, khi còn là một thành viên của Liên bang Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Xô viết cũ, đến khi có sự kiện Liên Xô tan rã tháng 12 năm 1991, và cho đến nay Liên bang Nga vẫn đang trong quá trình cải cách, chuyển đổi nền kinh tế từ kế hoạch tập trung sang kinh tế thị trường.

Trên thực tế, Liên bang Nga không có sự chuẩn bị cần thiết cho các cuộc cải cách nên đã không ứng phó kịp thời với những diễn biến bất lợi ở trong nước cũng như trên trường quốc tế trong những năm gần đây. Hậu quả là nền kinh tế luôn ở trong tình trạng khủng hoảng kể từ khi bắt đầu công cuộc cải cách.

- **Tăng trưởng kinh tế:**

Tăng trưởng kinh tế của Liên bang Nga trong giai đoạn 1991-1996 luôn ở con số âm, với mức suy giảm bình quân 6,9%/ năm. Năm 1992, năm đầu tiên của Liên bang Nga với tư cách là một quốc gia độc lập, khủng hoảng diễn ra trầm trọng nhất, GDP giảm tới 14,5% so với năm 1991. Nền kinh tế có vẻ như dần được củng cố vào những năm 1995, 1996 và có tăng trưởng chút ít vào năm 1997 (0,8%), lại lún sâu vào một “cuộc khủng hoảng kép” với mức tăng trưởng kinh tế âm 4,6% năm 1998. Sang năm 1999 nền kinh tế Nga phát triển khá hơn với mức suy giảm kinh tế ước tính chỉ còn -1%.

**Bảng 1: Tăng trưởng kinh tế của Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1993 - 1998*

Chỉ tiêu	ĐVT	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
GDP (theo ngang bằng sức mua)	Tỉ USD	644,2	626,0	613,3	618,2	608,9	604,2
Tăng trưởng GDP	%	-12,7	-4,2	-3,5	0,8	-4,6	-1,0
GDP bình quân đầu người	USD/ng	4.350	4.230	4.150	4.200	4160	4140

*Nguồn : EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III/ 1999*

*\* : Số liệu ước tính*

Trong các ngành kinh tế của Liên bang Nga, công nghiệp là ngành chịu khủng hoảng nặng nề nhất. Tốc độ tăng trưởng công nghiệp bình quân là âm 7,8% giai đoạn 1993 - 1998. Tính chung trong giai đoạn 1991 - 1997, sản xuất công nghiệp giảm 81%, trong đó ngành chế tạo máy giảm 64%, công nghiệp nhẹ giảm 87%, công nghiệp thực phẩm giảm 59%, công nghiệp chế biến gỗ và giấy giảm 66%.

Tuy nhiên, một số ngành công nghiệp, chủ yếu là các ngành công nghiệp khai thác và các ngành có hàm lượng chế biến thấp lại có tăng trưởng chút ít: khai thác dầu tăng trưởng 3%, luyện kim màu 7%. Điều này thể hiện tình trạng xấu đi của cơ cấu công nghiệp.

Chỉ đến 6 tháng đầu năm 1999, công nghiệp mới có dấu hiệu phát triển tốt hơn với mức sản lượng công nghiệp tăng 3,1% so với cùng kỳ năm 1998 nhờ sự mất giá mạnh của đồng Rúp trong năm 1998 và do tăng sản xuất để thay thế nhập khẩu.

**Bảng 2: Biến động trong các ngành kinh tế của Liên bang Nga**  
giai đoạn 1993 - 1998

*ĐVT: %*

Chỉ tiêu	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Nông nghiệp	-9,0	-5,9	-5,0	-2,0	-9,0	-3,0
Công nghiệp	-20,0	-5,3	-5,0	1,0	-5,0	3,0
Dịch vụ	-6,9	-3,6	-2,1	1,1	-3,6	-3,0

*Nguồn : EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III/ 1999*

*\* : Số liệu ước tính*

Tình trạng suy giảm của nền công nghiệp Nga làm cho sản phẩm công nghiệp không đáp ứng được nhu cầu nội địa, thiếu khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Vì thế, hàng năm Liên bang Nga vẫn phải nhập khẩu khoảng 14 - 18 tỷ USD máy móc thiết bị và phương tiện vận tải, 7 - 8 tỷ USD hàng công nghiệp tiêu dùng, trong đó quần áo và giày da chiếm tỷ trọng lớn.

Sản xuất nông nghiệp suy giảm ở mức thấp hơn, bình quân 4,7%/ năm giai đoạn 1993-1998. 6 tháng đầu năm 1999, sản lượng nông nghiệp còn tiếp tục bị giảm 3,6% so với cùng kỳ năm 1998. Sự sa sút trong nông nghiệp dẫn đến các sản phẩm nông nghiệp không đủ để đáp ứng cho nhu cầu tiêu dùng nội địa. Hàng năm Nga vẫn phải nhập khẩu tới 35% nhu cầu về lương thực - thực phẩm, 40% nhu cầu về thịt, các loại, rau quả...

Dịch vụ là ngành ít chịu khủng hoảng nhất. Tốc độ suy giảm dịch vụ bình quân 3,4%/ năm so với 7,8% của công nghiệp và 4,7% của nông nghiệp.

Sự giảm sút trong các ngành kinh tế đã tác động rất lớn đến hoạt động ngoại thương, làm thay đổi cơ cấu ngoại thương theo hướng gần với các nước đang phát

triển. Xuất khẩu nguyên liệu và nhập khẩu máy móc thiết bị, hàng tiêu dùng đều tăng trong khi xuất khẩu máy móc, hàng công nghiệp chế biến và nhập khẩu nguyên liệu giảm.

- **Tỷ lệ lạm phát:**

Tình trạng sản xuất suy giảm cùng với các khoản nợ khó đòi giữa các xí nghiệp tăng lên nhanh chóng đã dẫn đến việc chính phủ phải in thêm tiền để hỗ trợ sản xuất, làm cho giá cả hàng hoá tăng vọt. Năm 1992, tỉ lệ lạm phát đạt mức cao kỷ lục 1.354%. Sau đó, nhờ áp dụng nhiều biện pháp tích cực, có sự hỗ trợ của các tổ chức tài chính tiền tệ quốc tế, tỉ lệ lạm phát đã tụt xuống ở mức 3 con số vào các năm 1993, 1994, 1995 và 2 con số từ năm 1996 trở lại đây.

**Bảng 3: Tỷ lệ lạm phát của Liên bang Nga**  
giai đoạn 1992 - 1998

ĐVT: %

Chỉ tiêu	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Lạm phát	1345,0	847,6	307,4	197,4	47,6	14,6	27,8	91,0

*Nguồn : EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III/ 1999*

*\* : Số ước tính*

Lạm phát cao đã trực tiếp hoặc gián tiếp ảnh hưởng đến hoạt động ngoại thương do nó phá vỡ toàn bộ các mặt của đời sống kinh tế, đặc biệt là các ngành sản xuất mang tính thời vụ và các ngành có chu kỳ sản xuất kéo dài, làm rối loạn tình hình tài chính của các xí nghiệp, làm giảm thu nhập thực tế của dân cư, làm cho môi trường kinh doanh không ổn định, tính rủi ro cao, vì thế nó gây áp lực làm giảm kim ngạch ngoại thương.

- **Tiền lương và thu nhập:**

Tiền lương bình quân có xu hướng tăng nhưng không tăng nhanh bằng tỷ lệ lạm phát hàng năm. Trong giai đoạn 1993-1998 tiền lương bình quân/ năm tăng 232,3%, trong khi tỷ lệ lạm phát bình quân/ năm tăng 245,3%. Do vậy, tính chung cho cả giai đoạn 1991-1997, tiền lương thực tế giảm 78%, thu nhập bình quân đầu người giảm 58,5%. Đến tháng 6/1999, tiền lương trung bình thực tế ở Nga còn giảm 1/3 so với mức trong tháng 6/1998.

**Bảng 4: Tiền lương và thu nhập ở Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1993 - 1998*

Chỉ tiêu	ĐVT	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
1) Biến động thu nhập thực tế	%	3,3	-7,3	-26,2	0,5	4,9	-9,8	-22,5
2) Tiêu dùng tư nhân	Tỉ USD	82,6	130,2	174,6	220,5	236,7	164,3	115,5
3) Biến động tiêu dùng tư nhân BQ	%		-9,2	-5,5	-5,6	2,0	-5,5	-5,0

*Nguồn : EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III, 1999.*

*\* : Số liệu ước tính.*

Khủng hoảng kinh tế triền miên đã làm cho 33% (theo số liệu của VSIOM) dân số Nga trở nên nghèo đói. Mặt khác, quá trình tư nhân hoá và những bất ổn định về kinh tế vĩ mô đã tạo cơ hội làm ăn và làm giàu cho một số ngành và một số người, làm cho họ giàu lên nhanh chóng và quá trình phân hoá giàu nghèo diễn ra ngày càng sâu sắc ở Liên bang Nga.

Thu nhập thực tế giảm làm thay đổi cơ cấu chi tiêu của người dân Nga theo hướng gần với các nước đang và chậm phát triển: chi tiêu cho lương thực và thực phẩm chiếm tỷ lệ cao: 42,9%, các mặt hàng phi lương thực - thực phẩm: 36,6%; dịch vụ: 14,9%; ăn uống ở ngoài gia đình: 2,9%; đồ uống có cồn: 2,7%.

Thu nhập thực tế giảm đã làm giảm nhu cầu tiêu dùng nội địa, trong giai đoạn 1994 - 1998 quy mô tiêu dùng nội địa đã giảm 18,5%, và kéo theo đó là sự giảm sút nhập khẩu.

**Bảng 5: Nhu cầu nội địa**  
*(tính theo giá 1995)*

*ĐVT: Tỉ Rúp*

Chỉ tiêu	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Nhu cầu nội địa	1.577,7	1.483,8	1.358,9	1.361,8	1.285,7	1230,8
% biến động	-15,4	-6,0	-8,4	0,2	-5,6	-4,3

*Nguồn: EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý I/II, 1999.*

- **Tỷ giá hối đoái:**

Tỷ giá giữa đồng rúp và đồng đôla tăng liên tục kể từ khi nước Nga ra đời cho đến nay. Tính riêng giai đoạn 1993-1998, tỷ giá R/USD ngân hàng tăng hơn 10 lần, từ 0,932 rúp ăn 1 đôla năm 1993 lên 9,71 rúp ăn 1 đôla năm 1998. Tuy nhiên, tỷ giá thực tế tăng thấp hơn nhiều, từ 59,2 R/USD năm 1993 lên 131,1 R/USD năm 1998, tức tăng hơn 2,2 lần, chứng tỏ đồng rúp đã và đang được điều chỉnh gần với giá trị thực tế của nó.

Việc đồng rúp bị mất giá gây ra tình trạng mất ổn định trong nền kinh tế do thị trường tài chính, ngân hàng chao đảo, vốn đầu tư nước ngoài chạy khỏi Nga, nhiều công ty phá sản hoặc đứng trước nguy cơ phá sản, nhập khẩu giảm bởi hàng nhập khẩu trở nên đắt đỏ, môi trường kinh doanh đầy biến động và rủi ro.

**Bảng 6: Tỷ giá R/USD của Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1993 - 1998*

*ĐVT: R/USD*

Chỉ tiêu	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Tỷ giá R/USD (bình quân)	0,932	2,191	4,559	5,121	5,785	9,705	24,8
Tỷ giá R/USD (cuối năm)	1,247	3,550	4,640	5,560	5,960	20,65	28,0
Chỉ số tỷ giá thực tế ( bình quân)	59,2	100,0	139,0	177,6	176,0	132,0	96,4

*Nguồn : EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III, / 1999.*

*\* : Số liệu ước tính.*

Tuy nhiên, việc đồng rúp xuống giá cũng có những mặt tích cực. Nó rút ngắn khoảng cách giữa tỷ giá ngân hàng và tỷ giá thực tế, làm cho tỷ giá R/USD gần với tỷ lệ lạm phát, khuyến khích xuất khẩu và đáp ứng được lòng mong mỏi của các nhà xuất khẩu. Đây cũng là một bước trong quá trình tiến tới mục tiêu chuyển đổi hoàn toàn đồng rúp.

*Tóm lại*, mặc dù năm 1999 nền kinh tế Nga đã có những dấu hiệu phát triển tốt hơn nhưng khủng hoảng kinh tế kéo dài nhiều năm đã đẩy nước Nga từ vị trí là một trong bốn cường quốc thế giới xuống vị trí của một quốc gia đang phát triển với những bất ổn cả về chính trị và kinh tế: sản xuất công, nông nghiệp suy giảm nghiêm trọng; lương thực, thực phẩm và hàng hoá tiêu dùng công nghiệp thiếu gay gắt; nợ nước ngoài cao, dự trữ vàng và ngoại tệ không đủ để nhập khẩu



những mặt hàng thiết yếu; lạm phát tăng cao, sức mua của dân cư giảm; đồng rúp liên tục sụt giá, môi trường kinh doanh không ổn định và nhiều rủi ro.

Mặc dù vậy, Liên bang Nga vẫn là thị trường hấp dẫn chính bởi sự thiếu thốn gay gắt và nhu cầu nhập khẩu nhiều loại sản phẩm, cũng như khả năng cung cấp nhiều máy móc thiết bị công nghiệp trong thời gian trước mắt. Về lâu dài, đây là một thị trường rộng lớn gần 150 triệu dân, nhu cầu về hàng hoá phong phú đa dạng, đặc biệt là hàng lương thực - thực phẩm, hàng công nghiệp tiêu dùng, giàu tiềm lực khoa học kỹ thuật, công nghiệp nặng, và công nghiệp khai thác.

Chính vì vậy, mở rộng và phát triển quan hệ thương mại với Liên bang Nga là mục tiêu mà nhiều công ty, nhiều nước hướng tới.

## II. TÌNH HÌNH NGOẠI THƯƠNG:

### 1. Kim ngạch ngoại thương:

Kim ngạch ngoại thương của Liên bang Nga trong suốt giai đoạn 1993 - 1997 tăng trưởng khá ổn định với mức bình quân 11,6%/năm, đạt mức cao nhất, 160,2 triệu USD vào năm 1997, do cả xuất khẩu và nhập khẩu đều tăng.

**Bảng 7: Kim ngạch ngoại thương của Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1993 - 1998*

*DVT: Tỷ USD*

Chỉ tiêu	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Tổng kim ngạch XNK	104,4	117,8	144,6	158,1	160,2	132,2	123,4
Tăng giảm (%)		12,8	22,8	9,3	1,3	17,5	6,7
<i>Trong đó:</i>							
Xuất khẩu	57,6	67,8	82,7	90,6	88,9	74,8	75,8
<i>Tăng giảm (%)</i>		17,7	22,0	9,6	-1,9	15,9	1,3
Nhập khẩu	46,8	50,0	61,9	67,5	71,3	57,4	47,6
<i>Tăng giảm (%)</i>		6,8	23,8	9,0	5,6	19,5	17,1
Cán cân thương mại	10,8	17,8	20,8	23,1	17,6	17,4	28,2

*Nguồn: EIU, Cơ quan tình báo kinh tế, quý III, 1999.*

*\*: Số liệu ước tính.*

Năm 1998, tổng kim ngạch ngoại thương Nga chỉ đạt 132,2 tỉ USD, giảm 17,5% so với năm 1997 do nhiều nguyên nhân. Nền kinh tế trong nước tiếp tục bị suy giảm làm cho nhu cầu nội địa thấp. Cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ hồi tháng 8/1998 đã ảnh hưởng xấu làm nhập khẩu giảm sút nghiêm trọng. Buôn bán trên thị trường thế giới cũng gặp khó khăn, đặc biệt trên thị trường dầu mỏ - mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Nga nên dẫn đến giảm kim ngạch xuất khẩu, mặc dù lượng xuất khẩu vẫn tăng. Năm 1999 mặc dù kim ngạch xuất khẩu tăng lên chút ít song nhập khẩu của Nga lại bị giảm nhiều, vì vậy kim ngạch xuất nhập khẩu của Nga tiếp tục giảm, ước chỉ đạt 123,4 tỉ, giảm 6,7% so với năm 1998.

## **2. Cán cân thương mại:**

Trong giai đoạn 1993 - 1997 Liên bang Nga đã đạt được tốc độ tăng trưởng xuất siêu tương đối ổn định, chủ yếu do tăng xuất khẩu các loại nguyên liệu, kim loại đen và kim loại màu, hoá chất và giảm nhập khẩu ngũ cốc cũng như các loại thực phẩm khác. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính tại Nga và chỉ số giá xuất/ chỉ số giá nhập giảm, ( trong 8 tháng đầu năm 1998 hệ số chỉ số giá xuất/ chỉ số giá nhập bằng 0,95, so với 1,1 cùng kỳ 1997 ), nên mức xuất siêu năm 1998 đã giảm đi, chỉ đạt 17,3 tỉ USD. Năm 1999 mức xuất siêu của cả năm lại tăng lên, ước đạt khoảng 28 tỷUSD, cao nhất kể từ năm 1994.

## **3. Tình hình xuất khẩu:**

### **• *Kim ngạch xuất khẩu:***

Mặc dù khủng hoảng kinh tế kéo dài đã nhiều năm, kim ngạch xuất khẩu của Liên bang Nga vẫn tăng khá ổn định với tốc độ bình quân 16,4%/ năm trong giai đoạn 1994 - 1996 do giá cả, lượng hàng xuất khẩu đều tăng.

Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu bắt đầu giảm vào năm 1997 (-1,9%) và giảm sút mạnh vào năm 1998 (-14,9%) chủ yếu do nhu cầu về hàng nguyên liệu giảm dẫn đến giá cả những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Nga trên thị trường thế giới giảm. Trong 10 tháng đầu năm 1998, giá cả của các mặt hàng này đã giảm 20% so cùng kỳ 1997. Mặt khác, do hàng hoá xuất khẩu của Liên bang Nga đang mất dần khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Năm 1999 xuất khẩu hàng hoá của Nga tăng lên chút ít nhưng không đáng kể.

### **• *Cơ cấu hàng xuất khẩu:***

Cơ cấu hàng xuất khẩu phản ánh rõ nét nhất những chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo chiều hướng bất lợi ở Liên bang Nga. Các sản phẩm nguyên, nhiên liệu chiếm tỉ trọng xuất khẩu cao và có xu hướng tăng dần qua các năm, từ 54,9% năm 1995 lên 60,9% năm 1996 và 63,0% năm 1997. Tám tháng đầu năm 1998, tỉ trọng hàng nguyên liệu và năng lượng xuất khẩu đã giảm xuống, song đó là do giá giảm làm giảm giá trị xuất khẩu, mặc dù số lượng xuất khẩu vẫn tăng. Hiện nay Nga vẫn

là nước xuất khẩu nguyên liệu hàng đầu trên thế giới: chiếm 25% thị trường thế giới về nhôm, 20% về xuất khẩu niken, 11% về xuất khẩu đồng.

**Bảng 8: Cơ cấu hàng xuất khẩu của Liên bang Nga**

*giai đoạn 1995 - 1998*

*DVT: %*

Nhóm hàng	1995	1996	1997	8 tháng đầu 1998
Nhiên liệu, năng lượng	39,9	45,6	47,0	40,6
Kim loại	15,0	15,0	16,0	16,4
Gỗ và các sản phẩm gỗ	4,4	3,0	3,2	3,5
Máy móc và thiết bị	10,1	9,4	9,4	10,3
Hàng khác	30,6	26,7	24,4	29,2

*Nguồn: Chiến lược chính sách công nghệ số 7/1998*

*Biki số 131, 3/11/1998*

Máy móc và thiết bị chiếm tỉ lệ thấp, trên dưới 10% so với tổng kim ngạch xuất khẩu của Liên bang Nga. Nguyên nhân chủ yếu là do Nga mất đi thị trường truyền thống (khối SEV cũ) và thị trường các nước thuộc Liên xô cũ. Việc buôn bán với các bạn hàng cũ trên cơ sở ngoại tệ mạnh và cách tính toán mới đã làm cho hàng hoá của Nga không còn hấp dẫn. Khả năng cạnh tranh của máy móc, thiết bị Nga trên thị trường thế giới thấp.

Tuy cơ cấu xuất khẩu như vậy không có lợi cho nền kinh tế về mặt lâu dài, song trước mắt là tương đối hợp lý vì nó tạo ra được nguồn ngoại tệ để trả nợ và cải thiện tình trạng tài chính khó khăn của đất nước. Trong tương lai, khi nền kinh tế Nga đi vào ổn định, xuất khẩu máy móc thiết bị sẽ có đủ điều kiện để tăng trưởng nhanh, vì tiềm lực khoa học kỹ thuật chính là thế mạnh của nền kinh tế Nga. Mặt khác, hiện nay hiệu quả xuất khẩu nguyên liệu của Nga đang giảm đi do giá thành sản xuất tăng, chi phí vận chuyển tăng cùng với các khoản chi phí phụ trội khi vận chuyển qua các nước thuộc lãnh thổ Liên Xô cũ. Sự lên xuống thất thường của giá hàng nguyên liệu và sự cạnh tranh giữa các nhà sản xuất trong nước cùng với những điều trên càng thúc đẩy xu hướng xuất khẩu máy móc thiết bị tiến nhanh hơn.

- ***Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu:***

Kim ngạch xuất khẩu của Liên bang Nga chủ yếu dựa vào 10 mặt hàng xuất khẩu chính, bao gồm các nguyên liệu, phân bón, máy móc thiết bị và phương tiện

vận tải. Tổng giá trị xuất khẩu của các mặt hàng này bình quân chiếm gần 70% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng năm. Trong các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, nhóm các sản phẩm khai thác chưa qua chế biến chiếm tỉ lệ cao nhất, trên 70% và có xu hướng ngày càng tăng lượng xuất khẩu; máy móc thiết bị vận tải chiếm tỉ lệ thấp, trên 10% và đang tăng lên

(1996: 13,1%; năm 1997: 14%; năm 1998: 15%). Tuy nhiên, sự gia tăng này không có ý nghĩa kinh tế vì chủ yếu do xuất khẩu nguyên nhiên liệu giảm.

**Bảng 9: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1996 - 1998*

*ĐVT: Triệu USD*

TT	Mặt hàng	ĐVT	1996		1997		9 tháng đầu 1998	
			SL	Trị giá	SL	Trị giá	SL	Trị giá
1	Than đá	Ng.tấn	26.258,9	1.053,4	22.897,2	823,7	16.624,1	482,0
2	Dầu thô	Tr.Tấn	126,0	15.975,9	126,8	14.772,5	101.788,7	8.056,5
3	Sản phẩm hoá dầu	Ng.tấn	57.006,1	7.506,0	60.592,6	7.173,4	34.881,0	2.891,0
4	Khí thiên nhiên	Tỉ m <sup>3</sup>	198,5	15.813,4	200,9	16.419,4	142.145,0	9.727,3
5	Phân bón Nitơ	Ng.tấn	8.457,4	1.077,2	6.438,5	596,4	4.485,6	283,3
6	Kim loại đen(trừ gang, hợp kim fero, phế liệu và sắt vụn)	Tr.USD		6.689,6		6.427,8		3.850,8
7	Đồng	Ng.tấn	529,6	1.135,3	534,5	1.124,1	396,3	666,7
8	Quặng Niken	“	167,2	1.217,0	221,7	1.495,2	154,5	831,6
9	Quặng nhôm	“	2.619,4	3.930,3	276,3	3.795,3	2.067,1	2.891,6
10	Máy móc thiết bị và phương tiện vận tải	Tr.USD		8.232,4		8.548,6		5.307,5

*Nguồn: Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thống kê Nga  
Bộ Thương mại.*

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Nga, có một số mặt hàng mà thị trường Việt Nam có nhu cầu nhập, vì nó phù hợp với trình độ kỹ thuật và khả năng tài chính của Việt Nam hoặc để thay thế trong các máy móc, dây chuyền thiết bị Việt Nam đã nhập từ Liên Xô trước đây như nông cụ, ô tô tải, phân bón, sản phẩm hoá dầu, phụ tùng. Đây cũng là những mặt hàng Nga muốn đẩy mạnh xuất khẩu để phát triển ngành công nghiệp và nền kinh tế nói chung.

#### **4. Tình hình nhập khẩu:**

- ***Kim ngạch nhập khẩu:***

Tăng trưởng nhập khẩu giai đoạn 1994 - 1997 đạt mức 11,4%/năm, thấp hơn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cùng giai đoạn. Sản xuất trong nước suy giảm, cùng với tăng nhu cầu nhập khẩu, đặc biệt là nhập khẩu máy móc thiết bị và lương thực - thực phẩm đã làm tăng kim ngạch nhập khẩu. Nhưng mặt khác, do nhu cầu cắt giảm chi tiêu, đặc biệt là chi tiêu của chính phủ, việc áp dụng thuế giá trị gia tăng đối với hàng nhập khẩu, việc tăng thuế nhập khẩu đối với nhiều mặt hàng, đồng Rúp mất giá, khả năng thanh toán bị hạn chế cũng như nguồn tín dụng nhập khẩu bị thu hẹp lại gây áp lực làm giảm nhập khẩu. Do vậy, kết quả nhập khẩu tăng chậm.

Bước sang năm 1998, quyết định thả nổi đồng Rúp của Chính phủ tuy đã phần nào khuyến khích xuất khẩu do nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa, song lại trực tiếp làm giảm kim ngạch nhập khẩu. Vì vậy kim ngạch nhập khẩu năm 1998 giảm 14,9%, đạt mức 60,7 triệu USD, so với năm 1997. Còn năm 1999 vừa qua nhập khẩu lại tiếp tục bị giảm sút do tổng nhu cầu nhìn chung vẫn ở mức thấp cộng thêm sở thích muốn dùng hàng sản xuất trong nước của người tiêu dùng Nga. Vì vậy kim ngạch nhập khẩu chỉ ước đạt 47,6 tỷ USD, giảm 17,1% so với 1998.

- ***Cơ cấu hàng nhập khẩu:***

Trong cơ cấu hàng nhập khẩu hiện nay, nhóm các mặt hàng máy móc và phương tiện vận tải chiếm từ 30 đến 32% và có xu hướng giảm xuống, do nguồn tín dụng nhập khẩu của nhiều nước dành cho Nga giảm. Nhóm hàng nông sản - thực phẩm chiếm từ 32 - 35%, trong đó nhập khẩu hàng nông sản nguyên liệu như ngũ cốc, bột mì, dầu thực vật có xu hướng giảm cả về lượng và kim ngạch, nhập khẩu thịt, sữa, bơ, bánh kẹo, quả có múi, cà phê tăng lên. Nhóm hàng hàng công nghiệp tiêu dùng chiếm khoảng 10% và đang tăng lên nhanh chóng, đặc biệt là các mặt hàng đồ gỗ, điện tử gia dụng, tuy nhiên nhập khẩu các mặt hàng giày dép, quần áo và hàng dệt kim giảm đi. Hàng tiêu dùng nhập khẩu chiếm tới 50% thị trường hàng tiêu dùng Nga trong năm 1997, trong đó giày dép - 70%, hàng dệt may - 40 đến 60%,...

Như vậy, cơ cấu nhập khẩu của Nga có xu hướng gần với đặc trưng của các nước đang phát triển, với tỷ trọng nhóm hàng máy móc thiết bị và công nghiệp tiêu dùng cao. Về trung hạn, tình hình kinh tế của Liên bang Nga vẫn chưa có được sự cải thiện đáng kể tuy bắt đầu ổn định nên nhu cầu về hàng nhập khẩu còn tăng, đặc biệt là nhập khẩu nông sản thực phẩm và hàng công nghiệp tiêu dùng, những hàng hoá mà Việt nam có khả năng và thế mạnh xuất khẩu.

- ***Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu:***

Liên bang Nga chủ yếu nhập khẩu các mặt hàng lương thực - thực phẩm, máy móc thiết bị và phương tiện vận tải, kim loại và đồ gỗ. Tỷ trọng nhập khẩu 12 mặt hàng nhập khẩu chủ yếu trong tổng kim ngạch nhập khẩu đã tăng từ 35,3% năm 1996 lên 40,1% năm 1997 và 53,3% 6 tháng đầu năm 1998.

Máy móc thiết bị và phương tiện vận tải là mặt hàng nhập khẩu có giá trị lớn nhất, chiếm tới trên 60% kim ngạch của các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu, trên 20% tổng kim ngạch nhập khẩu và đang tăng dần qua các năm, chủ yếu nhờ vào nguồn tín dụng nhập khẩu mà nhiều nước EU, Nhật bản cung cấp cho các nhà nhập khẩu Nga. Tuy nhiên, tỷ trọng nhập khẩu máy móc thiết bị đã giảm dần, từ 35% năm 1992 xuống còn 27% năm 1997 và trên 20% năm 1998, do nguồn tín dụng cung cấp giảm.

**Bảng 10: Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Liên bang Nga**  
giai đoạn 1996 - 1998

*ĐVT: Triệu USD*

TT	Mặt hàng	ĐVT	1996		1997		9 tháng đầu năm 1998	
			SL	Giá trị	SL	Giá trị	SL	Giá trị
1	Thịt tươi đông lạnh	Ng.tấn	779,2	1.112,3	962,5	1.413,3	626,6	986,0
2	Thịt gia cầm	“	754,5	509,5	1.146,0	815,9	735,0	517,0
3	Ngũ cốc	Tr.USD		714,0		616,9		227,4
4	Đường thô	Ng.tấn	1.696,1	600,1	2.638,1	853,3	3.528,6	1.037,9
5	Đường trắng	Ng.tấn	1.451,7	676,4	1.053,8	389,1	478,1	170,0
6	Rượu và đồ uống không cồn	Tr.USD		1.144,7		1.036,6		741,3
7	Sản phẩm hoá dầu	Ng.tấn	4.185,7	776,5	5.330,8	1.006,4	3.374,3	709,2
8	Tân dược	Tr.USD		1136,6		1.607,0		1.121,5
9	Sắt, thép, thép cán	“		971,4		790,3		642,7
10	ống thép	Ng.tấn	1.237,0	933,5	1.131,1	888,1	651,2	499,7
11	Máy móc thiết bị và phương tiện vận tải	Tr.USD		14.634,6		18.446,7		12.628,9
12	Đồ gỗ	“		556,6		735,9		345,4
13	Cà phê	Ng.tấn	25,1	33,1	28,0	26,5	4,3	10,0
14	Chè	Tr.USD		202,9		280,9		250,2
15	Cao su	Ng.tấn			9,0	8,4	18,5	23,9
16	Hàng may mặc	Ng.tấn		397,1		469,1		254,3

17	Giày da	Tr.đôi	48,3	315,0	22,1	278,9	6,3	99,2
----	---------	--------	------	-------	------	-------	-----	------

*Nguồn: Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thống kê Nga  
Bộ Thương mại*

Các mặt hàng nông sản như cà phê, chè, cao su, rau quả,...tuy không phải là những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu nhưng là những mặt hàng nhập khẩu quan trọng đáp ứng trực tiếp nhu cầu đời sống của nhân dân. Do các đặc điểm về khí hậu, thổ nhưỡng, lợi thế so sánh và sự kém phát triển của nền nông nghiệp Nga, trong tương lai nhu cầu nhập khẩu đối với các mặt hàng này vẫn còn lớn và có xu hướng tăng. Vì thế, tạo được một chỗ đứng trên thị trường Nga ngay từ bây giờ sẽ mở ra khả năng to lớn để tiêu thụ các hàng hoá này trong tương lai.

Nhập khẩu hàng công nghiệp tiêu dùng như hàng may mặc, giày dép,... trong trung hạn cũng sẽ tăng do sản xuất trong nước chưa phục hồi. Hơn nữa, thị trường Nga với gần 150 triệu dân có các mức sống khác nhau, sẽ có nhu cầu rất lớn về ăn mặc, thậm chí nhập được vào thị trường này sẽ tạo ra nhiều cơ hội để phát triển ngành công nghiệp hàng tiêu dùng và tạo việc làm cho lao động ở các nước xuất khẩu, đặc biệt ở các nước có nguồn nhân lực dồi dào như Việt nam.

### **5. Cơ cấu bạn hàng:**

Nhằm hội nhập nền kinh tế Nga vào nền kinh tế thế giới, Liên bang Nga chủ trương một mặt tăng cường các quá trình liên kết cùng có lợi với các nước khác trong Cộng đồng các quốc gia độc lập (SNG), mặt khác hợp tác chặt chẽ với EU, mở rộng quan hệ ngoại thương với các nước Châu á - Thái Bình Dương (TBD) và các nước khác trên thế giới.

Thực hiện chủ trương đó, Liên bang Nga đã và đang mở rộng quan hệ ngoại thương với nhiều nước, vùng lãnh thổ trên thế giới. Cơ cấu ngoại thương của Liên bang Nga với các nước hiện nay như sau:

- Các nước SNG:	22%
- EU:	34%
- Trung và Đông Âu:	14%
- Châu Á - TBD:	15%
- Các nước khác:	15%

\* *Các nước SNG* là những bạn hàng chiến lược gần gũi và còn nhiều ràng buộc, do lịch sử để lại của Liên bang Nga. Hơn nữa, SNG nằm trong liên minh thuế quan với Nga nên được miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu vào thị trường Nga. Bởi vậy, kim ngạch thương mại hai chiều Nga - SNG có xu hướng ngày càng tăng, với tỷ trọng tăng từ 18% năm 1992 lên 23% năm 1997.

Các nước SNG có quan hệ thương mại lớn nhất với Liên bang Nga theo thứ tự là Ucraina (có kim ngạch xuất nhập khẩu với Nga đạt 14 tỷ USD trong năm 1997), Belarus và Kadaxtan.

Các nước SNG chủ yếu cung cấp lương thực, thực phẩm cho Liên bang Nga và nhập khẩu từ Nga các nguyên nhiên liệu như khí đốt tự nhiên, dầu mỏ, sản phẩm hoá dầu, than đá và máy móc thiết bị. Các mặt hàng lương thực - thực phẩm xuất xứ từ các nước SNG thường có chất lượng thấp, thời hạn bảo quản bị rút ngắn, bao bì kém hấp dẫn và kém cạnh tranh về giá so với các sản phẩm cùng loại của các nước khác. Giá các hàng hoá nhập khẩu từ các nước SNG thường cao hơn các nước khác tới 23,8% đối với thịt đông lạnh, 25,2% đối với thịt gia cầm, 1,9 lần đối với sản phẩm sữa bột, 2,1 lần đối với cá đông lạnh, 2 lần đối với đường thô,...

Mặc dù chất lượng còn thấp và giá cả còn cao, song được ưu đãi về thuế, phương thức thanh toán cộng với vị trí địa lý gần kề và những gắn bó, ràng buộc về nhiều mặt giữa SNG và Nga, nên sức cạnh tranh của hàng hoá xuất xứ từ SNG được nâng lên rất nhiều. Trong tương lai quan hệ thương mại SNG - Nga sẽ có điều kiện phát triển mạnh mẽ.

\* *Các nước EU* là những bạn hàng chiến lược quan trọng nhất của Liên bang Nga. Các nước EU có quan hệ thương mại với Nga từ rất lâu đời trên cơ sở các nghị định thư, hiệp định song phương đã được ký kết giữa các chính phủ EU và Nga. Một số hãng của EU cũng đã có mối quan hệ đối tác lâu dài với Liên bang Nga. Bởi vậy, quan hệ thương mại Nga và EU rất phát triển, đặc biệt là vào đầu những năm 1990, khi Nga đặt nhiều hy vọng vào nguồn vốn đầu tư và sự giúp đỡ về tài chính từ phía EU. Hiện nay, mặc dầu đã có những thay đổi theo hướng đa phương hoá và đa dạng hoá thị trường hơn, các nước EU vẫn có ảnh hưởng quan trọng nhất đến nền ngoại thương của Nga do chiếm thị phần lớn nhất, là thị trường tiêu thụ các hàng xuất khẩu chiến lược của Nga đồng thời cung cấp cho Nga các trang thiết bị tiên tiến cho công cuộc cải cách kinh tế của Liên bang Nga. Mặt khác, trong quan hệ ngoại thương, Nga chủ yếu xuất siêu sang EU và chênh lệch về nguồn thu ngoại tệ này đóng góp phần đáng kể trong thanh toán nợ nước ngoài của Liên bang Nga.

Các nước EU nhập khẩu từ Nga năng lượng, nguyên liệu, chủ yếu cung cấp cho Nga trang thiết bị, công nghệ tiên tiến, hàng lương thực thực phẩm, dược phẩm và một số sản phẩm chế biến khác. Hàng hoá xuất xứ từ EU có chất lượng cao, khả năng cạnh tranh rất lớn. Hiện nay, trên thị trường Nga, hàng hoá của EU phần lớn tập trung ở khu vực Châu Âu, vùng Viễn Đông và Xi-bê-ri rộng lớn hầu như còn bỏ trống.

**Bảng 11: Kim ngạch buôn bán 2 chiều Liên bang Nga - EU**  
*giai đoạn 1992 - 1997*

*DVT: Triệu USD*

Chỉ tiêu/Năm	1992	1993	1994	1995	1996	1997
--------------	------	------	------	------	------	------



Tổng KNXNK	37,3	30,8	37,7	44,3	43,3	47,5
<i>Trong đó:</i>						
- Xuất khẩu của Nga	16,5	11,2	15,4	18,0	15,9	19,5
- Nhập khẩu của Nga	20,8	19,6	22,3	26,3	27,4	28,0

*Nguồn: Biki số 69, 16/6/1998.*

Các nước EU coi Liên bang Nga là một thị trường tiêu thụ lớn, hấp dẫn cả trước mắt cũng như lâu dài, nên chủ trương áp dụng nhiều biện pháp để thâm nhập và mở rộng buôn bán với Nga. Một số nước EU ( như Pháp, Đức, Italia, Anh ) đã cung cấp các chương trình tín dụng, thông qua đó xuất khẩu nhiều thiết bị sang Liên bang Nga. Nhiều nước EU thực hiện trợ giá một số mặt hàng nông sản, đặc biệt là thịt lợn xuất khẩu sang Nga, nhằm giảm giá, nâng cao sức cạnh tranh và tạo ra sự lệ thuộc của Nga vào thị trường EU.

\* *Các nước Trung và Đông Âu* vốn có quan hệ thương mại với Nga từ rất sớm. Một số nước cùng nằm trong Hội đồng trợ kinh tế với Liên Xô và buôn bán với Liên Xô theo kế hoạch, phương thức riêng của Hội đồng hồi trước năm 1990. Hiện nay, do chuyển sang buôn bán theo thông lệ quốc tế, sử dụng ngoại tệ mạnh, giá cả và chất lượng tuân thủ theo yêu cầu của thị trường, nhiều hàng hoá của Nga và các nước Trung - Đông Âu không còn sức hấp dẫn đối với nhau. Thêm vào đó, quan hệ thương mại Trung - Đông Âu và Nga đang còn nhiều vấn đề chưa được giải quyết thoả đáng. Việc thanh toán giữa các công ty của hai phía chưa được đảm bảo. Quan hệ tài chính ở tầm chính phủ thiếu sự điều tiết cần thiết. Hệ thống thuế nhập khẩu cũng như thuế thu nhập, vận chuyển hàng hoá và hàng quá cảnh áp dụng cho các hàng hoá xuất nhập khẩu giữa hai phía tồn tại nhiều vấn đề. Vì vậy, quan hệ thương mại giữa Trung - Đông Âu và Nga giảm sút mạnh.

Đối với Nga, trước mắt Trung và Đông Âu không phải là thị trường có ý nghĩa quan trọng do không đáp ứng được những yêu cầu cấp bách hiện tại của nền kinh tế Nga. Về lâu dài, các nước Trung - Đông Âu sẽ là thị trường chính tiêu thụ thiết bị máy móc, do các yếu tố về lịch sử và trình độ phát triển tương đồng.

Về phía các nước Trung - Đông Âu, Nga vẫn là một bạn hàng lớn và quan trọng. Quan hệ thương mại Trung - Đông Âu và Nga có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển: Gần gũi về mặt vị trí địa lý, trình độ phát triển tương đồng, cùng đang trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế và đã có được mối quan hệ kinh tế - thương mại lâu dài.

Trung - Đông Âu là thị trường nhập khẩu chủ yếu các nguyên liệu (khí tự nhiên và dầu thô) và một số máy móc thiết bị đồng thời là thị trường tiêu thụ các sản phẩm công nghiệp nhẹ, công nghiệp thực phẩm và hàng nông sản, dược phẩm, mỹ phẩm. Hàng hoá xuất khẩu của các nước Trung và Đông Âu nhìn chung khả năng cạnh tranh còn hạn chế do chất lượng sản phẩm, bao bì, mẫu mã đều không cao trong khi giá xuất khẩu thường cao hơn mức giá chung.

Trong những năm gần đây, nhiều nước Trung - Đông Âu đã phát triển các hình thức hợp tác mới để thúc đẩy quan hệ thương mại song phương với Nga, như hợp tác trên cơ sở các thoả thuận giữa các khu vực, các tiểu vùng của hai nước. Các hình thức hợp tác này tránh được những khó khăn, vướng mắc chưa giải quyết được ở cấp nhà nước và mở ra khả năng mới cho phát triển quan hệ thương mại giữa Trung - Đông Âu và Nga.

\* *Các nước Châu Á - TBD*: Quan hệ thương mại giữa các nước Châu Á-TBD và Liên bang Nga ngày càng phát triển, đặc biệt là sau năm 1994, khi Nga đã có những điều chỉnh nhất định trong chính sách ngoại thương theo hướng chú trọng hơn tới khu vực Châu Á - TBD, bởi ngoài các lý do về chính trị, quân sự, khu vực Châu Á - TBD bao gồm một số những thị trường lớn trên thế giới như Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc. Trên thực tế, các nước này cũng là những nước có quan hệ thương mại lớn nhất với Liên bang Nga trong khu vực thị trường các nước Châu Á - TBD.

- Mỹ: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Nga và Mỹ đã tăng từ 3,7 tỉ USD năm 1992 lên 8,5 tỉ USD năm 1997, trong đó, xuất khẩu của Nga tăng từ 0,8 tỉ lên 4,5 tỉ USD. Mỹ là thị trường buôn bán lớn thứ hai (sau Đức) của Nga, chiếm 6% tổng kim ngạch ngoại thương của Nga trong khi Nga chiếm 0,5% tổng kim ngạch ngoại thương của Mỹ năm 1997.

Các loại hàng hoá xuất khẩu của Nga sang Mỹ chủ yếu là nguyên liệu, bao gồm: kim loại đen: 38%; nhôm: 21.4%; sản phẩm hoá vô cơ: 5.3%; kim loại quý và đá quý 5%; máy móc thiết bị : 2%.

Liên bang Nga chủ yếu nhập khẩu từ Mỹ các máy móc thiết bị và hàng nông sản. Cụ thể: máy móc thiết bị: 40%; thịt và các sản phẩm thịt: 15,6%; hoá chất các loại: 9%. Các hàng hoá nhập khẩu từ Mỹ chất lượng cao, được người tiêu dùng Nga ưa chuộng nên có khả năng cạnh tranh rất lớn.

Trong quan hệ thương mại song phương, Liên bang Nga coi Mỹ là một thị trường chiến lược. Điều này một phần do Mỹ là thị trường giàu mạnh nhất thế giới, phần khác là do Nga và Mỹ vốn có mối quan hệ song phương rất phức tạp. Về phía Mỹ, Liên bang Nga không phải là một thị trường chiến lược của Mỹ. Trong quan hệ thương mại với Nga, Mỹ một mặt tăng cường buôn bán, hợp tác để đạt được lợi ích kinh tế, mặt khác kiềm chế sự phát triển của Nga ở một mức độ nhất định, nhằm giữ cho nền kinh tế Nga không phát triển tới mức có thể tạo ra một thế giới đa cực trong tương lai, đe dọa tới vị trí siêu cường của Mỹ. Chính vì thế, hiện nay Mỹ vẫn duy trì một số hạn chế, trong đó có các biện pháp hạn chế nhập khẩu nhiều mặt hàng từ Nga.

-Nhật Bản: Nhật Bản là một trong những bạn hàng lớn nhất của Nga và là đối tác quan trọng nhất đối với các nhà xuất khẩu ở khu vực Viễn Đông của Nga. Cơ cấu xuất khẩu của Nga sang Nhật Bản nghiêng về nguyên liệu, nông sản và bán

thành phẩm. Cơ cấu xuất khẩu sang Nhật Bản của Nga năm 1997 như sau: kim loại: 42%; cá và hải sản: 27%; lâm sản: 19,0%; than và sản phẩm dầu: 7,3%; máy móc thiết bị chỉ chiếm 1%.

Liên bang Nga nhập khẩu chủ yếu từ Nhật Bản các loại máy móc thiết bị, chế phẩm cao su, chất dẻo. Cơ cấu nhập khẩu năm 1997 như sau: máy móc thiết bị: 77%; kim loại và sản phẩm kim loại: 8%; hoá chất: 4%. Nhập khẩu từ Nhật Bản vào Nga có xu hướng giảm liên tục, từ 2,1 tỷ USD năm 1991 xuống 1,0 tỷ USD năm 1997, chủ yếu do nhập khẩu máy móc giảm.

Trong quan hệ thương mại với Nga, Nhật Bản dành cho Nga nguồn tín dụng nhập khẩu thông qua việc cung cấp tín dụng cho các nhà nhập khẩu Nga. Chính vì thế, mặc dù gặp rất nhiều khó khăn do những yếu tố nội tại của thị trường Nga, quan hệ thương mại Nga - Nhật vẫn phát triển và chiếm một vị trí quan trọng, đặc biệt là đối với thị trường Nga.

- Trung Quốc: Là bạn hàng thương mại lớn của Nga. Đồng thời quan hệ thương mại Nga-Trung có ảnh hưởng nhiều và khá trực tiếp đến quan hệ thương mại Việt-Nga, vì vậy quan hệ thương mại Nga-Trung sẽ được trình bày ở phần sau của đề tài.

Như vậy, mặc dù nền kinh tế khủng hoảng đã nhiều năm, ngoại thương Nga vẫn có bước tăng trưởng khá ổn định với những đặc điểm vừa chung vừa riêng. Quy mô ngoại thương lớn, đạt trên dưới 150 tỷ USD. Cán cân thương mại luôn có thặng dư. Cơ cấu ngoại thương gần giống với đặc trưng của các nước đang phát triển. Quan hệ thương mại được mở rộng tới nhiều nước, vùng lãnh thổ với nhiều hình thức khác nhau. Nhu cầu đối với hàng hoá nhập khẩu phong phú và không quá khắt khe. Bởi vậy, phát triển quan hệ buôn bán với Nga có rất nhiều thuận lợi nhưng cũng gặp không ít khó khăn đòi hỏi mỗi nước phải có bước đi và phương thức thích hợp.

### III. CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG:

Chính sách ngoại thương là một trong những chính sách quan trọng nhất của kinh tế đối ngoại. Cùng với cải cách kinh tế, hiện nay ở Liên bang Nga đang diễn ra quá trình cải cách kinh tế đối ngoại mà trọng tâm là cải cách hoạt động ngoại thương, với hướng đi then chốt là tự do hoá ngoại thương, trong đó lấy tự do hoá điều tiết phi thuế quan làm trung tâm.

Vì vậy, thuế trở thành công cụ chủ yếu để điều tiết hoạt động ngoại thương của Liên bang Nga.

#### 1. Chính sách thuế quan:

Chính sách thuế quan của một nước thường nhằm vào hai mục đích cơ bản: mục đích tài chính và mục đích bảo hộ. Trên thực tế, Liên bang Nga đánh thuế nhằm cả hai mục đích, trong đó mục đích tài chính được đặt lên hàng đầu, do tình trạng căng thẳng triển miên của ngân sách Liên bang. Những năm gần đây, cùng với chủ trương tăng cường kiểm soát hệ thống thuế, thuế quan còn đóng vai trò quan trọng trong hệ thống bảo hộ nền kinh tế của Nga. Như vậy, thuế quan không chỉ là công cụ chủ yếu để điều tiết hoạt động ngoại thương, mà còn là nguồn thu quan trọng của ngân sách nhà nước và là biện pháp bảo hộ chính của Liên bang Nga hiện nay.

Theo đối tượng, tính chất của hàng hoá và theo tính chất của loại thuế, hiện nay ở Liên bang Nga đang áp dụng một số loại thuế sau đây:

\* **Thuế suất nhập khẩu:** Hàng hoá qua cửa khẩu Liên bang Nga phải chịu thuế xuất nhập khẩu, được qui định bởi Luật về thuế suất của Liên bang Nga. Biểu thuế hải quan hiện hành là danh mục hàng hoá được lập ra trên cơ sở phân loại quốc tế. Mỗi sản phẩm ứng với các thuế suất khác nhau tùy thuộc vào đó là loại hàng hoá nào và những định chế được áp dụng trong quan hệ với các nước mà hàng hoá xuất xứ.

Trong quan hệ kinh tế đối ngoại, Liên bang Nga chia các nước ra làm 5 nhóm với 4 mức thuế suất nhập khẩu khác nhau:

+ Nhóm nước có chế độ tối huệ quốc với Liên bang Nga được hưởng mức thuế suất nhập khẩu cơ sở công bố. Thuộc nhóm này có 127 nước trên thế giới được hưởng thuế suất nhập khẩu cơ sở.

+ Nhóm nước không có chế độ tối huệ quốc với Liên bang Nga phải chịu thuế suất gấp đôi thuế suất cơ sở công bố.

+ Nhóm nước đang phát triển được hưởng mức thuế suất nhập khẩu ưu đãi bằng 75% thuế suất cơ sở công bố. Theo qui định này hiện có 104 nước được hưởng thuế suất nhập khẩu ưu đãi.

+ Nhóm nước kém phát triển được miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu vào Liên bang Nga.

+ Nhóm các nước SNG cũng được miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu vào Liên bang Nga.

\* **Thuế suất nhập khẩu ưu đãi** được áp dụng đối với tất cả các mặt hàng trừ khoảng 40 mặt hàng, trong đó có một số mặt hàng như: Nước quả, nước uống (kể cả nước khoáng); bia và cồn các loại; thuốc lá và xì gà; quần áo, khăn, găng

tay và vải bằng nguyên liệu tổng hợp 100%; giày bằng cao su và vật liệu tổng hợp 100%; máy tính và IKD máy, máy xử lý thông tin và phụ tùng; máy thu hình, phát hình; các bộ IKD, SKD điện tử;...

\* Ngoài ra, một số mặt hàng Liên bang Nga không khuyến khích nhập khẩu, và hàng xa xỉ phẩm phải chịu **thuế nhập khẩu đặc biệt** với mức thuế rất cao: rượu các loại: từ 1,4 - 60 Rúp/lít; thuốc lá: 6 - 25 Rúp/ ngàn điếu; xăng ô tô: 200-300 Rúp/ tấn; xe con: 10%; đồ kim hoàn, trang sức: 15%;...

\* Hàng hoá nhập khẩu vào Liên bang Nga, sau khi chịu thuế nhập khẩu và thuế nhập khẩu đặc biệt đối với một số hàng hoá, còn phải chịu **thuế trị giá gia tăng** (VAT). Thuế trị giá gia tăng hiện hành đánh vào hàng nhập khẩu trung bình ở mức 20%, riêng đối với nhóm hàng thực phẩm trung bình là 10%. Hàng viện trợ nhân đạo và hàng trả nợ được miễn thuế VAT.

Thuế suất thuế hải quan của Liên bang Nga được đánh giá là ở mức cao, tỉ lệ thuế xuất nhập khẩu chiếm tới 30% trong khi ở các nước phương Tây, tỉ lệ này chỉ chiếm từ 0,5 - 1% tổng thu về thuế, và thường xuyên được điều chỉnh theo hướng tăng dần trong mấy năm qua.

Từ năm 1995 đến năm 1998, thuế nhập khẩu đã tăng bình quân 12,5 lần. Từ 15/8/1998 đến hết tháng 12/1999 tăng đồng loạt thuế nhập khẩu lên 3% đối với hàng hoá xuất xứ từ tất cả các nước (trừ các nước trong liên minh thuế quan với Nga và trừ một số loại hàng hoá như thuốc chữa bệnh, sợi bông, xe lăn thương binh và phụ tùng xe lăn thương binh). Năm 1999 bắt đầu áp dụng mức thuế 5% đối với các sản phẩm xuất khẩu là nguyên liệu như niken, dầu mỏ, khí đốt thiên nhiên, đồng và một số mặt hàng khác.

Nguyên nhân của việc tăng thuế này là do ngân sách của Liên bang Nga luôn ở trong tình trạng căng thẳng, làm cho đầu tư giảm mạnh và nợ lương công nhân thêm chồng chất, chính phủ buộc phải tăng thuế nhập khẩu và thuế xuất khẩu đối với một số sản phẩm có lợi nhuận cao hoặc được hưởng lợi từ việc phá giá đồng rúp để tăng thu cho ngân sách. Mặt khác, do tình trạng lậu thuế, khai man giá trị hàng nhập diễn ra rất nghiêm trọng nên những năm gần đây chính phủ Liên bang Nga đã áp dụng thuế suất tối thiểu nhập khẩu. Theo đó, thuế đối với hàng nhập khẩu không chỉ tính dựa trên thuế suất nhập khẩu mà còn phải căn cứ vào mức thuế tối thiểu.

\* **Thuế suất tối thiểu nhập khẩu** quy định mức thuế tối thiểu phải nộp trên một đơn vị số lượng hay trọng lượng.

Thuế tối thiểu nhập khẩu tuy đã phần nào ngăn chặn được hiện tượng gian lận thương mại và bảo hộ sản xuất trong nước, nhưng đã đẩy giá hàng nhập khẩu lên quá cao, đặc biệt là trong điều kiện hàng nhập khẩu thoả mãn tới gần 40% nhu

câu về lương thực - thực phẩm và hàng tiêu dùng của người dân Nga, làm giảm thu nhập thực tế của người dân và dẫn đến tình trạng khan hiếm hàng hoá trên thị trường, do hoạt động nhập khẩu không còn mang lại lợi nhuận tương xứng nữa.

Thuế suất tối thiểu nhập khẩu đối với một số mặt hàng nông sản - thực phẩm và hàng tiêu dùng, trong đó có hàng xuất khẩu của Việt Nam như sau:

<b>Mặt hàng</b>	<b>Thuế suất (%)</b>	<b>Mức thuế tối thiểu</b>
- Thịt lợn	15	250 ecu/tấn
- Cà phê hạt rang (đóng gói dưới 3 kg)	10	200 “
- Chè xanh, chè đen (đóng gói dưới 3 kg)	20	400 “
- Chuối	5	20 “
- Cam, bưởi	5	20 “
- Đồ hộp rau quả	2	100 “
- Nước quả	5	70 “
- áo khoác măng tô, jakét	30	10.000 “
- Sơ mi	20	5.000 “
- Giày vải, dép xốp	20	+ 1 ecu/đôi
- Giày da	20	+ 2 ecu/đôi

Vì vậy, Chính phủ Nga đã ra Quyết định số 1226 ngày 21/10/1998, qui định các mặt hàng lương thực - thực phẩm, trong đó có hàng nhập khẩu từ Việt Nam, được giảm thuế VAT từ 20% xuống còn 10%, miễn phần tăng thuế nhập khẩu 3% được áp dụng từ ngày 15/8/1998 và được giảm thuế suất nhập khẩu, như thịt bò, thịt lợn (kể cả đông lạnh) từ 15% xuống còn 10% ( nhưng không quá 130 ecu/tấn); sữa, bơ, đậu, dầu hướng dương xuống còn 5%, đậu tương và thực phẩm dành cho trẻ em còn 1%... Quyết định giảm thuế nhập khẩu này tạm thời áp dụng trong 6 tháng, sau đó có thể được gia hạn. Mặc dù vậy, như trên đã nói, thuế suất nhập khẩu của Liên bang Nga vẫn vào loại cao so với các nước.

### ***Chính sách thuế của Liên bang Nga đối với Việt Nam:***

Việt Nam được xếp trong 104 nước đang phát triển được hưởng thuế suất nhập khẩu ưu đãi của Liên bang Nga. Trước ngày 26/4/1996, thuế suất ưu đãi này bằng 50% thuế suất cơ sở công bố cho tất cả các nước có chế độ tối huệ quốc với Liên bang Nga. Nhưng từ ngày 26/4/1996 Chính phủ Liên bang Nga đã nâng mức thuế suất này lên bằng 75% thuế suất cơ sở công bố.

Việc Việt Nam được xếp ngang bằng với các nước đã phát triển hơn Việt Nam hàng chục năm như Singapore, Thái lan, Malaysia, Trung Quốc ... trong quan hệ ngoại thương với Liên bang Nga đã đặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thế bất lợi, do đa số hàng xuất khẩu của các nước trên đều hơn hẳn hàng xuất của Việt Nam cả về kiểu cách, chất lượng, giá cả... lẫn điều kiện về tài chính.

## **2. Chính sách phi thuế quan:**

Với định hướng tự do hoá hoạt động kinh tế đối ngoại, Liên bang Nga bắt đầu quá trình cải cách hoạt động ngoại thương bằng việc phi tập trung hoá hoàn toàn lĩnh vực nhập khẩu, xoá bỏ mọi hạn chế về số lượng đối với nhập khẩu hàng hoá, từng bước “ thanh toán” các hạn ngạch xuất khẩu theo kế hoạch tập trung, tiến đến bãi bỏ hạn ngạch và giấy phép xuất khẩu đối với tất cả các loại hàng hoá, trừ các nguyên liệu chiến lược, bãi bỏ những đặc quyền khu vực đối với một số mặt hàng xuất khẩu vào năm 1994.

Trên thực tế, cho đến nay Liên bang Nga chưa áp dụng một cách có hệ thống biện pháp cấp quota nhập khẩu đối với một số mặt hàng như may mặc, hải sản... như các nước EU, G7... hoặc hạn chế, ngừng nhập khẩu như Việt Nam đang áp dụng đối với ô tô, xe máy... Tuy nhiên, ở từng thời điểm, Liên bang Nga đã áp dụng một số biện pháp bảo hộ mậu dịch mang tính chất phi thuế quan. Điều này phù hợp với Luật về “ Điều hành nhà nước về hoạt động ngoại thương”, cho phép xác định những hạn chế nhất định nhằm mục tiêu bảo vệ thị trường trong nước.

Mặt khác, trong tiến trình gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), để thực hiện cam kết minh bạch hoá chính sách phi quan thuế, ngày 14/4/1998 Tổng thống Nga đã ký Luật về các biện pháp bảo vệ lợi ích của Liên bang Nga trong hoạt động ngoại thương. Luật này đã được 2 Viện quốc hội Nga thông qua.

Theo đạo luật này, từ năm 1998 Liên bang Nga sẽ áp dụng các biện pháp phi quan thuế như quota nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu, các biện pháp chống bán phá giá và các biện pháp tự vệ khác nhằm bảo vệ các ngành kinh tế của đất nước trước sự cạnh tranh của nước ngoài, đối phó với sự phân biệt đối xử của một số nước đối với hàng xuất khẩu của Nga và đảm bảo cân bằng cán cân thương mại .

*Đối với hàng hoá:* Việc nhập khẩu đa số hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng, phương tiện giao thông vận tải, máy kéo, hàng lương thực - thực phẩm, thuốc chữa bệnh, đồ chơi trẻ em phải có giấy chứng nhận phù hợp do cơ quan chức năng có thẩm quyền của Liên bang cấp trên cơ sở xét nghiệm, giám định mẫu hàng. Thủ tục này phải được thực hiện trước khi thông quan. Đối với một số hàng được phẩm phải do cơ quan giám định y tế thử nghiệm, có khi kéo dài tới hàng năm. Giấy

chứng nhận phẩm chất của cơ quan giám định quốc tế có uy tín, như SGS, có thể thay thế giấy chứng nhận phù hợp vào Nga.

Hàng hoá nhập khẩu vào Nga phải có chỉ dẫn bằng tiếng Nga, trong đó ghi rõ tên hàng, thành phần chất lượng, hướng dẫn sử dụng... trên bao bì (nếu có diện tích nhỏ), hoặc đính kèm theo mỗi đơn vị sản phẩm. Cụ thể, đối với mặt hàng lương thực - thực phẩm, các chỉ dẫn này bao gồm:

- Tên sản phẩm, dạng sản phẩm
- Nước xuất xứ
- Công ty sản xuất
- Trọng lượng hay thể tích sản phẩm
- Các thành phần chính của sản phẩm( bao gồm cả phụ gia thực phẩm)
- Giá trị dinh dưỡng ( calo, vitamin - đối với các sản phẩm có tác dụng trị liệu, thực phẩm, thực phẩm dùng cho trẻ em).
- Ngoài ra còn ghi rõ thời hạn sử dụng, điều kiện bảo quản, phương pháp chế biến, hướng dẫn và yêu cầu về sử dụng, bao gồm cả các chỉ dẫn về các trường hợp không được sử dụng hay sử dụng có mức độ sản phẩm này.

Qui định bắt buộc các sản phẩm nhập khẩu vào Liên bang Nga phải có chỉ dẫn bằng tiếng Nga góp phần ngăn chặn các sản phẩm kém chất lượng được đưa vào Nga và bảo vệ người tiêu dùng. Tuy nhiên, yêu cầu này ít nhiều cũng làm giảm khả năng cạnh tranh của các sản phẩm nhập ngoại cùng loại.

*Về mặt thủ tục hải quan đối với hàng nhập khẩu:* Theo quy định ngày 5/1/1994 của Tổng cục Hải quan, hàng hoá sẽ được áp mã thuế nếu có dẫn chiếu đầy đủ về người bán và người mua, điều kiện giao hàng (theo INCOTERM 90), thống kê hàng hoá có kèm theo đơn giá từng mặt hàng và tổng trị giá hàng hoá, mức chiết khấu (theo điều kiện chiết khấu trong hợp đồng và hoá đơn), điều kiện giao hàng và các điều khoản bắt buộc khác của hợp đồng. Ngoài ra còn có các chứng từ về chủng loại, chất lượng, điều kiện và thời hạn giao hàng. Nếu thiếu một trong các chứng từ đã nêu trên, cơ quan Hải quan có quyền từ chối áp mã thuế cho hàng nhập khẩu.

*Đối với hoạt động xuất khẩu,* Liên bang Nga cũng thuộc các nước bị áp đặt các chế độ hạn chế nhập khẩu. Trong điều kiện đó, xuất khẩu của Nga sang các nước chủ yếu được điều chỉnh bằng các công cụ hành chính, bao gồm các qui định về hạn chế, ngăn cấm trực tiếp thông qua việc cấp giấy phép xuất khẩu và những biện pháp tương tự.



Như vậy, Liên bang Nga là một thị trường tương đối tự do, xét về phương diện các hàng rào phi quan thuế, so với các nước khác trên thế giới. Hiện tại, ở Liên bang Nga các biện pháp hạn chế về số lượng hoặc ngừng nhập khẩu hầu như chưa được áp dụng, trong khi ở các nước phát triển có tới 30% hàng lương thực - thực phẩm, 13% năng lượng và khoảng 10% hàng xa xỉ bị hạn chế về số lượng nhập khẩu. Các yêu cầu về thủ tục nhập khẩu và yêu cầu đối với hàng hoá nhập khẩu cũng không quá khắt khe.

Vì thế, khó khăn cơ bản đối với các nhà xuất khẩu sang Nga không phải là do hàng rào phi quan thuế mà là ở chỗ thuế đánh vào hàng nhập khẩu cao, đặc biệt là đối với các hàng hoá có giá trị thấp, do Liên bang Nga áp dụng mức thuế tối thiểu nhập khẩu theo đơn vị số lượng và trọng lượng của hàng hoá nhập khẩu. Điều này dẫn đến nhiều công ty nhập khẩu, kể cả các công ty của Nga, đã dùng những biện pháp gian lận thương mại để giảm mức đóng thuế tạo ra sự cạnh tranh bất bình đẳng giữa các công ty.

Thuế nhập khẩu cao còn kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của thị trường không có tổ chức. Mức lưu chuyển hàng hoá trên thị trường không có tổ chức hàng năm lên tới trên 10 tỉ USD, 8 tháng đầu năm 1998 đạt 13,7 tỉ USD, trong đó chủ yếu là hàng hoá nhập khẩu (12,7 tỉ USD 8 tháng đầu năm 1998), tạo ra sự cạnh tranh bất bình đẳng giữa các hàng hoá nhập khẩu chính thức và hàng hoá nhập khẩu phi chính thức.

#### IV. MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM NỔI BẬT CỦA THỊ TRƯỜNG NGA VÀ CÁC PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN TRÊN THỊ TRƯỜNG LIÊN BANG NGA HIỆN NAY:

##### 1. Những đặc điểm nổi bật của thị trường Nga hiện nay:

- **Số lượng các công ty tham gia xuất nhập khẩu lớn:** Theo quy định của chính phủ Liên bang Nga, các công ty có số vốn 13.500 USD được trực tiếp giao dịch, kinh doanh xuất nhập khẩu. Vì thế, số lượng công ty xuất nhập khẩu của Nga đã tăng lên nhanh chóng. Tình trạng trên một mặt tạo ra những điều kiện vô cùng thuận lợi cho hoạt động ngoại thương, do hình thành nên một mạng lưới xuất - nhập - bán buôn - bán lẻ hết sức rộng rãi, mặt khác cũng gây không ít khó khăn cho các công ty đối tác nước ngoài trong việc tìm kiếm được những đối tác Nga thực sự có đủ độ tin cậy, đặc biệt là những công ty trước đây quen buôn bán với Nga trên cơ sở các nghị định thư của chính phủ như các công ty của Việt Nam.

- **Tình trạng thiếu vốn của các công ty thương mại Nga:** Các công ty thương mại của Nga hầu hết còn non trẻ, do mới được thành lập hoặc là kết quả của quá trình tư nhân hoá, qui mô không lớn, cơ sở vật chất kỹ thuật nhìn chung còn nghèo nàn, thiếu vốn kinh doanh. Bởi vậy, trong kinh doanh ngoại thương, các

công ty Nga thường tranh thủ chiếm dụng vốn của các đối tác thông qua hình thức nhận bán ký gửi hoặc bán hàng nhận tiền trước, mua hàng trả chậm. Tuy nhiên, hình thức buôn bán này chứa đựng nhiều rủi ro vì các công ty Nga rất dễ bị phá sản hoặc kéo dài thời gian trả nợ do gặp phải những khó khăn bất thường về tài chính. Chính vì thế, các công ty nước ngoài thường thuê các ngân hàng hoặc các công ty tài chính có uy tín bảo lãnh để hạn chế bớt rủi ro trong kinh doanh.

- **Cạnh tranh gay gắt trên thị trường:** Liên bang Nga là thị trường tương đối tự do, có dung lượng lớn, lại đang trong tình trạng thiếu hàng hoá, kể cả nông sản thực phẩm, hàng tiêu dùng cho nhân dân và thiết bị máy móc để đổi mới ngành công nghiệp. Vì thế, nhiều nước trên thế giới rất chú ý đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này, dẫn tới sự cạnh tranh hết sức quyết liệt. Nhiều công ty đã xây dựng chiến lược kinh doanh, cách thức buôn bán thích hợp với môi trường kinh doanh như ký gửi hàng hoá, xây dựng trung tâm thương mại... Bên cạnh đó, chính phủ của nhiều nước cũng đã giúp đỡ các công ty của mình thâm nhập vào thị trường Nga thông qua hình thức bảo lãnh tín dụng, thậm chí trợ giá hàng xuất khẩu sang Nga. Do đó, nhiều công ty, đặc biệt là các công ty của Mỹ, EU, Trung quốc đã cạnh tranh thắng lợi, tạo lập được những kênh phân phối riêng và chỗ đứng trên thị trường Liên bang Nga.

- **Tính đa dạng, phong phú của thị trường:** Liên bang Nga có 150 triệu dân sống trên một đất nước rộng lớn với tình trạng phân hoá giàu nghèo trong xã hội diễn ra ngày càng sâu sắc. Một số ít người giàu có yêu cầu hàng hoá phẩm cấp cao, trong khi đa số dân chúng là nghèo khó phải hết sức tính toán trong chi tiêu, chỉ có khả năng thanh toán đối với những hàng hoá phẩm cấp thấp hơn. Vì thế, nhu cầu về hàng hoá trên thị trường Nga vô cùng phong phú, đa dạng về cả chất lượng, giá cả cũng như mẫu mã, bao bì sản phẩm, trong đó nhu cầu về hàng chất lượng trung bình và không cao lắm vẫn còn chiếm tỷ lệ khá cao, hàng hoá của nhiều nước đang phát triển có nhiều thuận lợi để thâm nhập.

- **Tính thiếu ổn định của thị trường:** Nền chính trị không ổn định, kinh tế giảm sút, lạm phát cao, đồng rúp mất giá liên tục, lãi suất ngân hàng cao, thuế nhập khẩu cao, kinh tế ngậm phát triển mạnh (ước tính chiếm khoảng 25% GDP) làm cho môi trường kinh doanh tại Nga thiếu ổn định và chứa đựng nhiều rủi ro.

Do các đặc điểm trên đây, các phương thức mua bán và thanh toán trên thị trường Liên bang Nga cũng có nhiều nét đặc thù riêng.

## **2. Các phương thức thanh toán hiện nay trên thị trường Liên bang Nga:**

Hiện nay, trên thị trường Nga đang áp dụng nhiều phương thức thanh toán, trong đó phương thức thanh toán mở tín dụng thư (L/C) được áp dụng phổ biến trong buôn bán trên thế giới lại ít được sử dụng ở Nga. Giá trị hàng hoá xuất - nhập

khẩu thanh toán bằng L/C chỉ chiếm khoảng 5% kim ngạch nhập khẩu vào Liên bang Nga.

Các phương thức thanh toán hiện nay thường được sử dụng tại Liên bang Nga như sau:

+ *Mở tín dụng thư (L/C) qua một công ty có trụ sở tại nước thứ ba*: áp dụng phương thức này có thể tránh được những rủi ro trong thanh toán do việc thanh toán dựa vào một công ty nước thứ ba, có uy tín và khả năng tài chính, nhưng phương thức này dễ đẩy giá hàng lên cao do phải buôn bán qua trung gian.

+ *Bán hàng nhập khẩu tại kho hàng đặt ở Nga( kho ngoại quan)*: Phương thức này cho phép nhà xuất khẩu tổ chức bán hàng, thu tiền về nhanh (có thể thu bằng đồng rúp hoặc bằng đồng đô la Mỹ) ngay tại kho hàng của nhà xuất khẩu. Tuy nhiên, phương thức này đòi hỏi có một hệ thống kho tàng, cơ sở vật chất - kỹ thuật tương đối vì phải tổ chức bảo quản hàng hoá trong một thời gian nhất định. Hiện đang có một số công ty của một số nước như Trung Quốc, Thụy Điển, Ba Lan,...áp dụng phương thức này.

+ *Bán hàng cho thanh toán chậm hoặc trả trước đối với hàng mua*: Trong quan hệ buôn bán với Liên bang Nga, thông thường các công ty nước ngoài cho các công ty Nga trả chậm từ 3 đến 6 tháng đối với hàng nhập khẩu vào Nga và ứng tiền trước đối với hàng xuất khẩu của Nga. Phương thức này đòi hỏi các bạn hàng của Nga phải có tiềm lực mạnh về tài chính cũng như sự bảo lãnh từ phía các công ty tài chính, ngân hàng. Vì thế, các hãng, công ty lớn của các nước EU, Mỹ,...thường có đủ điều kiện để áp dụng phương thức này. Các công ty của Việt Nam ít vốn, lại chưa có được sự bảo lãnh nên khó có thể áp dụng hình thức thanh toán này.

+ *Hình thức hàng đổi hàng*: Hai bên trực tiếp trao đổi với nhau những hàng hoá có giá trị tương đương, đồng tiền không làm chức năng thanh toán.

**Bảng 13: Buôn bán hàng đổi hàng của Liên bang Nga 1996 - 1997.**

*ĐVT: Triệu USD*

<b>Chỉ tiêu/Năm</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
- Kim ngạch hàng đổi hàng	9738	5536,8
<i>Tỉ trọng trong tổng kim ngạch(%)</i>	7,8	4,3
- Xuất khẩu	5493,3	2828,5
<i>Tỉ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu (%)</i>	6,7	3,5

- Nhập khẩu	4244,7	2708,3
Tỉ trọng trong tổng kim ngạch nhập khẩu (%)	9,9	5,6

*Nguồn: Tổng cục Hải quan Liên bang Nga.*

Mặc dù, trên thực tế phương thức buôn bán này gặp rất nhiều trở ngại do giá trị hàng trao đổi không cân xứng, do đối tác không phải là người kinh doanh hay cần những hàng hoá mà mình đưa ra trao đổi,...song hình thức hàng đổi hàng có một số ưu điểm như không dùng tiền mặt, tránh được rủi ro về biến động tỉ giá hối đoái, kết hợp được giữa xuất và nhập khẩu...mà thị trường Liên bang Nga đang gặp phải, nên hình thức này hiện vẫn được các nước sử dụng trong quan hệ ngoại thương với Liên bang Nga.

Hình thức buôn bán hàng đổi hàng trước kia được áp dụng chủ yếu trong nội bộ Liên bang Xô Viết và khối SEV. Hiện nay, buôn bán hàng đổi hàng giữa Liên bang Nga và các nước SNG vẫn chiếm tỉ lệ lớn, trên 50%, song có xu hướng giảm dần từ 63,5% năm 1996 xuống còn 53,1% năm 1997.

Buôn bán hàng đổi hàng được áp dụng đối với tất cả các hàng hoá xuất và nhập khẩu của Nga, trong đó tập trung vào các mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu, đặc biệt là các mặt hàng xuất nhập khẩu chiến lược của Liên bang Nga như nhiên liệu, dầu và các sản phẩm hoá dầu, kim loại đen, máy móc thiết bị và phương tiện giao thông, trạm năng lượng hạt nhân, lương thực - thực phẩm.

Trong quan hệ buôn bán với Liên bang Nga hiện nay, Việt Nam vẫn duy trì hình thức hàng đổi hàng được áp dụng từ năm 1987. Tuy nhiên, do không có hiệp định ký kết giữa 2 Nhà nước, buôn bán hàng đổi hàng chỉ diễn ra ở cấp doanh nghiệp, theo thoả thuận giữa các doanh nghiệp, giữa các địa phương nên qui mô rất hạn chế. Mặt khác, do tình trạng nợ lương, nợ thuế của các doanh nghiệp Nga hết sức căng thẳng nên các doanh nghiệp Nga chỉ cho phép đổi hàng theo một tỉ lệ phần trăm nhất định, thường là 30%, còn lại phải thanh toán bằng tiền để trả lương cho công nhân và nộp thuế. Vì vậy, tỉ lệ buôn bán hàng đổi hàng trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với Liên bang Nga còn thấp.

*Nhận xét:* Quá trình cải cách kinh tế ở Nga đã tạo ra cho nước Nga một gương mặt thị trường hoàn toàn mới. Khu vực tư nhân đông đảo chiếm ưu thế tuyệt đối trên thị trường. Giá cả được quyết định bởi cung cầu thị trường. Cạnh tranh gay gắt không chỉ giữa các công ty nước ngoài mà còn giữa các công ty trong nước với nhau. Nguồn hàng hoá phong phú. Phương thức buôn bán đa dạng. Thị trường Nga đã thay đổi một cách căn bản so với trước đây.

## PHẦN THỨ HAI

### THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGÀ

#### I. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGÀ GIAI ĐOẠN TRƯỚC NĂM 1990:

Trước năm 1991, quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga nằm trong mối quan hệ thương mại chung giữa Việt Nam - Liên Xô và là mối quan hệ chủ yếu nhất. Bởi thế, phần sau đây chúng tôi sẽ chỉ đi vào phân tích thực trạng quan hệ thương mại Việt - Xô, phần vì nó mang tính chất đại diện, phần vì các số liệu trước đây là không thể bóc tách được.

##### 1. Kim ngạch ngoại thương:

Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên Xô được bắt đầu từ năm 1955 bằng việc ký kết Hiệp định Kinh tế - Thương mại giữa hai chính phủ tại Mátxcơva. Trải qua 35 năm, quan hệ kinh tế - thương mại giữa hai nước ngày càng được duy trì, củng cố và không ngừng phát triển.

**Bảng 14: Kim ngạch ngoại thương Việt Nam - Liên Xô**  
*giai đoạn 1976 - 1990.*

Chỉ tiêu	ĐVT	76 - 80	81 - 84	86 - 90
Tổng kim ngạch ngoại thương	Tr.rúp	2.364,1	4.303,4	10.192,8
<i>Trong đó:</i>				
- Xuất khẩu sang Liên Xô	Tr.rúp	650,8	866,5	2.483,2

<i>Tỷ trọng</i>	<i>%</i>	27,5	20,1	24,4
- Nhập khẩu từ Liên Xô	Tr.rúp	1.713,3	3.436,9	7.709,6
<i>Tỷ trọng</i>	<i>%</i>	72,5	79,9	75,6
- Cân đối giữa xuất khẩu - nhập khẩu	Tr.rúp	- 1.062,5	- 2.570,4	- 5.226,4

*Nguồn: - Số liệu 76 - 84: Kinh tế Liên Xô - Thành tựu và vấn đề, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, 1987.*

*- Số liệu 86 - 90: Số liệu thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam 1985 - 1995.*

Ngay sau khi quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Liên Xô chính thức bắt đầu, tốc độ tăng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước tăng lên rất nhanh. Năm 1955, kim ngạch buôn bán hai chiều mới chỉ đạt 5 triệu rúp, đến năm 1960 đã tăng gấp 13 lần. Trong 5 năm 1976 - 1980 khối lượng trao đổi hàng hoá giữa hai nước bằng 20 năm trước đó cộng lại. Trong những năm 80, tốc độ trao đổi hàng hoá giữa Việt Nam và Liên Xô ngày càng lớn, đạt đỉnh cao nhất trong giai đoạn 1986 - 1990, với quy mô 10.192,8 triệu rúp.

Trong quan hệ buôn bán giữa Việt Nam và Liên Xô những năm trước 1990, tỷ trọng nhập khẩu hàng hoá từ Liên Xô về Việt Nam thường lớn hơn rất nhiều so với tỷ trọng xuất khẩu hàng hoá từ Việt Nam sang Liên Xô. Tình trạng nhập siêu đã diễn ra trong suốt cả giai đoạn với mức độ ngày càng tăng. Nếu như giai đoạn 1976 - 1980, mức nhập siêu của Việt Nam là 1.062,5 triệu rúp thì đến giai đoạn 1981 - 1984, mức nhập siêu đã tăng gấp 2,4 lần và đến giai đoạn 1986 - 1990 con số này lại tăng gần gấp 5 lần.

Mức nhập siêu lớn, phản ánh tình trạng kém phát triển, cơ sở vật chất kỹ thuật nghèo nàn, thiếu thốn của nền kinh tế Việt Nam, đồng thời thể hiện sự giúp đỡ vô cùng to lớn của Liên Xô vì đã cung cấp cho Việt Nam nhiều máy móc thiết bị, nguyên nhiên vật liệu phục vụ cho việc xây dựng các công trình thiết bị toàn bộ mang tầm cỡ thời đại, làm nền móng cho ngành công nghiệp Việt Nam sau này.

## **2. Tình hình nhập khẩu:**

Những năm trước 1990, nền kinh tế Việt Nam còn nhiều khó khăn, thiếu thốn, do đó nhu cầu nhập khẩu hàng hoá rất lớn. Chính vì vậy, cơ cấu ngoại thương giữa Việt Nam với Liên Xô hoàn toàn nghiêng về nhập khẩu. Kim ngạch nhập khẩu trong tổng kim ngạch ngoại thương với Liên Xô giai đoạn này lên tới 70 - 80%, trong khi đó kim ngạch xuất khẩu chỉ ở mức 20 - 30%.

Hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Liên Xô chủ yếu là máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải, nguyên nhiên vật liệu, dụng cụ, phụ tùng. Riêng nguyên nhiên vật liệu nhập khẩu từ Liên Xô chiếm trên 50% kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này của Việt Nam. Ngoài ra, còn có các mặt hàng tiêu dùng khác phục vụ nhu cầu

đời sống của nhân dân Việt Nam. Có thể nói, hàng hoá nhập khẩu từ Liên Xô đã đáp ứng về cơ bản các nhu cầu thiết yếu nhất của nền kinh tế Việt Nam những năm trước đây.

Giai đoạn 1986 - 1990 là giai đoạn đỉnh cao của quan hệ hợp tác Việt - Xô với kim ngạch nhập khẩu tăng gấp hơn 2 lần so giai đoạn trước, chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam, trong đó, nhập khẩu máy móc thiết bị tăng vọt và chiếm tỷ lệ lớn - tới 70% đến trên 90% Thậm chí đối với một số mặt hàng tỷ lệ nhập khẩu từ Liên Xô chiếm gần 100% như các mặt hàng máy kéo, xăng dầu các loại, chủ yếu vì do trong giai đoạn này Liên Xô đã viện trợ, cho vay dài hạn, hoặc bù trừ chi phí, với tổng số tiền lên tới 3,3 tỷ rúp để giúp Việt Nam xây dựng nhiều công trình thiết bị toàn bộ và các chương trình có mục tiêu và nhập khẩu các mặt hàng nhằm phục vụ cho việc sản xuất của các công trình đó.

*Về các công trình thiết bị toàn bộ:* Trong giai đoạn 1986 - 1990, theo kế hoạch Liên Xô cho Việt Nam vay 1,65 tỷ rúp để xây dựng 47 công trình chuyển tiếp từ kế hoạch 5 năm trước (1981-1985) và xây dựng 47 công trình mới. Việc đầu tư xây dựng các công trình thiết bị toàn bộ này đã mang lại cho ngành công nghiệp Việt Nam sự thay đổi lớn, đặc biệt là đối với ngành công nghiệp nặng. Tính đến cuối năm 1989, các công trình do Liên Xô giúp đỡ đã tạo ra một năng lực sản xuất lớn cho một số ngành công nghiệp quan trọng của Việt Nam. Sản lượng công nghiệp do các công trình này tạo ra đã chiếm tỷ lệ lớn trong tổng sản lượng công nghiệp của cả nước. Cụ thể các công trình thiết bị toàn bộ do Liên Xô giúp xây dựng đã sản xuất được 70% điện năng, 92% than đá, 44% động cơ diesel, 100% apatit cho Việt Nam... Những kết quả này đã góp phần rất quan trọng vào sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế Việt Nam không chỉ trong giai đoạn này mà còn trong tương lai.

*Các chương trình hợp tác có mục tiêu* tập trung chủ yếu vào 2 lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp nhẹ. Trong lĩnh vực nông nghiệp, đã có một số hiệp định được ký kết giữa hai nước như Hiệp định hợp tác sản xuất rau quả: Liên Xô cho Việt Nam vay 240 triệu rúp với lãi suất 3% hàng năm, trong đó 90 triệu rúp để xây dựng 17 nhà máy và 150 triệu rúp để nhập khẩu vật tư, hàng hoá phục vụ sản xuất và chế biến; Hiệp định về cà phê: Liên Xô cho vay 71 triệu rúp để trồng mới và thâm canh 5 vạn ha cà phê; Hiệp định về cao su: Liên Xô cho vay 160 triệu rúp để trồng 7 vạn ha cao su. Ngoài ra, còn các Hiệp định sản xuất chè, dầu dừa trị giá hàng chục triệu rúp.

Trong lĩnh vực công nghiệp nhẹ, có các đề án gia công hàng hoá. Phía Liên Xô cho Việt Nam vay 1,5 tỷ rúp để thực hiện kế hoạch gia công 9,5 triệu sản phẩm hàng may mặc và kế hoạch gia công 67,5 triệu sản phẩm mũ, giày.

Các hiệp định trên được ký kết với quy mô rất lớn, nếu đi vào hiện thực sẽ có tác động mạnh mẽ không chỉ đối với bản thân ngành công nghiệp nhẹ và nông

nghiệp mà còn thúc đẩy quan hệ thương mại song phương lên một bước cao hơn. Song đáng tiếc, thực tế thực hiện các chương trình trên rất thấp. Cho đến năm 1991, khi tan rã, Liên Xô mới chỉ giúp Việt Nam xây dựng được 2 trong số 17 nhà máy chế biến rau quả và chỉ giao được cho Việt Nam 8,5 trong số 150 triệu rúp để mua vật tư, thiết bị theo hiệp định đã ký. Các hiệp định về cà phê, cao su, chè, dầu dừa và các đề án gia công cũng ở trong tình trạng tương tự.

**Bảng 15: Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Liên Xô**  
*giai đoạn 1986 - 1990.*

STT	Mặt hàng	Đ.Vị	1986	1987	1988	1989	1990
1	Máy kéo - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	chiếc " %	452 452 <b>100</b>	598 598 <b>100</b>	403 403 <b>100</b>	755 763 <b>98,95</b>	323 1.604 <b>20,14</b>
2	Ô tô vận tải - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	chiếc " %	3.663 5.157 <b>71,03</b>	3.711 4.662 <b>79,60</b>	3.258 3.668 <b>88,82</b>	3.171 3.647 <b>86,95</b>	951 3.726 <b>25,52</b>
3	Săm lốp ô tô, máy kéo - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	Bộ " %	124.016 175.834 <b>70,53</b>	114.731 170.900 <b>67,13</b>	139.759 178.300 <b>78,38</b>	135.743 152.000 <b>89,30</b>	229.350 111.376 <b>48,56</b>
4	Sắt thép - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	Tấn " %	308.403 367.053 <b>84,02</b>	390.072 438.420 <b>88,97</b>	441.979 494.818 <b>89,32</b>	354.166 379.423 <b>93,34</b>	298.214 324.262 <b>91,97</b>
5	Xăng dầu - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	1000T " %	2.057 5.300 <b>97,58</b>	2.419 3.300 <b>99,42</b>	2.451 4.000 <b>100,00</b>	2.261 4.800 <b>99,46</b>	1.425 3.800 <b>49,81</b>
6	Dầu mỡ nhờn - Nhập từ LXô - Tổng số NK - <i>Tỷ lệ</i>	Tấn " %	59.496 59.579 <b>99,86</b>	63.200 70.600 <b>89,52</b>	69.864 71.931 <b>97,13</b>	57.759 62.828 <b>91,93</b>	24.242 28.662 <b>84,58</b>



7	Phân URE						
	- Nhập từ LXô	Tấn	607.886	396.349	578.173	501.040	441.018
	- Tổng số NK	"	782.912	583.800	884.700	632.785	785.600
	- <i>Tỷ lệ</i>	%	<b>77,64</b>	<b>67,89</b>	<b>65,35</b>	<b>79,18</b>	<b>56,14</b>
8	Bông						
	- Nhập từ LXô	Tấn	52.047	63.387	62.268	48.558	56.776
	- Tổng số NK	"	54.016	64.960	64.013	51.552	58.805
	- <i>Tỷ lệ</i>	%	<b>96,35</b>	<b>97,58</b>	<b>97,27</b>	<b>94,19</b>	<b>96,55</b>

*Nguồn: Số liệu thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam 1985 - 1995*

Nguyên nhân chủ yếu của tình trạng trên là do sự không phù hợp giữa kế hoạch được ký kết với khả năng và trình độ thực hiện của cả hai phía. Bên cạnh đó, việc thực hiện kế hoạch một cách máy móc, cứng nhắc, không kịp thời điều chỉnh theo yêu cầu của thực tiễn cũng như những khó khăn trong cơ chế thanh toán cũng là những nguyên nhân không nhỏ làm hạn chế kết quả thực hiện các chương trình mục tiêu nói trên.

*Tóm lại*, trong thời kỳ trước năm 1990, nhập khẩu chiếm tỷ lệ cao trong buôn bán giữa Việt Nam và Liên Xô, nó đáp ứng về cơ bản nhu cầu thiết yếu của nền kinh tế quốc dân cũng như các nhu cầu về hàng hoá tiêu dùng của nhân dân Việt Nam. Có thể nói, trong chiến tranh và khi nền kinh tế Việt Nam còn chưa phát triển, đời sống nhân dân còn gặp muôn vàn khó khăn thì nhập khẩu nói chung và nhập khẩu từ Liên Xô nói riêng có ý nghĩa sống còn. Ngày nay, đa số các công trình do Liên Xô đầu tư theo kiểu viện trợ hay trả nợ dần đó vẫn đang hoạt động tốt và là xương sống trong một số ngành như thuỷ điện, than, dầu khí. Qua đó thấy rằng sự giúp đỡ của Liên Xô đối với Việt Nam trước đây là vô cùng to lớn và hiệu quả.

### **3. Tình hình xuất khẩu:**

Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Liên Xô tuy còn thấp nhưng đã ngày càng tăng lên: giai đoạn 1976 - 1980 chỉ là 650,8 triệu rúp, giai đoạn 1981 - 1984 đã tăng lên 866,5 triệu rúp và đến giai đoạn 1986 - 1990 đã đạt mức 2.483,2 triệu rúp - chiếm khoảng 40% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Trung bình cứ 5 năm kim ngạch xuất khẩu sang Liên Xô lại tăng gấp đôi. Mặc dù vậy, tỷ trọng xuất khẩu trong buôn bán giữa Việt Nam và Liên Xô rất thấp, không vượt qua được ngưỡng 30% và đã giảm xuống, từ 27,53% giai đoạn 1976 - 1980 xuống còn 20,14% trong giai đoạn 1981 - 1984, giai đoạn 1986 - 1990 tỷ trọng này có tăng đôi chút nhưng vẫn thấp hơn giai đoạn 1976 - 1980, chiếm 24,36%.

*Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Liên Xô trong giai đoạn trước 1990 chủ yếu là hàng nông lâm sản, chiếm tỷ trọng trung bình khoảng 25 - 35% kim ngạch xuất nhập khẩu. Tiếp đó là các sản phẩm công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp; các loại khoáng sản và sản phẩm công nghiệp nặng chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ,*

khoảng 5%. Những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Liên Xô thời gian này là cao su, chè, cà phê, quần áo gia công, hàng dệt kim, các sản phẩm thủ công nghiệp.

Nhìn chung, các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Liên Xô trong giai đoạn này không có sự biến động lớn. Giá trị xuất khẩu của hầu hết các mặt hàng đều tăng làm cho tỷ trọng của chúng trong tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng này ít thay đổi. Riêng mặt hàng quần áo các loại có giảm cả về kim ngạch và tỷ trọng do Việt Nam thực hiện những biện pháp cải thiện cung cấp hàng tiêu dùng cho nhân dân và do phương thức xuất khẩu loại hàng hoá này đã được thực hiện theo nguyên tắc gia công ( xin xem thêm phụ lục).

*Những thay đổi lớn về mặt hàng xuất khẩu chủ yếu diễn ra trong giai đoạn 1986 - 1990, do Liên Xô đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho việc xuất khẩu hàng của ta sang thị trường Liên Xô như chủ trương mở rộng nhập khẩu từ Việt Nam; cho hưởng chế độ ưu đãi nhất; giúp tổ chức nguồn hàng khai thác mọi tiềm năng nông nghiệp nhiệt đới, lao động dồi dào; cung cấp nguyên liệu, gia công xuất khẩu.*

**Bảng 16: Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Liên Xô**  
*giai đoạn 1986 - 1990.*

TT	Mặt hàng	ĐVT	1986	1987	1988	1989	1990
1	Thiếc	Tấn	323	366	411	519	431
2	Hàng may sẵn	1000USD	38.191	30.618	88.081	114.176	140.206
3	Giày dép các loại	"	5.786	8.409	8.218	8.491	12.928
4	Hàng thêu	"	10.431	9.787	9.899	18.135	39.860
5	Hàng cối, ngô, dừa	"	23.367	29.359	38.177	44.073	17.539
6	Hàng mây tre	"	15.542	21.873	24.533	33.330	31.399
7	Cà phê	Tấn	4.505	5.086	6.027	10.949	179
8	Gỗ ván sàn	m3	69.000	49.000	54.000	49.000	41.000
9	Cao su	Tấn	25.000	27.000	28.289	31.715	30.000
10	Dầu thô	1000T	-	-	-	-	1.250

*Nguồn: Số liệu thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam từ 1985 - 1995.*

Về cơ bản, những mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Liên Xô giai đoạn này chủ yếu vẫn là hàng nông lâm sản. Khối lượng cũng như kim ngạch xuất khẩu có xu hướng tăng dần. Riêng năm 1990, do ảnh hưởng của sự thay đổi về hệ

thống chính trị ở Liên Xô nên kim ngạch xuất khẩu nhiều loại hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Liên Xô giảm mạnh so với năm 1989 như hàng cối, ngô, dừa giảm 2/3 kim ngạch xuất khẩu; gỗ ván sàn giảm 8.000 m<sup>3</sup>; cao su giảm gần 2.000 tấn. Đặc biệt, cà phê là mặt hàng giảm mạnh nhất. Cả năm 1990 Việt Nam chỉ xuất khẩu sang Liên Xô được 179 tấn, trong khi năm 1989 Việt Nam xuất khẩu sang Liên Xô được 10.949 tấn.

Cùng với những mặt hàng nông lâm sản kể trên, hàng tiểu thủ công nghiệp và hàng công nghiệp nhẹ cũng là những mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam sang Liên Xô trong giai đoạn này. Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng này đã tăng dần. Ví dụ như năm 1990, hàng may sẵn đạt kim ngạch xuất khẩu gấp 3,7 lần năm 1986, giày dép các loại gấp hơn 2 lần, hàng thêu gấp gần 4 lần.

Ngoài ra, trong giai đoạn này Việt Nam đã đẩy mạnh xuất khẩu một số sản phẩm công nghiệp khai thác như thiếc, quặng crômít, rau quả - do một số chương trình mục tiêu đã đi vào hoạt động, tuy khối lượng còn nhỏ bé. Đến năm 1990, Việt Nam bắt đầu xuất khẩu dầu thô sang Liên Xô, với số lượng 1.250 ngàn tấn trong tổng số 2.617 ngàn tấn dầu thô xuất khẩu của Việt Nam.

Xuất khẩu sang Liên Xô của Việt Nam được thực hiện chủ yếu dưới hình thức theo Nghị định thư, một phần thông qua buôn bán chính thức và trao đổi hàng hoá trực tiếp.

Hình thức hàng đổi hàng trực tiếp chính thức bắt đầu từ năm 1987. Sau hơn hai năm thực hiện đã có 127 doanh nghiệp Việt Nam và Liên Xô có quan hệ trao đổi hàng hoá với nhau. Số hợp đồng trao đổi hàng hoá trực tiếp đã lên tới 102 hợp đồng, trị giá 83 triệu rúp và 1,6 triệu USD. Tuy nhiên, trong thực tế mức thực hiện thấp hơn nhiều so với số hợp đồng đã ký. Nguyên nhân chủ yếu là do các vướng mắc về thủ tục xuất khẩu (từ phía Liên Xô là chính), về hình thức và cơ chế thanh toán. Có thể nói, trao đổi hàng hoá trực tiếp giữa Việt Nam và Liên Xô là một hình thức rất phù hợp với điều kiện kinh tế của hai nước lúc bấy giờ. Nếu giải quyết được các vướng mắc nói trên, chắc chắn hình thức này sẽ có điều kiện phát triển mạnh mẽ hơn, góp phần không nhỏ vào việc đáp ứng nhu cầu hàng hoá cho cả hai nước.

*Tóm lại*, trong những năm từ 1990 trở về trước xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Liên Xô đã tăng lên với tốc độ ngày càng cao, từng bước tạo ra nguồn ngoại tệ không nhỏ, đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Tuy nhiên, nó cũng bộc lộ nhiều điểm yếu khó tránh khỏi trong điều kiện nền kinh tế kém phát triển. Xuất khẩu chiếm tỷ lệ thấp, chỉ chiếm khoảng 20 - 30%, trong kim ngạch buôn bán giữa hai nước. Mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam còn hạn hẹp và đơn điệu, chủ yếu là những mặt hàng nông sản và tiểu thủ công nghiệp. Một số sản phẩm công nghiệp đã bắt đầu được xuất khẩu, nhưng khối lượng còn rất nhỏ bé.

Nhìn chung, sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam ở dạng sản phẩm thô hoặc mới qua sơ chế, kỹ thuật chế biến thủ công, xuất khẩu lại được thực hiện theo nghị định thư, các chương trình của nhà nước, nên người sản xuất ít quan tâm tới chất lượng cũng như thị hiếu tiêu dùng, vì vậy chất lượng hàng xuất khẩu thấp, khả năng cạnh tranh yếu. Xuất khẩu chỉ dựa trên cơ sở những sản phẩm mình có, theo “đơn đặt hàng” của chính phủ và hưởng những ưu đãi đặc biệt từ phía bạn nên xuất khẩu của Việt Nam sang Nga nhìn chung manh mún, thụ động, không có thị trường đích thực (theo nghĩa có đối tác, sản phẩm thực sự được thị trường chấp nhận), hiệu quả xuất khẩu thấp.

***Đánh giá chung về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Liên Xô giai đoạn trước năm 1990:***

Có thể khẳng định rằng từ khi Liên Xô và Việt Nam chính thức thiết lập quan hệ kinh tế - thương mại với nhau đến trước khi Liên Xô bị tan rã, quan hệ thương mại giữa hai nước không ngừng phát triển, có ảnh hưởng tích cực và vô cùng quan trọng đến nền kinh tế của Việt Nam, đặc biệt là đối với ngành công nghiệp nặng.

Quan hệ kinh tế - thương mại giữa hai nước được phát triển với nhiều hình thức phong phú. Bên cạnh hình thức buôn bán trực tiếp theo con đường ngoại thương, còn xuất hiện nhiều hình thức quan hệ khác như trao đổi hàng hoá trực tiếp giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Liên Xô, hợp tác xây dựng và thực hiện các chương trình có mục tiêu, các công trình thiết bị toàn bộ. Những công trình được xây dựng với sự giúp đỡ của Liên Xô cùng với các máy móc thiết bị, nguyên nhiên vật liệu cơ bản, thực phẩm và nhiều loại hàng hoá tiêu dùng khác do Liên Xô cung cấp đã góp phần tích cực vào việc tăng nhanh tiềm lực kinh tế, kỹ thuật của Việt Nam, cũng như đáp ứng được một phần không nhỏ nhu cầu về hàng hoá tiêu dùng của nhân dân Việt Nam.

Trong quan hệ thương mại giữa hai nước giai đoạn trước năm 1990, phía Liên Xô đã dành cho Việt Nam nhiều ưu đãi với các hình thức khác nhau: chủ trương mở rộng nhập khẩu từ Việt Nam, giúp khai thác nguồn hàng thế mạnh của ta thông qua các chương trình có mục tiêu, cung cấp nguyên liệu để gia công sản phẩm,... Ngoài ra, Việt Nam còn được hưởng những ưu đãi đặc biệt khác như ưu đãi tín dụng, thông qua cơ chế tín dụng bù nhập siêu để thanh toán phần thâm hụt mậu dịch hàng năm của Việt Nam, ưu đãi giá đối với cả hàng xuất cũng như hàng nhập. Cơ chế giá ưu đãi này đã mang lại cho Việt Nam một khoản lợi không nhỏ, bình quân khoảng 20 - 25 triệu rúp/ năm trong suốt những năm từ 1980 đến 1990. Chính vì vậy, kim ngạch buôn bán giữa hai nước đã tăng lên nhanh chóng.

Đối với việc xây dựng các công trình thiết bị toàn bộ và thực hiện các chương trình có mục tiêu, sự giúp đỡ của Liên Xô đối với Việt Nam là vô cùng to lớn. Tuy không đạt được kết quả như mong muốn, song các công trình mà Liên Xô đã giúp Việt Nam xây dựng đã có vai trò rất quan trọng đối với sự nghiệp phát

triển kinh tế và thương mại của Việt Nam. Nó tạo ra những tiền đề vật chất cơ bản giúp cho Việt Nam từng bước tạo lập một nền công nghiệp ổn định và vững chắc, làm cơ sở để phát triển nền kinh tế nói chung và thương mại nói riêng.

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt tích cực, quan hệ thương mại dựa trên cơ sở hợp tác giúp đỡ về mọi mặt, với các cơ chế ưu đãi nói trên cũng đã tạo ra những tác động tiêu cực nhất định đối với nền kinh tế Việt Nam.

Nhập khẩu từ Liên Xô chủ yếu được thực hiện dưới dạng tiếp nhận viện trợ hoặc theo các nghị định thư giữa hai chính phủ nên mối quan hệ đối tác ở tầm doanh nghiệp hầu như không được xác lập; Hàng hoá được nhập và xuất theo kế hoạch từ trên xuống, ít tính đến nhu cầu tiêu dùng thực tế nên nhiều khi không phù hợp, lãng phí và dẫn đến những hiểu biết không chính xác về yêu cầu, thị hiếu đối với hàng hoá của nhau. Do vậy, khi cả hai nước thực hiện chuyển đổi nền kinh tế theo cơ chế mới, cơ chế thị trường với vai trò tự chủ của doanh nghiệp là then chốt, cả hai nước đều đã không duy trì được mối quan hệ đã được xây đắp từ lâu.

Đồng thời việc thực hiện kế hoạch theo cơ chế mệnh lệnh, tập trung, cứng nhắc đó đã dẫn đến tình trạng nhiều máy móc thiết bị, nguyên nhiên vật liệu do phía Liên Xô giao cho Việt Nam không đảm bảo được tính kịp thời, tính đồng bộ, không theo sát và thích ứng kịp với thực tiễn. Do đó đã gây ra nhiều khó khăn cho Việt Nam trong việc triển khai các công trình thiết bị toàn bộ, chương trình có mục tiêu cũng như trong việc tổ chức sản xuất, gia công hàng hoá.

Cơ chế ưu tiên, ưu đãi về giá mà Liên Xô dành cho Việt Nam đã tạo ra một mức giá và tương quan giá chênh lệch lớn so với thế giới. Điều này có tác hại về nhiều mặt đối với cả hai bên trong quan hệ buôn bán và hợp tác kinh tế. Trước hết, nó làm cho mặt bằng giá trở nên phức tạp, gây trở ngại cho việc thực hiện các cam kết.

Mặt khác, ngoài việc trợ giúp cho các nước trong khối xã hội chủ nghĩa, Liên Xô còn quan hệ buôn bán với thị trường tư bản nên chênh lệch giá đã dẫn đến sự vận động tiêu cực của hàng hoá. Hàng từ Liên Xô xuất sang Việt Nam chủ yếu là hàng có chất lượng không cao, máy móc thiết bị nhập khẩu từ Liên Xô thường chậm hơn nhiều thế hệ so với mức trung bình trên thế giới. Đó cũng là một trong các nguyên nhân làm cho tình trạng công nghệ của Việt Nam lạc hậu nhiều so với thế giới, mặc dù Việt Nam đã trải qua một khoảng thời gian phát triển khá dài.

Trong hoạt động xuất khẩu, cơ chế ưu đãi giá cả nói trên không hấp dẫn các nhà xuất khẩu Việt Nam đưa hàng sang Liên Xô. Họ tìm mọi cách tập trung hàng cho khu vực thị trường có đồng tiền chuyển đổi được. Từ đó dẫn đến tình trạng tranh mua, tranh bán, gây thiệt hại đáng kể về giá cho hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời gian đó.

Ngoài những tác động tiêu cực nói trên, cơ chế ưu tiên ưu đãi mà phía bạn dành cho Việt Nam trong một thời gian dài đã không khuyến khích nâng cao chất lượng và hiệu quả, thậm chí còn tạo ra tâm lý thụ động, chờ đợi, ỷ lại của một bộ phận không nhỏ người Việt Nam. Tâm lý này đã làm mất dần tính năng động, nhạy bén vốn có của người lao động Việt Nam cũng như các doanh nghiệp Việt Nam. Đây là một thực tế mà sau này khi Liên Xô tan rã, nhiều doanh nghiệp của Việt Nam đã bị rơi vào tình trạng hẫng hụt, lúng túng, không theo kịp các thị trường mới. Không ít doanh nghiệp Việt Nam đã bị phá sản ngay sau khi thị trường Liên Xô bị tan rã.

Đối với Liên Xô, do bao cấp trên diện rộng nên hiệu quả của nền kinh tế bị giảm sút nghiêm trọng, từ một quốc gia có tiềm lực kinh tế mạnh vào loại nhất nhì trên thế giới trở thành một quốc gia có nền kinh tế phát triển trì trệ, nhiều mâu thuẫn nảy sinh trong nội bộ nền kinh tế. Đó cũng là một trong các nguyên nhân dẫn đến sự sụp đổ của Liên Xô năm 1991.

## **II. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA GIAI ĐOẠN TỪ NĂM 1991 ĐẾN NAY:**

### **1. Những thay đổi trong quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga:**

Sau khi Liên Xô tan rã, Liên bang Nga kế thừa tư cách pháp lý của Liên Xô nên mọi quan hệ cũ đều được chuyển giao sang cho Nga. Liên bang Nga là nước đông dân nhất và được thừa hưởng hầu hết các thành quả cũng như những tồn tại của trên 70 năm phát triển kinh tế của Liên Xô. Vì thế, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Liên bang Nga chiếm vị trí quan trọng và chủ yếu nhất trong các mối quan hệ giữa Việt Nam với các nước trong Cộng đồng các quốc gia độc lập (SNG) sau này.

Việc Liên Xô tan rã đã kéo theo sự đổ vỡ của hàng loạt các nghị định thư hàng năm giữa hai chính phủ. Liên bang Nga với tư cách là một quốc gia độc lập đang chuyển đổi nền kinh tế đã có những thay đổi căn bản trong quan hệ thương mại với Việt Nam. Từ chỗ hợp tác tương trợ với các cơ chế ưu tiên, ưu đãi là chính, nay đã chuyển sang hợp tác trên cơ sở bình đẳng, cùng có lợi và theo cơ chế thị trường.

Để đặt nền móng và tạo thuận lợi cho việc phát triển quan hệ thương mại song phương, trong thời gian qua, Chính phủ hai nước đã ký kết nhiều hiệp định thương mại hoặc có liên quan đến hoạt động thương mại giữa hai nước.

Ngay từ năm 1991, Việt Nam và Liên bang Nga đã thống nhất quyết định việc buôn bán giữa hai nước được thực hiện trên cơ sở giá thị trường và ngoại tệ có

khả năng chuyển đổi. Nga tiếp tục nhập khẩu hàng nông sản và một số mặt hàng tiêu dùng của Việt Nam, đồng thời xuất khẩu sang Việt Nam các loại máy móc thiết bị, xăng dầu, sắt thép, bông và một số loại sản phẩm hoá học đặc biệt giúp Việt Nam hoàn chỉnh nhà máy thủy điện Hoà Bình và một số công trình còn đang dở dang khác.

Tháng 7 năm 1992, Việt Nam và Liên bang Nga ký Biên bản hợp tác kinh tế - thương mại 1992. Theo văn bản này, việc thanh toán hàng hoá theo mọi hợp đồng sẽ được thực hiện theo giá thị trường thế giới, thanh toán chủ yếu bằng ngoại tệ có thể chuyển đổi tự do. Ngoài những mặt hàng được chuyển giao trong danh sách chỉ định giữa hai chính phủ, hai bên có thể ký các hợp đồng chuyển giao các loại hàng hoá, dịch vụ khác nằm ngoài danh sách chỉ định hoặc giá trị vượt mức kế hoạch đã định.

Từ năm 1993, hai bên đã thoả thuận chỉ xác định danh mục định hướng hàng hoá trao đổi, còn khối lượng cụ thể là do các công ty tự xác định với nhau. Tại khoá họp lần thứ 2 Ủy ban Liên Chính phủ Việt Nam - Liên bang Nga (tháng 5 năm 1993), hai bên đã ký kết một số hiệp định về hàng không, hàng hải, tránh đánh thuế hai lần, thoả thuận sớm giải quyết vấn đề hạn ngạch, giấy phép, phương thức thanh toán. Phía Nga cũng đồng ý xem xét khả năng giảm thuế suất nhập khẩu, áp dụng chính sách thuế ưu đãi với Việt Nam như với các nước chậm phát triển.

Năm 1994, hai bên đã đạt được thoả thuận về việc tiếp tục triển khai các chương trình dài hạn về nông sản, chè, cao su, sản xuất thịt, và các sản phẩm thịt, dầu dừa, thuốc lá,... Một phần nợ của Việt Nam sẽ được tái đầu tư vào các Liên hiệp sản xuất nông nghiệp, trên cơ sở đó sẽ lập ra các xí nghiệp liên doanh. Ngày 16 tháng 6 năm 1994, chính phủ hai nước Việt Nam và Liên bang Nga đã ký hiệp định hợp tác kinh tế khoa học kỹ thuật trong lĩnh vực tổ hợp công nông nghiệp. Hai bên đã cùng xem xét các hình thức hoạt động tương hỗ khác nhau gồm xí nghiệp liên doanh, hiệp hội cổ phần.

Ngày 24 tháng 11 năm 1997, chính phủ hai nước đã ký tuyên bố chung giữa hai chính phủ về việc thúc đẩy hợp tác kinh tế - thương mại và khoa học kỹ thuật.

Tháng 02 năm 1998, đoàn đại biểu Bộ Tài chính Liên bang Nga đã ký biên bản các cuộc đàm phán về các vấn đề giải quyết nợ của Việt Nam đối với Liên bang Nga.

Sự kiện có ý nghĩa cực kỳ quan trọng trong quan hệ Việt Nam - Liên bang Nga là chuyến thăm chính thức Liên bang Nga tháng 8 năm 1998 của Chủ tịch nước Trần Đức Lương. Trong chuyến đi này hai bên đã ký tuyên bố chung Việt Nam - Liên bang Nga, trong đó khẳng định có những khả năng thực tế để tăng đáng kể khối lượng kim ngạch ngoại thương giữa hai nước, cũng như mở rộng sự hợp tác song phương.

Tuy vậy, sau những năm Liên Xô bị tan rã là thời kỳ cực kỳ khó khăn và thử thách đối với quan hệ thương mại Việt - Nga. Nhiều dự định về hợp tác kinh tế và thương mại giữa hai bên đã không thực hiện được bởi nền kinh tế Nga thời gian này bộn bề khó khăn. Tình hình khó khăn trong nước đã khiến Nga đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường có nhiều thuận lợi hơn, nhằm mục đích thu nhiều ngoại tệ hơn phục vụ cho công cuộc đổi mới nền kinh tế đất nước. Mặt khác, thời gian này nước Nga đang mở rộng quan hệ kinh tế - thương mại với các nước phương Tây bởi nhiều lý do: hy vọng nguồn đầu tư, sự trợ giúp tài chính. Vì thế, nhiều nước khu vực Châu Á cũng như Việt Nam không phải là hướng ưu tiên trong chính sách đối ngoại của Liên bang Nga. Thêm vào đó, tự do hoá thương mại ở mức cao đã khiến cho thị trường Nga trở nên hết sức hấp dẫn. Các hãng, công ty của nhiều nước đổ hàng hoá vào Nga theo chiến lược của riêng mình với sự trợ giúp của Nhà nước.

Về phía Việt Nam, việc nhập khẩu hàng hoá của Nga trên cơ sở cách tính toán mới và ngoại tệ mạnh cũng không còn sức hấp dẫn nữa. Hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn được sản xuất và kinh doanh theo tư duy cũ nên nhìn chung sức cạnh tranh yếu, không thâm nhập được vào thị trường Nga. Vì thế, Việt Nam chủ trương đổi hướng thị trường, tập chung chính sang khu vực Châu Á và một số nước công nghiệp phát triển. Thị trường Nga không còn được quan tâm tương xứng với những gì đã có trong quan hệ giữa hai nước, bởi vậy quan hệ buôn bán giữa hai nước Việt-Nga từ năm 1991 đến nay có nhiều thay đổi.

## **2. Quan hệ thương mại Việt - Nga giai đoạn từ năm 1991 đến nay:**

Năm 1991 kim ngạch buôn bán giữa hai nước bị thu hẹp lại một cách nhanh chóng và đột ngột. Nếu như trong các giai đoạn trước, buôn bán giữa Việt Nam với Liên Xô chiếm ưu thế gần như tuyệt đối trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các nước (từ 50 đến 80%), thì đến năm 1991, tỷ lệ này chỉ còn trên 10% trong tổng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam, bằng 27% khối lượng buôn bán giữa hai nước năm 1990, trong đó kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Nga chỉ bằng 23% so với năm 1990. Sự giảm sút đột ngột này là nguyên nhân chính làm cho kim ngạch ngoại thương của Việt Nam năm 1991 giảm tới 14,2% so với năm 1990. Đây thực sự là một năm khó khăn nhất trong quan hệ kinh tế - thương mại giữa Việt Nam và Liên bang Nga.

Tình hình trên còn gây khó khăn cho nhiều ngành kinh tế của Việt Nam. Nhiều ngành sản xuất trước đây chủ yếu làm hàng xuất khẩu sang Liên Xô và các nước Đông Âu như may mặc, giày da, mây tre, thủ công mỹ nghệ, thảo len, râu quả, cao su, cà phê,... nay gần như tê liệt. Tình trạng đình đốn sản xuất hàng xuất khẩu đã ảnh hưởng trực tiếp đến việc làm và thu nhập của hàng chục vạn người lao động trong các ngành nói trên.

Từ năm 1992, buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và Liên bang Nga đã dần dần được khôi phục, tuy mức độ còn rất hạn chế.



Trong 3 năm, từ năm 1992 đến năm 1994, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Liên bang Nga đã tăng dần lên, tốc độ tăng kim ngạch xuất nhập khẩu bình quân trong 3 năm đạt mức 36%/năm. Đến năm 1995, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nga lại giảm xuống, chỉ bằng xấp xỉ 60% kim ngạch xuất nhập khẩu của năm 1994, làm cho tốc độ tăng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam và Liên bang Nga trong cả thời gian 1992 - 1995 giảm xuống đáng kể, chỉ ở mức 3,25%/ năm. Đây là tốc độ tăng thấp nhất trong suốt những năm hai nước có quan hệ thương mại với nhau (bảng 17).

Nguyên nhân của tình trạng này là do các điều kiện buôn bán giữa hai nước đã thay đổi một cách căn bản. Phương thức thanh toán thay đổi, từ nhờ thu trả tiền ngay khi xuất trình giấy tờ thành mở tín dụng thư bằng rúp chuyển nhượng, trong khi rúp chuyển nhượng chỉ là một khái niệm quy ước giữa hai Nhà nước từ năm 1990 đã được các công ty Nga tùy tiện tính theo tỷ giá của riêng họ khi tham gia đấu thầu để nhận hàng trả nợ. Các công ty Nga thắng thầu, theo quy định phải mở tín dụng thư phải đi vay với mức lãi suất cao nên không đủ khả năng, hoặc không chịu mở tín dụng thư, nếu mở thì ép các nhà xuất khẩu Việt Nam phải hạ giá từ 30 - 50% giá đã xuất trước đây để bù lại các phần lãi suất ngân hàng và các rủi ro khác. Điều kiện giao hàng cũng thay đổi từ FOB sang CIF. Điều kiện chất lượng phải phù hợp với các quy định mới về chất lượng của Nhà nước Nga.

Thêm vào đó, tình hình kinh tế Nga sa sút và không ổn định, lạm phát cao, đồng rúp mất giá nên việc buôn bán với Nga gặp nhiều khó khăn, tính rủi ro cao, nhiều doanh nghiệp đành bỏ thị trường.

Về phía Việt Nam, sau nhiều năm phát triển quan hệ ngoại thương theo cơ chế kế hoạch tập trung và được hưởng nhiều cơ chế ưu đãi nên thụ động và trì trệ, không thích nghi được với điều kiện buôn bán mới. Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga cũng vì thế mà kém chất lượng, không phù hợp với nhu cầu thị hiếu nên không cạnh tranh được với hàng hoá xuất xứ từ các nước phát triển hơn và đã quen với cơ chế thị trường. Các doanh nghiệp nhà nước của Việt Nam còn bị ràng buộc bởi nhiều cơ chế chính sách đã lỗi thời, thêm vào đó là tâm lý sợ rủi ro, sợ trách nhiệm nên đã không bám sát thị trường, tận dụng những cơ hội để thâm nhập, tạo chỗ đứng trên thị trường.

**Bảng 17: Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Liên bang Nga**  
*giai đoạn 1992 - đến nay.*

*Đơn vị: 1000 USD*

Năm	Kim ngạch XNK	Xuất khẩu		Nhập khẩu	
		Kim ngạch XK	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch NK	Tỷ trọng (%)
1992	204.887	104.826	51	100.061	49

1993	279.670	135.410	48	144.260	52
1994	378.940	90.227	24	288.713	76
1995	225.629	80.806	36	144.823	64
1996	154.000	32.000	21	122.000	79
1997	460.000	130.000	28	330.000	72
1998	357.400	132.600	37	224.800	63
1999*	400.000	150.000	37,5	250.000	62,5

*Nguồn:- Số liệu 1992-1995: Thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam từ 1985 - 1995*

*- Số liệu 1996-1997: Cơ quan đại diện kinh tế-thương mại Việt Nam tại Liên Bang Nga*

*- Số liệu 1998: Trung tâm tin học và thống kê Hải quan-Tổng cục Hải quan, tháng 12/1998*

*\*: Số liệu ước tính của vụ Âu Mỹ Bộ Thương mại*

Từ năm 1996 đến nay kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Liên Bang Nga lại liên tục tăng qua các năm. Đặc biệt năm 1997 kim ngạch xuất nhập khẩu tăng gấp 3 lần năm 1996; năm 1998 giảm xuống bằng gần 80% so với năm 1997 nhưng cũng gấp hơn 2 lần năm 1996. Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu bình quân trong 3 năm 1996, 1997, 1998 là 52%/ năm, cao hơn rất nhiều so với thời gian trước đó (bình quân chỉ là 3,25%/ năm).

Những kết quả đạt được như trên chủ yếu do nền kinh tế Nga đã tương đối ổn định, lạm phát bị đẩy lùi xuống mức 2 con số, đồng rúp khá giữ giá, và có đôi chút tăng trưởng nên môi trường kinh doanh được cải thiện. Các doanh nghiệp hai nước, đặc biệt là các doanh nghiệp Việt Nam, sau một thời gian hắt hủt nay đã phần nào đã thích nghi với điều kiện và môi trường kinh doanh mới.

Ngoài ra còn có nguyên nhân khách quan không kém phần quan trọng. Đó là cuộc khủng hoảng tài chính - tiền tệ ở Châu Á, nổ ra vào tháng 7 năm 1997, đã làm cho Châu Á - thị trường buôn bán chính chiếm tới 60 - 70% tổng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam trong những năm gần đây bị thu hẹp lại đáng kể, buộc Việt Nam phải nhìn lại và có những thay đổi trong chiến lược thị trường theo hướng đa dạng hoá có chú trọng tới các thị trường truyền thống, trong đó có thị trường Nga.

Tuy nhiên, do ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng tháng 8/ 1998 tại Nga, nên kim ngạch ngoại thương giữa hai nước mấy tháng cuối năm 1998 và đầu năm 1999 lại giảm xuống làm cho kim ngoại thương giữa hai nước trong năm 1998 giảm so với năm 1997. Sáu tháng đầu 1999 con số này đạt 159,1 triệu USD, bằng 44,5% kim ngạch ngoại thương năm 1998. Những tháng cuối năm nền kinh tế Nga

đã tương đối ổn định và có những dấu hiệu tăng trưởng vì thế kim ngạch ngoại thương giữa hai nước trong năm 1999 ước trên mức của năm 1998.

Trong cơ cấu xuất nhập khẩu với Nga giai đoạn này, nhập khẩu vẫn chiếm tỷ trọng lớn, tới 60-70% kim ngạch ngoại thương của Việt Nam với Nga, xuất khẩu chỉ ở mức trên 30%. Mặc dù vậy, so với các giai đoạn trước năm 1990 thì tỷ trọng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với Nga trong giai đoạn này đã tăng lên nhiều (trước đây tỷ trọng này chỉ dao động ở mức 20 - 25%). Điều này một mặt thể hiện những nỗ lực vượt khó của Việt Nam trong việc đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế như hàng nông sản, hàng thủ công nghiệp và hàng gia công chế biến sang Nga, mặt khác phản ánh những tiến bộ trong việc đa dạng hoá thị trường nhập khẩu, làm giảm sự phụ thuộc của Việt Nam vào Nga.

### ***Về nhập khẩu:***

Từ năm 1992 đến 1994, kim ngạch nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam từ Liên bang Nga tăng nhanh: năm 1993 gấp 1,4 lần năm 1992; năm 1994 lại gấp 2 lần năm 1993, tuy nhiên, giá trị nhập khẩu vẫn còn ở mức rất thấp, trên dưới 100 triệu USD. Bước sang năm 1995, kim ngạch nhập khẩu hàng hoá từ Nga giảm mạnh, chỉ bằng 50% kim ngạch nhập khẩu của năm 1994, chủ yếu do giá cả và chi phí vận chuyển tại Nga tăng cao trong khi đồng rúp được giữ ổn định nên nhập khẩu từ Nga trở nên đắt đỏ, kém hấp dẫn. Năm 1996 kim ngạch nhập khẩu hàng hoá từ Nga tiếp tục giảm song do tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga trong năm này giảm nên nhập khẩu vẫn chiếm tỷ trọng cao -79%. Nhìn chung cơ cấu ngoại thương với Nga vẫn thiên về nhập khẩu hàng hoá là chủ yếu, tuy nhiên tỷ trọng nhập khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga từ năm 1996 đã có xu hướng giảm, từ 79% trong năm 1996 giảm xuống còn 63% năm 1999. Mặt khác, nhập khẩu một số mặt hàng từ Nga tăng mạnh: Ô tô, bằng 74,0%; phân bón các loại, bằng 152,8%; sắt thép các loại, bằng 112,4%, so với cả năm 1998; đặc biệt nhập khẩu máy móc thiết bị cũng tăng lên, đạt 18.859 nghìn USD. Việc tăng nhập khẩu sắt thép, ô tô các loại và máy móc thiết bị từ Nga chủ yếu do đáp ứng nhu cầu nhập khẩu của Liên doanh xây dựng nhà máy lọc dầu Dung Quất.

Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu trong giai đoạn 1991 đến nay của Việt Nam từ thị trường Nga vẫn là các loại máy móc, thiết bị, nguyên nhiên vật liệu và một số hàng hoá tiêu dùng mà Việt Nam có nhu cầu lớn nhưng chưa có khả năng sản xuất và là các sản phẩm của Nga mà Việt Nam đã quen dùng để phục vụ cho sản xuất của các ngành công nghiệp trong nước.

Trong số các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu khối lượng nhập khẩu máy móc thiết bị, phương tiện vận tải, nguyên nhiên vật liệu có hướng tăng dần qua các năm, đặc biệt là các mặt hàng như nhôm, phân bón, chất dẻo tăng nhiều qua những năm 92-95, tuy cũng chỉ bằng một phần rất nhỏ so với khối lượng nhập khẩu những mặt hàng này những năm trước 1990. Riêng trong thời gian 1992-1995 mặt hàng xăng dầu hầu như

không còn có trong danh mục mặt hàng nhập khẩu từ Nga, mặc dầu từ năm 1996 Việt Nam lại bắt đầu nhập khẩu lại xăng dầu của Nga. Mặt hàng sắt thép các loại cũng có khối lượng nhập khẩu tăng rất nhanh trong thời gian này và đạt bằng mức nhập khẩu của những năm cuối 1980. Hàng tiêu dùng Việt Nam nhập khẩu trong các năm 92-95 chủ yếu là vải may mặc và xe máy nguyên chiếc cho dù khối lượng nhập khẩu hai mặt hàng này không lớn. Năm 1998, Việt Nam bắt đầu nhập khẩu từ thị trường Nga các loại xe máy dưới dạng CKD, SKD, IKD, với số lượng 2.400 chiếc, tuy nhiên, các mặt hàng này không phải do Nga sản xuất (bảng 21). Ngoài ra, 6 tháng đầu năm 1999 Việt Nam bắt đầu nhập khẩu các nguyên phụ liệu của ngành dệt may và ngành da, tuy giá trị còn hạn chế, mới đạt 1.271 nghìn USD.

**Bảng 18: Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ LB Nga**  
từ năm 1991 đến 1995

TT	Mặt hàng	Đơn vị	1992	1993	1994	1995
1	ô tô các loại	chiếc	11	214	738	592
2	ô tô con	chiếc	620	471	210	331
3	Săm lốp ô tô, máy kéo	bộ	36.040	71.099	21.517	8.825
4	Sắt thép các loại	tấn	8.449	143.665	423.729	370.295
5	Nhôm	tấn	5	340	163	2.298
6	Phân U rê	tấn	10.468	57.186	22.533	17.031
7	Phân Kali	tấn	2.962	5.659	-	15.799
8	Chất dẻo	tấn	242	718	96	1.118
9	Vải may mặc	1000m	34	100	338	69
10	Xe máy nguyên chiếc	chiếc	-	473	1.500	14.225
11	Bông	tấn	197	1.502	-	3.071

*Nguồn: Số liệu thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam từ 1985 - 1995.*

**Bảng 19: Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ LB Nga**  
từ năm 1996 đến nay.

TT	Mặt hàng	Đơn vị	1996	1997	1998	1999*
1	Ô tô nguyên chiếc các loại	chiếc	1.235	928	793	-
2	Phân bón các loại	tấn	30.347	53.820	148.194	60.000
3	Xăng dầu các loại	tấn	129.305	86.847	30.531	-
4	Sắt thép các loại	tấn	153.493	109.268	198.298	150.000
5	Phụ tùng ô tô	1000 USD	731,394	-	-	20.000-

6	Clinke	tấn	13.200	-	-	-
7	Xe máy dạng CKD, SKD,IKD	chiếc	-	-	2.400	-
8	Máy móc thiết bị	Ng.USD	-	-	-	40.000

*Nguồn: - Số liệu 1996 - 1997, 1999: Vụ Âu - Mỹ, Bộ Thương mại.*

*- Số liệu 1998: Trung tâm tin học và thống kê Hải quan, Tổng cục Hải quan.*

*\*Số liệu ước tính*

Tính chung từ năm 1996 đến nay, nhập khẩu từ Nga đã tăng so với thời gian 1992 - 1995 nhưng không ổn định và quy mô còn rất nhỏ. So sánh với những năm cuối 1980, nhập khẩu từ Nga chiếm tới gần 70% kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam thì nay chỉ chiếm 1,95% kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam và chưa đầy 0,3% kim ngạch xuất khẩu của Nga (so sánh theo số liệu năm 1998). Một số mặt hàng như xăng dầu, phân bón, sắt thép, ô tô tải, săm lốp ô tô, bông trước đây Việt Nam nhập khẩu từ 50 - 60% đến gần như 100% từ Nga thì nay khối lượng hoặc trị giá nhập khẩu từ Nga rất hạn chế: phân bón các loại: 3,48%; xăng dầu các loại: 1,62%; sắt thép các loại: 8,24%; ô tô các loại: 5,84%; phụ tùng ô tô: 9,72%; clinke; 6,65%;...(so sánh theo số liệu năm 1997)

Việc giảm nhập khẩu một số mặt hàng từ Nga chủ yếu do Việt Nam tăng nhập khẩu từ các thị trường khác như Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc... mặc dù hàng hoá của Nga đa phần vẫn đáp ứng được các yêu cầu của sản xuất và tiêu dùng trong nước, giá cả lại thấp hơn nhiều. Một số mặt hàng như ô tô tải, nông cụ, phân bón, xăng dầu... chất lượng tốt, phù hợp với điều kiện sử dụng và trình độ kỹ thuật của Việt Nam, giá cả thấp hơn so sản phẩm cùng loại nhập từ nguồn khác, Việt Nam lại đã quen dùng. Như vậy nếu nhập khẩu từ Nga Việt Nam sẽ vừa thoả mãn được nhu cầu đối với hàng nhập khẩu, tiết kiệm được ngoại tệ lại vừa tăng được nhập khẩu từ thị trường Nga, trên cơ sở đó tạo lập được các mối quan hệ đối tác gắn bó để gắn xuất với nhập nhằm đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Nga.

***Về xuất khẩu:***

Trong những năm đầu của thập kỷ 90, tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với Nga đã tăng đáng kể. Trong 2 năm (1992 - 1993), tỷ trọng này lên tới 50% trong khi con số này ở các giai đoạn trước chỉ là 20 - 25%. Năm 1994, tỷ trọng xuất khẩu có giảm xuống còn 24%, sau đó lại tăng lên 36% trong năm 1995. Cả thời gian 1992 - 1995, tỷ trọng này chiếm 38% kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Liên bang Nga. Năm 1996 tỷ trọng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga lại bị giảm sút xuống còn 21%, nhưng sau đó lại tăng dần trong các năm gần đây với mức năm

1997 là 27%; 1998: 37%; đưa tỷ trọng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Nga bình quân trong thời gian từ 1996 đến 1998 là 30%.

Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu bình quân trong 3 năm từ năm 1996 đến nay là 20,4%/ năm. So với tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu chung của Việt Nam trong thời gian này thì đây là tốc độ tăng khá, thể hiện sự nỗ lực cố gắng của Việt Nam trong việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu sang thị trường Nga nói riêng. Mặt khác, tình hình kinh tế Nga đã tương đối ổn định, lạm phát được kiềm chế ở mức 2 con số, đồng rúp được giữ dao động ở mức thấp, bình quân 5,121 và 5,785 rúp ăn một đô la, rất có lợi cho xuất khẩu sang Nga.

Bước sang năm 1999, kim ngạch xuất khẩu sang Nga của Việt Nam giảm hẳn, 6 tháng đầu năm 1999 chỉ đạt 40,8 triệu USD, bằng 30,8% so năm 1998, chủ yếu do sự phá giá của đồng rúp cuối năm 1998 làm cho hàng xuất khẩu sang Nga trở nên đắt, nhu cầu đối với hàng nhập khẩu giảm và môi trường kinh doanh rất khó khăn. Tuy vậy 6 tháng cuối năm tình hình buôn bán của Việt Nam với Nga đã khá hơn vì thế nâng tổng kim ngạch xuất khẩu cả năm của Việt Nam sang Nga lên, ước đạt 150 triệu USD, tăng 13,1% so với năm trước, đồng thời đưa tỷ trọng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với Nga đạt 37,5%.

Mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Nga trong giai đoạn từ 1991 đến nay chủ yếu vẫn là hàng nông lâm sản, tiểu thủ công nghiệp và hàng gia công chế biến (bảng 20).

**Bảng 20: Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nga**  
*giai đoạn 1991 đến nay.*

TT	Mặt hàng	Đơn vị	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
1	Thịt chế biến	tấn	9.382	14.478	9.073	3.618	-	-	-	-
2	Hàng dệt kim may sẵn	1000 USD	57.306	37.147	37.502	23.856	45.877	41.436	59.342	60.000
3	Giày dép các loại	1000 USD	753	9.086	2.836	1.563	-	-	10.669	8000
4	Hàng thêu	1000 USD	150	2.427	2.914	2.019	-	-	-	-
5	Hàng mây tre	1000 USD	1.693	519	418	1.219	-	-	-	-
6	Gạo	tấn	12.200	75.000	3.000	28.368	18.296	18.558	38.624	3000
7	Lạc	1000 USD	113	1.894	698	2.712	-	-	-	-
8	Chè	tấn	2.530	1.872	168	2.033	262	-	-	250
9	Cao su	tấn	4.336	5.253	1.544	933	2.266	509	165	1000
10	Cà phê	tấn	56	3.416	344	1.049	197	18	342	250
11	Quả hộp	tấn	5.117	6.069	-	8.438	-	-	-	-

12	Hải sản	1000USD					93	1.895	337	-
13	Rau quả	1000USD	-	-	-	-	2.075	2.571	1.248	2500
14	Hạt điều	Tấn	-	-	-	-	-	-	7.137	-

*Nguồn:- Số liệu 1992-1995: Thống kê kinh tế - xã hội của Việt Nam từ 1985 - 1995*

*- Số liệu 1996-1997, 1999: Vụ Âu Mỹ, Bộ Thương mại..*

*- Số liệu 1998: Trung tâm tin học và thống kê Hải quan, Tổng cục Hải quan.*

*\* - Số liệu ước tính*

Qua số liệu ở bảng 20 có thể thấy rằng, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nga có sự biến động rất thất thường. Trong hai năm 1992 và 1993, nhìn chung khối lượng và kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng này đều tăng, đặc biệt là các mặt hàng như thịt chế biến, gạo, lạc, cao su, cà phê, quả hộp. Bước sang năm 1994, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu đều giảm mạnh, nhất là các mặt hàng nông sản là gạo, lạc, chè, cao su, cà phê. Năm 1995, khối lượng xuất khẩu một số mặt hàng tiếp tục giảm như thịt chế biến, hàng dệt kim may sẵn, hàng thêu, cao su, trong khi đó kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng khác lại tăng trở lại như mây tre, gạo, lạc, chè, cà phê, quả hộp, do tuy lạm phát vẫn còn cao - 307,4%, song đồng rúp tương đối ổn định nên có nhiều tổ chức xuất nhập khẩu trung ương và địa phương của Việt Nam cùng tham gia xuất khẩu sang Nga theo nhiều con đường khác nhau. Tuy nhiên, việc tiêu thụ các mặt hàng này mang tính thời vụ, không ổn định và nhằm chủ yếu vào các thị trường vùng xa trung tâm.

Tình trạng xuất khẩu tăng chậm và thiếu ổn định trên chủ yếu do thị trường Nga không ổn định, đặc biệt trong các năm 1993, 1994, lạm phát ở mức 3, 4 con số, tỷ giá rúp/ USD tăng tới 2 - 2,5 lần. Mặt khác, như trên đã nói, hàng Việt Nam do đã quen sản xuất theo kế hoạch được phân bổ, người sản xuất chỉ biết sản xuất, đầu ra, đầu vào đã có Nhà nước lo nên chất lượng thấp, mẫu mã cũ và đơn điệu, giá thành cao, khả năng cạnh tranh thấp, chỉ tiêu thụ được ở các vùng xa trung tâm, nơi hàng của nhiều nước chưa vươn tới.

Từ năm 1996 đến nay các mặt hàng như gạo, cà phê có kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng. Mức tăng khối lượng xuất khẩu của các mặt hàng trên như sau: gạo: 45%/ năm; cà phê: 74%/ năm. Một số mặt hàng khác như cao su, hải sản, rau quả, chè có mức tăng giảm thất thường nhưng nhìn chung có xu hướng giảm. Đối với hai mặt hàng là giày dép và hạt điều, trong các năm 1996, 1997 Việt Nam xuất khẩu không đáng kể sang thị trường Liên bang Nga. Bước sang năm 1998, Việt Nam bắt đầu xuất khẩu mặt hàng giày dép trở lại thị trường Nga với giá trị xuất khẩu đạt 10.669 nghìn USD, hạt điều đạt 7.137 tấn. Ngoài ra, trong năm 1998, Việt Nam cũng đã xuất khẩu thêm được một số các sản phẩm công nghiệp

như hàng điện tử, gạch granite, thiết bị vệ sinh, tuy nhiên, khối lượng xuất khẩu còn chưa nhiều.

Nhìn chung, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu sang Nga so với trước đây bị giảm sút mạnh và không ổn định, còn ở mức rất thấp. Nếu so với những năm cuối 1980 khi Việt nam đã đáp ứng tới 23% nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của Nga; 9 - 10% đối với chè, cà phê; 5% đối với rau quả;... thì ở những năm cuối 90 xuất khẩu của Việt Nam chỉ chiếm 1,8% lượng nhập khẩu đối với cao su tự nhiên; 0,01 - 0,06% đối với chè, cà phê;...(so sánh theo số liệu năm 1997). Quy mô xuất khẩu sang Nga hiện nay của Việt Nam thật quá nhỏ bé, chiếm chưa đầy 0,2% kim ngạch xuất khẩu của Nga và 1,4 % kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (so sánh theo số liệu năm 1998). Có nhiều nguyên nhân ngoài những nguyên nhân đã nêu như khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam thấp, mặt hàng xuất khẩu đơn điệu, vấn đề thanh toán giữa hai nước chưa được giải quyết triệt để, môi trường kinh doanh tại Nga không ổn định, các doanh nghiệp lớn của Việt Nam - chủ yếu là các doanh nghiệp Nhà nước còn ngại khó, sợ rủi ro nên đã không bám sát thị trường, bỏ qua nhiều cơ hội kinh doanh tốt. Về phía Nhà nước cũng không có những chính sách cụ thể, hấp dẫn để khuyến khích, hỗ trợ và hạn chế rủi ro cho các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Nga... Nhưng theo chúng tôi, nguyên nhân gốc rễ và lâu dài nhất thuộc về chủ quan, đó vẫn là khả năng cạnh tranh thấp của hàng Việt Nam. Phân tích kỹ và tìm cách khắc phục được khó khăn này sẽ giúp vượt qua được các trở ngại khác, bởi các trở ngại khác chỉ mang tính tạm thời. Vì thế, phần sau đây chúng tôi chỉ đi vào phân tích khả năng cạnh tranh đối với một số hàng hoá Việt Nam đã và đang xuất khẩu sang Nga cũng như các mặt hàng có lợi thế xuất khẩu sang Nga của Việt Nam.

#### *- Thịt lợn:*

Công nghiệp chế biến thịt của Nga hàng năm tiêu thụ khoảng 6 triệu tấn thịt các loại, trong đó lượng thịt lợn đông lạnh nhập khẩu khoảng trên 300 nghìn tấn. Thị trường tiêu thụ thịt lợn lớn nhất ở Nga là Moscow, khu vực này hàng năm sử dụng hết khoảng gần 200.000 tấn. Một số thị trường tiêu thụ thịt lợn nữa là vùng Viễn Đông và duyên hải. Tại đây hiện có 7 - 8 nhà máy chế biến thịt phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng nội vùng.

Các nước chính xuất khẩu thịt lợn sang Nga hiện nay theo thứ tự khối lượng giảm dần là Trung Quốc, Đông Âu, Mỹ và EU. Thịt lợn nguồn gốc từ Mỹ, EU chất lượng cao, được người tiêu dùng và các nhà máy chế biến thịt ở Nga ưa chuộng. Hiện nay thịt lợn của Mỹ, EU chủ yếu tập trung ở khu vực Châu Âu của nước Nga. Thịt lợn từ Trung Quốc chất lượng không cao do cho ăn nhiều thuốc tăng trọng và nhiều mỡ nhưng giá rẻ. Để đẩy mạnh xuất khẩu thịt lợn sang Nga và cố gắng tạo ra sự lệ thuộc của thị trường Nga, các nước EU đã chủ trương trợ giá bán thịt lợn tại Nga tới 20%. Bước sang năm 1999, Mỹ và EU sẽ viện trợ cho Nga 420 nghìn tấn thịt với giá bình quân là 1000 USD/ tấn CIF (giá miễn thuế nhập khẩu) - mức giá



này chỉ bằng 62,5% mức giá nhập khẩu thịt lợn trước khi xảy ra cuộc khủng hoảng hồi tháng 8/ 1998 (1600 USD), theo Nghị định đã ký ngày 18/02/1999. Tình hình này đã làm giảm giá thịt lợn chào bán cho Nga xuống còn 680 - 720 USD/ tấn.

Trước năm 1992, Liên Xô là thị trường chính tiêu thụ thịt lợn của Việt Nam. Vì vậy, sau khi Liên Xô tan rã, lượng thịt lợn xuất khẩu của Việt Nam đã giảm mạnh, đặc biệt là trong hai năm 1995 - 1996, khi Nga thi hành lệnh cấm nhập khẩu thịt lợn từ Việt Nam, do phát hiện thịt lợn của Việt Nam mang mầm bệnh. Tình hình bắt đầu được cải thiện vào năm 1997, khi Nga bãi bỏ lệnh cấm nhập khẩu trên. Tuy nhiên, lượng thịt lợn xuất khẩu sang Nga vẫn rất thấp do kém sức cạnh tranh, biểu hiện cụ thể ở:

- Giá bán cao: Chăn nuôi thịt của Việt Nam chủ yếu là quảng canh và phân tán trong các hộ gia đình nên việc chọn giống và áp dụng kỹ thuật chăn nuôi hiện đại rất hạn chế, dẫn đến giá thành sản xuất cao, nhiều khi còn cao hơn cả giá FOB chào hàng của nhiều nước, khó cạnh tranh được về giá so với thịt lợn của Trung Quốc trên thị trường Nga. So với giá thịt lợn của Mỹ và EU, giá thịt lợn của Việt Nam cũng kém cạnh tranh hơn do thịt lợn của Mỹ và EU được Nhà nước trợ giá tới 20%. Tương quan giá cả mặt hàng thịt lợn đông lạnh năm 1997 tại Nga như sau: Trung Quốc: bình quân 1.805 \$/T CIF; Rumani: 1.669 \$/T; Mỹ: 1.495 \$/T; Đan Mạch: 1.224 \$/T; Việt Nam: 1.653 \$/T. Như vậy, ngay từ năm 1997 giá thịt lợn đông lạnh của Việt Nam đã cao hơn nhiều nước. Mặt khác, bước sang năm 1999, Liên bang Nga được nhận viện trợ từ Mỹ và EU nhiều loại lương thực, thực phẩm trong đó có thịt lợn, làm cho giá thịt lợn chào bán cho Nga giảm xuống thấp, chỉ còn 680 - 720 USD/ tấn. Với mức giá như vậy thịt lợn đông lạnh của Việt Nam rất khó xuất khẩu được sang Nga trong năm nay.

- Chất lượng thấp: Do đặc điểm chăn nuôi như đã nói ở trên, thịt lợn của Việt Nam có độ nạc chưa cao. Công nghiệp chế biến lại hầu như chưa có gì. Cả nước mới có hai nhà máy chế biến thịt đạt tiêu chuẩn ở Hải Phòng và thành phố Hồ Chí Minh, nên chất lượng thịt lợn của Việt Nam thấp, khó cạnh tranh được với thịt lợn của Mỹ và EU trên thị trường Nga. So với thịt lợn của Trung Quốc thịt lợn của ta có độ nạc cao hơn, dễ chế biến hơn nên được ưa chuộng hơn.

Các sản phẩm thịt chế biến cũng ở trong tình trạng tương tự.

- *Rau quả tươi và chế biến:*

Do nông nghiệp kém phát triển và đặc điểm thổ nhưỡng, khí hậu, nên hàng năm Nga vẫn có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với các loại rau và quả, đặc biệt là rau quả nhiệt đới.

Hiện nay Nga đang nhập khẩu các loại rau quả từ các nước EU, Đông Âu, Trung Quốc, SNG, Châu Phi và một số nước Châu Mỹ la tinh. Các nước EU, Đông Âu và SNG chủ yếu cung cấp cho Nga rau quả vùng ôn đới như bắp cải, cà rốt, dưa

chuột, khoai tây, cà chua dưới dạng tươi và chế biến. Trung Quốc và các nước Châu Phi, Châu Mỹ là tỉnh chủ yếu xuất khẩu các loại quả nhiệt đới, trong đó Trung Quốc xuất khẩu tỏi, các loại dưa; các nước Châu Mỹ là tỉnh xuất khẩu chuối, dưa xoài, chà là,... và các loại quả có múi. So sánh tương quan giá, chất lượng và số lượng xuất khẩu của các nước sang Nga về một số mặt hàng rau quả mà Việt Nam có khả năng xuất khẩu (năm 1997) như sau:

- Khoai tây: Nga nhập 119 nghìn tấn, mức giá bình quân 167 \$/T, chủ yếu nhập từ Ba Lan: 36,6 nghìn tấn với mức giá rất thấp - 91 \$/T; Hà Lan: 34,6 nghìn tấn, giá cao hơn giá bình quân - 185 \$/T; Pháp: 14,6 nghìn tấn, giá 130 \$/T; Trung Quốc: 9 nghìn tấn, giá 140 \$/T.

- Cà chua: Nga nhập 242 nghìn tấn, mức giá bình quân 287 \$/T, trong đó nhập từ Thổ Nhĩ Kỳ: 81 nghìn tấn, giá 250 \$/T; Trung Quốc: 28 nghìn tấn, giá 241 \$/T; Tây Ban Nha: 34 nghìn tấn, giá 364 \$/T; các nước SNG: 44 nghìn tấn.

- Hành tây: Nga nhập 395 nghìn tấn, mức giá bình quân 139 \$/T, chủ yếu nhập khẩu từ các nước SNG: 220 nghìn tấn, các nước khác: 175 nghìn tấn, giá 138 \$/T.

- Tỏi: 20 nghìn tấn, giá 254 \$/T, chủ yếu nhập từ Trung Quốc: 16 nghìn tấn, giá 254 \$/T.

- Chuối tươi: 660,7 nghìn tấn, giá CIF bình quân 232 \$/T, trong đó nhập từ các nước Châu Mỹ là tỉnh, trên 600 nghìn tấn.

- Cam, quýt: 442,5 nghìn tấn, giá CIF bình quân 319 và 320 \$/T, chủ yếu nhập khẩu từ các nước Châu Phi.

- Quả nhiệt đới khác: 23,7 nghìn tấn, chủ nhập từ các nước Châu Phi.

- Dưa chuột muối: 106 nghìn tấn, giá CIF bình quân 274,1 \$/T, trong đó: Hungari: 41,2 nghìn tấn, chiếm 38,9%, giá 274,1 \$/T; Bungari: 29,5 nghìn tấn, giá 227,8 \$/T; Đức: 10,3 nghìn tấn, giá 323,6 \$/T; Ba Lan: 6,5 nghìn tấn, giá 590 \$/T; Việt Nam: 1.387 nghìn tấn, chiếm 1,3%, giá 374,2 \$/T.

- Cà chua chế biến hoặc đóng hộp: 92 nghìn tấn, giá CIF bình quân 344 \$/T, chủ yếu nhập từ Hungari: 20 nghìn tấn, giá 285,2 \$/T; Iran: 18,4 nghìn tấn, giá 308,8 \$/T; Italia: 13 nghìn tấn, giá 292,3 \$/T; Bungari: 10 nghìn tấn, giá 216 \$/T; Việt Nam: 47 tấn, chỉ chiếm 0,05%, giá 361,2 \$/T.

- Nước dưa: 11 nghìn tấn, giá CIF bình quân 526 \$/T, nhập khẩu chủ yếu từ các nước không trồng dưa như: Hungari: 1,2 nghìn tấn, giá 333,2 \$/T; Izrael: 2 nghìn tấn, giá 722,5 \$/T; Latvia: 2,2 nghìn tấn, giá 472 \$/T; Phần Lan: 1 nghìn tấn giá tương đương giá nhập khẩu từ Latvia.

- Nước cam: 30,5 nghìn tấn, giá bình quân 447 \$/T, chủ yếu nhập từ Hungari: 8 nghìn tấn, giá 327,5 \$/T; Phần Lan: 3,8 nghìn tấn, giá 445 \$/T; Đức: 2,6 nghìn tấn, giá 487,4 \$/T.

- Nước chấm, tương ớt, nguyên liệu sản xuất nước chấm, tương ớt: 211 nghìn tấn, giá CIF bình quân 444 \$/T, chủ yếu từ Hà Lan: 19,6 nghìn tấn, giá 652,2 nghìn tấn \$/T; Bungari: 64,3 nghìn tấn, giá 200 \$/T; Hàn Quốc: 22,3 nghìn tấn, giá 443,6 \$/T; Đức: 16 nghìn tấn, giá 649 \$/T; Việt Nam: 4.111 tấn, chiếm 1,9%, giá 394,6 \$/T.

- Súp, bột canh và gia vị: 55,4 nghìn tấn, giá CIF bình quân 877 \$/T, chủ yếu nhập từ Tây Ban Nha: 18,2 nghìn tấn, giá 512,3 \$/T; Ba Lan: 4,2 nghìn tấn, giá 1.545 \$/T; Hàn Quốc: 4,2 nghìn tấn, giá 861,7 \$/T; Mỹ: 5,4 nghìn tấn, giá 1.022 \$/T; Việt Nam: 6,2 nghìn tấn, chiếm 11,2%, giá 415 \$/T.

So với rau quả tươi và chế biến của các nước khác trên thị trường Nga, rau quả của Việt Nam thường có giá cao hơn, kém hấp dẫn về hình thức và độ tiện dụng của bao bì, nên khả năng cạnh tranh thấp, khó tiêu thụ. Vì thế, Việt Nam xuất khẩu sang Nga với số lượng rất hạn chế, kể cả đối với những mặt hàng trước đây Việt Nam đã xuất sang Nga với số lượng lớn như dưa chuột muối, chuối sấy, nước dứa,...cho dù Nga vẫn là thị trường tiêu thụ rau quả lớn nhất của Việt Nam. Hiện nay tỷ lệ chiếm lĩnh thị trường của Việt Nam đối với các mặt hàng này rất thấp, chỉ từ một phần nghìn đến một vài phần trăm. Một số mặt hàng hiện nay Việt Nam vẫn giữ được thị trường do khả năng cạnh tranh tốt và người Nga đã quen dùng nên xuất sang Nga với số lượng khá lớn như dứa miếng, dứa khoanh, tương ớt, bột canh và gia vị. Vấn đề đặt ra đối với những mặt hàng này là làm sao duy trì được chất lượng, vì hiện nay đang có nhiều doanh nghiệp của Việt Nam làm giảm chất lượng hàng để cạnh tranh về giá với các doanh nghiệp Việt Nam khác cùng xuất mặt hàng này. Bên cạnh đó cải tiến hình thức, chất liệu bao bì cho đẹp mắt, dễ thấy, dễ sử dụng sẽ có khả năng tăng lượng và hiệu quả xuất khẩu trong những năm tới. Một số mặt hàng Việt Nam đã không còn xuất được sang Nga nữa như các loại rau vụn đông, quả tươi, chủ yếu do không còn đội tàu mát để chuyên chở, mặc dù Việt Nam vẫn có thể tiêu thụ được những mặt hàng này ở các vùng khí hậu khắc nghiệt, không gieo trồng được của Nga như Viễn Đông, Xiberi.

*- Lương thực:*

Gạo và các sản phẩm chế biến từ bột mì hàng năm vẫn được nhập với khối lượng khá lớn vào Nga. Theo tài liệu của cơ quan đại diện Kinh tế - thương mại Việt Nam tại Nga, năm 1997 nhu cầu nhập khẩu đối với các sản phẩm này của Nga như sau:

+ Gạo: 376,5 nghìn tấn, giá CIF bình quân 332,8 \$/T, trong đó nhập chủ yếu từ Ấn Độ: 227 nghìn tấn, chiếm tới 60,3%, giá 324 \$/T; Trung Quốc: 44 nghìn

tấn, giá 280 \$/T; Thái Lan: 28 nghìn tấn, giá 364 \$/T; Việt Nam: 20,7 nghìn tấn, chiếm 5,5%, giá 301 \$/T.

+ Sản phẩm chế biến từ bột mì: 142 triệu USD, chủ yếu từ Italia: 40 triệu USD, chiếm 28,2%; Tiệp Khắc, Hàn Quốc, Trung Quốc, Iran, Ba Lan, Đức mỗi nước 8 triệu USD; Việt Nam: 5 triệu USD, chiếm 3,5%, chủ yếu là mì ăn liền.

Trong các mặt hàng lương thực xuất sang Nga thì gạo tuy chiếm thị phần lớn hơn (5,5%) so với mì ăn liền (3,5%) nhưng không phải là mặt hàng Việt Nam khuyến khích xuất khẩu sang Nga, vì Nga không phải là nước ăn gạo, mức tiêu thụ gạo không đáng kể so với nhiều thị trường xuất khẩu gạo khác của Việt Nam. Mì ăn liền là mặt hàng công nghiệp chế biến, có nguồn gốc á Đông, rất được người tiêu dùng Nga ưa chuộng và ngày càng được tiêu dùng rộng rãi trên thị trường Nga, mới là mặt hàng mà Việt Nam khuyến khích xuất khẩu sang Nga.

Hiện nay Nga đang nhập mì ăn liền từ Trung Quốc và Việt Nam. So với mì ăn liền của Trung Quốc, mì của Việt Nam có hương vị độc đáo, hợp khẩu vị người Nga hơn nên được ưa chuộng hơn, mặc dù giá cao hơn. Vì vậy, mì ăn liền Việt Nam đang là sản phẩm có sức cạnh tranh cao, chiếm ưu thế trên thị trường Nga. Vấn đề đối với mì ăn liền của Việt Nam hiện nay là không có một chiến lược chiếm lĩnh thị trường thống nhất, dẫn đến tình trạng cạnh tranh lẫn nhau giữa các doanh nghiệp Việt Nam, làm giảm giá và chất lượng sản phẩm, vừa làm giảm hiệu quả xuất khẩu vừa tạo khe hở cho hàng của Trung Quốc vươn lên mở rộng thị phần.

*- Cây công nghiệp:*

Nhu cầu nhập khẩu hàng năm của Nga đối với các sản phẩm từ cây công nghiệp tương đối lớn, đặc biệt là hạt điều, lạc nhân, ca cao cho công nghiệp làm bánh kẹo, sôcôla; chè, cà phê cho các nhà máy chế biến chè, cà phê, cho tiêu dùng hàng ngày. Các nước xuất khẩu sang Nga những sản phẩm từ cây công nghiệp chủ yếu thuộc châu á và châu Mỹ. Giá cả và lượng nhập khẩu một số mặt hàng, mà Việt Nam có khả năng xuất, từ các nước sang thị trường Nga năm 1997 như sau:

- Lạc nhân: Nga nhập 49 nghìn tấn, giá CIF bình quân 634 \$/T, trong đó nhập từ Trung Quốc: 29 nghìn tấn, chiếm 59,2%, giá 478 \$/T; Ấn Độ: 5,2 nghìn tấn, giá 823 \$/T; Argentina: 2.963 tấn, giá 739 \$/T; Thổ Nhĩ Kỳ: 2.300 tấn, giá 439 \$/T; Việt Nam: 578 tấn, chiếm 1,2%, giá 890 \$/T.

- Các sản phẩm chế biến từ hạt (kể cả lạc): Nga nhập 68 nghìn tấn, chủ yếu từ Bungari: 16.3 nghìn tấn, chiếm 24%, giá 325 \$/T; Hy Lạp: 7,5 nghìn tấn, giá 266 \$/T; Việt Nam: 1.606 tấn, chiếm 2,4%, giá 374 \$/T.

- Dầu cọ dừa: 94 nghìn tấn, giá CIF bình quân 929,6 \$/T, chủ yếu nhập từ Indonesia: 31,8 nghìn tấn, giá 735 \$/T; Malaysia: 31,4 nghìn tấn, giá 624,4 \$/T;

Đan Mạch: 6 nghìn tấn, giá 1667 \$/T; Đức: 5,2 nghìn tấn, giá 934,7 \$/T; Việt Nam: 19 tấn, chỉ chiếm 0,02%, giá 721 \$/T.

- Dầu dừa: 20,5 nghìn tấn, giá CIF bình quân 1.098 \$/T, trong đó nhập từ Indonesia: 6 nghìn tấn, chiếm 29,3%, giá 1.033 \$/T; Malayxia: 6 nghìn tấn, giá 834 \$/T; Đan Mạch: 3,7 nghìn tấn, giá 1.375 \$/T; Việt Nam: 95 tấn, chiếm chưa đầy 0,5%, giá 417 \$/T.

- Chè: 158 nghìn tấn, giá CIF bình quân 1.778 \$/T, chủ yếu từ Ấn Độ: 95 nghìn tấn, chiếm tới trên 60%, giá 1.739 \$/T; Trung Quốc: 8,1 nghìn tấn, giá 1,280 \$/T; Bangladesh: 2,7 nghìn tấn, giá 771 \$/T; Việt Nam: 710 tấn, chỉ chiếm 0,4%, giá 790 \$/T.

- Cà phê: 27,8 nghìn tấn, giá CIF bình quân 877 \$/T, chủ yếu từ Brazil: 7,4 nghìn tấn, giá 425 \$/T; Singapore: 5,2 nghìn tấn, giá 502 \$/T; Việt Nam: 40 tấn, chiếm 0,1%, giá 885 \$/T.

- Cao su thiên nhiên: 9000 tấn, giá CIF bình quân 936 \$/T, trong đó chủ yếu nhập từ Thái Lan: 5.135 tấn, chiếm 57%, giá 628 \$/T; Malayxia: 1.823 tấn, chiếm 20,3%, giá 1.135 \$/T; Việt Nam: 292 tấn, chiếm 3,2%.

So với các nước khác, đa số các sản phẩm từ cây công nghiệp của Việt Nam giá khá cao, chất lượng thấp và không đồng đều: Ví dụ, lạc hạt nhỏ, kích cỡ không đồng nhất; chè, cà phê thu hoạch không đúng lứa và kỹ thuật sơ chế thủ công là chính nên không đảm bảo chất lượng,... dẫn đến khả năng cạnh tranh thấp, thị phần chiếm lĩnh chỉ đạt từ 0,02 đến 1,2%. Thậm chí có mặt hàng chỉ xuất được theo con đường trả nợ (như lạc). Một số mặt hàng Nga giảm mạnh nhập khẩu như cao su thiên nhiên, do gần đây ngành công nghiệp chế tạo ô tô sa sút và do sử dụng nhiều vật liệu tổng hợp thay thế, cũng góp thêm phần làm giảm lượng nhập khẩu cao su thiên nhiên từ Việt Nam - 3,2%. Có mặt hàng Nga liên doanh với nước cung cấp nguyên liệu trong khâu trồng và sơ chế sản phẩm như chè, liên doanh với Serilanca, Ấn Độ để có được vùng nguyên liệu ổn định và chất lượng chè như mong muốn, nên nhập khẩu từ các nước khác cũng giảm. Như vậy, đối với các sản phẩm từ cây công nghiệp, Việt Nam đang gặp phải ba khó khăn lớn nhất đó là chất lượng, giá thành sản phẩm và khả năng cung ứng ổn định.

*- Hàng công nghiệp nhẹ (chủ yếu là hàng dệt may và giày dép):*

Công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng trong nước suy giảm cùng với tâm lý chuộng hàng ngoại ở Nga đã đẩy nhu cầu nhập khẩu hàng tiêu dùng công nghiệp, đặc biệt là hàng may mặc và giày dép tăng lên nhanh chóng. Hàng công nghiệp tiêu dùng nhập khẩu chiếm tới 50% thị trường hàng tiêu dùng của Nga, trong đó hàng dệt may: 40 - 60%, giày dép: 70%.

Thị trường xuất khẩu hàng dệt may và giày dép của Nga chủ yếu là Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Quốc đối với loại hàng phẩm cấp thấp, Hàn Quốc đối với loại hàng

phẩm cấp trung bình và Italia, Đức đối với các hàng cao cấp. Hàng của Việt Nam chiếm thị phần rất thấp ở Nga và hầu như không đáng kể, chủ yếu là hàng rẻ tiền, chất lượng thấp, mẫu mã chưa đẹp như khi Việt Nam xuất trả nợ trước đây cũng như trong những năm đầu của thập kỷ 90, khi hàng hoá ở Nga còn khan hiếm. Đối với các sản phẩm có chất lượng cao của các công ty lớn thì giá thành thường cao, khó cạnh tranh được với các mặt hàng chất lượng cao của Italia, Pháp, Đức. Hơn nữa, Việt Nam chưa có hợp đồng xuất khẩu với Nga, việc thanh toán gặp nhiều rủi ro khiến cho nhiều doanh nghiệp của Việt Nam còn e ngại, chỉ chú trọng tới các thị trường lớn đã có sẵn hợp đồng hoặc được cấp quota.

So với hàng dệt may và giày dép xuất xứ từ các nước khác, hàng của Việt Nam chịu một số bất lợi do khoảng cách vận chuyển quá xa nên chi phí vận chuyển cao, thời gian vận chuyển dài, dễ không kịp thời vụ. Thêm vào đó tâm lý làm hàng trả nợ và coi thị trường Nga là dễ tính, ít đầu tư đổi mới thiết bị, cải tiến chất lượng sản phẩm nên khả năng cạnh tranh ngày càng thấp, bị hàng của Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ lấn át. Hiện nay, hàng dệt may và giày dép của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Nga rất ít. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, 6 tháng đầu năm 1999 Việt Nam chỉ xuất được sang Nga 25,4 triệu USD hàng dệt may, chiếm 3,5% và 2,5 triệu USD giày dép, chỉ chiếm 0,4% tổng giá trị xuất khẩu hai mặt hàng này.

Vấn đề hàng dệt may và giày dép xuất khẩu vào thị trường Nga là vấn đề cần phải được nghiên cứu, tính toán kỹ càng, vì thói quen ăn mặc của người Nga có nhiều điểm khác so với người dân Tây Âu, thị trường mà ta ít nhiều đã tạo được chỗ đứng. Tuy nhiên, nếu chậm trễ hơn nữa, hàng dệt may và giày dép của Việt Nam sẽ khó tìm được chỗ đứng trên thị trường Nga không chỉ trong một vài năm tới.

*- Hàng thủ công mỹ nghệ:*

Hàng thủ công mỹ nghệ hiện không phải là mặt hàng được Nga nhập khẩu với số lượng lớn, vì trong điều kiện kinh tế khó khăn thì ăn và mặc là nhu cầu được ưu tiên chứ không phải là các nhu cầu về văn hoá, giải trí. Tuy vậy, tầng lớp giàu có và trung lưu vẫn có nhu cầu nhất định đối với các sản phẩm thủ công mỹ nghệ cao cấp.

Hàng thủ công mỹ nghệ hiện nay chủ yếu được nhập từ một số nước Châu á như Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Thái Lan và Việt Nam. Trước đây, Liên Xô là thị trường nhập khẩu chính đối với hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam như đồ gốm mỹ nghệ, đồ gỗ mỹ nghệ, hàng thêu ren, hàng mây tre đan. Tuy nhiên, do cơ chế không khuyến khích chất lượng của thời bao cấp kéo dài nhiều năm nên các mặt hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam hầu như không được cải tiến mẫu mã, đa dạng hoá chủng loại và nâng cao chất lượng, không cạnh tranh được với các sản phẩm cùng loại của các nước khác trên thị trường Nga.

Vì vậy, muốn đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng này sang Nga thì trước hết các doanh nghiệp Việt Nam cần nghiên cứu cải tiến mẫu mã; đa dạng hoá sản phẩm; chống mốc, ẩm đối với hàng mây tre đan; chống rộp, vênh vào, nứt nẻ đối với đồ gỗ và gốm mỹ nghệ nhằm nâng cao chất lượng, đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng.

Như vậy, dù còn nhiều khó khăn và tồn tại về nhiều mặt, song nhiều mặt hàng của Việt Nam vẫn có được những lợi thế nhất định để khôi phục phần thị trường trước đây đã có và từng bước mở rộng xuất khẩu sang thị trường Nga. Vấn đề đặt ra là khắc phục các khó khăn đó như thế nào để đạt được mục tiêu của chúng ta.

***Đánh giá chung về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Liên bang Nga trong giai đoạn từ năm 1991 trở lại đây:***

Sau khi Liên Xô tan rã, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Liên bang Nga, nước có quan hệ thương mại lớn nhất với Việt Nam thời Liên Xô, đã thay đổi một cách căn bản. Hai nước chuyển sang buôn bán trên nguyên tắc bình đẳng, theo cơ chế thị trường và thông lệ quốc tế, mọi ưu đãi trước đây của Liên Xô dành cho Việt Nam đều bị bãi bỏ. Những thay đổi cơ bản và đột ngột đó đã làm cho quan hệ thương mại giữa hai nước bị giảm sút nghiêm trọng, kim ngạch thương mại hai chiều giảm mạnh, chỉ còn ở mức trên 10% tổng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam năm 1991. Từ năm 1992, hai nước đã có nhiều biện pháp để khôi phục và phát triển quan hệ thương mại song phương như ký các hiệp định mang tính chất nền móng, các hiệp định nhằm tạo thuận lợi cho thương mại,... Vì vậy, quan hệ thương mại giữa hai nước dần được củng cố và mở rộng. Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nga đã bắt đầu tăng trở lại, song tốc độ tăng vẫn còn rất thấp, bình quân trong những năm 1992 -1995 chỉ ở mức 3,25%.

Trong những năm cuối của thập kỷ 90, tốc độ trao đổi hàng hoá giữa Việt Nam và Nga đã có những bước tiến nhất định, tăng bình quân 52%/ năm trong 3 năm 1996, 1997, 1998. Đây là một tỷ lệ khá cao nếu đem so sánh với thời gian trước đó. Điều này một phần thể hiện sự nỗ lực không nhỏ của Việt Nam trong việc khôi phục và phát triển quan hệ thương mại với Liên bang Nga, mặt khác chứng tỏ các doanh nghiệp hai nước đã phần nào thích nghi với môi trường kinh doanh mới. Tuy nhiên, kim ngạch buôn bán hai chiều hiện nay cũng chỉ chiếm trên dưới 2% tổng kim ngạch ngoại thương của Việt Nam và 0,2% tổng kim ngạch ngoại thương của Nga.

Cơ cấu xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nga tuy vẫn lệch về nhập khẩu hàng hoá từ Nga sang Việt Nam, nhưng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng

kim ngạch xuất nhập khẩu có xu hướng tăng dần. Nếu như giai đoạn trước 1990, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Liên Xô chỉ ở mức 20 - 25% thì trong những năm 1992 - 1995 tỷ trọng này đã tăng lên đáng kể, đạt mức 38% là tỷ trọng cao nhất so với thời gian trước đó. Từ năm 1996 đến nay, tỷ trọng này tuy có giảm xuống so với những năm trước nhưng vẫn ở mức 30%.

Mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam với Liên bang Nga từ 1996 trở lại đây nhìn chung không có thay đổi đáng kể. Mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Nga chủ yếu vẫn là máy móc thiết bị, phương tiện vận tải, phụ tùng, nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất. Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nga chủ yếu là các sản phẩm nông lâm ngư nghiệp, hàng tiểu thủ công nghiệp và hàng gia công chế biến. Về cơ bản, các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam vẫn ở dạng thô, hàm lượng công nghệ thấp, chất lượng chưa cao, bao bì mẫu mã bị hạn chế... Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga cũng ít thay đổi cả về số lượng mặt hàng và chất lượng sản phẩm, mặc dù thị trường Nga đã thay đổi rất nhiều. Đó chính là nguyên nhân cơ bản làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới nói chung và sang thị trường Nga nói riêng.

Thêm vào đó, sau khi Liên Xô tan rã, nước Nga chuyển sang kinh tế thị trường với một nền kinh tế yếu kém và những cuộc khủng hoảng kinh tế - xã hội cực kỳ sâu sắc, sản xuất suy thoái, lạm phát cao triền miên, đồng rúp liên tục bị mất giá, các doanh nghiệp Nga hầu hết đều khó khăn về tài chính,... Trong bối cảnh đó, môi trường kinh doanh ở Nga trở nên rất khó khăn: việc thanh toán khó khăn, đối tác thiếu độ tin cậy, cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước Nga,... và đây rủi ro. Tình trạng trên dẫn đến những khó khăn tất yếu trong quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga.

Ngoài ra còn có những nguyên nhân thuộc về chính sách, cơ chế của mỗi bên. Về phía Liên bang Nga, trong những năm đầu của thập kỷ 90, do những khó khăn trong nước bên trong, mối quan tâm lớn của Chính phủ Nga là các vấn đề kinh tế - xã hội và các quan hệ mang tính chiến lược. Vì thế, Nga chủ trương tập trung phát triển quan hệ với các nước phương Tây. Quan hệ thương mại với các nước Châu á nói chung, các nước Đông Nam á nói riêng (trong đó có Việt Nam) nhìn chung không được chú ý. Bởi vậy, những vướng mắc, cản trở trong hoạt động thương mại song phương không được giải quyết thoả đáng và kịp thời làm hạn chế việc phát triển quan hệ mậu dịch giữa hai nước thời gian qua.

Về phía Việt Nam, tuy Việt Nam có đặt ra mục tiêu là khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt - Nga, song chưa thực sự chú trọng đến việc xây dựng chiến lược, chính sách cụ thể cũng như định ra những bước đi thích hợp để khôi phục và mở rộng quan hệ thương mại giữa hai nước nhằm khai thác thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng này. Nhà nước chưa có được sự hỗ trợ cần thiết đối với các doanh nghiệp để từng bước thâm nhập thị trường Nga. Thêm vào đó là tư tưởng ngại khó, bỏ thị trường của một số doanh nghiệp Nhà nước. Vì thế, việc trao đổi,



buôn bán với Liên bang Nga chủ yếu dựa vào các doanh nghiệp tư nhân, kể cả các doanh nghiệp người Việt Nam tại Nga nên manh mún và không mang tính chiến lược. Phương thức thanh toán còn gặp nhiều khó khăn, vướng mắc chưa được giải quyết triệt để. Công tác xúc tiến thương mại còn nhiều hạn chế, chủ yếu các doanh nghiệp tự lo là chính nên doanh nghiệp cả hai nước đều thiếu thông tin về nhau cũng như về thị trường.

Chính vì vậy, quan hệ thương mại Việt - Nga còn chậm phát triển, chưa tương xứng với mối quan hệ đã có trong lịch sử, với tiềm năng và mong muốn của hai nước.

## **PHẦN THỨ BA**

### **TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA.**

#### **I. NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA HAI NƯỚC:**

Triển vọng phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Song những yếu tố quan trọng nhất tác động đến sự phát triển mối quan hệ thương mại của hai nước là triển vọng kinh tế của hai nước, quan điểm thái độ của hai chính phủ đối với mối quan hệ này, cùng với tác động của bối cảnh tình hình thế giới, và những thuận lợi, khó khăn riêng biệt ảnh hưởng đến sự phát triển quan hệ thương mại. Vì kinh tế Việt Nam được coi là phát triển khá ổn định và theo chiều hướng tốt, nên đề tài chỉ tập trung đề cập tới triển vọng kinh tế của Nga trong thời gian tới và các yếu tố khác có ảnh hưởng nêu trên.

#### **1. Dự báo về triển vọng phát triển kinh tế của Liên bang Nga và ảnh hưởng của sự phát triển đó tới hoạt động ngoại thương của Nga.**

##### **• Tình hình tăng trưởng kinh tế:**

Nước Nga hiện nay đang có rất nhiều nỗ lực nhằm phát triển kinh tế như tiến hành hàng loạt cải cách kinh tế để tăng cường sản xuất và xuất khẩu, nâng cao khả năng cạnh tranh, ổn định tiền tệ trong nước ... Năm 1999 theo dự báo ban đầu

của EIU ( Cơ quan tình báo kinh tế )- GDP thực tế của Nga có thể bị giảm 5,5% do sự cắt giảm chi tiêu của chính phủ dưới áp lực khó khăn của tình hình tài chính, do đầu tư giảm vì nguồn tài chính cạn kiệt và do sự giảm sút lòng tin của mọi người vào hoạt động kinh doanh. Tiêu dùng tư nhân cũng giảm theo với đồng lương thực tế thấp là yếu tố không kích thích phát triển. Tuy vậy nhờ có sự phục hồi nhất định của ngành công nghiệp và do những điều kiện thương mại của Nga với các nước trên thế giới thuận lợi hơn nên triển vọng kinh tế Nga đã có phần được cải thiện, với ước tính GDP thực tế của năm 1999 chỉ giảm không quá 1%. Triển vọng kinh tế Nga sẽ được phục hồi sau năm 2000. Năm 2000 GDP thực tế sẽ đạt mức tăng trưởng 1%. Từ năm 2001 nền kinh tế bắt đầu dần dần hồi phục nhờ sự mở rộng ngành dịch vụ và các ngành công nghiệp hướng tới xuất khẩu như dầu, khí đốt, sản xuất kim loại, năng lượng và viễn thông. Môi trường bên ngoài cũng được cải thiện có lợi cho phát triển kinh tế của Nga. Song nhìn chung triển vọng kinh tế Nga chỉ tăng trưởng ở mức vừa phải, không quá 3-4% cho suốt từ 2002 đến hết thập kỷ đầu tiên của thế kỷ sau, tức là chỉ là sự đền bù lại những thứ đã mất vào cuối những năm 1980 và 1990.

#### • Công nghiệp:

Những khu vực năng động sử dụng nhiều công nghệ và có những triển vọng tốt về thị trường dường như không có. Chính phủ Nga trong những năm qua đã có cố gắng nhằm định hình lại cơ cấu công nghiệp như thành lập mới ngân hàng phát triển nhà nước và có chương trình ưu tiên cho phát triển các ngành công nghiệp xuất khẩu công nghệ cao nhưng kết quả không mấy thành công. Do đó, mặc dù theo truyền thống các sản phẩm nhiên liệu, quặng kim loại, năng lượng, luyện kim có giá xuất khẩu thấp, song khu vực sản xuất các sản phẩm này vẫn chiếm chủ yếu trong sản xuất công nghiệp của Nga. Trong sản lượng công nghiệp, vật liệu thô chiếm 80% xuất khẩu, sản xuất máy móc chỉ chiếm 10%, trong đó khoảng một nửa liên quan tới xuất khẩu vũ khí. Cho tới nay Nga vẫn chưa có một dấu hiệu mới về việc cơ cấu lại ngành công nghiệp, đặc biệt trong ngành chế tạo hướng về xuất khẩu. Từ đó có thể thấy hoạt động xuất nhập của Nga trong một số năm tới sẽ còn trĩu nặng do ít có nhu cầu phục vụ sản xuất trong nước. Hoạt động xuất khẩu nếu có tăng trưởng sẽ không nhiều và phụ thuộc nhiều vào biến động trên thị trường thế giới.

#### • Nông nghiệp:

Nga gặp rất nhiều khó khăn do việc chuyển dịch cơ chế tổ chức sản xuất còn rất chậm chạp. Nga cũng không có triển vọng ngay trong việc tìm ra được giải pháp cho những vấn đề về cơ cấu trong nông nghiệp. Tình trạng yếu kém trong việc cung cấp vốn, thiết bị vật tư kỹ thuật phục vụ nông nghiệp là một yếu tố nữa khẳng định không có triển vọng phục hồi quan trọng nào ngay trong sản xuất nông nghiệp. Ngành

chăn nuôi vẫn đang khủng hoảng trầm trọng. Trong khi đó Nga vẫn phải cung cấp lương thực, thực phẩm cho dân số gần 150 triệu người nên có thể tin rằng trong các năm tới nhu cầu nhập khẩu lương thực, thực phẩm của Nga sẽ rất cao và chiếm tỷ trọng lớn trong nhập khẩu của Nga.

#### • Đầu tư :

Nhu cầu của Nga về vốn đầu tư để cải tổ kinh tế trong vòng 15 năm tới là 800 - 900 tỷ USD. Khả năng hấp thụ vốn tối đa của Nga là 400 - 600 tỷ USD. Nếu Nga không muốn bị tụt hậu trong phát triển kinh tế và kéo dài thời kỳ quá độ thì phải thu hút 300 - 400 tỷ USD. Thế nhưng hiện nay Nga rất khó khăn để tiếp cận một cách bình thường tới thị trường vốn quốc tế vì sự bất ổn định kinh tế, chính trị, luật pháp ở Nga làm cho hoạt động đầu tư ở Nga rất dễ gặp rủi ro. Chỉ từ năm 2001, FDI vào Nga có thể sẽ đạt tới 2-3% GDP, đáp ứng 10-15% tổng số đầu tư của Nga. Tuy có sự phục hồi trong hoạt động đầu tư bắt đầu từ năm 2001 trở đi song dự báo tiềm năng đầu tư của Nga vẫn sẽ tiếp tục không được khai thác hết xét về lâu về dài.

Trong khi đó ở trong nước, dưới áp lực của những điều kiện tài chính hiện nay nên tiêu dùng của chính phủ sẽ bị giảm mạnh, mặc dầu trong năm 1999 không bị giảm nhiều như tiêu dùng tư nhân. Nói chung vai trò của tiêu dùng chính phủ vào đầu tư hoạt động kinh tế trong nước rất mờ nhạt ở Nga.

Còn đối với nhân dân Nga, có thể còn mất thời gian lâu mới lấy lại được lòng tin của nhân dân vào nền kinh tế và đồng rúp. Hơn nữa thậm chí trước khi đồng rúp bị mất giá người dân Nga cũng chỉ có rất ít tiền. Do vậy xét về góc độ đầu tư trong nước nhìn chung triển vọng cũng không có gì sáng sủa. Điều này ảnh hưởng đến sự hồi phục và phát triển các hoạt động kinh tế trong nước và như vậy tác động bất lợi tới hoạt động ngoại thương của Nga.

#### • Tình hình tài chính

Tình hình tài chính luôn luôn là khâu yếu nhất của nền kinh tế Nga trong những năm qua. Cuộc khủng hoảng tháng 8-9/1998 và tình hình tài chính mỏng manh của Nga cộng với một tương lai kinh tế khó có thể dự đoán được cho phép dự báo giá trị đồng rúp trong thời gian tới vẫn còn yếu và lãi suất ở Nga còn cao.

Theo dự báo quý III/1999 của EIU, ước tính thâm hụt ngân sách của Nga (tính % của GDP) trong năm 1999 là 4,4%; 2000: 4,3%; 2001: 3,6%; 2002: 3,4%; 2003: 3,3%.

Nợ nước ngoài cũng sẽ tăng lên. Do đồng rúp mất giá đẩy tỷ lệ nợ / GDP lên nhiều và dự báo sẽ đạt mức đỉnh cao khoảng 80% trong năm nay trước khi giảm dần sau đó khi mà nền kinh tế phục hồi lại và giá trị thực tế của đồng rúp tăng trở lại. Bên cạnh vấn đề nợ Nga còn phải đương đầu với những khó khăn nghiêm trọng về vấn đề trả nợ. Vì vậy Nga có nguy cơ khủng hoảng ngân sách, thậm chí có cả rủi ro sẽ không thể trả được nợ.

### • Tình hình lạm phát, mức thu nhập, sức mua

Đây là những yếu tố ảnh hưởng rất rõ nét, trực tiếp đến hoạt động ngoại thương của một nước. Song dự báo cho thấy tình hình này cũng không được tốt đẹp. Cụ thể dự báo tốc độ lạm phát ở Nga thời gian tới vẫn còn cao và không có triển vọng giảm xuống mức 1 con số. Nhưng có khả năng tốc độ lạm phát sẽ giảm dần, đặc biệt ngay sau khi bắt đầu phục hồi kinh tế và ngay khi giá dầu tăng làm cho tình hình tài chính dịu bớt căng thẳng.

Vấn đề lương là một vấn đề khá nan giải ở Nga hiện nay. Lương trung bình trong tháng 6/1999 ở Nga là 60 USD. Thu nhập thực tế tính theo đầu người trong nước trong thời gian này bị giảm 1/3 so với mức cùng kỳ năm 1998. Nhìn chung 40% dân số của Nga - tức là hơn 55 triệu người sống dưới mức sống tối thiểu cần thiết. Tuy vậy, khả năng sau đó tiền lương sẽ tăng nhanh thậm chí nhanh hơn tốc độ của GDP trong suốt thời gian 2000-2003.

Từ thực tế nhân dân có mức thu nhập còn thấp, lạm phát tăng cao, trong khi tỷ lệ hàng tiêu dùng nhập khẩu cũng cao, thất nghiệp nhiều, nên làm sức mua của nhân dân còn yếu. Ví dụ, ở Maxcova, một thành phố giàu nhất đất nước, có hơn 80% sử dụng hơn một nửa thu nhập để mua thực phẩm. Nhìn chung trong toàn nước Nga chỉ có 10% số người giàu nhất đảm bảo sức mua ổn định, còn việc chi tiêu cho những thứ không phải thực phẩm của 90% số dân còn lại là điều không chắc chắn cho tới khi chừng nào có sự tăng trưởng trở lại trong nền kinh tế Nga. Dưới đây là các số liệu dự báo tóm tắt tình hình kinh tế Nga trong những năm tới:

	1998	1999 *	2000 *	2001 *	2002 *	2003 *
Tăng trưởng GDP thực tế (%)	-4,6	-1,0	1,0	2,5	3,0	3,5
GDP (tỷ\$)	276,6	188,4	205,3	229,2	248,6	274,2
GDP/người (\$)	1890	1290	1410	1580	1710	1890
GDP (tỷ \$, tính theo ngang giá sức mua)	4160	4140	4250	4460	4710	5000
Tăng trưởng nông nghiệp (%)	-9,0	-3,0	0,0	2,0	2,0	2,0
Tăng trưởng công nghiệp (%)	-5,0	3,0	3,0	3,0	3,5	3,0
Mức tăng tổng vốn đầu tư cố định (%)	-6,7	-2,0	-1,0	2,0	5,0	6,0
Thâm hụt ngân sách (% GDP)	-5,0	-4,4	-4,3,	-3,6	-3,4	-3,3

Tổng số nợ nước ngoài (tỷ \$)	149,2	150,0	159,2	164,5	171,4	174,1
% GDP	53,9	79,6	77,6	71,8	68,9	63,5
Cán cân tài khoản vãng lai (tỷ \$)	2,4	12,6	10,0	8,0	2,6	1,5
% GDP	0,9	6,7	4,8	3,5	1,0	0,5

*Nguồn: Dự báo kinh tế của EIU quý III năm 1999.*

*Chú thích: \*<sup>a</sup> EIU ước tính*

Tóm lại, từ những phân tích và từ các số liệu dự báo trên, có thể nói nền kinh tế Nga bắt đầu có những dấu hiệu được cải thiện mặc dù nước Nga vẫn còn phải đương đầu với nhiều vấn đề. Có một số yếu tố không tốt vẫn kìm giữ sự tăng trưởng kinh tế của Nga trong thời gian tới như các yếu tố về pháp luật, tình hình tài chính khó khăn, các xu hướng nhân khẩu bất lợi, tình hình tư nhân hoá ở Nga. Tuy vậy từ năm 2000 nền kinh tế Nga có nhiều khả năng được phục hồi. Từ dự đoán về kinh tế như vậy dự đoán tình hình ngoại thương Nga từ năm 2000 trở đi sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để cải thiện hơn. Năm 2000 dự đoán xuất khẩu hàng hoá tính theo giá FOB của Nga sẽ đạt 78,9 tỷ USD, tăng hơn so với mức ước đạt 75,8 tỷ USD trong năm 1999. Năm 2001 con số này còn tăng lên tới 82,9; 2002: 86,3 tỷ USD; 2003: 94,7 tỷ USD. Đây là mức độ tăng xuất khẩu không cao do cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Nga chủ yếu vẫn là hàng nguyên liệu. Tuy nhiên xuất khẩu vẫn tăng bởi dựa trên giả định sẽ có một số sự cơ cấu lại nền công nghiệp Nga theo hướng xuất khẩu những sản phẩm có trị giá gia tăng cao hơn.

Về nhập khẩu: Do kinh tế thời gian qua bị suy thoái, các ngành kinh tế trong nước chậm phát triển, sức mua của nhân dân còn yếu, cộng thêm tình hình tài chính khó khăn làm Nga mất đi khả năng thanh toán trong giao dịch thương mại nên nhập khẩu của Nga vẫn bị giảm. Tuy nhiên đến năm 2000 nhập khẩu của Nga sẽ tăng dần lên và đạt 51,9 tỷ USD; năm 2001 đạt 58,4 tỷ USD; 2002: 66,4 tỷ USD; 2003: 75,1 tỷ USD.

Trong cơ cấu nhập khẩu tỷ trọng hàng lương thực và thực phẩm sẽ tăng lên bởi nông nghiệp kém phát triển không đáp ứng được nhu cầu thiết yếu của nhân dân.

Quan hệ bên hàng ngoại thương của Nga cũng sẽ có sự chuyển hướng sang các nước châu Á - Thái Bình Dương do Nga đang điều chỉnh chính sách từ chỗ quan hệ chủ yếu với phương Tây sang chỗ vẫn coi trọng phương Tây, nhưng tăng cường quan hệ nhất là về kinh tế với các nước châu Á - Thái Bình Dương. Thời gian tới cơ cấu ngoại thương của Nga với các nước hiện nay sẽ là: quan hệ với các nước SNG chiếm tỷ trọng 22%; EU: 34%; Trung và Đông Âu: 14%; châu Á - Thái Bình Dương: 15%; các nước khác 15%.

Do tình hình kinh tế trong nước gặp nhiều khó khăn, nên mặc dù hoạt động ngoại thương của Nga đi theo định hướng tự do hoá, trong các năm tới Nga sẽ tăng

thu thuế xuất nhập khẩu nhằm tăng thu ngân sách. Đồng thời Nga cũng tăng cường bảo hộ sản xuất trong nước. Do vậy Nga sẽ tăng cường áp dụng các biện pháp bảo hộ phi quan thuế và các biện pháp tự vệ khác nhằm chống lại sự cạnh tranh của nước ngoài đối với hàng hoá của Nga.

Trong quan hệ thương mại với Việt Nam, với một triển vọng kinh tế và ngoại thương như vậy của Nga sẽ có ảnh hưởng nhất định tới triển vọng quan hệ thương mại hai nước Việt - Nga. Những ảnh hưởng chung nhất là:

Việt Nam có thể hy vọng mở rộng quan hệ thương mại với Nga hơn các năm trước do Nga có chính sách tăng cường quan hệ kinh tế với các nước châu Á và do kinh tế Nga đang dần dần được cải thiện.

Sản xuất trong nước của Nga còn chậm phát triển trong khi nhu cầu hàng tiêu dùng, lương thực thực phẩm... của Nga rất lớn để cung cấp cho dân số 150 triệu người là cơ hội để Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm của Việt Nam sang Nga, khôi phục lại và tạo chỗ đứng cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sau này.

Song nhìn chung tình hình kinh tế Nga còn yếu kém, cùng với sự mở rộng quan hệ bạn hàng của Nga, những bất ổn định trong đời sống, xã hội và sức mua bị giảm sút nhiều ... lại là những thách thức lớn đối với sự mở rộng quan hệ thương mại hai nước nói chung và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Nga nói riêng. Những phân tích sau trong đề tài sẽ làm rõ hơn tác động của tình hình kinh tế đến triển vọng quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga.

## **2. Quan điểm thái độ của hai chính phủ đối với mối quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga:**

Trước năm 1994, Nga rất chú trọng tăng cường quan hệ kinh tế với các nước phương Tây. 3/4 nền kinh tế của Nga đều tập trung ở phần châu Âu với mục đích tranh thủ tiềm lực tài chính của các nước phương Tây. Nhưng những cố gắng để hoà nhập với các nước phát triển phương Tây đã không mấy thành công. Trong khi đó khu vực châu Á - Thái Bình Dương đang phát triển nhanh, có kinh tế phồn vinh, chính trị ổn định và quan hệ với khu vực này có thể giúp Nga giải quyết thành công các vấn đề kinh tế quốc gia, đặc biệt thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội tại vùng Viễn Đông- Sibêri, đồng thời lại có ý nghĩa an ninh chính trị đối với Nga. Vì thế Nga chủ trương thời gian tới sẽ chú trọng phát triển quan hệ kinh tế đối ngoại với các nước thuộc khu vực châu á - Thái Bình Dương, trong đó có bao gồm cả Việt Nam. Song trong quan hệ với các nước khu vực này Nga đặc biệt chú ý tới Việt Nam do Việt Nam có một ý nghĩa đặc thù đối với lợi ích của Nga bởi mấy lý do sau:

- Nga thấy Việt Nam đang là một đất nước phát triển nhanh, có một thị trường rộng lớn với dân số gần 80 triệu dân. Việt Nam lại là một nước đang phát triển, trình độ khoa học công nghệ còn thấp có thể tiếp nhận các công nghệ kỹ thuật vừa tầm của Nga để phục vụ phát triển kinh tế trong nước.

- Nga cũng rất hiểu rõ Việt Nam về tất cả các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội.... do đã có mối quan hệ truyền thống. Do đó nếu Nga khôi phục và phát triển quan hệ hợp tác với Việt Nam trên các lĩnh vực thì Nga có thể dùng Việt Nam để đột phá cho việc củng cố và phát huy ảnh hưởng của một cường quốc Đại Nga ở khu vực Đông Nam Á.

Trên cơ sở các lý do trên, quan điểm thái độ của chính phủ Nga là muốn khôi phục lại và phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước.

Về phía Việt Nam. Chính phủ Việt Nam hoàn toàn muốn khôi phục và phát triển quan hệ thương mại với Nga theo chủ trương đa phương hóa, đa dạng hóa thị trường của nhà nước Việt Nam. Bằng việc tái lập quan hệ thương mại với Nga sẽ giúp Việt Nam đảm bảo sự thăng bằng trong quan hệ thương mại giữa các khu vực. Ngoài ra điều đó còn mở rộng thị trường cho xuất khẩu nhiều mặt hàng của Việt Nam mà từ khi Liên Xô sụp đổ Việt Nam vẫn còn lúng túng chưa tìm được hoặc đã tìm được thị trường nhưng thị trường đó không tiếp nhận được nhiều sản phẩm của Việt Nam. Việt Nam khôi phục và phát triển lại quan hệ thương mại với Nga, một thị trường ít nhiều đã quen biết, tương đối dễ tính hơn các thị trường khác và đã phân nào quen dùng sản phẩm Việt Nam sẽ giúp Việt Nam có thể đẩy mạnh quy mô sản xuất và xuất khẩu nhất là các sản phẩm mà Việt Nam có lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh như hàng nông sản nhiệt đới, từ đó góp phần phát triển kinh tế trong nước, tạo công ăn việc làm cho nhân dân.

Thị trường Liên Bang Nga còn là một thị trường có khả năng cung cấp các máy móc thiết bị kỹ thuật công nghệ phù hợp với trình độ của Việt Nam, giá cả lại không quá cao so với khả năng thanh toán của Việt Nam. Nhiều sản phẩm của Nga Việt Nam vẫn rất cần như phụ tùng máy móc thiết bị, dầu mỡ, bông sợi, phân hóa học, sắt thép.... Tóm lại, khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt - Nga hoàn toàn phù hợp với lợi ích của hai bên. Mong muốn chung của hai nhà nước, hai chính phủ là tăng cường hơn nữa, nâng cao hơn nữa hiệu quả hợp tác trong các lĩnh vực mà hai bên có thế mạnh để phát huy hết tiềm năng của sự hợp tác, góp phần mở rộng quan hệ thương mại giữa hai nước, đưa lên đúng với tầm vóc của nó.

Thể hiện ý chí quyết tâm trên, các nhà lãnh đạo của hai chính phủ đã có hàng loạt các chuyến viếng thăm nhau và ký kết hàng loạt các văn kiện thoả thuận làm cơ sở pháp lý cho sự hợp tác lâu dài như đã nêu ở phần trên. Sự kiện có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong quan hệ Việt Nam - Liên Bang Nga thời gian gần đây là chuyến viếng thăm Nga chính thức của chủ tịch Trần Đức Lương mà cùng đi với đoàn gồm 40 doanh nghiệp đại diện cho các lĩnh vực kinh tế chủ yếu của Việt Nam. Tại các cuộc viếng thăm, hai bên đã bàn bạc để tìm cách tháo gỡ những vướng mắc khó khăn cản trở quan hệ thương mại hai nước như vấn đề phương thức thanh toán, thuế... Hai bên cũng tìm ra các hướng hợp tác song phương cụ thể và thể hiện quyết tâm tìm các biện pháp để đẩy nhanh quan hệ thương mại hai nước và các mối quan hệ kinh tế ảnh hưởng trực tiếp đến thương mại. Đầu năm 2000 chuyến viếng thăm Việt Nam của Ngoại trưởng Nga càng khẳng định thêm mong muốn mở rộng quan hệ hợp tác với nhau của hai nhà nước.

Như vậy với ý chí quyết tâm của hai chính phủ và chiều hướng kinh tế Nga có thể dần dần phục hồi, hy vọng quan hệ thương mại hai nước Việt Nam - Liên Bang Nga sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi và sẽ phát triển tốt đẹp hơn nhiều so với thập kỷ những năm 1990.

### **3. Tác động của bối cảnh tình hình thế giới đến quan hệ thương mại hai nước Việt Nam - Liên bang Nga:**

Năm 1990 - 91 do những biến động chính trị xã hội tại Liên xô và các nước Đông Âu, quan hệ ngoại thương của Việt Nam có sự chuyển hướng rõ rệt. Từ chỗ kim ngạch buôn bán với các nước XHCN chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam ( 52,17% năm 1989), đến nay tỷ trọng này giảm chỉ còn 2,19%. Trong khi đó kim ngạch buôn bán của Việt Nam với các nước châu Á tăng từ 17,93% năm 1989 tới khoảng 75% hiện nay. Nhưng sau một số năm phát triển quan hệ với các nước châu Á thực tế cho thấy có những điều bất cập do cơ cấu xuất nhập khẩu của các nước trong khu vực có khá nhiều nét tương đồng với Việt Nam. Cuộc khủng hoảng kinh tế tài chính khu vực năm 1997 đã gây biến động mạnh trong hoạt động thương mại của khu vực châu Á, làm Việt Nam thấy rõ sự phụ thuộc quá nhiều vào một khu vực thị trường nào đó trong quan hệ ngoại thương sẽ đem lại bất lợi cho Việt Nam khi có những biến động xấu trên khu vực thị trường đó. Điều này được minh chứng qua cuộc khủng hoảng tài chính ở châu Á đã làm kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong năm 1998 vừa qua liên tục bị giảm sút do trong các nước khủng hoảng sức mua bị giảm, thị trường bị thu hẹp. Thậm chí có những mặt hàng Việt Nam vẫn tăng được khối lượng xuất khẩu nhưng giá cả xuất khẩu bị giảm mạnh nên kết quả kim ngạch xuất khẩu vẫn giảm. Như chỉ số giá xuất khẩu bình quân của ba mặt hàng lạc, cao su, chè trong 7 tháng đầu năm 1998 bị giảm 28,6%, chỉ số của hai mặt hàng than đá và dầu thô giảm 22,3%. Kết quả trong 9 tháng đầu năm 1998 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản giảm 17%, sang Hàn Quốc giảm 39%, sang Hồng Kông giảm 37%, sang Malaixia giảm 39%, sang Đài Loan giảm 12% và sang Singapo giảm



7% so với năm trước. Tỷ trọng của các nước châu Á giảm từ khoảng 70% xuống còn 50% trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 1998. Riêng năm 1998 cuộc khủng hoảng đã làm Việt Nam thiệt hại dự kiến tới 550 triệu USD trong việc xuất khẩu dầu và khoảng 46 triệu USD trong việc xuất khẩu cao su chưa kể tới thiệt hại trong xuất khẩu các mặt hàng khác.

Từ thực tế trên cho thấy việc đa phương hóa và đa dạng hóa thị trường trở thành vấn đề cấp bách đối với Việt Nam. Nhanh chóng khôi phục và phát triển lại thị trường Nga đã từng có mối quan hệ lâu đời chính là phương án lựa chọn đúng đắn cho ngoại thương Việt Nam. Như vậy bối cảnh của tình hình thế giới là một nhân tố tác động quan trọng để nhà nước Việt Nam đẩy nhanh hơn nữa quá trình khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga đưa mối quan hệ này xứng với tiềm năng của nó.

Bên cạnh những yếu tố bên ngoài tác động tích cực đến quá trình khôi phục và phát triển quan hệ thương mại hai nước Việt- Nga nêu trên, quan hệ thương mại của Nga với các nước, đặc biệt những nước có vị trí địa lý gần gũi với Nga và có cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu khá tương đồng như Việt Nam như Trung Quốc lại có tác động lớn đến sự phát triển thương mại giữa hai nước Việt-Nga

Hiện tại Trung Quốc là nước đứng thứ ba (sau Đức và Mỹ) trong quan hệ ngoại thương của Nga với các nước ngoài SNG, trong khi Nga là bạn hàng thứ mười của Trung Quốc. Kim ngạch buôn bán với Trung Quốc chiếm tới 5% tổng kim ngạch ngoại thương của Nga.

**Bảng 21: Buôn bán hai chiều Nga - Trung Quốc**

*DVT: Triệu USD*

<b>Chỉ tiêu/Năm</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Tổng kim ngạch ngoại thương	5.463	6.845	6.120	5.480
<i>Trong đó:</i>				
Xuất khẩu của Nga	3.799	5.153	4.090	3.640
Nhập khẩu của Nga	1.664	1.692	2.030	1.840
Xuất khẩu-nhập khẩu	2.135	3.461	2.060	1.800

*Nguồn: Hải quan Trung Quốc.*

Trong quan hệ thương mại Nga - Trung, Nga luôn luôn ở trong tình trạng xuất siêu, mức xuất siêu thậm chí cao hơn cả kim ngạch nhập khẩu hàng năm. Tuy nhiên, mức xuất siêu đã giảm dần do chính sách hạn chế nhập khẩu và quy định

bắt buộc phải đăng ký hợp đồng đối với một số sản phẩm nhằm mục đích bảo hộ của Trung Quốc.

Trung Quốc chủ yếu nhập khẩu từ Nga máy móc thiết bị, cung cấp cho các công trình đầu tư của Nga tại Trung Quốc, phân khoáng và kim loại. Cơ cấu nhập khẩu Nga - Trung (trừ Hồng Kông) 11 tháng đầu năm 1998 như sau: máy móc, thiết bị: 23,9%; phân khoáng: 18%; Kim loại: 30%; hải sản: 8,1%; hoá chất: 6,3%; gỗ: 3,8%; dầu mỏ và các sản phẩm hoá dầu: 3,0%; các hàng hoá khác: 6,9%.

Về xuất khẩu, Trung Quốc xuất sang Nga chủ yếu là các hàng hoá tiêu dùng, chiếm tới 80,4% tổng giá trị buôn bán hai chiều năm 1997. Cơ cấu xuất khẩu từ Trung Quốc sang Nga (trừ Thượng Hải) năm 1998 như sau: hàng công nghiệp: 69,5% (trong đó: sản phẩm từ da: 19,8%; quần áo: 13,5%; hàng dệt kim: 11,4%; giày dép: 9,5%;...); thịt và các sản phẩm từ thịt: 9,9%; máy móc thiết bị: 5,4%; các hàng hoá khác: 15,2%.

Hàng hoá xuất xứ từ Trung Quốc tuy chất lượng không cao như của EU, Mỹ nhưng có sức cạnh tranh lớn do giá rẻ, mẫu mã thay đổi nhanh, cung ứng kịp thời, chi phí vận chuyển thấp và phương thức kinh doanh uyển chuyển. Vì thế, hiện nay và trong tương lai, Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh rất khó vượt qua của các nước trên thị trường Liên bang Nga, đặc biệt là đối với các hàng hoá tiêu dùng. Đây là điều sẽ ảnh hưởng lớn đến quá trình khôi phục và phát triển quan hệ thương mại hai nước Việt-Nga.

Phương thức thanh toán trong buôn bán Nga - Trung hiện nay chủ yếu là thanh toán bằng ngoại tệ, một phần bằng hàng đổi hàng. Tuy nhiên, phương thức thanh toán hàng đổi hàng ngày càng ít được sử dụng. Tỷ trọng thanh toán hàng đổi hàng năm 1998 đã giảm xuống còn 3,5% so với 4,2% năm 1997 và 13,8% năm 1996.

Trung Quốc và Nga là những bạn hàng chiến lược của nhau. Phát triển quan hệ thương mại song phương không chỉ mang lại lợi ích kinh tế đối với hai nước mà còn có ý nghĩa to lớn về kinh tế, chính trị và an ninh trên toàn cầu. Mặt khác, Trung Quốc và Nga là hai thị trường gần gũi về địa lý, các sản phẩm có nhiều lợi thế của mỗi nước có tính chất bổ sung lẫn nhau rất lớn. Vì thế, trong tương lai quan hệ thương mại Nga - Trung sẽ phát triển mạnh mẽ hơn.

#### **4. Những thuận lợi và khó khăn ảnh hưởng đến triển vọng thương mại giữa hai nước:**

***Thuận lợi:***

Quan hệ thương mại hai nước Việt Nam - Liên bang Nga có những điều kiện thuận lợi để khôi phục và phát triển trong thời gian tới, bởi trước hết hai thị trường Việt - Nga có đặc điểm là có thể bổ sung cho nhau. Đây là một thuận lợi khách quan và rất cơ bản.

Việt Nam còn là một nước đang phát triển, có nguồn vốn hạn chế, trong khi nhu cầu nhập khẩu máy móc thiết bị nước ngoài lớn. Nếu Việt Nam nhập máy móc thiết bị của các nước tiên tiến sẽ gặp phải nhiều khó khăn vì những máy móc thiết bị này quá đắt đối với khả năng của Việt Nam. Một số loại thiết bị nguồn có trình độ quá cao đối với Việt Nam trong giai đoạn hiện nay nên chưa thật cần thiết trong một số lĩnh vực sản xuất ở Việt Nam. Nga (thuộc Liên Xô cũ) vốn là nước có tiềm lực về khoa học, công nghiệp. Máy móc thiết bị sản xuất tại Nga có trình độ vừa tầm đối với Việt Nam và thường được coi là bền, chắc, phù hợp với điều kiện Việt Nam. Nhiều cơ sở sản xuất do Nga giúp đỡ xây dựng và trang bị máy móc kỹ thuật trước đây đang cần phải thay thế phụ tùng để sửa chữa, nâng cấp. Do vậy nhu cầu nhập khẩu của Việt Nam từ Nga vẫn rất lớn. Một số loại Việt Nam cần và Nga có khả năng cung cấp để phục vụ các ngành kinh tế của Việt Nam có thể kể là máy móc thiết bị, nguyên nhiên vật liệu, đặc biệt là máy móc thiết bị trong các ngành công nghiệp khai thác mỏ, điện lực, luyện kim, máy canh tác nông nghiệp, các loại phân bón, hoá chất.

Về phía Nga, về lâu dài có thể coi đây là một thị trường nhập khẩu rất có tiềm năng không thể bỏ qua được trong chính sách ngoại thương của Việt Nam. Hiện nay Nga đã có dân số khoảng 150 triệu người, với nhu cầu nhập khẩu hàng năm lên tới 70-80 tỷ USD. Những mặt hàng nông sản, hàng tiêu dùng là những sản phẩm mà Việt Nam có lợi thế nhất trong xuất khẩu, cũng là những hàng mà Nga có nhu cầu nhập khẩu hàng năm rất lớn. Bảng dưới đây cho thấy rõ điều này.

**Bảng 22: Nhu cầu nhập khẩu của Nga đối với một số mặt hàng Việt Nam có ưu thế (Năm 1997).**

TT	Mặt hàng	Đơn vị	Nhập khẩu của Nga	Xuất khẩu của Việt Nam
1	Thịt và các sản phẩm chế biến từ thịt	Triệu rúp	2.450	518,7
2	Rau quả hộp và chế biến	Tấn	900.000	5.575
3	Hạt điều	Tấn	6.000	17
4	Lạc	Tấn	49.000	578
5	Chè	Tấn	158.000	710
6	Cà phê	Tấn	27.800	18
7	Thuốc lá	Tấn	27.800	40
8	Cao su thiên nhiên	Tấn	9.000	509

9	Gạo	Tấn	376.500	18.558
10	Vải dệt kim	Tấn	20.000	15
11	Giày da	1000 đôi	17.300	1,2

*Nguồn: Cơ quan đại diện kinh tế - thương mại Việt Nam tại LB Nga, tháng 12/1998.*

Như vậy hai thị trường có cơ cấu xuất nhập khẩu có thể bổ sung cho nhau là một thuận lợi rất quan trọng cho sự phát triển thương mại hai nước. Song qua bảng trên cũng cho thấy mặc dù nhu cầu nhập khẩu của Nga đối với các loại nông sản thực phẩm mà Việt Nam có ưu thế rất lớn, nhưng khả năng đáp ứng của Việt Nam còn rất hạn chế. Vì vậy vấn đề là nếu muốn xuất khẩu nhiều sang thị trường này thì Việt Nam cần phải có những cố gắng lớn về mọi mặt hơn so với hiện nay.

Một thuận lợi khác cũng góp phần khá quan trọng tạo điều kiện cho Việt Nam khi khôi phục lại hoạt động xuất khẩu sang thị trường Nga đó là thị trường Liên bang Nga là một thị trường tương đối dễ tính hơn so với các thị trường ở các nước kinh tế phát triển như EU, Nhật Bản. Tại các nước trên thường đặt ra những yêu cầu rất khắt khe về chất lượng, môi trường, yêu cầu vệ sinh, an toàn thực phẩm, chưa kể những quy định khác như hạn ngạch được phép xuất khẩu... Những yêu cầu của người tiêu dùng tại những thị trường trên nhìn chung cũng cao hơn so với đồng đảo người Nga do điều kiện đời sống kinh tế khá cao trong các nước này. Do vậy hàng hoá của Việt Nam trong điều kiện còn gặp nhiều khó khăn trong việc nâng cao chất lượng, việc đổi mới mẫu mã và nhanh chóng nắm bắt những thay đổi trong yêu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng còn chưa tốt thì đây là một thuận lợi đối với xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên nói như vậy không có nghĩa là Việt Nam cứ duy trì tình trạng xuất khẩu như hiện nay, bởi chỉ có luôn cố gắng cải tiến chất lượng, hạ giá thành sản phẩm mới hy vọng có được chỗ đứng vững chắc trên bất cứ thị trường nào, nhất là tại thị trường tiêu thụ khổng lồ của Nga luôn luôn được nhiều nước trên thế giới chú ý tới.

Ngoài ra do hai nước Việt Nam, Liên bang Nga có mối quan hệ khá khăng khít từ lâu đời, nên một số sản phẩm của Việt Nam đã trở thành quen dùng đối với dân Nga, như dưa miếng, dưa khoanh, tương ớt, bột canh, giavì.... Vì thế sẽ là thuận lợi khi Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng này vào thị trường Nga.

Đất nước Nga là một đất nước rất rộng lớn. Thực tế hiện nay sản phẩm của nhiều nước đã thâm nhập vào thị trường Nga. Tuy vậy sản phẩm của những nước này chưa đến được vùng Viễn Đông xa xôi. Trong khi ở đây có nhiều nhu cầu những mặt hàng mà Việt Nam có thể cung cấp. Xét về mặt địa lý vùng này lại gần với Việt Nam. Do đó vùng Viễn Đông, Sibêri sẽ là một thị trường tiềm năng cho

xuất khẩu của Việt Nam. Đây chính là một thuận lợi khác cho việc phát triển xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Liên bang Nga.

Song song với các thuận lợi trên không thể không kể đến một thuận lợi đáng kể là vai trò của lực lượng người Việt Nam đang buôn bán và học tập tại Nga. Chính mạng lưới bán buôn, bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam tại Nga đã góp phần quan trọng trong việc nắm bắt kịp thời nhu cầu của thị trường và tổ chức đáp ứng các nhu cầu đó.

Hiện nay do cơ chế thành lập công ty ở Nga khá dễ dàng nên đã có trên 300 công ty của người Việt Nam được thành lập và làm ăn theo đúng pháp luật của Liên bang Nga. Hầu hết các công ty này được tổ chức dưới hình thức công ty tư nhân 100% vốn nước ngoài hoặc công ty liên doanh với phía Nga. Đa số các công ty hoạt động trong Hiệp hội các nhà doanh nghiệp Việt Nam tại Nga (VINAENTRASSO). Với lĩnh vực hoạt động rất đa dạng, từ kinh doanh xuất nhập khẩu các loại hàng tiêu dùng, vật tư thiết bị sản xuất, kinh doanh ăn uống công cộng... đến lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, thời gian qua các công ty trên đã thực sự đóng góp trong việc bù đắp kịp thời vào sự hẫng hụt trong buôn bán hai nước trong những năm chuyển đổi cơ chế. Đồng thời khối lượng buôn bán của các doanh nghiệp Việt Nam ở Nga ngày càng gia tăng còn góp phần giảm nhẹ tình trạng khan hiếm hàng hoá ở Nga. Với ý nghĩa tích cực như vậy, lực lượng này sẽ còn tiếp tục đóng góp quan trọng vào quá trình khôi phục và phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước Việt Nam - Liên bang Nga trong thời gian tới.

Các thuận lợi có ý nghĩa bổ sung khác được xuất phát từ quan hệ chính trị, văn hoá, xã hội thân thiết của hai nước trước đây. Nga đã đào tạo rất nhiều cán bộ, học sinh cho Việt Nam. Nhiều người trong số này hiện nay đã trở thành những cán bộ chủ chốt, ở cương vị trọng trách trong ngành thương mại cũng như các ngành kinh tế khác của Việt Nam. Những người này bằng những hiểu biết sâu sắc và tình cảm tốt đẹp đối với đất nước và con người Nga sẽ đóng góp tích cực cho quá trình khôi phục và phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước.

### ***Khó khăn:***

Khó khăn trước hết cần kể đến là những khó khăn về kinh tế nội tại của hai nước. Mặc dù kinh tế của Nga đã dần dần chuyển biến theo hướng tích cực trong những tháng gần đây và có khả năng phát triển theo hướng tốt hơn từ sau năm 2000 nhưng nhìn chung kinh tế Nga vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Tình hình kinh tế khó khăn của Nga gây tác động xấu, làm ảnh hưởng tới sức mua của người dân. Tác động rõ rệt nhất của kinh tế khó khăn là làm các doanh nghiệp xuất nhập

khẩu của Nga có khả năng thanh toán yếu trong hoạt động kinh doanh. Ở Nga đa số các công ty là những doanh nghiệp nhỏ tách ra từ nhà nước nên có số vốn ít ỏi. Để có vốn hoạt động các công ty này thường phải vay với lãi suất ngân hàng rất cao ( 50-70%/ năm đối với việc vay rúp và trên dưới 20%/ năm đối với vay ngoại tệ ), cộng thêm với điều kiện bảo lãnh ngặt nghèo ( ký quỹ khoảng 80% giá trị hợp đồng). Với những điều kiện khó khăn như vậy, trong quan hệ thương mại với Việt Nam phía Nga không thể thanh toán theo thông lệ quốc tế mà thường yêu cầu doanh nghiệp Việt Nam cho áp dụng hình thức trả chậm 6 tháng đến 1 năm. Ngược lại khi xuất hàng sang Việt Nam, doanh nghiệp Nga lại yêu cầu phía Việt Nam đặt tiền trước. Trong khi đó về phía Việt Nam, tuy tình hình kinh tế có khá hơn, ổn định hơn, song thực tế các doanh nghiệp Việt Nam cũng ở tình trạng thiếu vốn nghiêm trọng, phải vay của ngân hàng. Vì thế lẽ ra có thể bán hàng cho Nga trả chậm, thì các doanh nghiệp này lại phải bán hàng thu tiền ngay để trả nợ. Đây là nguyên nhân trực tiếp làm cản trở quan hệ trao đổi buôn bán giữa các doanh nghiệp hai nước.

Tình hình kinh tế khó khăn của Việt Nam ( là một nước nhập siêu, nợ nước ngoài nhiều - khoảng 30 tỷ USD ) còn cản trở năng lực sản xuất và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu. Do đó để tăng khối lượng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga chưa hẳn là việc dễ dàng, chưa kể tuy Việt Nam muốn xuất khẩu sang Nga, song việc xuất khẩu một số mặt hàng lại bị phân tán vì phải bán sang các thị trường khác để thu ngoại tệ mạnh và duy trì quan hệ thương mại. Như vậy nếu đánh giá một cách nghiêm túc thì không chỉ nền kinh tế Nga mà cả Việt Nam cũng còn những điểm chưa hẳn thuận lợi cho sự phát triển quan hệ thương mại hai nước một cách bền vững.

Cùng với khó khăn xuất phát từ nền kinh tế của hai nước, vấn đề cơ chế thanh toán tiền hàng giữa các doanh nghiệp hai nước còn có nhiều vướng mắc. Thông thường khi doanh nghiệp hai nước thanh toán cho nhau cần phải có một hệ thống ngân hàng đảm bảo sự tin cậy, nhưng độ tin cậy của ngân hàng phía Nga không đảm bảo. Thêm nữa, hiện nay Nga có khoảng 1300 - 1700 ngân hàng thương mại. Điều kiện thành lập một công ty hay ngân hàng cổ phần của Nga không chặt chẽ, có lúc chỉ cần có 400 USD là đủ điều kiện thành lập, nên khi ngân hàng phá sản sẽ không có gì đảm bảo cho việc thanh toán. Trường hợp chính quyền địa phương Nga bảo lãnh cho ngân hàng của họ, khi quan chức chính quyền thay đổi, việc đòi tiền hàng cũng không dễ dàng.

Tiếp theo là mặc dù cả hai chính phủ Việt Nam, Liên bang Nga đều đã có những thể hiện quan tâm khôi phục lại quan hệ thương mại giữa hai nước, song trên thực tế phía Nga cũng chưa dành một ưu đãi cụ thể nào cho Việt Nam. Do đó ngay trong chính sách thuế, một vấn đề luôn thể hiện rõ nét quan điểm thái độ của các nước giành cho nhau, thì đến nay Việt Nam vẫn chưa được mức ưu đãi đặc biệt

nào về thuế khi xuất khẩu hàng hoá sang Nga. Việt Nam vẫn bị Nga xếp ngang hàng với các nước đang phát triển như Singapo, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaixia, Trung Quốc, gây không ít khó khăn cho xuất khẩu của Việt Nam sang Nga. Về phía Việt Nam, nhà nước cũng chưa xây dựng được chiến lược phát triển thương mại Việt Nam - Liên bang Nga, chưa có những hỗ trợ cần thiết để đẩy mạnh trao đổi buôn bán giữa hai nước. Đó là chưa kể ở Nga hiệu suất của các khâu triển khai thực hiện ở cấp dưới, các chủ thể kinh tế đối với những thoả thuận đạt được giữa hai nhà nước hiện rất bị hạn chế do ảnh hưởng của các cơ quan quyền lực nhà nước đối với các chủ thể kinh tế ngày càng ít.

Với đặc điểm nổi bật trên thị trường Nga hiện nay là cạnh tranh gay gắt do mở rộng quan hệ bạn hàng với nhiều nước, thị trường Nga được nhiều nước chú ý tới, nên đây cũng sẽ là thách thức lớn đối với hàng hoá Việt Nam xuất sang Nga để mở rộng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Hiện tại nhiều công ty nước ngoài đã xây dựng được chiến lược kinh doanh tại Nga. Chính phủ nước ngoài cũng hỗ trợ rất nhiều cho các doanh nghiệp xuất khẩu của họ dưới nhiều hình thức. Trong khi Việt Nam không còn được hưởng những ưu đãi như trước kia. Khả năng cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam nhìn chung còn yếu. Một số sản phẩm do có thời gian Việt Nam lơ là nên dễ bị thị phần rơi vào tay các đối thủ cạnh tranh khác như : Xuất khẩu thịt lợn khó cạnh tranh với Trung Quốc, xuất khẩu thịt bò không cạnh tranh được bằng Đức, cao su không bằng Malaixia... Vì vậy vấn đề nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam sẽ là vấn đề vô cùng quan trọng để sản phẩm của Việt Nam tìm lại chỗ đứng trên thị trường và từng bước mở rộng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này.

Vị trí địa lý xa xôi giữa hai nước và những khó khăn về điều kiện vận tải là một yếu tố khác cản trở đáng kể đến phát triển quan hệ mậu dịch của Việt Nam - Liên bang Nga. Đội tàu vận chuyển hàng hóa của Liên Xô cũ ( là phương tiện duy nhất chở hàng xuất nhập khẩu giữa hai nước trước năm 1991 ) trong những năm qua hoàn toàn bị tan rã. Các tàu Lash vẫn chạy ở các tuyến nối các cảng Việt Nam với vùng biển Đen và Viễn Đông nay đã bị bán cho nước ngoài và hoạt động ở các tuyến khác. Phương tiện vận chuyển phổ biến nhất hiện nay chỉ còn container nhưng chi phí rất cao và không vận chuyển được những lô hàng lớn. Đối với hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Nga thường phải vận chuyển qua các cảng châu Âu rồi mới vòng lại Nga, hoặc tới cảng Vladivostok rồi đi theo các tuyến đường sắt xuyên Nga từ Đông sang Tây nên chi phí vận chuyển cao hơn nhiều so với hàng từ Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Iran, Ấn Độ sang Nga. Điều này thường làm cho khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường Nga bị giảm sút. Để đẩy mạnh buôn bán giữa hai nước, khắc phục được những khó khăn trên là điều cần thiết.

Trở ngại khác không thể không kể đến là vấn đề các doanh nghiệp của hai nước Việt Nam và Liên bang Nga còn rất thiếu những thông tin, hiểu biết lẫn nhau về những thay đổi từ các quy định pháp lý, môi trường kinh doanh đến nhu cầu thị trường, tình hình của các đối tác... nên cản trở khá lớn đến việc mở rộng trao đổi buôn bán giữa hai nước.

Cuối cùng về vấn đề nợ. Hiện nay Việt Nam nợ Nga khoảng 10 tỷ USD. Hai bên đã có những trao đổi đàm phán về vấn đề này, song chưa đi đến chỗ nhất trí về khoản nợ vì chưa xác định được tỷ giá chuyển đổi và cũng chưa xác định được cách xử lý nợ. Nhưng do nợ chưa được giải quyết nên nhiều công ty của Việt Nam khi xuất sang Nga không dám sử dụng ngân hàng của Nga bởi nếu mở tài khoản tại đó sẽ bị giữ lại trừ vào phần nợ. Đây là điều cũng cần tính đến vì làm hạn chế không ít đến triển vọng quan hệ thương mại hai nước.

Tóm lại: Mặc dù trong một vài năm tới triển vọng kinh tế của Nga chưa mấy sáng sủa làm ảnh hưởng nhiều đến quan hệ thương mại của Nga với các nước. Song chiều hướng kinh tế Nga phát triển tốt hơn cùng với ý chí quyết tâm của hai nhà nước Việt Nam, Liên Bang Nga, ý chí này lại được tác động bởi bối cảnh của tình hình thế giới, cộng thêm những tiềm năng to lớn, thuận lợi đáng kể trong quan hệ hai nước nên triển vọng quan hệ thương mại giữa hai nước thời gian tới sẽ tốt đẹp hơn so với đầu những năm 90. Nhưng bên cạnh đó, những khó khăn không ít cũng sẽ cản trở mối quan hệ này, đòi hỏi sự nỗ lực to lớn của cả hai bên. Về lâu dài khi nền kinh tế của cả hai nước phát triển hơn thì trên cơ sở mối quan hệ thương mại lâu đời và liên tục chắc chắn trao đổi buôn bán giữa hai nước sẽ được phát triển mạnh mẽ và có hiệu quả hơn nhiều.

## II. TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA HAI NƯỚC VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA TRONG THỜI GIAN NGẮN VÀ TRUNG HẠN.

Trên cơ sở tính đến những yếu tố ảnh hưởng đến triển vọng thương mại giữa hai nước Việt Nam - Liên bang Nga như trình bày ở trên và dựa trên dự kiến của các nhà kinh tế Việt Nam - những người có nhiều kinh nghiệm trong quá trình theo dõi hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai nước trong nhiều năm qua, đề tài dự kiến triển vọng thương mại giữa hai nước trong năm 2000 sẽ đạt khoảng 450 triệu USD, trong đó Việt Nam xuất sang Nga đạt trị giá 150 triệu USD, nhập khẩu từ Nga đạt trị giá 300 triệu USD. Từ năm 2001-2010 kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Liên Bang Nga kế hoạch sẽ đạt 10 tỷ USD( bao gồm cả xuất nhập khẩu hàng hoá và phần xuất nhập khẩu bên an ninh quốc phòng).



Về cơ cấu xuất nhập khẩu, Việt Nam vẫn chủ yếu xuất sang Nga các sản phẩm nông nghiệp, hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp. Khối lượng và trị giá xuất khẩu có thể đạt được của một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nga như sau:

<b>Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu</b>	<b>Đơn vị</b>	<b>Dự kiến năm 2000</b>	<b>Kế hoạch 2001-2010</b>
- Cao su	Tấn	2.000	30.000
- Cà phê	“	2.000	50.000
- Chè	“	2.000	50.000
- Rau quả	Triệu USD	10	200
- Gạo	1000 tấn	5,0	200
- Hàng may mặc	Triệu USD	100,0	1.500
- Giày dép	Triệu USD	15,0	250

Ngoài những mặt hàng trên, nếu cố gắng Việt Nam còn có triển vọng xuất thịt và các sản phẩm từ thịt, khoai tây, hạt điều, lạc nhân, cà phê, dầu dừa, hàng thủ công mỹ nghệ, hàng điện tử, đồ gỗ, đồ nhựa gia đình, bột giặt, thuốc tẩy rửa, kẹo...

Về nhập khẩu. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Nga sẽ là hàng công nghiệp như sắt thép, phân bón, phương tiện vận tải, phụ tùng các loại, máy công nghiệp, xăng dầu, máy và thiết bị cho các ngành năng lượng, đóng tàu, khai khoáng...Khối lượng và trị giá các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Nga trong thời gian tới dự báo như sau:

<b>Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu</b>	<b>Đơn vị</b>	<b>Dự kiến năm 2000</b>	<b>Kế hoạch năm 2001-2010</b>
- Sắt thép các loại	1000 tấn	200	3.000
- Phân bón	“	150	1.500
- Phương tiện vận tải	Triệu USD	30	300
- Máy móc, thiết bị	Triệu USD	60	1.000
- Phụ tùng, sắm lốp	Triệu USD	40	500

Hoạt động xuất nhập khẩu giữa Nga và Việt Nam có liên quan chặt chẽ với các chương trình hợp tác sản xuất, chế biến giữa hai nước. Việt Nam nhập vật tư, thiết bị từ Nga để cung cấp cho các chương trình này, đồng thời xuất khẩu sản phẩm theo các thoả thuận hợp tác giữa hai nước. Do vậy triển vọng hợp tác của một số ngành có liên quan tới thương mại sẽ ảnh hưởng đến triển vọng phát triển quan hệ thương mại hai nước. Nhìn chung trong những năm tới triển vọng quan hệ hợp tác của hai nước trong một số lĩnh vực như sau:

Tăng cường hợp tác đầu tư trong lĩnh vực khai thác và chế biến dầu khí. Hai nước đã tham gia chuẩn bị hiệp định giữa hai chính phủ về dự án liên doanh lọc dầu Dung Quất. Tổng công ty dầu khí Việt Nam đã thống nhất với đối tác Nga về kế hoạch cụ thể triển khai dự án. Theo đó nhà máy Dung Quất sẽ có công suất 6,5 triệu tấn dầu thô/ năm với tổng số vốn đầu tư ban đầu là 1,3 tỷ USD, vốn pháp định là 800 triệu USD. Liên doanh sẽ hoạt động trong thời gian 25 năm.

Ngoài việc xây dựng nhà máy chế biến dầu Dung Quất đầu tiên ở Việt Nam, hoạt động của liên doanh Việt-Sopetro vẫn tiếp tục được đẩy mạnh và dự kiến sẽ đưa mức khai thác dầu hàng năm lên tới 15-16 triệu tấn.

Trong lĩnh vực năng lượng, hai bên sẽ tiếp tục hợp tác xây dựng nhà máy thủy điện Yaly, Sơn La, và dự kiến phát triển các nhà máy thủy điện tương lai khác ở Việt Nam. Đồng thời một số nhà máy cung cấp thiết bị của Nga như Elektrosila v.v... sẽ cung cấp thiết bị hỗ trợ kỹ thuật và dịch vụ cho các dự án điện của Việt Nam.

Ngoài hai lĩnh vực có nhiều tiềm năng trên Liên Bang Nga sẽ mở rộng hợp tác với Việt Nam trong các lĩnh vực công nghiệp khác. Ví dụ tổng công ty thép Việt Nam đã ký kết hợp đồng với công ty AMOT( công ty tư vấn thiết kế công nghệ máy, luyện kim v.v.) để hợp tác nghiên cứu dự án sản xuất gang phi cốc, sử dụng quặng nghèo ở Việt Nam. Đồng thời công ty đã ký văn bản ghi nhớ với công ty Tyazh promexport về hợp tác nghiên cứu khai thác sử dụng quặng sắt có hàm lượng Zn cao để sản xuất gang ở Việt Nam. Tổng công ty than Việt Nam đã đàm phán thống nhất với công ty Energo machinoexport và Technopromexport về cơ chế thanh toán đổi than nếu phía Nga thắng thầu hợp đồng EPC ( về thiết kế, cung cấp thiết bị, xây lắp ) một trong hai dự án nhiệt điện Cao ngạn ( Thái Nguyên ), Na Dương ( Lạng Sơn ), mỗi dự án có công suất 100 mw. Tổng công ty máy và phụ tùng đã tiếp xúc với Bộ công thương Liên Bang Nga để xúc tiến dự án hợp tác lắp ráp xe Kamaz tại Việt Nam trong thời gian tới( công suất khoảng 1000 chiếc / năm loại 12-15 tấn ) và đã trao đổi phương thức đổi hàng với một số đối tác khác. Tổng công ty dệt may Việt Nam, tổng công ty lắp ráp máy Việt Nam và hàng loạt các công ty trong các ngành công nghiệp khác nhau của Việt Nam cũng đã bàn bạc và

đạt được thoả thuận hợp tác trong tương lai như tổng công ty thuỷ tinh và gốm xây dựng ( Viglacera ), công ty đầu tư và phát triển xây dựng ( Bộ xây dựng ), công ty điện tử ánh sao ( SEL), công ty 28- Bộ Quốc Phòng, công ty dệt kim Đông Xuân...

Trong lĩnh vực hợp tác bưu điện viễn thông sẽ rất có triển vọng hợp tác bởi Nga có thế mạnh về lĩnh vực vệ tinh và muốn tham gia đấu thầu vào việc phóng vệ tinh của Việt Nam trong khi Việt Nam đang xem xét triển khai đề án vệ tinh của mình.

Về giao thông vận tải: Công ty vận tải và thuê tàu Việt Nam trong đợt viếng thăm Nga tháng 8/98 vừa qua đã chọn được một công ty Nga làm đại lý giao nhận cho công ty tại Nga để chuẩn bị cho kế hoạch vận tải hàng hoá xuất nhập khẩu hai nước trong thời gian tới.

Trong nông nghiệp và công nghiệp chế biến, sự hợp tác của hai bên có chiều hướng tốt. Hai bên đã bàn bạc để thành lập các xí nghiệp liên doanh trồng, chế biến, đóng gói tiêu thụ chè và xuất khẩu chè sang Nga với số lượng khoảng 5000 tấn mỗi năm. Cùng với việc trên là thành lập xí nghiệp liên doanh tại Việt Nam để sản xuất, chế biến và cung cấp sang Nga các mặt hàng nông sản nhiệt đới như cà phê, rau quả tươi và chế biến. Những dự kiến hợp tác xây dựng kho lạnh tại Tân Thuận với công suất 4000 tấn, hợp tác cung cấp cao su khoảng 15-20 nghìn tấn / năm, dầu thực vật khoảng 35000 tấn năm, dược liệu và các chế phẩm trị giá hàng chục triệu USD năm là những dự kiến hoàn toàn khả thi và là triển vọng tốt đẹp của sự hợp tác hai nước trong lĩnh vực này.

Đó là triển vọng hợp tác, thương mại giữa hai nước trong thời gian tới. Tuy nhiên nếu có những nỗ lực quyết tâm của tất cả các cấp trong cả hai nước Việt Nam và Liên bang Nga thì chắc chắn quan hệ thương mại hai nước sẽ còn được mở rộng và có hiệu quả nhiều hơn nữa.

## **PHẦN THỨ TƯ**

### **CÁC GIẢI PHÁP NHẪM KHÔI PHỤC VÀ PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT - NGA**

#### **I. QUAN ĐIỂM ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT - NGA:**

Việt Nam và Liên Bang Nga là hai nước đã từng có mối quan hệ thương mại lâu dài. Liên Bang Nga đã từng đóng vai trò cực kỳ to lớn trong hoạt động ngoại thương của Việt Nam. Trong điều kiện và hoàn cảnh mới của hai nước hiện nay quan hệ thương mại giữa hai nước vẫn được hai nhà nước đánh giá cao và là hướng ưu tiên trong phát triển kinh tế đối ngoại của mỗi nước.

Vậy thời gian tới Việt Nam nên coi Liên bang Nga là một đối tác như thế nào trong hoạt động ngoại thương của Việt Nam và định hướng phát triển quan hệ thương mại Việt - Nga ra sao?. Trên cơ sở đánh giá quan hệ thương mại Việt Nam - Liên Xô trong quá khứ, những thay đổi và tình hình kinh tế - thương mại hiện tại của hai nước cũng như môi trường thương mại trong khu vực và thế giới, đề tài đưa ra một số quan điểm định hướng phát triển thương mại Việt - Nga như sau:

Nên coi Liên bang Nga là một trong những thị trường trọng điểm của Việt Nam được xếp tương đương với các thị trường Đông Nam Á, Đông Bắc Á, Tây Âu, Bắc Mỹ.

Xét về phương diện nhập khẩu, thị trường Nga vẫn là thị trường quan trọng đối với Việt Nam bởi Việt Nam cần nhập từ Nga nhiều mặt hàng có ý nghĩa chiến lược như nguyên nhiên vật liệu ( xăng, dầu, phân bón, sắt thép...), hóa chất, thiết bị giao thông vận tải ... kể cả vũ khí. Các sản phẩm của Nga tuy hàm lượng kỹ thuật không cao lắm nhưng phù hợp với Việt Nam kể cả về trình độ tiếp nhận cũng như

khả năng thanh toán của Việt Nam trong hiện tại và thời gian tới, vì thế nhập khẩu từ Nga sẽ có lợi cho Việt Nam.

Xét về phương diện xuất khẩu với mục tiêu càng đẩy mạnh nhiều xuất khẩu cho đất nước càng tốt, Việt Nam cần coi Liên bang Nga là thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam vì:

- Nga là một thị trường rộng lớn với khoảng 150 triệu dân, nhu cầu nhập khẩu hàng năm khoảng 70 - 80 tỷ USD, có nhu cầu nhiều những sản phẩm mà Việt Nam có thể cung cấp. Trong tương lai khi nền kinh tế của Nga phát triển hơn sức mua của thị trường này cũng sẽ tăng theo.

- Thị trường Nga tuy là một thị trường có cạnh tranh gay gắt song không có nhiều quy định ngặt nghèo, nhiều khi đến vô lý như các thị trường ở các nước phát triển khác. Do đó tuy có một số khó khăn trở ngại nhưng nếu Việt Nam vượt qua được thì sẽ có khả năng mở rộng xuất khẩu rất nhiều sang thị trường này.

- Nếu tính đến khu vực khác có trình độ phát triển không cao lắm so với Việt Nam như châu Á thì xuất khẩu của Việt Nam sang đó cũng gặp một số khó khăn bởi các nước châu Á có cơ cấu xuất khẩu tương đồng với cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam.

- Quan hệ với thị trường Nga Việt Nam gặp nhiều thuận lợi như đã nêu: Hai dân tộc đã từng gắn bó, hiểu biết lẫn nhau, người Việt ở Nga rất đông và thạo tiếng Nga, thuận lợi cho việc tìm hiểu, nghiên cứu và tiếp thị thị trường ...

Đặc biệt thị trường Nga cần được chú trọng và Việt Nam nên cố gắng đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Nga các mặt hàng thịt và sản phẩm thịt, rau quả tươi và chế biến, hàng dệt may bởi mấy lý do sau đây:

*Đối với rau quả tươi và chế biến:* Hiện nay Việt Nam đang xuất khẩu rau quả sang 40 nước trên thế giới với tổng kim ngạch xuất khẩu năm 1997 đạt 68 triệu USD, năm 1998 đạt 55 triệu USD. Tuy nhiên có thể nói việc xuất khẩu rau quả vào những thị trường lớn có nhiều trở ngại. Thị trường EU vừa xa xôi, chi phí vận tải lớn, vừa đòi hỏi rất cao về chất lượng, vệ sinh thực phẩm. Thị trường Mỹ, Việt Nam chưa có cơ hội thâm nhập vì đến nay Việt Nam chưa ký được hiệp định thương mại để hưởng quy chế tối huệ quốc ( MFN ), nên hàng Việt Nam còn phải chịu mức thuế rất cao so với các nước khác làm giảm khả năng cạnh tranh. Ngoài ra theo các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả ở các thị trường lớn như Mỹ, EU gần như đã có sự xếp đặt trật tự giữa các nhà xuất khẩu, không còn chỗ để Việt Nam dễ len chân vào nữa. Cạnh tranh trên các thị trường này rất gay gắt đặc biệt cạnh tranh từ Thái Lan, một nước vốn có chỗ đứng trên thị trường vững chắc nay lại đang thực hiện những bước đi có tính chiến lược bài bản ( theo tin mới từ tháng 10/1999 ba bộ của chính phủ Thái Lan là bộ Nông nghiệp, Khoa học và Thương mại, cùng các

tư nhân kinh doanh nông sản hợp tác thành lập một trung tâm chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng thực phẩm hữu cơ xuất khẩu ngang với tiêu chuẩn thế giới. Điều này cộng với lợi thế giá nhân công rẻ làm cho sản phẩm của Thái rất có tính cạnh tranh vì sử dụng thực phẩm hữu cơ đang là xu hướng tiêu dùng tại các nước mà người dân quan tâm nhiều đến sức khỏe như ở Mỹ, EU, Nhật, Singapo ). Với điều kiện của Việt Nam hiện nay và một vài năm tới, việc thay đổi để theo kịp các yêu cầu, xu hướng tiêu dùng của những thị trường trên và cạnh tranh với những đối thủ mạnh như vậy sẽ rất khó khăn. Các thị trường khác tuy Việt Nam vẫn đẩy mạnh xuất khẩu sang nhưng nhìn chung nhu cầu tại đó không cao lắm, ví dụ thị trường Nam Triều Tiên dân số chỉ có khoảng 30 triệu dân, thị trường Đài Loan cũng nhỏ bé, thị trường Nhật bản yêu cầu chất lượng rất khắt khe, tại Hồng Kông, Trung Quốc, Việt Nam cũng vấp phải cạnh tranh mạnh mẽ từ phía Trung Quốc, Thái Lan. Trong khi đó xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Nga tuy cũng phải cạnh tranh nhiều với rau quả của Trung Quốc, song đây vẫn là một thị trường mà Việt Nam có khả năng mở rộng xuất khẩu. Nhất là vùng Viễn đông, Sibêri của Nga gần với Việt Nam về địa lý ( đi tàu biển chỉ mất 7 ngày ). Vùng này có nhu cầu lớn về rau tươi ( 50 -70.000 tấn rau / năm vào tháng 12 đến tháng 3 ) do đặc điểm khí hậu mùa đông rất lạnh, kéo dài, không trồng được rau quả. Xu hướng của vùng Viễn Đông, Sibêri muốn nhập khẩu các loại rau quả từ khu vực Đông Nam á để kịp thời và rẻ hơn chuyên chở từ khu vực châu Âu của Nga về.

*Đối với thịt và sản phẩm thịt:* Năm 1997 Việt Nam đạt sản lượng thịt lợn gần 1,2 triệu tấn, xuất khẩu được 10.000 tấn. Song con số trên không phản ánh đúng khả năng mở rộng thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam. Xuất khẩu năm 1997 tăng nhờ hai yếu tố Nga bãi bỏ lệnh cấm nhập khẩu thịt lợn từ Việt Nam; Hồng Kông có dịch cúm gà nên dân chúng chuyển sang tiêu dùng thịt lợn, trong khi Đài Loan, nơi cung cấp thịt lợn cho Hồng Kông lại phát hiện lợn bị lở mồm, long móng nên tạm ngừng xuất. Do vậy thịt lợn Việt Nam tạm thời có vị trí trên thị trường Hồng Kông. Tình hình này chỉ được một thời gian, sau khi Đài Loan khắc phục được bệnh ở lợn và Hồng Kông được trả về Trung Quốc, xuất khẩu thịt lợn của Việt Nam lại trở về như trước. Các thị trường xuất khẩu thịt lợn của Việt Nam hiện nay là Nga, Hồng Kông, Nhật Bản, Singapo ... trong đó phần lớn xuất khẩu thịt lợn của Việt Nam được xuất sang Nga. Tình hình xuất khẩu thịt và sản phẩm thịt cũng tương tự như xuất khẩu rau quả vì các thị trường của các nước phát triển yêu cầu chất lượng, vệ sinh rất cao. Hơn nữa châu Âu và Mỹ đều là những nước sản xuất rất nhiều thịt không những để tiêu thụ trong nước mà còn xuất khẩu nhiều sang các nước khác. Tuy Việt Nam gần một số thị trường tiêu thụ chính như Nhật Bản, Hồng Kông song lại gặp sức ép cạnh tranh rất gay gắt của Trung Quốc và Thái Lan nên khối lượng xuất khẩu không cao. Hiện tại vùng Viễn Đông, Sibêri của Nga hàng năm có nhu cầu nhập thịt cao. Tại đây đã có 7-8 nhà máy chế biến thịt phục vụ tiêu dùng trong vùng. Thịt xuất khẩu của Mỹ và EU lại chủ yếu tập trung ở vùng châu Âu của Nga dù đã có một vài địa phương vùng Viễn Đông đã nằm trong diện phân phối thịt của Mỹ và EU viện trợ. Mặc dù ở vùng

Viễn Đông Việt Nam vẫn vấp phải sự cạnh tranh của Trung Quốc nhưng thịt của Việt Nam độ nạc cao hơn, dễ chế biến hơn nên vẫn được ưa chuộng.

*Đối với hàng dệt may:* Những năm gần đây do Việt Nam lơ là trong việc xuất khẩu sang Nga nên để thị phần hàng dệt may ở Nga rơi vào tay Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ. Hiện tại xuất khẩu của Việt Nam sang Nga mặt hàng này đang gặp rất nhiều khó khăn do kinh tế Nga khó khăn và có sự cạnh tranh mạnh. Song theo đề tài Việt Nam vẫn cần phải bám sát thị trường và cố gắng đưa thị trường Nga trở thành thị trường nhập khẩu ổn định mặt hàng này của Việt Nam vì: Nga vẫn là một thị trường rộng lớn không có những qui định về quota như EU; Khả năng xuất khẩu trực tiếp hàng dệt may sang EU của Việt Nam rất khó; Sau năm 2005 khi chế độ hạn ngạch bãi bỏ, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải chịu thách thức lớn do không còn được hưởng các ưu đãi về thuế nữa; Về Mỹ hiện tại chưa ký được hiệp định thương mại do vậy thuế suất đánh vào hàng dệt may xuất sang Mỹ rất cao, trung bình trên 40%, có loại chịu thuế đến 70 hoặc 90%. Nếu Việt Nam ký được hiệp định thương mại, một số người dự báo mặt hàng này vào Mỹ sẽ tăng nhanh. Tuy nhiên theo đề tài điều này không phải dễ dàng bởi Mỹ có thể qui định quota như các nước EU. Hơn nữa quy định của thị trường Mỹ là chỉ mua thẳng hàng thành phẩm không qua gia công. Hàng dệt may của Việt Nam muốn hưởng thuế suất ưu đãi của Mỹ phải sản xuất bằng các loại vải và nguyên liệu tại Việt Nam. Điều này theo đề tài sẽ gây nhiều trở ngại cho xuất khẩu dệt may của Việt Nam. Theo các chuyên gia về dệt may, hiện nay qui trình may của Việt Nam cũng còn chưa phù hợp với yêu cầu phía Mỹ. Cơ cấu hàng dệt may của Việt Nam chủ yếu hàng dệt thoi không phù hợp xu hướng nhập khẩu hàng dệt kim của Mỹ. Ở thị trường Nhật Bản và ASEAN nhu cầu nhập khẩu đang giảm mạnh. Đó là chưa kể xu hướng tăng buôn bán trong khu vực của EU và NAFTA. Như vậy việc xuất khẩu sang các thị trường lớn đều không đơn giản. Trong điều kiện đó, Việt Nam nên coi thị trường Nga là thị trường phải chú trọng trong việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may. Tất nhiên xuất sang thị trường này Việt Nam cũng bị sức ép rất mạnh từ phía Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và có thể các nước EU sẽ đầu tư vào ngành dệt may ở các nước SNG và Đông Âu. Nhưng đề tài cho rằng khả năng còn phải rất lâu mới thực hiện được vì tình hình chính trị bất ổn của Nga và kinh tế Nga bị suy giảm sau thời gian dài nên có thể có nhu cầu đầu tư vào những lĩnh vực ưu tiên hơn. Hàng dệt may là một trong số những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế nhất, còn dư thừa năng lực sản xuất. Nếu như Việt Nam chịu khó đáp ứng nhanh yêu cầu của thị trường, cộng với sự hỗ trợ của nhà nước thì nếu không xuất được nhiều như Trung Quốc, Việt Nam cũng có thể xuất được một lượng hàng nhất định, góp phần giải quyết công ăn việc làm trong nước, duy trì chỗ đứng trên thị trường và dần dần phát triển lên về sau này.

*Các hàng hoá khác:* Một số mặt hàng Việt Nam hiện nay đang bán rất tốt trên thị trường Nga như bột giặt, thuốc tẩy rửa, xà phòng, kẹo, sành sứ vệ sinh, đồ nhựa ... là một thuận lợi cho xuất khẩu của Việt Nam nên Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng này vào Nga và cần có những chính sách,

ngiên cứu chiến lược xuất khẩu lâu dài để tạo một chỗ đứng vững chắc trong tương lai.

Như vậy, cho dù ngày nay Liên bang Nga không phải là thị trường quan trọng bậc nhất của Việt Nam như trước đây, song đề tài cho rằng Nga vẫn là một thị trường xuất nhập khẩu vô cùng quan trọng đối với Việt Nam, cần phải được đánh giá đúng mức. Ngày nay do cơ chế vận hành của nền kinh tế Nga thay đổi nên thị trường Nga cũng thay đổi theo, cách thức làm ăn buôn bán có rất nhiều đổi thay. Vì thế đòi hỏi Việt Nam phải có sự nghiên cứu kỹ lưỡng, những điều chỉnh thích hợp và có những giải pháp đúng đắn để khôi phục và mở rộng quan hệ xuất nhập khẩu với thị trường này. Thời gian qua do Việt Nam không quan tâm đến thị trường Nga nên để thị phần của nhiều mặt hàng rơi vào tay các đối thủ cạnh tranh khác. Trong vài năm trước mắt Việt Nam cần tập trung khôi phục lại và bám giữ thị trường những mặt hàng mà Việt Nam có thể cung cấp và có lợi thế, nhất là những mặt hàng Việt Nam xác định sẽ coi thị trường Nga là thị trường cần được chú trọng trong xuất khẩu như trên đã trình bày. Trên cơ sở đó cần có chiến lược phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước về lâu dài.

## II. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM KHÔI PHỤC VÀ PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA:

### 1. Các giải pháp đối với hàng hoá:

Hàng hoá là yếu tố quan trọng nhất quyết định khả năng mở rộng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Liên bang Nga hay bất cứ thị trường nào khác. Dựa vào phân phân tích khá kỹ lưỡng khả năng cạnh tranh hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang Nga đề tài thấy rằng để có thể trở lại thị trường Nga và đứng vững được trên thị trường đó, hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam cần phải tập trung giải quyết các vấn đề cơ bản nhất đó là: Nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu người tiêu dùng, kịp thời đổi mới mẫu mã, bao bì theo thị hiếu của khách hàng, giá thành cạnh tranh, hợp túi tiền của người sử dụng, hàng hoá được giao đúng hạn, cung cấp ổn định và giữ uy tín đối với khách hàng. Để làm được điều này cần phải có những cố gắng về nhiều mặt. Một số giải pháp sau đây sẽ nhằm trực tiếp đáp ứng được yêu cầu liên quan tới hàng hoá nói trên:

- Cần tập trung đầu tư vốn tạo ra các vùng sản xuất chuyên canh ứng dụng các kỹ thuật cao, công nghệ tiên tiến để sản xuất những hàng nông sản xuất khẩu như rau quả, chè, cà phê... Chỉ có như vậy mới đảm bảo sản phẩm làm ra có năng suất cao, đạt chất lượng tốt, đồng đều, giá thành hạ. Hơn nữa, việc tạo ra các vùng sản xuất chuyên canh cho xuất khẩu sẽ giúp cho công tác quản lý chất lượng được thực hiện tốt từ khâu tuyển chọn giống, kỹ thuật thâm canh, chăm sóc đến lựa chọn, bảo đảm chất lượng tốt, phù hợp khi đưa ra xuất khẩu.



- Tăng cường đầu tư vốn, công nghệ hiện đại để có được những dây chuyền chế biến tốt hàng cho xuất khẩu nhằm đa dạng hoá mặt hàng xuất khẩu, xuất khẩu được những mặt hàng chế biến tinh, nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Đồng thời cần tăng cường thiết bị hiện đại để thuận lợi cho việc cải tiến hình thức và chất lượng bao bì sản phẩm, nhất là đối với các sản phẩm chế biến như dưa miếng, dưa khoanh, chuối sấy, nước quả hộp, dưa chuột muối, tương ớt... Ví dụ, khi xuất khẩu nước quả hộp sang Nga, nhìn chung Việt Nam vẫn đựng nước quả trong các hộp sắt tây như trước đây nên khó cạnh tranh được với nước quả đóng trong các hộp tráng kẽm của Hà Lan, Israen, Hungari, vừa rẻ, vừa tiện lợi, dễ sử dụng. Hàng tương ớt Việt Nam tuy xuất được do người Nga có thói quen dùng gia vị, nhưng nếu cải tiến bao bì, chuyển từ chai thuỷ tinh sang chai nhựa như của Mỹ và các nước châu Âu cho người tiêu dùng dễ sử dụng thì có thể đưa kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này lên cao hơn nhiều.

- Đối với hàng thủ công mỹ nghệ là mặt hàng trước đây Việt Nam xuất nhiều sang Nga, nhưng hiện nay hầu như không bán được do nhiều yếu tố, nhưng trong đó có yếu tố chất lượng hàng hoá, chủ yếu hàng của Việt Nam chất lượng chưa tốt, không đa dạng mẫu mã, chủng loại, không chịu được những thay đổi khí hậu của Nga nên bị hỏng, giá bán cao. Vì thế cũng cần có những đầu tư vốn, kỹ thuật thích đáng và tổ chức lại hoạt động làm thủ công xuất khẩu để khắc phục những điểm yếu kém trên.

- Do điều kiện nền kinh tế của Việt Nam còn khó khăn, trình độ kỹ thuật thấp, nên khó có thể đầu tư vốn, kỹ thuật cho nhiều đơn vị làm hàng xuất khẩu. Vì thế nên lựa chọn một số đơn vị cụ thể làm một số mặt hàng cụ thể, xuất sang những địa phương có chọn lọc của Nga để làm trọng tâm đầu tư cải tiến chất lượng, cốt tạo ra một ấn tượng mới, tốt đẹp về hàng Việt Nam, sau đó sẽ phát triển dần lên. Tương tự việc tạo ra các vùng sản xuất hàng nông sản chuyên canh cũng cần có sự lựa chọn.

- Song song với những việc làm trên công tác giám sát quản lý chất lượng hàng xuất khẩu từ khâu đầu đến khâu cuối cùng của sản xuất, bảo quản và bảo đảm chất lượng trong quá trình vận chuyển phải được tăng cường. Cũng cần thiết phải có một cơ quan kiểm tra và cấp giấy chứng nhận chất lượng trước khi cho xuất khẩu vào Nga. Kiên quyết loại bỏ hàng xấu, kém chất lượng được xuất đi để tránh tình trạng làm hàng ẩu, tranh mua, tranh bán các công ty Việt Nam, làm ảnh hưởng chung đến uy tín chất lượng của sản phẩm Việt Nam trên thị trường Nga.

- Nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, cũng như đa dạng hoá mặt hàng, cải tiến mẫu mã, bao bì để đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng và hàng hóa phù hợp túi tiền của họ, công tác nghiên cứu và triển khai, phát triển sản phẩm phải được coi trọng và có đầu tư thích đáng. Nếu không làm tốt việc này thì Việt Nam khó có thể cạnh tranh nổi với các đối thủ cạnh tranh khác như Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, những nước rất lưu tâm đến hoạt động này.

## **2. Các đề xuất đối với cơ chế chính sách của nhà nước:**

### ***\* Các đề xuất liên quan tới vấn đề thanh toán:***

Một trong những vướng mắc có cản trở lớn đến quan hệ buôn bán giữa hai nước hiện nay là vấn đề khả năng thanh toán và cơ chế thanh toán như đã phân tích trong phần các khó khăn ảnh hưởng đến triển vọng quan hệ thương mại hai nước. Do đó để khai thông mối quan hệ buôn bán của hai nước nhất thiết phải tháo gỡ các vướng mắc này và phải có sự giúp đỡ của nhà nước thông qua việc đưa ra các cơ chế chính sách phù hợp khác hẳn cách làm với những thị trường khác ổn định hơn và có hệ thống pháp luật hoàn chỉnh. Đó là:

- Chính phủ cần cho phép các doanh nghiệp Việt Nam được phép bán hàng cho Nga dưới dạng ký gửi, trả chậm. áp dụng hình thức này thực tế là phần nào Việt Nam phải chấp nhận sự rủi ro trong thanh toán và làm chậm lưu chuyển vốn... nhưng để đạt được mục đích tối cao là chiếm lĩnh và dần dần phát triển thị trường. Nhà nước nên cho phép bán hàng thanh toán chậm từ 3 đến 6 tháng, một điều phù hợp với thực tế buôn bán hiện nay của các nước khi xuất khẩu sang Nga đều áp dụng chính sách này nhằm giữ thị trường, nắm bắt thời cơ phát triển, như các nước Tây Bắc Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc, Nam Triều Tiên, Thổ Nhĩ Kỳ...

- Ngân hàng ngoại thương Việt Nam cần sớm mở chi nhánh tại Liên bang Nga để hỗ trợ khâu thanh toán xuất nhập khẩu cho các chủ thể kinh tế giữa hai nước. Tổ công tác về hợp tác ngân hàng của hai nước cần sớm đi vào hoạt động và bàn những biện pháp để bảo lãnh và tái bảo lãnh các tín dụng cho xuất nhập khẩu do các ngân hàng thương mại hai nước tiến hành cấp tín dụng và thanh toán.

- Nhà nước vẫn nên tiếp tục khuyến khích hình thức hàng đổi hàng mặc dù đây chỉ là một giải pháp tình thế và bản thân hình thức này cũng gặp những khó khăn, bởi có thể hai bên không cần những mặt hàng của nhau, hoặc trị giá trao đổi không tương xứng. Song dù thế nào đi nữa, do Nga thiếu nhiều ngoại tệ nên hình thức này cũng sẽ góp phần nâng kim ngạch xuất nhập khẩu của hai nước.

Do vậy sự giúp đỡ đối với công ty Petec ( đầu mối về vấn đề đổi hàng của Việt Nam tại Nga ) khi gặp khó khăn là điều cần thiết. Hiện nay sự giúp đỡ này là hỗ trợ vốn khi cần thiết cho công ty Petec và tạo cơ chế thuận lợi cho công ty có thể triển khai những hợp đồng xuất nhập khẩu trực tiếp.

### ***\* Các đề xuất để giúp đỡ các doanh nghiệp xuất khẩu:***

- Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam do nhiều nguyên nhân: Giá mua nguyên liệu đầu vào sản xuất trong nước cao, không có tàu chuyển thường xuyên giữa Việt Nam và Nga nên khi có cước phí vận chuyển cao, đồng rúp ở Nga biến động thất thường ... nên nhiều doanh nghiệp làm ăn với Nga bị rủi ro cao, dễ thua lỗ. Ví dụ đa số các lô hàng nhập khẩu vào Nga sau tháng 8/1998 đều phải chịu lỗ trung bình từ 20-30%, có trường hợp lên tới 50%. Do đó để khuyến khích các doanh nghiệp làm ăn với thị trường Nga, chính phủ cần có sự trợ giá xuất khẩu cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong thời gian đầu và khi tình hình Nga còn đang bất ổn định, có vậy hàng Việt Nam mới có thể xuất nổi và đứng được trên thị trường Nga. Về vấn đề này theo một số tài liệu, hiện nay các nước phương Tây đều dùng chính sách lấy giá bán trong nước cao hơn giá thành sản xuất để tài trợ cho xuất khẩu đối với một số nhóm hàng, trong đó có hàng nông sản thực phẩm, nhóm hàng mà Việt Nam xuất chủ yếu sang Nga. Ví dụ, EU tài trợ 220USD/tấn thịt đông lạnh. ở Việt Nam do còn gặp khó khăn về tài chính có thể bước đầu chính phủ duyệt trợ giá cho một số mặt hàng có mục tiêu như thịt, dưa chuột muối... lấy từ quỹ hỗ trợ xuất khẩu. Hiện tại Việt Nam đã thành lập được quỹ này với trị giá 350 triệu USD nhưng nhà nước chưa tiến hành hỗ trợ xuất khẩu cho mặt hàng nào xuất sang Nga.

- Về một số mặt hàng mà Việt Nam có hướng đẩy mạnh xuất khẩu vào Nga, nhà nước còn cần phải có chính sách mặt hàng cụ thể đối với những mặt hàng đó. Trong đó nhà nước nên có chính sách tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu sang Nga như hỗ trợ vốn, hoặc lãi suất cho vay để doanh nghiệp có điều kiện nâng cao năng suất, chất lượng hàng, giúp đỡ doanh nghiệp khi sản xuất loại hàng mới bằng cách miễn giảm thuế, thưởng cho các đơn vị sản xuất và xuất khẩu được nhiều sản phẩm sang Nga và bù lỗ khi sản xuất mặt hàng phải chịu tác động bởi các yếu tố thời tiết, bệnh dịch hay gặp phải những biến động thất thường khác gây rủi ro lớn cho người sản xuất.

#### ***\* Các đề xuất về chính sách khác:***

- Nhà nước hiện nay đã ban hành nghị định đầu tư ra nước ngoài tạo cơ sở pháp lý và khuyến khích các doanh nghiệp trong nước đầu tư sang thị trường Liên bang Nga. Đây là một dấu hiệu tốt bởi vì khả năng sản xuất chế biến tại Nga những hàng hoá bằng nguồn nguyên liệu từ Việt Nam như chè, cà phê, đồ uống, hoa quả nhiệt đới, mì ăn liền, sản phẩm thịt, hàng tiêu dùng... đều có thể thực hiện được, một phần vẫn tận dụng được nguồn nguyên liệu của Việt Nam, lại giảm bớt mức thuế, phí vận tải, bảo quản hàng, chi phí sản xuất tại đó cũng không cao lắm... phần khác có thể dễ dàng ký hợp đồng trực tiếp, từ đó góp phần tăng trao đổi buôn bán giữa hai nước Việt - Nga. Song đến nay sự khuyến khích của nhà nước mới chỉ dừng ở việc ban hành nghị định. Vì thế cần có những chính sách khuyến khích cụ thể hơn, ví dụ như tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đi lại, thuận lợi trong việc làm thủ tục giấy tờ, chuyển tiền về nước...

- Việt Nam hiện nay cũng đã thành lập các tổ công tác địa phương của Việt Nam với địa phương của Nga để đẩy nhanh hoạt động thương mại giữa hai nước. Đây là một dấu hiệu tốt song ở cấp nhà nước cũng cần sớm ký một hiệp định hợp tác địa phương với địa phương của hai nước về nguyên tắc để tạo các cơ sở pháp lý cho các địa phương của hai nước tăng cường các hoạt động trao đổi thương mại.

- Về vấn đề thuế. ở tầm quốc gia, nhà nước cần đề nghị với Liên bang Nga để phía Nga có thể xếp Việt Nam thuộc nhóm các nước kém phát triển chứ không phải nằm trong nhóm các nước đang phát triển như hiện nay, với lý do mức thu nhập GDP của Việt Nam còn quá thấp không thể xếp ngang với các nước ở châu á như Singapo, Malaixia... qua đó Việt Nam có thể hưởng mức miễn giảm thuế đối với hàng xuất khẩu vào Nga, phần nào giúp Việt Nam tăng khả năng cạnh tranh còn yếu kém hiện nay.

- Khuyến khích Liên bang Nga đầu tư vào Việt Nam, đặc biệt là đầu tư vào các ngành khai thác, năng lượng, hóa dầu... và các ngành công nghiệp nhẹ để tranh thủ các quan hệ sẵn có của phía Nga đẩy mạnh xuất khẩu sang Nga, nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp Việt Nam với thị trường Liên bang Nga.

### **3. Các giải pháp về xúc tiến thương mại:**

- Liên quan tới những giải pháp này trước hết nhà nước cần cho phép thành lập một trung tâm xúc tiến thương mại Việt Nam tại Nga. Hiện nay luật pháp Nga đã cho phép thành lập các trung tâm thương mại của nước ngoài như vậy trên đất Nga. Một số nước như Bungari, Phần Lan... đã thành lập trung tâm thương mại của mình. Việc làm này có thể thu hút được các công ty Việt kiều, doanh nghiệp Việt Nam, cộng đồng người Việt thuê diện tích tại trung tâm để giới thiệu, bán hàng, giao dịch mua hàng của Nga, tạo đầu mối, xúc tiến cho các công ty doanh nghiệp trong nước triển khai quan hệ buôn bán với Nga.

- Ngoài việc làm trên, Bộ Thương Mại của hai nước cần thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, hội chợ, triển lãm tại Maxcova hoặc Hà nội để các doanh nghiệp hai nước có cơ hội làm quen, trao đổi thông tin, tìm hiểu được nhu cầu của nhau. Tại các trung tâm triển lãm lớn Việt Nam cần phải thuê được một vài gian hàng để trưng bày hàng, giới thiệu với khách.

- Tại Nga, Việt Nam cần có kế hoạch và thường xuyên quảng cáo hàng hoá Việt Nam trên các phương tiện thông tin đại chúng như trên các trang báo, kênh truyền hình của trung ương và địa phương, trên phương tiện thông tin hiện đại Internet, đặc biệt tại các địa phương mà Việt Nam cần củng cố và phát triển thị trường cho hàng xuất của mình. Các chương trình này cần phải được Bộ Thương mại chủ trì xây dựng bằng tiếng Nga ( chứ không phải tiếng Anh như hiện nay, hiệu quả ít ), đi sâu vào các chuyên đề khác nhau nhằm vào những mặt hàng Việt Nam cần đẩy mạnh xuất khẩu.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước của Việt Nam hiện nay gặp rất nhiều khó khăn trong việc tìm đối tác Nga, nhất là những đối tác đáng tin cậy. Do vậy cần thiết phải nâng cao vai trò của các thương vụ trong việc xúc tiến thương mại, tìm các đối tác, ngân hàng tin cậy cho doanh nghiệp trong nước. Ngoài ra do điều kiện đi lại xa xôi, chi phí tốn kém nên vấn đề tìm hiểu thị trường cũng như những thay đổi diễn ra trên thị trường rất bị hạn chế. Vì vậy thương vụ phải thường xuyên thông báo về Bộ Thương Mại từng diễn biến chung trên thị trường như luật lệ, tỷ giá, lạm phát, thuế quan, xu hướng thương mại ... đến những diễn biến cho từng mặt hàng xuất khẩu cụ thể của Việt Nam sang Nga như dự báo cung, cầu, vấn đề cạnh tranh, giá cả, thị hiếu, kênh phân phối, cách tiếp cận thị trường... Tất cả những việc làm trên phải được nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí chứ không nên để doanh nghiệp phải chịu tất cả. Ngoài ra Bộ Thương Mại cần yêu cầu các thương vụ phải giúp đỡ tích cực cho các đơn vị, địa phương khi đi nghiên cứu, khảo sát thị trường tại Nga để công việc triển khai có hiệu quả, tránh chi phí tốn kém. Chi phí đi lại cho một số doanh nghiệp xuất khẩu những mặt hàng cần khuyến khích phải được nhà nước hỗ trợ một phần bởi các doanh nghiệp Việt Nam còn rất nghèo, trong khi doanh nghiệp các nước khác hơn hẳn Việt Nam mà vẫn còn được chính phủ hỗ trợ cho việc xúc tiến và tiếp cận thị trường. Ví dụ như Thái lan, Trung Quốc.

#### **4. Các giải pháp về thị trường:**

Để tăng cường hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai nước Việt - Nga các giải pháp về mở rộng thị trường gồm có:

- Trước hết phải xây dựng chiến lược thị trường với Liên bang Nga ở tầm vĩ mô và vi mô, trong đó xây dựng chiến lược thị trường ở tầm vĩ mô giữ vai trò chủ đạo. Trong từng chiến lược phát triển thị trường về xuất, nhập khẩu cần xác định rõ từng mục tiêu, bước đi cụ thể, các phương án thực hiện. Đối với những mặt hàng có mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu cũng phải có chiến lược cụ thể. Để làm được điều này phải có sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ, ngành có liên quan và các doanh nghiệp trực tiếp làm xuất khẩu.

- Tăng cường công tác nghiên cứu dự báo thị trường Liên bang Nga cả dài hạn và ngắn hạn.

Đây là công tác luôn luôn quan trọng và cần thiết đối với hoạt động xuất nhập khẩu trên bất cứ thị trường nào. Tuy nhiên ở Nga điều này lại càng cần thiết hơn bởi tình hình kinh tế, xã hội của Nga biến động nhiều hơn so với các thị trường khác, cạnh tranh trên thị trường ngày một gay gắt, trong khi điều kiện Việt Nam còn khó khăn nên những nghiên cứu dự báo thị trường sẽ góp phần định

hướng hoạt động đầu tư sản xuất trong nước và xuất nhập khẩu, giảm bớt các rủi ro khi xuất khẩu và tăng cường hiệu quả nhập khẩu.

- Sắp xếp, tổ chức và xây dựng hệ thống mạng lưới tiêu thụ hàng ở Nga. Đặc biệt cần tranh thủ mạng lưới kinh doanh của người Việt Nam tại Liên bang Nga để tiêu thụ hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam.

Do lịch sử để lại, hiện nay lực lượng người Việt đang sống, học tập và làm việc tại Nga rất đông đảo. Chưa có một số liệu thống kê chính xác là bao nhiêu, song theo ước tính khoảng trên 1 vạn người sống ở khắp nơi từ Viễn Đông xa xôi hẻo lánh đến vùng sâu, vùng xa Sibêri. Họ đều là những người rất quen phong tục tập quán cũng như các nhu cầu thị trường ở Nga, là nhân tố tích cực làm cầu nối để bán hàng Việt Nam đến tận tay người Nga. Cộng đồng người Việt đã tổ chức bán hàng tại nhiều trung tâm thương mại như Bến Thành, Sông Hồng... đóng góp không nhỏ vào quá trình phát triển thương mại hai nước Việt Nam và Liên bang Nga. Vì vậy, chính phủ Việt Nam cần đặt vấn đề với chính phủ Liên bang Nga ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi cho người Việt phát huy được hết khả năng của mình: cho phép định cư, đăng ký hộ khẩu, cho phép thuê người Việt Nam làm việc ... Mặt khác có thể đề nghị phía bạn cho thành lập khu phố người Việt ở Maxcova và một số thành phố khác, Sibêri và Viễn Đông, tạo điều kiện để người Việt yên tâm sinh sống lâu dài, ổn định, góp phần củng cố phát triển mối quan hệ thương mại giữa hai nước.

- Chính phủ hai nước cần xem xét việc ký lại các hiệp định hợp tác trong một số ngành kinh tế như hiệp định về rau quả cung cấp cho vùng Viễn Đông, trong đó quy định rõ phía Việt Nam sẽ đáp ứng mọi nhu cầu của Nga về các sản phẩm mà Nga cần, đồng thời phía Nga có trách nhiệm tiêu thụ sản phẩm của Việt Nam và sẽ ứng trước một số vật tư thiết yếu, từ đó các đơn vị trong nước có thể yên tâm sản xuất, thị trường xuất nhập khẩu của hai nước được mở rộng, góp phần phát triển quan hệ thương mại Việt - Nga.

## **5. Các giải pháp khác:**

- Nhằm tạo điều kiện cho việc tăng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga trong điều kiện còn có nhiều khó khăn hiện nay, nhà nước cần cho phép thành lập kho ngoại quan của Việt Nam tại Nga để giảm bớt rủi ro kinh doanh và tạo điều kiện cho các bạn hàng Nga thông qua việc bán hàng thu tiền trực tiếp, thu tiền ngay hoặc cho doanh nhân Nga được thanh toán chậm coi như ký gửi. Đây là điều hầu hết các nước buôn bán với Nga đều làm để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp của họ. Ví dụ: Trung Quốc, Hàn Quốc, và một số nước khác ở châu Âu, Đông Nam á... Do đó chính phủ Việt Nam có thể cho phép mà không sợ thiệt hại gì.

- Để đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam và góp phần làm cân bằng thương mại giữa Việt Nam - Liên bang Nga, nhà nước có thể yêu cầu phía Nga phải tạo điều kiện cho nhập một số hàng của Việt Nam vào thị trường Nga, nếu Việt Nam nhập các thiết bị vật tư quốc phòng, phân bón, sắt thép, xăng dầu của Nga. Đây là các mặt hàng nhập khẩu chiến lược của Việt Nam, song là những hàng Nga đang gặp khó khăn trong tiêu thụ trên thị trường thế giới. Hơn nữa thông thường các nước cũng thường dùng cách này để buộc nước khác mở cửa cho hàng hóa của họ thâm nhập vào. Vì thế Việt Nam có thể dùng cách này để gây sức ép với Nga phải tăng lượng hàng nhập khẩu của Việt Nam vào Nga.

Ngoài nhóm hàng nguyên nhiên vật liệu, thời gian tới theo đề án xây dựng nhà máy lọc dầu Dung Quất, Việt Nam sẽ nhập một số vật tư thiết bị của Nga cho công trình này. Trong lĩnh năng lượng Nga có thể cung cấp các thiết bị nếu Việt Nam xây dựng nhà máy thủy điện Sơn La, do đó nhà nước có thể thỏa thuận với phía Nga để Việt Nam nhập vật tư thiết bị theo phương thức thanh toán một phần bằng tiền, một phần bằng hàng xuất khẩu, tạo cơ hội đầu ra cho xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên đây chỉ là sự giúp đỡ phần nào của nhà nước để tạo điều kiện hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào Nga. Doanh nghiệp không thể coi là việc làm hàng trả nợ bởi như vậy sẽ dễ dẫn đến tình trạng làm ẩu, làm mất uy tín của hàng Việt Nam.

- Việc mở luồng tàu trước hết là luồng tàu Viễn Đông là điều rất cần thiết tạo điều kiện tăng kim ngạch buôn bán. Tuy nhiên hiện tại điều này rất khó bởi Việt Nam không có nhiều hàng. Do vậy nhà nước cần cho phép tăng cường phương thức chuyển hàng đi Odetxa và Vlakovostok với mức giá cạnh tranh hoặc nhà nước phải hỗ trợ một phần cước phí cho các doanh nghiệp trong thời gian đầu. Còn những tàu chạy tuyến Nga, nhà nước nên miễn các khoản thu như phí cập tàu, phí hoa tiêu, thuế vốn,... để giảm bớt chi phí cho các doanh nghiệp, tạo điều kiện tăng khả năng cạnh tranh hàng hóa của Việt Nam trên thị trường Nga.

- Cuối cùng là giải pháp liên quan tới các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp vẫn là nhân tố có ý nghĩa quyết định cho sự thành công bởi các doanh nghiệp là những chủ thể trực tiếp tham gia hoạt động buôn bán. Không thể có sự thành công dù nhà nước có mọi chính sách hỗ trợ cần thiết nếu như các doanh nghiệp không có nỗ lực vươn lên để thâm nhập và đứng vững trên thị trường Nga. Vì thế theo đề tài về phía các doanh nghiệp phải luôn luôn nâng cao trình độ cán bộ, phát huy tính năng động, nhạy bén, học hỏi... Các doanh nghiệp sản xuất phải có sự phối hợp đồng bộ, cố gắng đảm bảo chất lượng sản phẩm làm ra, với giá thành hạ, không ngừng cải tiến chất lượng theo nhu cầu thị hiếu trên thị trường, cải tiến mẫu mã, chất lượng bao bì, đảm bảo đúng tiến độ giao hàng ...

Ở tầm vi mô các doanh nghiệp cần thường xuyên nghiên cứu, tìm tòi phát hiện những kẽ hở để có thể đi trước những đối thủ cạnh tranh ( như kênh phân phối mới, thị hiếu mới lạ ...)

Quan hệ với Liên bang Nga hiện nay có thể gặp nhiều rủi ro vì rất dễ gặp phải những "đối tác ma và công ty ma" do vậy bản thân doanh nghiệp phải cẩn thận hơn, nghiên cứu kỹ càng hơn trước khi quyết định làm ăn với đối tác nào của Nga./.

## KẾT LUẬN

Nghiên cứu bối cảnh kinh tế nước Nga, thị trường Liên bang Nga và các giải pháp nhằm khôi phục và phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước Việt Nam - Liên bang Nga hiện nay là một vấn đề có tính thời sự nhằm khôi phục lại thị trường xuất nhập khẩu Nga của Việt Nam đã từng quen biết, thực hiện chủ trương đa phương hoá, đa dạng hoá thị trường mà Đảng và Nhà nước đã đề ra, nâng cao hơn nữa hiệu quả của các mối quan hệ thương mại, góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế, chính trị, xã hội của đất nước.

Với bối cảnh kinh tế nước Nga hiện nay và thực trạng thị trường liên bang Nga có thể thấy rõ mặc dù nền kinh tế Nga hiện nay còn gặp nhiều khó khăn, môi trường kinh doanh không ổn định, có nhiều rủi ro, cách thức kinh doanh có những điểm khác biệt so với các thị trường khác và khác hẳn so với thị trường Nga trước đây dưới con mắt của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam, song Nga vẫn là thị trường rộng lớn. Thị trường Nga là một thị trường tương đối tự do xét về phương diện các hàng rào phi quan thuế, so với các nước khác trên thế giới. Các yêu cầu thủ tục nhập khẩu và yêu cầu đối với hàng hoá nhập khẩu không quá khắt khe, tuy thuế đánh vào hàng nhập khẩu do Nga đặt ra còn cao, nhất là khi Nga xếp Việt Nam ngang hàng với một số nước có trình độ phát triển kinh tế cao hơn Việt Nam nhiều là một điều bất lợi cho Việt Nam.

Quan hệ thương mại của hai nước đã có từ lâu đời và đã từng có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với ngoại thương và nền kinh tế của Việt Nam. Trong quan hệ thương mại của hai nước, nhập khẩu từ Nga thường chiếm tỷ trọng lớn (khoảng từ 70-80%, với kim ngạch nhập khẩu đạt đỉnh cao vào thời kỳ 1986-1990). Trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Nga trước năm 1990, nhờ việc ký kết các nghị định thư, thực hiện các chương trình của nhà nước và được hưởng nhiều ưu đãi từ phía Nga, nên xuất khẩu của Việt Nam tăng dần qua các năm. Quan hệ thương mại trên tinh thần hợp tác, giúp đỡ thời kỳ này tuy có những mặt tích cực, song tạo ra những tiêu cực nhất định trên cả phương diện xuất lẫn nhập khẩu. Vì vậy khi quan hệ thương mại hai nước thay đổi căn bản từ sự tương trợ giúp đỡ sang cơ chế thị trường, bình đẳng, đôi bên cùng có lợi, cùng với những khó khăn của phía Nga, sự thay đổi các chính sách thương mại... kim ngạch thương mại hai nước bị thu hẹp lại một cách nhanh chóng và đáng kể. Khả năng cạnh tranh còn thấp của



các sản phẩm Việt Nam trên thị trường Nga hiện nay cũng là một yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nga.

Dù kim ngạch thương mại hai nước đã bị giảm sút nhiều nhất là từ khi Liên Xô bị tan rã nhưng với ý chí quyết tâm phục hồi mối quan hệ thương mại sẵn có từ lâu đời của hai chính phủ, trong bối cảnh của tình hình thế giới cũng thúc đẩy cần thiết tái lập quan hệ này và với dự báo triển vọng kinh tế Nga sẽ phục hồi từ năm 2000, quan hệ bạn hàng của Nga sẽ thiên nhiều với các nước châu á- Thái Bình Dương, nhu cầu các sản phẩm mà Việt Nam có thể cung cấp còn rất lớn, cùng nhiều thuận lợi khác, báo hiệu quan hệ thương mại giữa hai nước thời gian tới sẽ phát triển tốt hơn nhiều so với những năm 1990. Việt Nam có triển vọng xuất khẩu một số mặt hàng có lợi thế của Việt Nam sang Nga. Song quan hệ thương mại của hai nước cũng gặp phải các thách thức bởi những khó khăn ảnh hưởng đáng kể đến thương mại hai nước như vấn đề khả năng thanh toán của Nga hiện nay, thuế, cạnh tranh gay gắt diễn ra trên thị trường Nga, vấn đề vận tải, thông tin...

Định hướng trong thời gian tới cần coi trọng một cách đúng mức thị trường Nga bởi thị trường này vẫn rất quan trọng đối với Việt Nam cả về xuất lẫn nhập khẩu. Về lâu về dài cần phải xếp thị trường Nga ngang hàng với các khu vực thị trường lớn trên thế giới. Thị trường Nga ngày nay có nhiều thay đổi so với trước đây và có những điểm rất khác biệt so với thị trường khác, do đó cần phải có điều chỉnh chính sách thích hợp và có những giải pháp đúng đắn mới có thể khôi phục và mở rộng quan hệ thương mại với thị trường này. Các giải pháp nhằm phát triển quan hệ thương mại Việt Nga thời gian tới bao gồm các giải pháp liên quan đến hàng hoá, chính sách, giải pháp về xúc tiến thương mại, thị trường và các giải pháp khác.

Ban chủ nhiệm đề tài bày tỏ lòng biết ơn đối với lãnh đạo Viện Nghiên cứu thương mại; Vụ khoa học và kỹ thuật; Các vụ Âu Mỹ; Kế hoạch, Xuất nhập khẩu của Bộ Thương mại; Các công ty xuất nhập khẩu, Đại diện thương mại Việt Nam tại Liên bang Nga; Đại diện thương mại Liên bang Nga tại Việt Nam; Trung tâm nghiên cứu châu Âu; Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và tất cả các đồng chí chuyên gia, cộng tác viên, đồng nghiệp đã cung cấp tài liệu, góp ý kiến... góp sức cùng ban chủ nhiệm để hoàn thành đề tài./.

## MỤC LỤC

Nội dung	Trang
<b>PHẦN MỞ ĐẦU</b>	1
<b><u>Phần thứ nhất:</u> THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG LIÊN BANG NGA</b>	3
<b>I. Tình hình phát triển kinh tế của Liên bang Nga</b>	3
<b>II. Tình hình ngoại thương</b>	8
1. Kim ngạch ngoại thương	8
2. Cán cân thương mại	9
3. Tình hình xuất khẩu	9
4. Tình hình nhập khẩu	11
5. Cơ cấu bạn hàng	14
<b>III. Chính sách ngoại thương</b>	18
1. Chính sách thuế quan	18
2. Chính sách phi thuế quan	22
<b>IV. Một số đặc điểm nổi bật của thị trường Nga và các phương thức thanh toán trên thị trường Nga Liên bang Nga hiện nay:</b>	24
1. Những đặc điểm nổi bật của thị trường Nga hiện nay	24
2. Các phương thức thanh toán hiện nay trên thị trường Liên bang Nga	25

**Phần thứ hai:** THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM  
- LIÊN BANG NGA 28

**I. Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga giai đoạn trước  
năm 1990:** 28

1. Kim ngạch ngoại thương 28

2. Tình hình nhập khẩu 29

3. Tình hình xuất khẩu 32

**II. Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga giai đoạn từ  
năm 1991 đến nay:** 37

1. Những thay đổi trong quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga 37

2. Quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga giai đoạn từ 1991  
đến nay 39

**Phần thứ ba:** TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG  
MẠI VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA 56

**I. Những yếu tố tác động đến triển vọng phát triển quan hệ  
thương mại hai nước:** 56

1. Dự báo về triển vọng phát triển kinh tế của LB Nga và ảnh hưởng  
của sự phát triển đó tới hoạt động ngoại thương của Nga 56

2. Quan điểm thái độ của chính phủ đối với mối quan hệ thương mại  
Việt Nam - Liên bang Nga 61

3. Tác động của bối cảnh tình hình thế giới đến quan hệ thương mại  
hai nước Việt Nam - Liên bang Nga 63

4. Những thuận lợi và khó khăn ảnh hưởng đến triển vọng thương  
mại giữa hai nước 65

**II. Triển vọng phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước Việt  
Nam - Liên bang Nga trong thời gian ngắn và trung hạn:** 71

**Phần thứ tư:** CÁC GIẢI PHÁP NHẪM KHÔI PHỤC VÀ PHÁT

<b>TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT - NGA</b>	<b>75</b>
<b>I. Quan điểm định hướng phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga</b>	<b>75</b>
<b>II. Các giải pháp nhằm khôi phục và phát triển quan hệ thương mại Việt Nam - Liên bang Nga:</b>	<b>79</b>
1. Các giải pháp đối với hàng hoá	79
2. Các đề xuất đối với cơ chế chính sách của nhà nước	81
3. Các giải pháp về xúc tiến thương mại	83
4. Các giải pháp về thị trường	84
5. Các giải pháp khác	85
<b>Kết luận</b>	<b>87</b>
<b>Mục lục</b>	<b>89</b>
<b>Tài liệu tham khảo</b>	<b>90</b>