

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



**KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP**

Tên đề tài

**QUAN HỆ KINH TẾ, THƯƠNG MẠI  
VIỆT NAM – CÁC TIỂU VƯƠNG QUỐC Ả RẬP THỐNG NHẤT (UAE)  
THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN**

*Sinh viên thực hiện:* Trần Lê Quyên

*Lớp:* Anh 13

*Khoá:* 41 D – Kinh tế ngoại thương

*Giáo viên hướng dẫn:* Thạc sĩ Phạm Thị Hồng Yên

**HÀ NỘI, 11/ 2006**

## MỤC LỤC

<b>Bảng chữ viết tắt</b> .....	4
<b>Lời nói đầu</b> .....	5
<b>Chương I: Khái quát về Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) và Quan hệ thương mại của UAE với các quốc gia khác</b> .....	9
<i>I. Điều kiện tự nhiên và đặc điểm chính trị, xã hội</i> .....	9
1. Vị trí địa lý và Điều kiện tự nhiên .....	9
2. Điều kiện xã hội .....	10
3. Chế độ chính trị và cơ cấu tổ chức chính quyền .....	14
<i>II. Đặc điểm thị trường UAE</i> .....	17
1. Khái quát tình hình kinh tế .....	17
2. Chính sách kinh tế .....	22
<i>III. Quan hệ kinh tế, thương mại của UAE với các quốc gia và khối kinh tế</i> .....	27
1. Vị trí của UAE trong nền kinh tế thế giới và khu vực .....	27
2. Quan hệ kinh tế, thương mại của UAE với các quốc gia khác trên thế giới..	30
3. Quan hệ kinh tế, thương mại giữa UAE với các khối kinh tế .....	34
<b>Chương II: Thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE</b> .....	38
<i>I. Đôi nét về quan hệ ngoại giao Việt Nam – UAE</i> .....	38
<i>II. Thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE</i> .....	39
1. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE: .....	39
2. Hoạt động nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường UAE: .....	57
3. Hoạt động xuất khẩu lao động của Việt Nam sang thị trường UAE.....	59
4. Hoạt động đầu tư của UAE vào Việt Nam.....	63
<i>III. Một số đánh giá về quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE</i> .....	65

1. Đặc điểm mối quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE.....	65
2. Kết quả đạt đ- ợc và những hạn chế còn tồn tại .....	66
3. Cơ hội và thách thức trong việc phát triển quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE.....	72
<b>Chương III: Triển vọng và giải pháp phát triển quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE.....</b>	<b>78</b>
<i>I. Quan điểm và định h- ớng chiến l- ược của Việt Nam trong việc phát triển quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE và vai trò của thị tr- ờng UAE đối với Việt Nam.....</i>	<i>78</i>
1. Quan điểm và định h- ớng chiến l- ược của Việt Nam trong việc phát triển quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE.....	78
2. Tầm quan trọng của thị tr- ờng UAE đối với Việt Nam .....	81
<i>II. Triển vọng quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE.....</i>	<i>83</i>
1. Triển vọng nói chung.....	83
2. Triển vọng mở rộng hàng hoá xuất khẩu sang UAE .....	84
3. Triển vọng trong xuất khẩu lao động, đầu t- và du lịch.....	87
<i>III. Một số giải pháp thúc đẩy và phát triển quan hệ kinh tế, th- ơng mại Việt Nam – UAE .....</i>	<i>87</i>
1. Nhóm giải pháp mang tính chất vĩ mô của chính phủ.....	87
2. Nhóm giải pháp mang tính chất vi mô của doanh nghiệp .....	93
<b>Kết luận .....</b>	<b>100</b>
<b>Danh mục tài liệu tham khảo.....</b>	<b>101</b>

## DANH MỤC BẢNG

Bảng I.1: Dân số UAE giai đoạn 1998 – 2005 .....	11
Bảng I.2: Giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE qua các năm .....	16
Bảng I.3: Danh mục một số mặt hàng được miễn thuế nhập khẩu vào UAE .....	21
Bảng I.4: Thông tin về các quốc gia GCC và các quốc gia khác trong khu vực .....	27
Bảng I.5: Trao đổi thương mại hai chiều của UAE với EU (2001 – 2005) .....	33
Bảng II.1 : Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE (1998 – 2005) .....	38
Bảng II.2 : Kim ngạch XK sang UAE - so sánh với tổng kim ngạch XK của Việt Nam .....	39
Bảng II.3: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang UAE (2000 – 2005) .....	41
Bảng II.4: KN XK hàng điện tử và linh kiện điện tử sang thị trường UAE (2000 – 2005) ...	43
Bảng II.5: Khối lượng và giá trị hạt tiêu xuất khẩu sang UAE (2000-2005) .....	44
Bảng II.6: Giá trị kim ngạch xuất khẩu giày dép vào UAE (2000-2005) .....	46
Bảng II.7: Giá trị kim ngạch xuất khẩu dệt may vào UAE (2000 -2005) .....	48
Bảng II.8: Giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản vào UAE (2000 -2005) .....	49
Bảng II.9: Giá trị kim ngạch xuất khẩu hạt điều vào thị trường UAE .....	50
Bảng II.10: KN XK một số nông sản của Việt Nam vào thị trường UAE (2000 – 2004) .....	51
Bảng II.11 : Giá trị kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường UAE (1998-2005) ....	55
Bảng II.12: Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ thị trường UAE .....	56
Bảng II.13: Kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và UAE so sánh với tổng kim ngạch XNK của Việt Nam (1998-2005) .....	65
Bảng II.14 Chức năng của trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại Dubai .....	71
Hình I.1: Giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE (2001-2006) .....	17
Hình I.2: Tốc độ tăng trưởng Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE (2001-2006) .....	17
Hình I.3: Kim ngạch trao đổi buôn bán giữa UAE và thế giới .....	17
Hình I.4: Trao đổi thương mại của UAE với GCC (2000 – 2004) .....	17
Hình I.5: Tỷ trọng kim ngạch thương mại giữa UAE và các quốc gia thành viên GCC (năm 2004).....	34

**BẢNG CHỮ VIẾT TẮT**

UAE	United Arab Emirates Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất
EU	European Union Liên Minh Châu Âu
GCC	Gulf Cooperation Council Hội đồng hợp tác vùng Vịnh
IMF	International Monetary Fund Quỹ tiền tệ Quốc tế
WB	World Bank Ngân hàng thế giới
WTO	World Trade Organization Tổ chức thương mại thế giới
GDP	Gross Domestic Production Tổng sản phẩm quốc nội
FDI	Foreign Direct Investment Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTA	Free Trade Agreement Hiệp định thương mại tự do
JAFZ	Jelbel Ali Free Zone Khu thương mại tự do Jebel Ali
CNH-HDH	Công nghiệp hoá - Hiện đại hoá
KN	Kim ngạch
NK	Nhập khẩu
XK	Xuất khẩu

## LỜI NÓI ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trước xu thế toàn cầu hoá, việc liên kết giữa các quốc gia khu vực ngày càng trở nên cần thiết và có tính tất yếu. Việt Nam hiện cũng đang tích cực tham gia nền kinh tế toàn cầu, đẩy nhanh tiến trình tự do hoá thương mại với quan điểm “đa dạng hoá, đa phương hoá các quan hệ kinh tế đối ngoại”. Việc tìm kiếm và mở rộng quan hệ với các thị trường mới nhiều tiềm năng chính là việc hiện thực hoá tư tưởng chủ đạo và xuyên suốt của chiến lược phát triển xuất nhập khẩu giai đoạn 2001-2010 đó là *liên tục mở rộng và đa dạng hoá thị trường*. Bên cạnh những bạn hàng truyền thống lâu đời, Việt Nam đang rất tích cực mở rộng quan hệ thương mại sang các nước ở khu vực Châu Phi, Nam Á, Trung Đông trong đó Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất cũng là một đích ngắm của thương mại Việt Nam.

Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) là một thị trường mới nổi đầy tiềm năng. UAE nằm ở một vị trí chiến lược ở cửa ngõ phía Tây Nam của khu vực vùng Vịnh và là cầu nối thế giới Ả rập với các lục địa khác. Từ UAE hàng hoá có thể chuyển đến các thị trường với hơn 1,5 tỷ dân trong khu vực vùng Vịnh. Dubai (tiểu vương lớn thứ nhì trong UAE) là thị trường trung chuyển lớn thứ 3 thế giới, chỉ sau Hồng Kông và Singapore. Từ Dubai, hàng hoá nhập khẩu toả đi các nước ở khu vực Trung Đông thậm chí là sang cả Châu Phi, Châu Mỹ... UAE đồng thời cũng thực hiện chính sách kinh tế mở, hàng hoá vào thị trường UAE không vấp phải những hàng rào kỹ thuật khắt khe. Do đó UAE là một thị trường có sức mua lớn với kim ngạch nhập khẩu hàng năm của UAE lên tới 100 tỷ USD. Cùng với vị trí địa lý vô cùng thuận lợi cho giao dịch thương mại với, sức mua lớn, cơ sở hạ tầng hiện đại và quan điểm đối ngoại trung lập đã góp phần tạo nên một thị trường UAE thực sự tiềm năng và rộng mở, mang lại cơ hội cho mọi đối tác.

Tuy nhiên trên thực tế, ở một thị trường giàu tiềm năng như vậy, hàng hoá Việt Nam còn chiếm tỷ trọng vô cùng nhỏ bé, kim ngạch xuất khẩu hàng hoá Việt Nam vào thị trường UAE chỉ chiếm có 0,15% kim ngạch nhập khẩu của UAE, hàng hoá Việt Nam chưa được nhiều người biết đến và sức cạnh tranh rất thấp. Về phía các doanh nghiệp Việt Nam thì hầu hết còn chưa biết nhiều đến tiềm năng của thị

trường này. Cho dù kim ngạch buôn bán giữa hai nước đã tăng đáng kể trong những năm qua song xét trên quy mô giao dịch của UAE với thế giới thì con số này vẫn còn rất khiêm tốn.

Có thể thấy UAE là một thị trường có nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam, do đó nó cần phải được nhìn nhận, nghiên cứu một cách nghiêm túc và cụ thể để trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp phát triển khả thi và thiết thực. Song hiện tại lại chưa có nhiều những nghiên cứu như thế. Vì vậy, tôi lựa chọn viết khoá luận tốt nghiệp với đề tài “*Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) – Thực trạng và triển vọng phát triển*”.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

- Khoá luận nghiên cứu các đặc điểm kinh tế, chính trị, xã hội của UAE và đặc biệt là mối quan hệ thương mại giữa UAE với các đối tác quan trọng.

- Khoá luận đi sâu vào phân tích một cách toàn diện thực trạng mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE, chỉ rõ những kết quả đạt được và những điểm hạn chế còn tồn tại, đồng thời cũng chỉ ra những cơ hội và thách thức trong quá trình hợp tác kinh tế, thương mại giữa hai quốc gia.

- Trên cơ sở các phân tích đó, khoá luận đề xuất một số các giải pháp cụ thể ở tầm vĩ mô và vi mô theo hướng phát huy tiềm năng và thúc đẩy quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE, phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước trong điều kiện hội nhập của Việt Nam với khu vực và thế giới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu của khoá luận là mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước và tăng cường hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

- Phạm vi nghiên cứu: Khoá luận giới hạn nghiên cứu Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE: phân tích hoạt động thương mại Việt Nam-UAE, hoạt động xuất khẩu lao động của Việt Nam vào UAE trong giai đoạn từ năm 1998 đến hết năm 2005, và hoạt động đầu tư của UAE vào Việt Nam.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Khoá luận được thực hiện trên cơ sở lý luận của Chủ nghĩa Mác- Lênin về duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, đồng thời vận dụng những quan điểm cơ bản của Đảng Cộng sản Việt Nam về đổi mới kinh tế, phục vụ sự nghiệp CNH-HĐH đất nước. Việc nghiên cứu đối tượng của khoá luận sử dụng nhiều phương pháp khác nhau, đó là nghiên cứu các tài liệu liên quan, kết hợp với tham khảo các kết quả thống kê; tổng hợp, so sánh và phân tích các số liệu, diễn giải và quy nạp, hệ thống hoá các kết quả nghiên cứu; đồng thời vận dụng lý luận, đối chiếu thực tiễn vận động của nền kinh tế thế giới và Việt Nam để làm sáng tỏ vấn đề nghiên cứu.

#### **5. Kết cấu khoá luận**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh sách các tài liệu tham khảo, khoá luận được chia thành 3 chương với nội dung chính là:

**Chương I:** Khái quát về Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) và Quan hệ thương mại của UAE với các quốc gia khác

**Chương II:** Thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

**Chương III:** Triển vọng và các giải pháp phát triển quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

Qua đây, tác giả xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình và những ý kiến quý báu của cô giáo, Thạc sĩ Phạm Thị Hồng Yến. Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới ông Đặng Ngọc Quang, tham tán thương mại Việt Nam tại Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất, người đã cung cấp tài liệu và có những ý kiến đóng góp rất thực tế và có tính định hướng quan trọng cho việc nghiên cứu và hoàn thành khoá luận này. Đồng thời tác giả cũng bày tỏ lòng biết ơn tới gia đình và bạn bè vì sự động viên, khích lệ và tạo điều kiện tốt nhất trong quá trình thực hiện nghiên cứu và hoàn thành khoá luận.

Đây là một đề tài rất mới, việc tiếp cận với các thông tin và số liệu gặp rất nhiều khó khăn, thêm vào đó là hạn chế về mặt thời gian và kiến thức, vì vậy chắc chắn khoá luận này sẽ còn nhiều thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được sự góp ý, đánh giá của các thầy cô và bạn đọc đối với khoá luận để vấn đề phát triển quan hệ



*Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE)*

---

kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE được mở rộng hơn, sâu sắc hơn và sớm có tác dụng thiết thực đối với nền kinh tế Việt Nam.

## CHƯƠNG I

### KHÁI QUÁT VỀ CÁC TIỂU VƯƠNG QUỐC Ả RẬP THỐNG NHẤT (UAE) VÀ QUAN HỆ THƯƠNG MẠI CỦA UAE VỚI CÁC QUỐC GIA KHÁC

#### I. Điều kiện tự nhiên và đặc điểm chính trị, xã hội

##### 1. Vị trí địa lý và Điều kiện tự nhiên

###### 1.1 Vị trí địa lý và địa hình

Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (United Arab Emirates – UAE) nằm trong khu vực Tây Nam châu Á, bao lấy vịnh Oman và vịnh Ả rập, nằm giữa Oman và Vương quốc Ả rập Xê út. UAE trải rộng từ 22°50' đến 26° vĩ Bắc và từ 51° đến 56°25' kinh Đông<sup>1</sup>. UAE có chung 19 km đường biên giới với Qatar về phía Tây Bắc; 530 km biên giới với Ả rập Xê út về phía Tây, phía Nam và phía Đông Nam; và 450 km biên giới với Oman về phía Đông Nam và Đông Bắc.

UAE có tới 700 km đường biển. Địa hình chủ yếu là dải sỏi, đồng bằng và sa mạc cồn cát. Phía ngoài khơi Ả rập là các đảo, bãi đá ngầm san hô hoặc đầm lầy muối; về phía Đông là các dãy núi nằm gần vịnh Oman; phía Tây chủ yếu là sa mạc với các ốc đảo rải rác.

Về diện tích, UAE rộng khoảng 83.600 km<sup>2</sup> trong đó thủ đô Abu Dhabi có diện tích lớn nhất, chiếm tới 86,67% tổng diện tích, còn tiểu vương quốc nhỏ nhất chỉ chiếm có 0,3%. Dubai là tiểu vương quốc lớn thứ nhì (có diện tích là 3.882 km<sup>2</sup>) được xem là trung tâm kinh tế và hải cảng quan trọng nhất của UAE. Dubai được chia cắt thành hai phần bởi kênh đào Dubai là Deira ở phía Bắc và Bur Dubai ở phía Nam.

###### 1.2 Điều kiện tự nhiên

**Khí hậu:** UAE thuộc vùng khí hậu cận nhiệt đới khô. Thời tiết nhìn chung luôn nóng và khô, hầu như quanh năm không có mưa, lượng mưa trung bình rất

---

<sup>1</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Uae>

thấp, chỉ vào khoảng dưới 130 mm/năm, và thường là những cơn mưa rất nhỏ. Tháng nóng nhất trong năm là tháng bảy và tháng tám, với nhiệt độ có thể lên tới 48°C. Tháng một và tháng hai là thời gian nhiệt độ thấp nhất trong năm, khoảng 10°C đến 14°C, khi đó thời tiết mát mẻ và dễ chịu hơn.

**Tài nguyên thiên nhiên:** Sự thịnh vượng của UAE chủ yếu dựa trên nguồn dầu mỏ và khí đốt khổng lồ. UAE là quốc gia có trữ lượng dầu mỏ đứng thứ 3 thế giới (chỉ sau Ả rập Xê út và Iraq), trữ lượng dầu khí đứng thứ 5 thế giới. Tuy nhiên tài nguyên dầu mỏ lại phân bố không đều, tiểu vương có trữ lượng dầu mỏ lớn nhất và do đó thịnh vượng nhất là Abu Dhabi với 95% trữ lượng dầu mỏ toàn liên bang. Với mức khai thác như hiện nay thì trữ lượng dầu mỏ của UAE còn có thể đáp ứng được khoảng 100 năm nữa

Dầu mỏ ở Fateh ngoài khơi biển Dubai (cách đất liền 58 dặm) lần đầu tiên được công ty xăng dầu Dubai phát hiện là vào ngày 6 tháng 6 năm 1966<sup>2</sup>, từ đó tới nay, UAE vẫn đang trong quá trình chuyển mình từ một khu vực lạc hậu với những sa mạc nhỏ sang một đất nước hiện đại với mức sống cao. Lợi nhuận thu được từ dầu mỏ được đầu tư xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng với tham vọng biển UAE và đặc biệt là Abu Dhabi và Dubai thành những thành phố với những công trình kiến trúc lộng lẫy và thịnh vượng nhất thế giới.

## **2. Điều kiện xã hội**

### **2.1 Lịch sử và truyền thống văn hoá**

**Lịch sử:** Nhà nước Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (United Arab Emirates), tiếng Ả rập là Al Emarat Al Arabiyah Al Muttahidah, thành lập ngày 2 tháng 12 năm 1971, là một liên bang gồm 7 tiểu vương quốc Abu Dhabi (thủ đô), Dubai, Sharjah, Ras Al-Khaimah, Umm Al-Qaiwain, Ajman, và Fujairah. Trước năm 1971, UAE có tên gọi là Trucial States.

UAE được hình thành trên nền tảng các Sheikdom (bộ tộc, bộ lạc) sống dọc theo bờ biển phía Nam vịnh Ả rập và phía Đông Bắc vịnh Oman. Từ thế kỷ XVI,

---

<sup>2</sup> *Giới thiệu thị trường Dubai – UAE*, NXB Thống kê trang 8

thực dân Bồ Đào Nha chiếm eo Homuz, sau đó mở rộng ảnh hưởng ra các vùng xung quanh. Trong các thế kỷ XVII, XVIII và đầu XIX, vùng Vịnh trở thành nơi tranh giành ảnh hưởng giữa thực dân Hà Lan, Pháp và Anh. Nơi đây cũng là khu vực nổi tiếng với nạn cướp biển và khám xét các tàu buôn nước ngoài.

Năm 1806, Anh chiếm tiểu vương quốc Ras Al-Khaimah, buộc tiểu vương phải ký Hiệp ước hoà bình để Anh thiết lập bộ máy cai trị tại đó. Năm 1833, bộ lạc Buklab thành lập nước Dubai. Anh đã chia 2 quốc gia Qawassem và Dubai thành 5 tiểu vương quốc (UAE): Ras Al-Khaimah, Sharjah, Ajman, Dubai, và Fujairah. Năm 1892, Anh lại ký với các lãnh chúa vùng Vịnh các Hiệp định riêng rẽ khẳng định sự bảo trợ duy nhất của mình đối với các nước ở khu vực này. Đến giữa thế kỷ XX, Anh tiếp tục củng cố và mở rộng ảnh hưởng của mình ở khu vực. Năm 1966, Anh đặt căn cứ quân sự tại Sharjah.

Ngày 1 tháng 12 năm 1971, Anh tuyên bố từ bỏ tất cả các Hiệp định đã ký với các nước vùng Vịnh và rút quân khỏi khu vực, các tiểu vương quốc và lãnh địa hoàn toàn độc lập. Lúc này, *Sheikh*<sup>3</sup> Zayed bin Sultan Al Nahyan (tiểu vương Abu Dhabi) và *Sheikh* Rashid bin Saeed Al Maktoum (tiểu vương Dubai) đứng ra thống nhất các lãnh địa riêng lẻ thành một liên bang duy nhất và trở thành tổng thống đầu tiên của UAE. Ngày 2 tháng 12 năm 1971, 6 lãnh địa hợp nhất thành liên bang UAE. Tháng 2 năm 1972, Ras Al-Khaimah cũng gia nhập quốc gia liên bang.

Ngày 2 tháng 11 năm 2004, *Sheikh* Zayed bin Sultan Al Nahyan từ trần. Người con trai lớn nhất của ông là *Sheikh* Khalifa bin Zayed bin Sultan Al-Nahya lên kế vị, cai trị Abu Dhabi. Hội đồng tối cao UAE theo hiến pháp đã lựa chọn *Sheikh* Khalifa bin Zayed bin Sultan Al-Nahya là Tổng thống UAE.

Trong 35 năm qua, nhờ phát hiện và tận dụng tốt nguồn lợi khổng lồ từ dầu mỏ, UAE đã chuyển mình từ một vùng đất lạc hậu cằn cỗi thành một quốc gia có nền kinh tế, công nghiệp và cơ sở hạ tầng vô cùng phồn thịnh.

---

<sup>3</sup> Danh hiệu chỉ người trong hoàng tộc một cách tôn kính

**Văn hoá:** UAE cũng là quốc gia có nền văn hoá giàu truyền thống và đậm bản sắc. Ở UAE, cuộc đua lạc đà truyền thống được tổ chức hàng năm song song với cuộc thi đấu golf, đó chỉ là một trong những biểu hiện cho thấy ở UAE, đặc biệt là Dubai nền văn hoá mới, hiện đại luôn tồn tại song song cùng với những nét đẹp truyền thống. Đón nhận những nét văn hoá hiện đại Phương Tây, đồng thời có hiểu biết sâu sắc, bảo tồn, duy trì giá trị các di sản văn hoá dân tộc đã mang đến cho UAE một nét đặc sắc không phải đâu cũng có. Đây là vùng đất của sự hoà hợp giữa hiện đại và truyền thống, là cầu nối mật thiết giữa quá khứ và hiện tại, là sự hài hoà giữa văn hoá Phương Tây và văn hoá Phương Đông. Đây chính là nền tảng vững chắc nhất để UAE hội nhập với thế giới mà vẫn đứng vững, không làm mất đi bản sắc của quốc gia mình.

## 2.2 Dân số và đặc điểm dân cư

UAE là quốc gia có số dân nhỏ và tốc độ tăng dân số khá nhanh. Năm 1972, UAE chỉ có khoảng 360.000 dân nhưng đến những năm đầu thế kỷ XXI đã lên tới khoảng hơn 4,5 triệu người. Tốc độ tăng này chủ yếu là do di cư của lao động từ các quốc gia khác tới. Năm 2005 số dân của UAE là 4,626 triệu người tăng 7% so với năm 2004 (4,320 triệu người), trong đó nam giới chiếm 67%, nữ giới chiếm 33%. Tốc độ tăng dân số trung bình khoảng 5,9%/năm.

**Bảng I.1:** Dân số UAE giai đoạn 1998 – 2005

*Đơn vị: nghìn người*

Năm	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Dân số UAE	2.834	3.033	3.247	3.488	3.754	4.041	4.320	4.626
Dân số Abu Dhabi	1.104	1.181	1.266	1.362	1.470	1.591	-	1.778
Dân số Dubai	822	885	952	1.029	1.112	1.204	-	-

*Nguồn:* Trung tâm thông tin UAE

Dân số UAE là dân số trẻ và phân bố không đều. Độ tuổi trung bình của người dân UAE là 28 tuổi. Dân cư tập trung chủ yếu ở 2 tiểu vương quốc lớn nhất

là Abu Dhabi và Dubai (*Bảng 1.1*). Tuổi thọ trung bình là 74,29 tuổi. Trình độ học vấn của người dân UAE ngày càng tăng lên đáng kể.

UAE là một quốc gia đa sắc tộc, chỉ có khoảng 19% dân số là người bản xứ gốc UAE. Còn lại tới 50% là người gốc Nam Á, chủ yếu là Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh và Sri Lanka. Ngoài ra cũng có một bộ phận không nhỏ là người từ các nước Châu Á khác và Châu Âu. Tới 90% lực lượng lao động của UAE là người nước ngoài làm thuê.

### 2.3 Ngôn ngữ và tôn giáo

**Ngôn ngữ:** Tiếng Ả rập là ngôn ngữ quốc gia chính thức của UAE. Trong giao dịch thương mại thì tiếng Ả rập và tiếng Anh cùng được sử dụng song song. Tuy nhiên trên thực tế thì tiếng Anh được sử dụng phổ biến hơn cả. Các quan chức chính quyền đều có khả năng sử dụng tốt tiếng Anh, các biển báo và biển hiệu trên đường phố của các thành phố lớn như Dubai đều được ghi bằng cả hai thứ tiếng Anh và tiếng Ả rập. Bên cạnh hai ngôn ngữ trên, do hệ quả từ khối dân cư đa sắc tộc nên ở UAE còn có một bộ phận không nhỏ dân cư sử dụng các ngôn ngữ khác như tiếng Ba tư, Hindu, Urdu.

**Tôn giáo:** Với hơn 96% dân số theo đạo Hồi, Hồi giáo là quốc đạo tại UAE. Chính vì vậy, văn hoá UAE mang đậm dấu ấn của tôn giáo này với các phong tục, tập quán và quan niệm khá khắt khe, phức tạp. Bên cạnh Hồi giáo còn có các tôn giáo khác như Cơ Đốc giáo, Hindu, Ấn Độ giáo... .

### 2.4 Tiền tệ

Đơn vị tiền tệ của UAE là Dirham, hay theo cách gọi trên thị trường quốc tế là đồng Dirham Các tiểu vương quốc Ả rập Emirati dirham (AED). Một dirham chia thành các đơn vị nhỏ là fil, 1dirham = 100 fil. Tiền giấy được phát hành theo các mệnh giá 5,10, 20, 50, 100, 200, 500 và 1.000 dirham. Tiền xu có các mệnh giá là 25, 50 fil và 1 dirham. Giá trị của đồng Dirham được cố định theo đồng đô la Mỹ, 1đô la Mỹ = 3,67 dirhams.

### 3. Chế độ chính trị và cơ cấu tổ chức chính quyền

#### 3.1 Chế độ chính trị

UAE theo chế độ quân chủ lập hiến. Cơ quan quyền lực tối cao là Hội đồng tối cao. Mọi quyết định được thông qua theo đa số. Các đảng phái chính trị đều bị cấm hoạt động.

Hệ thống tổ chức chính quyền của UAE được tổ chức theo mô hình liên bang. Chính phủ liên bang nắm giữ quyền hạn riêng trong một số lĩnh vực như ngoại giao, quốc phòng, y tế, giáo dục. Cùng với đó, mỗi tiểu vương quốc hoàn toàn có quyền tự quyết đối với các vấn đề liên quan đến công việc của chính quyền địa phương và tài nguyên thiên nhiên nằm trong phạm vi lãnh thổ của tiểu vương quốc mình. Hiến pháp của UAE là hợp nhất hiến pháp của bảy tiểu vương quốc và nó quy định cơ cấu của chính phủ liên bang. Theo hiến pháp này, UAE cho phép mỗi tiểu vương quốc có cơ quan lập pháp và hội đồng bộ trưởng độc lập với các vị trí tương đương trong chính phủ liên bang. Tuy nhiên trên thực tế, công việc nội bộ của mỗi tiểu vương quốc được điều hành bởi một cơ quan chính quyền địa phương do một vị chủ tịch đứng đầu.

#### 3.2 Cơ cấu tổ chức chính quyền

*Cơ cấu chính phủ liên bang UAE được tổ chức như sau:*

Đứng đầu nhà nước là Tổng thống. Hiện nay là ngài *HH Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan* (đồng thời cũng là tiểu vương của Abu Dhabi). Đứng đầu chính phủ là Thủ tướng (kiêm Phó tổng thống) *HH Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum* (là tiểu vương của Dubai). Tổng thống và Phó tổng thống có nhiệm kỳ năm năm và do Hội đồng tối cao bầu ra. Tổng thống sẽ chỉ định Thủ tướng và Phó thủ tướng.

**Hội đồng tối cao:** Hội đồng tối cao là cơ quan chính quyền liên bang cao nhất, có thẩm quyền điều hành toàn bộ hoạt động của UAE. Hội đồng tối cao đưa ra các quyết định về chính sách liên quan đến các công việc của liên bang như quốc

phòng, thông tin liên lạc, ngoại giao, tài chính, công nghiệp, y tế, kinh tế, thương mại, giáo dục, nông nghiệp và lao động. Thành viên Hội đồng tối cao bao gồm các tiểu vương đứng đầu 7 tiểu vương quốc. Hội đồng tối cao lựa chọn trong số thành viên của mình để bầu ra tổng thống và phó tổng thống. Trực thuộc Hội đồng tối cao có một cơ quan lập pháp, cơ quan này phê chuẩn nhiều bộ luật, sắc lệnh bao gồm cả các hiệp ước liên bang và hiệp ước quốc tế.

**Hội đồng bộ trưởng:** Hội đồng bộ trưởng còn gọi là Nội Các hay Cơ quan hành pháp, có chức năng thực thi các chính sách do Hội đồng tối cao đưa ra. Hội đồng bộ trưởng bao gồm thủ tướng, phó thủ tướng và các bộ trưởng (do Hội đồng tối cao lựa chọn theo sự đề cử của thủ tướng).

**Hội đồng quốc gia liên bang:** Hội đồng quốc gia liên bang UAE bao gồm 40 thành viên là người của các tiểu vương quốc do các tiểu vương đề cử. Mỗi tiểu vương quốc có một số ghế nhất định trong hội đồng, trong đó Abu Dhabi và Dubai chiếm đa số ghế. Các thành viên của Hội đồng quốc gia liên bang mang tư cách đại diện cho toàn thể UAE hơn là cho từng tiểu vương quốc riêng lẻ. Hội đồng quốc gia liên bang chịu trách nhiệm về nhiều vấn đề, trong đó có việc xét duyệt dự thảo liên bang trước khi trình Tổng thống và Hội đồng tối cao xem xét thông qua.

**Hội đồng thẩm phán:** Hội đồng thẩm phán là cơ quan độc lập gồm toà án tối cao liên bang, các toà án chính, các công tố viên và các toà án địa phương. Một trong những trách nhiệm quan trọng của toà án tối cao là phân xử các vụ khiếu kiện giữa các thành viên, quy định tính hợp hiến của luật liên bang khi có những sửa đổi lớn và xét xử các vụ việc liên quan đến các bộ trưởng và các quan chức cao cấp khác. Phán quyết của toà án tối cao mang tính chất bắt buộc và có giá trị chung thẩm.

**Chính quyền địa phương:** Theo hiến pháp UAE, công việc nội bộ của mỗi tiểu vương quốc được điều hành bởi chính quyền địa phương của tiểu vương quốc đó. Mỗi tiểu vương quốc đều được phép có riêng cơ quan lập pháp và cơ quan xét xử. Tuy nhiên trên thực tế, trừ Dubai và Ras Al Khaimah, tất cả các tiểu vương quốc đều đã chuyển giao hệ thống xét xử của mình cho cơ quan toà án liên bang.



### 3.3 Hệ thống pháp luật:

Pháp quyền dân sự của UAE chịu nhiều ảnh hưởng của luật pháp Pháp, luật La Mã và luật Hồi Giáo. Hiện UAE có 3 nguồn luật chính: các bộ luật và thông tư của Liên bang, Luật địa phương và Sharia (luật Hồi giáo):

- **Luật liên bang:** do cơ quan Lập pháp Liên bang UAE ban hành và được áp dụng trên phạm vi toàn liên bang. Khi có xung đột giữa Luật Liên bang và Luật địa phương thì áp dụng Luật liên bang.
- **Luật địa phương:** Như đã nói ở trên, Hiến pháp UAE cho phép các tiểu vương quốc được duy trì cơ quan lập pháp riêng. Luật địa phương do tiểu vương hoặc thái tử của mỗi tiểu vương quốc thông qua dưới hình thức bộ luật hoặc thông tư.
- **Sharia (Luật Hồi giáo):** đây là nguồn luật cổ nhất của UAE và có nguồn gốc riêng. Tuy nhiên, Sharia chỉ được áp dụng để điều chỉnh các vấn đề liên quan đến gia đình như thừa kế, ly hôn và quyền chăm sóc con cái.

Như một quy tắc chung, khi tòa án phân xử một vụ việc, các điều khoản của Luật liên bang sẽ được xem xét trước tiên. Nếu Luật liên bang không có các quy định liên quan đến vụ việc đó, tòa án sẽ xét đến luật địa phương. Nếu vẫn không tìm ra cách giải quyết theo luật địa phương, tòa án sẽ áp dụng các điều khoản trong Sharia.

UAE không có cơ chế chính thức về hồ sơ pháp lý. Mặc dù UAE không theo hệ thống thông luật, không bị ràng buộc bởi các tiền lệ pháp lý, nhưng nói chung các phán quyết của tòa án cấp trên thường được áp dụng cho các tòa án cấp dưới. Ngoài ba nguồn luật chính kể trên, UAE còn áp dụng các tập quán thương mại quốc tế.

## II. Đặc điểm thị trường UAE

### 1. Khái quát tình hình kinh tế

Nền kinh tế Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất là một nền kinh tế mở cửa với thu nhập bình quân đầu người cao và thặng dư thương mại hàng năm lớn. Trước khi dầu mỏ được phát hiện và khai thác vào những năm 1960 thì nền kinh tế UAE là một nền kinh tế tự cung tự cấp, bao gồm các ngành chủ yếu là đánh cá, trồng chà là, chăn nuôi, mỏ ngọc trai và buôn bán, tất cả đều ở quy mô nhỏ. Hiện nay, nhờ vào nguồn tài nguyên dầu mỏ với trữ lượng lớn mà kinh tế UAE đã có những bước tăng trưởng đáng kể. Trong vòng hơn ba thập kỷ, UAE đã vươn mình trở thành một nền kinh tế có tầm quan trọng không nhỏ đối với nền kinh tế toàn cầu.

#### 1.1 Các chỉ tiêu kinh tế chủ yếu

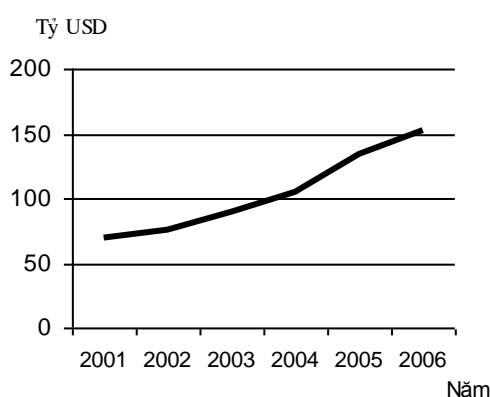
Theo báo cáo: “Viễn cảnh kinh tế khu vực” (Regional Economic Outlook) của Quỹ tiền tệ quốc tế IMF, **tổng sản phẩm quốc nội (GDP)** của UAE năm 2005 là 133,8 tỷ USD tăng 29,6 tỷ USD so với năm 2004 (104,2 tỷ USD). **Thu nhập quốc dân theo đầu người** năm 2005 đạt khoảng 28.500 USD/người. Theo dự báo của IMF thì năm 2006, GDP của UAE sẽ tăng trưởng 6,5%, đạt 152,4 tỷ USD, đưa UAE tiếp tục duy trì vị trí thứ 3 trong khu vực (đứng sau Ả rập Xê út và Iran với mức GDP dự đoán năm 2006 lần lượt là 394,4 và 242,2 tỷ USD). Tốc độ tăng trưởng cao của nền kinh tế UAE phần lớn là nhờ vào giá dầu thô luôn ở mức cao và có xu hướng tiếp tục tăng mạnh. Ngoài ra mức tăng trưởng này (nhất là những năm gần đây) một phần nhờ vào việc phát triển, mở rộng ngày càng lớn của các ngành công nghiệp phi dầu lửa đặc biệt là các ngành xây dựng các khu khai thác dầu và du lịch.

**Bảng I.2:** Giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE qua các năm

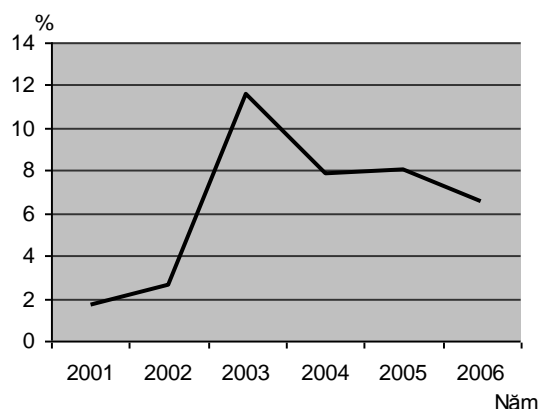
Năm	1980	1985	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006 (dự đoán)
GDP (tỷ USD)	29,7	27,4	33,7	42,8	70,6	75,0	88,5	104,2	133,8	152,4

*Nguồn:* Quỹ tiền tệ quốc tế IMF

**Tỷ lệ lạm phát** của UAE năm 2005 là 6% và dự báo trong năm 2006 con số này sẽ lần đầu tiên giảm xuống (còn 5,5%) sau hơn 3 năm liên tục tăng. **Tổng quỹ lương chính phủ** trong năm 2006 được dự báo chiếm khoảng 3,5% GDP, giảm 0,3% so với năm 2005 (3.8%). **Nợ chính phủ** vẫn ở mức cao, bằng 8,5% GDP năm 2005, nhưng dự báo là có xu hướng giảm xuống còn 7,4% GDP vào năm 2006. **Tổng dự trữ quốc gia** tăng từ 18,6 tỷ USD năm 2004 lên 23 tỷ USD năm 2005 và xu hướng này sẽ còn tiếp tục được duy trì vào năm 2006 (ước tính đạt khoảng 27,6 tỷ USD).



Hình 1 : Giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE giai đoạn 2001 – 2006



Hình 2: Tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của UAE giai đoạn 2001 – 2006

*Nguồn:* Quỹ tiền tệ quốc tế

**Thu nhập quốc dân** của UAE phụ thuộc chủ yếu vào khai thác dầu. GDP tăng giảm phụ thuộc khá nhiều vào sự tăng giảm của giá dầu trên thế giới. GDP tăng lên trong thập niên 70 rồi giảm mạnh trong thập niên 80. Chính vì GDP dao động mạnh theo giá trị khai thác dầu mỏ cùng với thực tế là trữ lượng dầu mỏ, đặc biệt là ở Dubai đang cạn kiệt dần nên chính phủ UAE đã có nhiều nỗ lực lớn trong việc tìm kiếm các biện pháp nhằm đa dạng hoá nền kinh tế. Chính phủ sử dụng nguồn thu từ xuất khẩu dầu mỏ để đầu tư cho phát triển cơ sở hạ tầng và du lịch. Chương trình Đa dạng hoá nền kinh tế cũng đã có những kết quả đáng kể: ban đầu từ chỗ GDP từ dầu mỏ chiếm tới hai phần ba GDP của toàn liên bang (những năm

1980) thì cho tới nay chỉ chiếm khoảng 40%. Kinh tế đã bớt bị phụ thuộc vào sự dao động lên xuống liên tục của dầu mỏ. Tuy nhiên trên thực tế thì lĩnh vực dầu mỏ vẫn chiếm tới 50% kim ngạch xuất khẩu (2005) và 90% doanh thu tài chính của chính phủ (2003).

## 1.2 Các lĩnh vực kinh tế chủ yếu

### 1.2.1 Lĩnh vực dầu khí

Như đã nói ở trên, sự thịnh vượng của UAE chủ yếu là do nguồn dầu mỏ với trữ lượng lớn. Cũng chính nhờ nguồn lợi từ dầu mỏ mà Dubai và Abu Dhabi đã vươn mình trở thành một trong những thành phố hiện đại và phồn thịnh nhất thế giới. Trữ lượng dầu mỏ của UAE chiếm khoảng 9,8% tổng trữ lượng dầu mỏ của toàn thế giới (khoảng 97,8 tỷ thùng), UAE đứng thứ tư thế giới về trữ lượng khí đốt (sau Nga, Iran và Qatar), chiếm xấp xỉ 4,6% tổng trữ lượng khí đốt của toàn thế giới. Tuy nhiên tài nguyên dầu mỏ và khí đốt lại phân bố rất không đều giữa các tiểu vương quốc mà chỉ chủ yếu tập trung ở Abu Dhabi (tới 92% trữ lượng dầu mỏ và 94% trữ lượng khí đốt của toàn liên bang). Sản lượng khai thác dầu của UAE hiện nay là 2,5 triệu thùng mỗi ngày. Công ty dầu khí quốc gia (Abu Dhabi National Oil Company) đang có kế hoạch đầu tư 413 tỷ Dirham để tăng công suất khai thác lên 3,5 triệu thùng một ngày vào năm 2009-2010.

Dầu mỏ được khai thác tại Dubai phần lớn là để xuất khẩu, còn lại là cung cấp cho các nhà máy lọc dầu trong nước. Hiện UAE có 2 nhà máy lọc dầu lớn, cả hai đều được đặt tại Abu Dhabi và thuộc sở hữu của Công ty dầu khí quốc gia. Công ty dầu khí quốc gia liên tục đầu tư thực hiện các chương trình bảo trì và nâng cấp mỏ dầu, khoan các giếng dầu mới, đồng thời phát triển các dự án khai thác khí đốt ngoài khơi.

Năm 2005, GDP của ngành dầu khí chiếm tới 44,4% GDP của UAE và chiếm tới 67,6% GDP của Abu Dhabi. Dự báo tỷ lệ này vẫn sẽ được duy trì trong năm 2006. Thị trường xuất khẩu dầu thô lớn nhất của UAE là Nhật Bản (chiếm tỷ lệ 25% tổng kim ngạch xuất khẩu dầu thô của UAE), tiếp đó là các thị trường Hàn Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Pakistan, Srilanka, Bangladesh.

### 1.2.2 Lĩnh vực nông nghiệp

UAE nằm trong khu vực khí hậu sa mạc nóng, rất ít có mưa, lại có diện tích nhỏ hẹp, chủ yếu là đất cát nên đây không phải là điều kiện tự nhiên lý tưởng cho phát triển nông nghiệp. Cây trồng truyền thống của UAE đồng thời cũng là loại nông sản xuất khẩu duy nhất của UAE là cây chà là. Các loại rau quả khác chỉ trồng được ở các ốc đảo (chủ yếu là ở Abu Dhabi, Fujairah và Sharjah) nơi có đất canh tác và nước ngọt. Trong những năm gần đây, chính phủ UAE bắt đầu chú trọng đầu tư cho sản xuất nông nghiệp thông qua nguồn vốn thu được từ xuất khẩu dầu mỏ. Hệ thống tưới tiêu, kênh dẫn nước nhân tạo được xây dựng hết sức hiện đại, hàng nghìn hecta đất đai canh tác được cải thiện chất lượng. Kết quả là ở những nơi trước kia chỉ có cát và gió sa mạc thì nay được thay thế bằng các nông trang và vườn hoa khá trù phú.

Đến nay, giá trị sản xuất nông nghiệp hàng năm của UAE vào khoảng 2 tỷ Dirham (tương đương khoảng 550 triệu USD). Khu vực nông nghiệp đóng góp khoảng 7% vào thu nhập quốc dân phi dầu lửa (non-oil GDP). Tuy nhiên ngành nông nghiệp UAE mới chỉ đáp ứng được một phần nhỏ nhu cầu trong nước về nông sản còn lại vẫn dựa chủ yếu vào nhập khẩu. Trong lĩnh vực nông nghiệp ngành phát triển nhất và cũng là ngành lâu đời nhất là nghề cá. UAE có tới trên 5000 thuyền đánh bắt cá và hoàn toàn tự túc được 100% nhu cầu về cá (và còn để xuất khẩu). Các loại cây trồng chủ yếu là rau xanh, chà là, các loại cây cảnh. Còn gia súc phần lớn là dê, bò và lạc đà.

### 1.2.3 Các lĩnh vực khác

**Lĩnh vực du lịch:** Một trong những định hướng cơ bản của “Chương trình đa dạng hoá nền kinh tế” của chính phủ UAE là sử dụng nguồn thu từ dầu mỏ để đầu tư phát triển du lịch cao cấp. Vị trí địa lý thuận lợi, đường bờ biển kéo dài, cảnh quan hùng vĩ, lòng mến khách truyền thống của người dân UAE cùng với một môi trường ít tội phạm là những điều kiện vô cùng thuận lợi cho phát triển du lịch ở UAE. Doanh thu từ ngành du lịch của UAE chiếm 3,8% GDP phi dầu lửa (năm 2005). Hai thành phố du lịch lớn nhất của UAE là Abu Dhabi và Dubai. Từ năm

1999 đến năm 2004, số lượng khách du lịch đến Dubai đã tăng gấp đôi, đạt con số 5,4 triệu khách. Năm 2004, hoạt động du lịch của Abu Dhabi đạt doanh thu tới 632 tỷ Dirham (khoảng hơn 17 tỷ USD) và dự báo trong khoảng 10 năm tới, tốc độ tăng trưởng sẽ là khoảng 2,5%/năm. Trong những năm tới chính quyền Abu Dhabi có kế hoạch đầu tư khoảng 32,6 tỷ USD cho ngành du lịch.

**Lĩnh vực tài chính:** Năm 2005 tốc độ tăng trưởng của khu vực tài chính và bảo hiểm là 24%, đóng góp 5,8% trong GDP (tương đương 28,8 tỷ Dirham). Các ngân hàng ở UAE được tổ chức theo 4 hình thức chủ yếu là: Ngân hàng Thương mại, Ngân hàng đầu tư, Ngân hàng hồi giáo, và Ngân hàng công nghiệp. Các ngân hàng lớn nhất (xét trên quy mô vốn) là Ngân hàng quốc gia Abu Dhabi, Ngân hàng thương mại Abu Dhabi, Ngân hàng liên bang quốc gia, Ngân hàng Ả rập Abu Dhabi. Ngân hàng trung ương UAE là cơ quan quản lý chính về lĩnh vực ngân hàng và tài chính của cả quốc gia. Hiện tại UAE có 21 Ngân hàng liên doanh với 422 chi nhánh và phòng giao dịch trên khắp lãnh thổ UAE và 43 chi nhánh ở nước ngoài. Số lượng ngân hàng nước ngoài có trụ sở tại UAE là 25 với 114 chi nhánh và 49 văn phòng đại diện. Ngân hàng trong nước được miễn các loại thuế, trong khi đó các ngân hàng nước ngoài phải trả mức thuế bằng 20% lợi nhuận. Ngoài ra, UAE có hai thị trường chứng khoán lớn đặt tại Abu Dhabi và Dubai với 59 công ty niêm yết.

**Lĩnh vực viễn thông và công nghệ thông tin:** Từ ngày 1 tháng 1 năm 2005 UAE đã bắt đầu mở cửa thị trường viễn thông cho các nhà đầu tư nước ngoài, chính thức chấm dứt tình trạng độc quyền trong lĩnh vực này. Sau gần hai năm mở cửa, hiện nay ở UAE có 2 công ty lớn hoạt động trong lĩnh vực viễn thông là Etisalat và Emirates Intergrated Telecommunications Company (EITC). Năm 2005, UAE có 1,437 triệu người sử dụng Internet, 3,7 triệu thuê bao di động, 1,237 triệu thuê bao cố định. UAE dự tính từ nay cho tới năm 2008 sẽ đầu tư khoảng 2,2 tỷ USD để phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin.

## 2. Chính sách kinh tế

### 2.1 Chính sách thương mại

UAE là thành viên của tổ chức thương mại quốc tế WTO và cũng đang trong quá trình đàm phán các Hiệp định thương mại song phương nên chính sách kiểm soát đối với hàng hoá nhập khẩu cũng đã được nới lỏng và thông thoáng hơn cho phù hợp với các thông lệ quốc tế.

**Chính sách thuế:** Chính sách thuế của UAE khá thông thoáng. Thuế nhập khẩu thấp, hàng tạm nhập tái xuất thường được miễn thuế. Các nhà sản xuất khi nhập khẩu máy móc, thiết bị, phụ tùng và nguyên vật liệu sử dụng cho sản xuất công nghiệp cũng được miễn thuế. Là thành viên của Hội đồng hợp tác các quốc gia vùng Vịnh (GCC), UAE cũng áp dụng mức thuế theo quy định của GCC: Đánh thuế nhập

khẩu 5% đối với hầu hết các mặt hàng phổ thông, 50% đối với các sản phẩm đồ uống có cồn, 100% đối với thuốc lá, đồng thời miễn thuế cho 53 các mặt hàng thực phẩm, y tế, hàng nông sản và miễn thuế đối với các hàng hoá nhập khẩu cho Khu vực thương mại tự do. Giá tính thuế là giá CIF tại cửa khẩu UAE. Thuế được thu khi hàng hoá được thông qua và được cấp giấy khai hải quan.

Đối với hàng hoá qua cửa khẩu Dubai: hàng xuất khẩu từ Dubai được miễn thuế. Hàng tạm nhập tái xuất được miễn thuế với điều kiện phải xuất đi trong vòng 6 tháng kể từ ngày hàng đến và phải làm các thủ tục hải quan cần thiết. Trong trường hợp này, thay vì nộp thuế, người nhận hàng thường phải nộp cho cơ quan hải quan một khoản tiền ký quỹ tương đương và họ sẽ không được hoàn

**Bảng I.3:** Danh mục một số mặt hàng được miễn thuế nhập khẩu vào UAE:

- Các loại rau tươi và rau được bảo quản ở nhiệt độ thấp
- Các loại trái cây tươi và khô
- Các loại hải sản tươi, hải sản đông lạnh
- Chè đóng gói không quá 3kg/bao; chè túi không quá 3g/túi
- Gạo
- Đường
- Cà phê rang và chưa rang
- Thuốc men

Nguồn: Cục Hải quan UAE

lại tiền ký quỹ nếu quá 6 tháng mà vẫn chưa xuất hàng ra khỏi Dubai.

**Thủ tục hải quan:** Theo Luật hải quan số 4 năm 1998, các mặt hàng nhập khẩu vào UAE đều phải khai báo trừ: hàng lý cá nhân, hàng được miễn trừ khai báo theo các điều ước quốc tế, những hàng hoá được cơ quan hải quan có thẩm quyền công bố chính thức trong từng thời kỳ nhất định, hàng mua trong Khu vực thương mại tự do Dubai với số lượng không vượt quá mức cho phép. Các hàng hoá nhập khẩu đều phải được xuất trình đầy đủ các loại giấy tờ:

- Giấy phép kinh doanh
- Lệnh giao hàng của các hãng tàu và hãng vận tải
- Hoá đơn gốc của người bán
- Chứng nhận xuất xứ hàng hoá
- Phiếu đóng gói

Ngoài ra tùy vào từng loại hàng hoá mà sẽ có thêm các yêu cầu về các chứng từ cần thiết khác. Đối với các hàng hoá là thực phẩm thì phải có giấy phép và phải làm thủ tục xin kiểm tra.

Hàng hoá nhập khẩu vào Dubai không chịu quy định về hạn ngạch, không gặp các rào cản đặc biệt nào từ chính sách nhập khẩu, thủ tục hải quan, phụ phí, chứng nhận xuất xứ, quy cách phẩm chất; đa số hàng hoá đều không bị yêu cầu đặc biệt nào về nhãn mác hàng hoá, ngoại trừ hàng thực phẩm. Đối với thực phẩm, yêu cầu đối với nhãn mác khá khắt khe: nhãn mác phải đảm bảo đủ các thông tin về tên sản phẩm, ngày sản xuất, ngày hết hạn, tên nhà sản xuất, xuất xứ, trọng lượng tịnh, thành phần, các chất bổ sung, hàm lượng dầu thực vật, chất béo. Nhãn mác phải được ghi song song bằng cả hai thứ tiếng là tiếng Anh và tiếng Ả rập.

## 2.2 Chính sách đầu tư

Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào UAE năm 2005 đạt 16 tỷ USD, hầu hết là đầu tư vào lĩnh vực đất đai và các dự án xây mới. Đầu tư nước ngoài đang là một nguồn tài chính có tầm quan trọng ngày càng lớn đối với chính phủ UAE. Trong 5 năm tới, Abu Dhabi hy vọng sẽ thu hút được khoảng trên 150 tỷ Dirham FDI vào



tiểu vương quốc này. Để đạt được các mục tiêu thu hút FDI đã đặt ra, UAE có rất nhiều chính sách khuyến khích đầu tư song song với việc xây dựng các Khu thương mại tự do (Free Trade Zone). Các doanh nghiệp kinh doanh tại các khu thương mại tự do này sẽ được cung cấp một cơ sở hạ tầng rất hiện đại cùng các dịch vụ tiện nghi với giá ưu đãi. Hàng hoá sản xuất tại các khu thương mại tự do này sẽ được miễn thuế khi lưu thông tại các quốc gia thành viên GCC. Các công ty 100% vốn nước ngoài cũng được phép thành lập và hoạt động trong các khu này. Các khu thương mại tự do này là nơi thu hút đầu tư, tạo công ăn việc làm và cũng là cơ sở để UAE thực hiện chương trình đa dạng hoá nền kinh tế. Hiện nay ở UAE có khoảng 13 khu vực thương mại tự do, đa số tập trung tại Abu Dhabi. Rất nhiều trong số các khu thương mại tự do này đã được xây dựng chuyên sâu vào một lĩnh vực như công nghệ thông tin, truyền thông, tài chính, vàng và trang sức, chăm sóc sức khoẻ. Khu thương mại tự do lớn nhất hiện nay là khu Jebel Ali (Jebel Ali Free Zone – JAFZ) ở Dubai với trên 4000 doanh nghiệp từ hơn 100 quốc gia đang hoạt động tại đây.

Song song với việc xây dựng các khu thương mại tự do, trong tháng 1 năm 2006, chính phủ UAE cũng đã công bố kế hoạch xây dựng và phát triển các cảng biển nước sâu và các khu công nghiệp tại Taweelah với trị giá dự án lên tới 8 tỷ Dirham. Cảng biển và các khu công nghiệp sẽ thu hút đầu tư và thúc đẩy phát triển trong lĩnh vực công nghiệp và du lịch.

UAE cũng tiến hành đầu tư ra nước ngoài. Cơ quan Quản lý đầu tư Abu Dhabi (Abu Dhabi Investment Authority – ADIA) đang cố gắng trong năm tới sẽ đầu tư khoảng 250 tỷ USD sang các thị trường nước ngoài, chủ yếu là thị trường Mỹ, và các thị trường khu vực Châu Âu và Châu Á.

### 2.3 Chính sách đối với người lao động

Luật lao động của UAE chủ yếu được quy định trong Luật liên bang số 8 năm 1980. Ngoài ra, một số sắc lệnh cấp bộ và các nghị quyết của Nội các cũng đưa ra các quy định liên quan đến thị trường lao động. Các văn bản pháp luật này điều chỉnh tất cả các vấn đề về quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động ở UAE. Luật lao động áp dụng đối với tất cả những người lao động làm việc tại UAE,

trừ những người làm việc trong các cơ quan nhà nước, lực lượng quân đội, các cơ quan cảnh sát và an ninh, những người giúp việc gia đình và những người lao động trong ngành nông nghiệp. (Các đối tượng này phải tuân theo các điều kiện nhất định khác).

Hiện nay các quan chức cao cấp trong chính phủ UAE đang bắt đầu thiết lập những quy chế mới buộc các doanh nghiệp trong khu vực tư nhân phải thuê nhiều hơn các lao động địa phương. Năm 2004, chính phủ UAE cũng đã thông qua nghị quyết kêu gọi việc thành lập các tổ chức công đoàn và các hiệp hội người lao động tại UAE. Tuy nhiên các tổ chức công đoàn mới chỉ giới hạn trong các lao động là công dân UAE, còn các lao động nhập cư thì phải thông qua một uỷ ban đặc biệt tuân theo quy định của luật lao động liên bang.

Chính phủ UAE cũng nghiêm cấm việc cưỡng ép lao động và thuê lao động trẻ em (dưới 15 tuổi), đồng thời có những điều khoản đặc biệt đối với việc sử dụng lao động trong độ tuổi từ 15 đến 18 tuổi. 3. Một số tập quán trong kinh doanh tại UAE.

### 3.1 Giờ làm việc và các ngày nghỉ

**Giờ làm việc:** Thời gian làm việc ở UAE là từ 8h-14h đối với các cơ quan chính phủ; 9h-13h giờ và 16h-20h giờ đối với các doanh nghiệp, riêng Ngân hàng tiếp khách từ 8h đến 13h, chiều thứ năm làm việc từ 8h đến 12h trưa. Các ngân hàng Mashreq và các ngân hàng có tiêu chuẩn ưu tiên được phép mở cửa từ 16h30 đến 18h30.

**Ngày nghỉ:** Cũng như một số nước Ả rập khác, ngày nghỉ cuối tuần tại UAE là thứ năm và thứ sáu thay vì thứ bảy và chủ nhật. Văn phòng các Doanh nghiệp và Ngân hàng chỉ nghỉ vào thứ sáu. Ngoài ra các ngày nghỉ lễ theo quy định của Đạo Hồi cũng rất được coi trọng vì UAE là một quốc gia Hồi Giáo. Một ngày nghỉ hay ngày lễ sẽ rơi vào những ngày khác nhau trong các năm khác nhau nếu đối chiếu với lịch thông thường, và chúng thường được báo chí thông báo vài ngày trước khi diễn ra. Kỳ nghỉ lễ quan trọng và cũng dài nhất là tháng Ramanda (kéo dài suốt một tháng âm lịch). Đây là lễ tháng ăn chay mà trong suốt thời gian này các tín đồ Hồi giáo phải

kiêng ăn, uống, hút thuốc, sinh hoạt tình dục và những sự hưởng thụ khác từ khi mặt trời mọc cho tới khi mặt trời lặn. Những người không theo đạo Hồi phải tỏ thái độ tôn trọng và tránh ăn uống nơi công cộng trong thời gian ban ngày. Tuy nhiên, trong thời gian của lễ hội Ramadan, hầu hết các khách sạn ở Dubai vẫn phục vụ thức ăn và đồ uống cho người không theo đạo Hồi. Về trang phục, đàn ông và phụ nữ phải ăn mặc kín đáo trong suốt tháng thiêng này. Trong thời gian tháng Ramadan, thời gian làm việc được rút bớt 2 giờ/ngày. Ngoài ra còn có các ngày nghỉ vào các ngày có lễ hội như lễ hội Eid Al Fitr, Eid Al Adha, Lailat al Qadr, Lailat Al Israa Wa Al Miraj và lễ hội năm mới Ras Al Sana (theo lịch Hồi giáo).

### 3.2 Tập quán giao tiếp trong kinh doanh

Truyền thống giao tiếp của người Ả rập nói chung và người Dubai có những nét đặc trưng riêng, (chẳng hạn như không ngồi bắt chéo chân hoặc khi đưa một đồ vật cho ai đó thì phải đưa bằng tay phải). Theo thời gian, tập quán giao tiếp trong kinh doanh ngày càng được quốc tế hoá, tuy nhiên vẫn còn một số điểm cần lưu ý như sau:

- ✓ Khi gặp gỡ trực tiếp hoặc qua điện thoại, thường có một số lời chào hỏi, trao đổi ngắn trước khi trình bày mục đích chính của cuộc gặp gỡ hay cuộc gọi điện.
- ✓ Danh thiếp nên in bằng cả hai thứ tiếng: tiếng Ả rập và tiếng Anh. Tờ rơi và sách hướng dẫn cũng nên có phần chú giải rõ ràng và nhiều hình ảnh và cũng nên in bằng cả tiếng Anh và tiếng Ả rập.
- ✓ Thỏa thuận miệng cũng được coi là ràng buộc. Việc mặc cả về giá và các điều khoản cũng được coi là rất quan trọng và dường như sự bớt giá sẽ loại bỏ mối hoài nghi của người mua là họ bị mua giá cao.
- ✓ Luôn đúng giờ nhưng cũng phải chuẩn bị để chấp nhận sự chậm trễ hoặc trì hoãn các cuộc hẹn.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Giới thị trường Dubai – UAE, NXB Thống Kê, 2003 trang 55

### 3.3 Tập quán về thanh toán

Truyền thống nợ tiền hàng của các nhà buôn tại Dubai đã có từ đầu thế kỷ 20, khi Dubai trở thành một hải cảng trung chuyển hàng hoá trong vùng. Khi đó, các chủ hàng qua Dubai lấy hàng thường được nợ gối đầu, chuyển hàng sau thanh toán cho chuyển hàng trước.

Ngày nay thanh toán qua ngân hàng ngày càng được phổ biến hơn, đặc biệt tại UAE đã có 4 ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán quốc tế qua mạng Internet. Hình thức thông dụng nhất khi thanh toán qua ngân hàng là trả séc (séc chuyển khoản và séc tiền mặt là chủ yếu). Đối với thanh toán quốc tế thì hình thức thông dụng hiện nay là thanh toán bằng thư tín dụng (L/C). Thông thường các ngân hàng tại UAE đưa ra các điều khoản khá ngặt nghèo có tính áp đặt trong L/C, các điều khoản này nằm trong biểu mẫu chung nên không có thương lượng trong từng trường hợp cụ thể. Đối với các lô hàng có giá trị nhỏ, để tiết kiệm chi phí ngân hàng thì người mua thường đề nghị thanh toán bằng điện chuyển tiền (TT).

## II. Quan hệ kinh tế, thương mại của UAE với các quốc gia và khối kinh tế

### 1. Vị trí của UAE trong nền kinh tế thế giới và khu vực

Mặc dù là một quốc gia liên bang khá non trẻ (mãi đến năm 1971 mới thành lập), song do là một quốc gia có trữ lượng dầu mỏ lớn cùng với chính sách kinh tế mở nên UAE cũng đã có ảnh hưởng không nhỏ tới nền kinh tế Thế giới.

Là một quốc gia Hồi giáo, nhưng không có tư tưởng cực đoan, UAE thực hiện đường lối đối ngoại ôn hoà, mềm dẻo, và khôn khéo; tranh thủ Mỹ và Phương Tây; giữ quan hệ tốt với các nước Ả rập, Hồi giáo; tích cực ủng hộ cuộc đấu tranh của nhân dân Palestine; ủng hộ tiến trình hoà bình Trung Đông. UAE phát triển quan hệ rộng rãi với tất cả các nước trên thế giới, có sự quan tâm đặc biệt trong quan hệ với các nước Hội đồng hợp tác Vùng Vịnh (GCC) và các nước láng giềng. Hiện nay UAE đã thiết lập quan hệ ngoại giao với trên 60 quốc gia trong đó có Mỹ, Nhật Bản, Nga, Trung Quốc và hầu hết các nước EU. Trên diễn đàn quốc tế, UAE đã phê chuẩn một số hiệp ước quốc tế và là thành viên của nhiều tổ chức quốc tế

như Liên minh Ả Rập (gồm 22 nước thuộc thế giới Ả rập), Hội đồng hợp tác Vùng Vịnh (GCC) từ năm 1981, Tổ chức Các nước xuất khẩu dầu (OPEC) từ năm 1982, Tổ chức Các nước Ả Rập xuất khẩu dầu (OAPEC), Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) từ năm 1996, Ngân hàng Thế giới, Liên Hợp Quốc, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) và Tổ chức Phát triển Công nghiệp Quốc tế và nhiều tổ chức khác.

UAE là nền kinh tế lớn thứ ba trong khu vực Trung Đông và Trung Á sau Ả rập Xê út và Iran xét về GDP. Xét về thu nhập quốc dân theo đầu người thì UAE lại xếp thứ 2 trong khu vực, chỉ sau Qatar do UAE có số dân ít. Theo báo cáo của IMF thì năm 2005, GDP của UAE là 133,8 tỷ USD xếp thứ 58 trên tổng số 180 quốc gia thành viên IMF. Còn theo bảng xếp hạng của WB, UAE xếp thứ 56 trên 162 quốc gia với GDP là 103,923 tỷ USD. Trong khi đó theo tính toán của Cục tình báo trung ương Mỹ (CIA World Fact Book) thì GDP năm 2005 của UAE là 111,3 tỷ USD, xếp hạng 57 trên 231 quốc gia<sup>5</sup>. Mặc dù có sự khác nhau trong việc xếp hạng song sự khác biệt này không quá lớn và có thể khẳng định GDP của UAE cũng ở mức cao so với các quốc gia trên thế giới.

**Bảng I.4:** Thông tin về các quốc gia GCC và các quốc gia khác trong khu vực

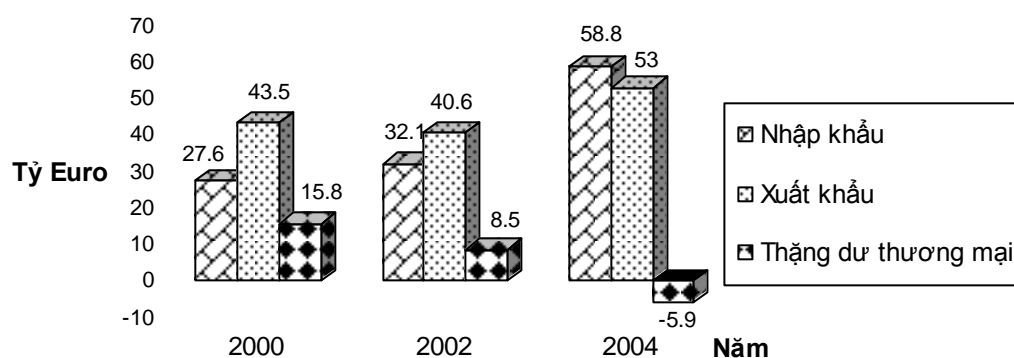
Quốc gia	Dân số năm 2005 (nghìn người)	Diện tích (km <sup>2</sup> )	GDP năm 2005 (tỷ USD)	GDP theo đầu người năm 2005 (USD/Người)
<i>Ả rập xê út</i>	24.573	2.149.690	307,770	13.410
Iran	70.896	1.648.195	196,409	2.767
<b>UAE</b>	4.626	83.600	133,8	28.500
Algeria	32.854	2.381.741	102,026	3.086
Ai Cập	74.033	1.001.449	93,045	1.265
<i>Kuwait</i>	2.687	17.818	74,598	26.020
Ma rốc	31.478	446.550	51,986	1.713
Li by	5.853	1.759.540	38,735	6.696

<sup>5</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_GDP\\_%28PPP%29](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_%28PPP%29)

<i>Qatar</i>	813	11.437	37,852	43.110
<i>Oman</i>	2.567	309.500	30,326	12.664
<i>Bahrain</i>	727	694	12,921	18.403

*Nguồn:* Tổng hợp từ website Bách khoa toàn thư thế giới <http://en.wikipedia.org><sup>6</sup>

**Về quan hệ thương mại của UAE với thế giới:** Với chính sách toàn cầu hoá và mở cửa nền kinh tế, UAE đã và đang tham gia rất tích cực vào nền kinh tế thế giới. Nếu năm 2000, kim ngạch nhập khẩu của UAE chỉ chiếm 0,48% tổng kim ngạch của toàn thế giới thì đến năm 2004 tỷ lệ này đã tăng gấp đôi, đạt 1,04%. Tương tự như vậy tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu của UAE trong tổng kim ngạch của toàn thế giới cũng tăng từ 0,8% năm 2000 lên 1% năm 2004 (*hình 1.3*). Con số 1% chưa là cao so với các quốc gia như Trung Quốc, Mỹ hay Hàn Quốc..., song nếu để ý rằng dân số của UAE năm 2004 chỉ có 4,3 triệu người thì đây lại là một con số rất đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu của UAE khá cao là do mặt hàng xuất khẩu chủ lực của UAE là dầu mỏ với giá cả luôn ở mức cao và có nhiều biến động. Còn kim ngạch nhập khẩu của UAE chiếm tới hơn 1% kim ngạch thế giới (trong khi sức mua tại chỗ thấp vì chỉ có hơn 4 triệu dân) có thể được lý giải là vì UAE cụ thể là Dubai là thị trường trung chuyển lớn thứ 3 thế giới (chỉ sau Hồng Kông và Singapore).



**Hình 1.3:** Trao đổi thương mại của UAE với thế giới

*Nguồn:* IMF (Direction of Trade Statistics)

<sup>6</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_GDP\\_%28PPP%29](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_%28PPP%29),  
[http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_GDP\\_%28PPP%29\\_per\\_capita](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_%28PPP%29_per_capita)

Hàng nhập khẩu vào UAE chủ yếu là để phục vụ cho nhu cầu tái xuất. Tỷ lệ tái xuất của UAE năm 2003 chiếm tới 34% tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia này (tăng 1,5 lần so với năm 2000). Thị trường tái xuất chủ yếu là các nước Ả rập láng giềng, các nước Bắc Phi và Trung Á.

**Thị trường xuất khẩu** lớn nhất của UAE là Nhật Bản với kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này chiếm 25,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của UAE (năm 2005), tiếp đến là Hàn Quốc (10,%), Ấn Độ (5,5%) và Thái Lan (5,3%). Còn đối tác nhập khẩu lớn nhất của UAE là Trung Quốc với kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc năm 2005 chiếm tới 10,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của UAE. Xếp sau Trung Quốc lần lượt là Ấn Độ (9,9%), Nhật Bản (6,9%) và Mỹ (6,1%).

**Các mặt hàng** mà UAE có nhu cầu nhập khẩu lớn nhất là đồ điện tử; vàng bạc và đồ trang sức (Dubai là thị trường nổi tiếng thế giới về hai ngành hàng này), tiếp theo là hàng dệt may; phương tiện vận tải, máy bay, tàu thuyền; kim loại và sản phẩm chế tạo từ kim loại; sản phẩm từ công nghiệp hóa chất. Sáu ngành hàng này luôn chiếm khoảng ba phần tư hàng nhập khẩu vào Dubai. (Hàng nhập khẩu của Dubai chiếm khoảng 70% hàng nhập khẩu của UAE). Trong khi đó hàng xuất khẩu chủ lực của UAE là dầu thô. Các mặt hàng xuất khẩu khác chỉ chiếm một tương quan rất ít ỏi so với số hàng tái xuất. **Hàng hoá tái xuất** lớn nhất ngoài đồ điện tử và vàng bạc, đồ trang sức, đáng chú ý còn có sản phẩm rau quả và các loại nông sản.

## **2. Quan hệ kinh tế, thương mại của UAE với các quốc gia khác trên thế giới**

### **2.1 Quan hệ UAE – Hoa Kỳ**

UAE và Hoa Kỳ có mối quan hệ tốt và lâu dài về ngoại giao, an ninh cũng như kinh tế. Hoa Kỳ là một trong 3 quốc gia đầu tiên chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao với UAE ngay từ những ngày đầu thành lập của quốc gia này. Quan hệ này thực sự phát triển mạnh vào những năm 1980 khi UAE nhập khẩu rất nhiều vũ khí để phục vụ cho kế hoạch chống lại sự tấn công, mở rộng của Iran. Ngày 15 tháng 3 năm 2004, Hoa Kỳ và UAE cũng đã cùng nhau ký kết Hiệp định khung về đầu tư và thương mại (Trade and Investment Framework Agreement – TIFA). Theo

đó, một hội đồng hợp tác đã được thành lập nhằm nghiên cứu các giải pháp xúc tiến, mở rộng quan hệ hợp tác song phương về thương mại và đầu tư giữa hai quốc gia. Đây đồng thời cũng là bước đệm quan trọng cho việc tiến tới ký kết Hiệp định Thương mại tự do giữa hai nước. (FTA là một trong những nỗ lực của Hoa Kỳ nhằm đạt được một khu vực mậu dịch tự do với Trung Đông vào năm 2013). Kể từ tháng 3 năm 2005 cả Hoa Kỳ và UAE đã xúc tiến tiến hành các cuộc đàm phán với hy vọng FTA sẽ được chính thức ký kết vào cuối năm 2006. Tuy nhiên tiến độ này đã không đạt được do vòng đàm phán thứ 5 (năm 2005) đột ngột bị trì hoãn sau khi thương vụ giành quyền quản lý 6 cảng ở Hoa Kỳ của công ty quốc doanh UAE không được chính quyền Hoa Kỳ chấp nhận. Đầu năm 2006, các cuộc đàm phán đã bắt đầu được nối lại và có những dấu hiệu khá khả quan.

Hiện nay, UAE nằm trong danh sách 10 đối tác thương mại lớn nhất thế giới của Hoa Kỳ và là đối tác thương mại lớn thứ ba tại Trung Đông (sau Israen và Ả rập Xê út). Hiện tại có tới khoảng 600 công ty của Mỹ đặt đại diện tại UAE. Theo thống kê của Hoa Kỳ, năm 2004, giá trị xuất khẩu của Hoa Kỳ vào UAE là 4,063 tỷ USD trong khi giá trị nhập khẩu từ thị trường này chỉ có 1,141 tỷ USD. Hoa Kỳ là đối tác thương mại lớn thứ 6 của UAE với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với Hoa Kỳ năm 2004 chiếm khoảng 4% tổng kim ngạch trao đổi thương mại của UAE với thế giới.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Hoa Kỳ vào UAE là vũ khí, thiết bị sử dụng trong lĩnh vực dầu khí, máy móc, ô tô, máy bay, dụng cụ y tế. Hoa Kỳ nhập khẩu từ UAE chủ yếu là dầu khí và hàng dệt may.

## 2.2 Quan hệ UAE - Trung Quốc

Trung Quốc và UAE chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào ngày 1 tháng 1 năm 1984. Kể từ đó đến nay, mối quan hệ chính trị, kinh tế và thương mại giữa hai quốc gia đã có những bước phát triển liên tục và đáng kể. Năm 1985 Trung Quốc và UAE đã ký với nhau Hiệp định về hợp tác kinh tế, thương mại và kỹ thuật. Cũng trong năm đó Ủy ban về hợp tác kinh tế, thương mại và kỹ thuật cũng đã được



thành lập. Hiệp định về Bảo hộ đầu tư và Hiệp định về tránh đánh thuế hai lần được hai nước ký vào năm 1993.

Trong những năm gần đây kim ngạch xuất khẩu của hàng hoá Trung Quốc vào UAE liên tục tăng với mức tăng trưởng trung bình giai đoạn 2001 đến nay là 30% một năm. Năm 2002, kim ngạch thương mại giữa hai nước đạt 3,895 tỷ USD (trong đó xuất khẩu của Trung Quốc là 3,45 tỷ USD và nhập khẩu là 445 triệu USD). Con số này năm 2003 đã tăng lên 5,234 tỷ USD, đưa Trung Quốc trở thành đối tác nhập khẩu lớn nhất của UAE. Theo số liệu thống kê của Trung Quốc thì trong 6 tháng đầu năm 2006, kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai quốc gia đã tăng 29% đạt con số là 6,7 tỷ USD, và Trung Quốc vẫn tiếp tục duy trì vị trí đối tác nhập khẩu lớn nhất của UAE với kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc chiếm tới trên 10% tổng kim ngạch nhập khẩu của UAE. Quan hệ hợp tác giữa hai quốc gia cũng được mở rộng sang các lĩnh vực như đầu tư, xây dựng, y tế, tàu biển.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Trung Quốc vào thị trường UAE là hàng dệt may, quần áo, đồ thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm làm từ 5 kim loại chủ yếu (vàng, bạc, đồng, sắt, và thiếc), thiết bị giải trí, máy vi tính và các thiết bị ngoại vi. Các mặt hàng Trung Quốc nhập khẩu từ UAE chủ yếu là thời nhôm, hoá chất nông nghiệp, dầu mỏ và polytene.

### 2.3 Quan hệ UAE - Nhật Bản

Quan hệ ngoại giao giữa UAE và Nhật Bản được thiết lập ngay sau khi UAE thành lập năm 1971: tháng 12 năm 1973 Đại sứ quán của UAE được thiết lập tại Tokyo, tháng 4 năm 1974 Đại sứ quán của Nhật Bản được thiết lập tại UAE. Nhật Bản coi UAE là một trong những thị trường lớn, vừa là nơi tiêu thụ hàng hoá vừa là nơi cung cấp nguyên nhiên liệu cho kinh tế Nhật Bản.

Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn nhất của UAE với giá trị xuất khẩu sang thị trường này chiếm tới 25,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của UAE. Trong khi đó Nhật Bản, những năm gần đây đã đánh mất vị thế là đối tác nhập khẩu lớn nhất của UAE vào tay Trung Quốc. Năm 2005, giá trị kim ngạch nhập khẩu từ Nhật Bản chiếm 7% tổng kim ngạch nhập khẩu của UAE và xếp hạng thứ 4 (sau EU, Trung

Quốc và Ấn Độ). Theo số liệu thống kê mới nhất của Nhật Bản thì từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2006, kim ngạch nhập khẩu từ UAE của Nhật Bản là 38 tỷ Dirham (tương đương khoảng 10,35 tỷ USD), tăng 65% so với cùng kỳ năm 2005. Trong khi đó xuất khẩu của Nhật Bản vào thị trường UAE chỉ đạt giá trị là 7 tỷ Dirham (khoảng 190,7 triệu USD). UAE là đối tác nhập khẩu lớn thứ 4, chiếm 5% kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản (lớn nhất là Trung Quốc, chiếm 20% và Mỹ, 12%). Trong khi đó UAE chỉ đứng thứ 22 trong số các thị trường xuất khẩu của Nhật Bản.

UAE xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản chủ yếu là dầu mỏ. Giá trị xuất khẩu dầu mỏ chiếm tới 98,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của UAE vào Nhật Bản. Trong khi đó các mặt hàng xuất khẩu của Nhật Bản vào UAE phần lớn là máy móc (chủ yếu là dùng trong ngành dầu khí), thiết bị điện và điện tử, ngoài ra còn có thiết bị y tế và dược phẩm v.v... Nhật Bản cũng là nhà cung cấp lớn nhất các sản phẩm điện thoại, máy quay phim, máy ảnh và các thiết bị ghi hình khác cho UAE.

#### 2.4 Quan hệ UAE - Ấn Độ:

Ấn Độ cũng là một trong những quốc gia thiết lập quan hệ ngoại giao với UAE sớm nhất. Về phương diện chính trị, cả hai bên đều cam kết giữ vững hoà bình và sự ổn định chính trị trong khu vực.

Quan hệ thương mại hai chiều giữa Ấn Độ và UAE trong những năm gần đây đã tăng lên đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu của Ấn Độ vào thị trường UAE tăng với tốc độ khá nhanh, từ 3,3 tỷ USD năm 2002 lên 8,5 tỷ USD vào năm 2005. Kim ngạch nhập khẩu của Ấn Độ từ UAE cũng tăng trưởng với tốc độ tương tự, từ 956 triệu USD (năm 2002) lên 4,3 tỷ USD (năm 2005). Quan hệ đầu tư giữa UAE và Ấn Độ cũng phát triển khá khả quan. Hiện nay có tới 600 công ty của Ấn Độ hoạt động trong rất nhiều lĩnh vực như sản xuất thép, xi măng, chế biến thực phẩm, công nghệ thông tin... có mặt tại JAFZ. Bên cạnh đó, Ấn Độ cũng là một trong đối tác cung cấp lao động lớn nhất cho UAE. Cộng đồng người Ấn Độ tại UAE năm 2005 lên tới 1,3 triệu người. Đa số lao động Ấn Độ tại UAE là lao động giản đơn, làm các công việc như công nhân xây dựng, công nhân tại các nông trang, người giúp việc; khoảng 30% là các lao động có kỹ thuật và trình độ cao làm các nghề như bác sĩ,

giáo sư, chuyên gia công nghệ thông tin, tư vấn pháp lý, và một bộ phận không nhỏ là các doanh nhân.

Triển vọng phát triển, mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư giữa UAE và Ấn Độ là hết sức khả quan bởi Ấn Độ là một quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao (8%) và Ấn Độ cũng đã ký kết FTA với GCC.

### **3. Quan hệ kinh tế, thương mại giữa UAE với các khối kinh tế**

#### **3.1 Quan hệ thương mại UAE - Liên minh châu Âu (EU)**

Liên minh châu Âu (European Union – EU) là một tổ chức liên chính phủ của các quốc gia châu Âu, được thành lập với tên gọi hiện nay theo Hiệp ước về Liên minh châu Âu năm 1992, thường gọi là Hiệp ước Maastricht. Hiện nay EU có 25 quốc gia thành viên với diện tích là 4 triệu km<sup>2</sup> và dân số là 455 triệu người; GDP bình quân đầu người là 21.100 USD/năm.<sup>7</sup>

Quan hệ thương mại giữa UAE và EU bắt đầu phát triển kể từ năm 1989 khi mà EU (lúc đó là EC) và GCC (mà UAE là thành viên) cùng nhau ký kết Hiệp định hợp tác nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại và duy trì ổn định trong khu vực. Hiện nay EU là đối tác thương mại lớn nhất của UAE với tổng kim ngạch thương mại năm 2004 là 24,406 tỷ Euro (trong đó xuất khẩu sang EU là 4,533 tỷ và nhập khẩu từ EU là 19,873 tỷ), tăng tới 85,9% so với năm 2003 và giá trị này chiếm tới 21,8% tổng kim ngạch ngoại thương (và 33,8% tổng kim ngạch nhập khẩu) của UAE. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch thương mại trong giai đoạn 2000-2004 giữa UAE và EU khá cao, tới 18,2%/năm, trong đó tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu là 17,9% và xuất khẩu là 19,3%. Tuy nhiên trong quan hệ buôn bán với EU, UAE luôn bị thâm hụt thương mại, với mức thâm hụt lớn nhất trong giai đoạn 2000-2004 là vào năm 2004. (Bảng I.5)

#### **Bảng I.5: Trao đổi thương mại hai chiều của UAE với EU (2001 – 2005)**

*Đơn vị: Triệu Euro*

---

<sup>7</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/EU>

Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE)

Năm	Nhập khẩu	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Tỷ trọng trong tổng kim ngạch nhập khẩu của UAE	Xuất khẩu	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của UAE	Cân bằng cán cân thương mại	Tổng giá trị xuất khẩu và nhập khẩu
2000	10.272		37,19	2.236		5,15	-8.035	12.508
2001	11.006	7,1	33,29	2.601	16,3	5,96	-8.404	13.607
2002	11.268	2,4	35,11	2.739	5,3	6,74	-8.529	14.007
2003	10.693	-5,1	31,58	3.362	22,7	7,75	-7.331	14.054
2004	19.873	85,9	33,77	4.533	34,8	8,56	-15.340	24.406
Tốc độ tăng bình quân năm		<b>17,9</b>			<b>19,3</b>			<b>18,2</b>

*Nguồn:* IMF (Direction of Trade Statistics)

Các mặt hàng chủ yếu mà UAE nhập khẩu từ EU là máy móc và thiết bị giao thông (chiếm tới 62,5% tổng kim ngạch nhập khẩu từ EU năm 2005), tiếp đến là thực phẩm và hoá chất. Còn UAE xuất khẩu sang EU phần lớn là dầu khí và máy móc (chiếm 57,2 tổng kim ngạch xuất khẩu sang EU).

Đối tác lớn nhất của UAE trong EU là Pháp tiếp đến là Đức và Anh. Kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều giữa UAE và Pháp tăng đáng kể trong vòng 10 năm qua. Năm 2005 kim ngạch xuất nhập khẩu giữa UAE và Pháp tăng 9% so với năm 2004, đạt 3,383 tỷ Euro.

### 3.2 Quan hệ thương mại của UAE trong Hội đồng hợp tác vùng Vịnh

Hội đồng hợp tác vùng Vịnh (*The Gulf Cooperation Council – GCC*), trước đây gọi là Hội đồng hợp tác các nước vùng Vịnh Ả rập (AGCC), thành lập năm 1981 là một diễn đàn hợp tác về kinh tế, chính trị gồm 6 quốc gia thành viên là Ả rập Xê út, Bahrain, Kuwait (Cô oét), Oman, Qatar (Cata) và UAE. Các nước thành viên GCC đều có chung đặc điểm là dân số ít và phân bố không tập trung, có trữ lượng dầu mỏ cao (GCC nắm giữ tới 45% trữ lượng dầu mỏ của toàn thế giới và cung cấp 20% sản phẩm từ dầu thô cho nhu cầu toàn thế giới) và khả năng quân sự hạn chế. Do đó, mục tiêu thành lập của GCC là nhằm hợp tác cả về kinh tế cũng như chính trị để đảm bảo sự ổn định, vững chắc cho mỗi quốc gia cũng như cho cả

khu vực. Từ tháng 1 năm 2003 liên minh thuế quan GCC đã chính thức có hiệu lực, tạo điều kiện thúc đẩy tự do hoá thương mại trong nội khối GCC.

**Hình I.4:** Trao đổi thương mại của UAE với GCC (2000 – 2004)

**Hình I.5:** Tỷ trọng kim ngạch thương mại giữa UAE và các quốc gia thành viên GCC (năm 2004)

Kim ngạch xuất nhập khẩu với các quốc gia GCC chiếm khoảng 6,3% (năm 2004) tổng kim ngạch trao đổi thương mại với toàn thế giới của UAE, với tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2000 – 2004 là 53% (từ 11,8 tỷ Dirham năm 2000 lên 18,2 tỷ Dirham năm 2004) (Hình I.3), trong đó nhập khẩu tăng trưởng với tốc độ 10%, xuất khẩu tăng 128%, trong khi tái xuất chỉ tăng 4%.

Trong 5 quốc gia GCC thì Ả rập Xê út vẫn luôn là đối tác thương mại lớn nhất của UAE với kim ngạch thương mại năm 2004 chiếm tới 44% tổng giá trị buôn bán hai chiều của UAE với các quốc gia GCC. Giữ vị trí thứ hai là Oman, chiếm 18%. (Hình I.4)

*Tóm lại, qua tìm hiểu và phân tích các điều kiện kinh tế, xã hội ta có thể thấy UAE là một quốc gia nằm ở vị trí rất thuận lợi cho thông thương và giao lưu thương mại với nhiều quốc gia, đồng thời nền kinh tế UAE là một nền kinh tế mở, các chính sách thương mại khá thông thoáng và phù hợp với thông lệ quốc tế, do đó UAE có quan hệ thương mại rất tốt với các quốc gia và khối kinh tế lớn. UAE đồng thời là một thị trường có sức mua lớn, nhu cầu đa dạng và hàng rào kỹ thuật không*

quá khắt khe. Thế mạnh xuất khẩu lớn nhất của UAE là dầu mỏ, ngoài ra về nông sản thì có chà là và hải sản (chủ yếu là cá biển); Các mặt hàng nhập khẩu chiếm tỷ trọng lớn đồng thời cũng là các mặt hàng tái xuất chủ yếu của UAE là đồ điện tử, ngọc trai, đá quý và kim loại quý, hàng dệt may, sản phẩm rau quả và thực phẩm chế biến, hoá phẩm và các sản phẩm từ nhựa và cao su - đây đều là những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu lớn. Với tất cả những đặc điểm này có thể thấy UAE là một đối tác, một thị trường đầy tiềm năng và rất rộng mở đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

## CHƯƠNG II

### THỰC TRẠNG QUAN HỆ KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – UAE

#### I. Đôi nét về quan hệ ngoại giao Việt Nam – UAE

Việt Nam và UAE chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào ngày 1 tháng 8 năm 1993. Quan hệ giữa hai quốc gia được thiết lập và duy trì, phát triển dựa trên tinh thần hợp tác, hữu nghị, cảm thông và chia sẻ. Cho tới nay nước ta và nước bạn đã ký kết hai hiệp định đáng chú ý là Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế, Khoa học Kỹ thuật và Thương mại (tháng 10 năm 1999), Hiệp định về vận chuyển hàng không (tháng 5 năm 2001) và trong năm nay dự kiến sẽ đi đến thoả thuận và ký kết hiệp định về Lao động. Chính phủ ta đã mở cơ quan Tổng lãnh sự quán Việt Nam tại Dubai (tháng 10 năm 1997) và cơ quan thương vụ Việt Nam tại Dubai (2001). Vào tháng 10 năm 2004, Trung tâm thương mại Việt Nam tại Dubai cũng đã chính thức được khai trương và đi vào hoạt động. Đây chính là bước đi để tạo điều kiện cho các bạn UAE có thể tìm hiểu thông tin về thị trường và doanh nghiệp Việt Nam và thiết lập quan hệ trực tiếp với các doanh nghiệp Việt Nam.

Xác định được rằng quan hệ ngoại giao sẽ là cơ sở vững chắc cho quan hệ kinh tế, thương mại phát triển, đem lại lợi ích cho cả hai bên nên chính phủ nước ta cũng rất chú ý tới các chuyến thăm xúc tiến ngoại giao và thương mại. Trước khi chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao, chuyến thăm UAE đầu tiên của nước ta do Thứ trưởng ngoại giao Nguyễn Cơ Thạch dẫn đầu đã diễn ra vào tháng 4 năm 1976. Trong thời gian từ năm 1992 đến năm 2006, chính phủ và nhà nước ta đã cử 5 đoàn chính thức do các Phó thủ tướng hoặc Phó chủ tịch nước dẫn đầu sang thăm UAE

Ngoài ra còn có rất nhiều các chuyến thăm không chính thức của các bộ trưởng các bộ thủy sản, bộ Lao động và Thương binh xã hội, chuyến thăm của đoàn các tỉnh. Và gần đây nhất là chuyến thăm của Bộ trưởng Bộ Lao động Thương binh và Xã hội Nguyễn Thị Hằng từ ngày 21 đến 26/1/2006. Chuyến thăm lần này của Bộ trưởng Nguyễn Thị Hằng là nhằm thảo luận các biện pháp thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế nhất là trong lĩnh vực hợp tác lao động giữa Việt Nam với các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất. Số lượng có doanh nghiệp trong nước sang UAE và các

doanh nghiệp nước bạn sang Việt Nam vì các nhu cầu thương mại, du lịch cũng tăng nhanh. Các đoàn doanh nghiệp Việt nam sang Dubai, đáng chú ý có đoàn doanh nghiệp thủy sản, đoàn của Hiệp hội đồ gỗ, Hiệp hội lương thực, Tổng công ty thuốc lá.

Các doanh nghiệp phía Việt Nam cũng có rất nhiều nỗ lực trong việc tìm hiểu, khai phá thị trường UAE thông qua việc tổ chức các đoàn khảo sát và tham gia các hội chợ thương mại. Trong các hội chợ mà Việt Nam tham gia, có thể kể đến Lễ hội Làng toàn cầu, Hội chợ mùa xuân, Hội chợ mùa thu, Motexha, Big 5, Index, Quà tặng.

Mới đây nhất, vào ngày 14 tháng 6 năm 2006, tại Dubai đã diễn ra Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – UAE do Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam phối hợp với Lãnh sự quán Việt Nam tại Dubai và Phòng thương mại và công nghiệp Dubai tổ chức. Diễn đàn đã thu hút sự tham gia của hơn 100 doanh nhân Ả rập và đại diện của gần 40 doanh nghiệp đến từ Việt Nam. Đây là một bước tiến quan trọng trong việc xúc tiến và phát triển quan hệ thương mại giữa hai quốc gia.

## II. Thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

### 1. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE:

#### 1.1 Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE

Kể từ khi Việt Nam tiến hành công cuộc đổi mới, mở cửa nền kinh tế và đặc biệt là từ khi Đảng và nhà nước ta chủ trương thực hiện chính sách đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ kinh tế đối ngoại, chúng ta đã có những chuyên hàng xuất khẩu sang UAE. Tuy nhiên giai đoạn đó việc xuất khẩu sang UAE chỉ ở quy mô nhỏ, không ổn định và chỉ mang tính thử nghiệm.

Xuất khẩu của Việt Nam sang UAE chỉ thực sự phát triển và đi vào quỹ đạo từ sau khi hai nước chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao, đặc biệt là bắt đầu từ năm 1999 với kim ngạch xuất khẩu năm 1999 tăng tới 6,9 lần so với năm 1998 (từ 2,503 triệu USD lên 19,946 triệu USD) [bảng II.1]. UAE từ chỗ là một thị trường xuất khẩu nhỏ, không đáng kể của Việt Nam thì từ năm 1999 đã chính thức có mặt



trong danh mục “Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam”. Nếu năm 2000, UAE đứng thứ 34 trong danh sách thị trường xuất khẩu của Việt Nam xếp theo quy mô kim ngạch (với kim ngạch xuất khẩu chiếm 0,16% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam) thì năm 2004 đã vươn lên thứ 28 (chiếm 0,35%) và năm 2005 con số này là thứ 26 (chiếm 0,38%)<sup>8</sup>. Năm 2005, UAE đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam ở khu vực Tây Nam Á - Phi Châu.

**Bảng II.1** : Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE (1998 – 2005)

Năm	Tổng kim ngạch trao đổi hai chiều		Tổng kim ngạch xuất khẩu		Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch trao đổi hai chiều (2)/(1) (%)
	Giá trị (triệu USD) (1)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (triệu USD) (2)	Tăng trưởng (%)	
1998	8,293		<b>2,503</b>		30,2
1999	31,339	277,0	<b>19,946</b>	<b>696,8</b>	63,6
2000	32,610	4,0	<b>23,836</b>	<b>19,5</b>	73,1
2001	43,239	32,6	<b>33,133</b>	<b>39,0</b>	76,6
2002	69,519	60,8	<b>41,209</b>	<b>24,4</b>	59,3
2003	119,519	71,9	<b>65,994</b>	<b>60,1</b>	55,2
2004	147,652	23,5	<b>93,571</b>	<b>41,8</b>	63,4
2005	190,746	29,2	<b>121,526</b>	<b>29,9</b>	63,7

*Nguồn*: Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại<sup>9</sup>

Số liệu ở bảng II.1 cho thấy kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE tăng khá nhanh. Năm 2005, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang UAE đạt 121,526 triệu USD, chiếm 63,7% tổng giá trị trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và UAE và tăng gấp gần 50 lần so với năm 1998. Trong giai đoạn 1998 – 2005 chỉ có duy nhất một năm Việt Nam thâm hụt thương mại với UAE đó là vào năm 1998, với kim ngạch xuất khẩu chỉ chiếm có 30,2% tổng kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu; thâm hụt thương mại trong năm này là -3,287 triệu USD. Từ năm 1999 đến nay Việt Nam liên tục thặng dư thương mại với UAE, mức thặng dư lớn nhất là

<sup>8</sup> <http://www1.mot.gov.vn/tktm/Default.aspx?itemid=4>

<sup>9</sup> <http://www1.mot.gov.vn/tktm/Default.aspx?itemid=4>

vào năm 2005 (52,306 triệu USD). Liên tục trong các năm từ 1999 - 2005 tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE luôn giữ ở mức trên 20%, trong đó cao nhất là vào năm 2003, tăng tới hơn 60% so với năm 2002, đạt 65,994 triệu USD.

**Bảng II.2** : Kim ngạch xuất khẩu sang UAE - so sánh với tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam

Năm	Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam		Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường UAE		
	Giá trị (triệu USD) (1)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Giá trị (triệu USD) (3)	Tỷ trọng trong tổng KNXXK của Việt Nam (3)/(1)	Tốc độ tăng trưởng (%)
1999	11.541		19,946	<b>0.17</b>	
2000	14.483	<b>25,5</b>	23,836	<b>0.16</b>	19,5
2001	15.029	<b>3,8</b>	33,133	<b>0.22</b>	39,0
2002	16.706	<b>11,2</b>	41,209	<b>0.25</b>	24,4
2003	20.149	<b>20,6</b>	65,994	<b>0.33</b>	60,1
2004	26.503	<b>31,5</b>	93,571	<b>0.35</b>	41,8
2005	32.223	<b>21,6</b>	121,526	<b>0.38</b>	29,9
Tốc độ tăng trưởng TB		<b>19</b>			<b>35,8</b>

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại<sup>10</sup>

Cùng với quy mô, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang UAE cũng tăng đáng kể. Theo định hướng phát triển xuất khẩu thời kỳ 2000-2010 của Việt Nam thì chúng ta nỗ lực đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong 10 năm là 15%. So sánh với mục tiêu này thì có thể thấy, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang UAE đã vượt xa mức trung bình đó (*Bảng II.2*).

Trong khi tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 1999 -2005 tăng trưởng với tốc độ trung bình là 19% một năm thì tốc độ này của kim ngạch xuất khẩu vào thị trường UAE là 35,8%. Sự tăng trưởng này còn thể hiện ở chỗ, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường UAE trong tổng kim ngạch xuất khẩu của

<sup>10</sup> <http://www.l.mot.gov.vn/tktm/Default.aspx?itemid=4>

Việt Nam cũng tăng lên liên tục từ 0,17% năm 1999 lên 0,255 năm 2002 và đạt 0,38% năm 2005. Tuy nhiên có thể thấy tốc độ tăng này ở mức cao nhưng không ổn định, đạt tới đỉnh điểm năm 2003 (60,1%) và đang giảm dần trong 2 năm trở lại đây (41,8% năm 2004 và 29,9% năm 2005) (tốc độ tăng trưởng của tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 cũng giảm so với 2004). Nguyên nhân của tình trạng này có thể được lý giải là do các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang UAE có giá giảm (như hạt tiêu, hạt điều, dệt may), khối lượng xuất khẩu giảm (hạt tiêu).

## 1.2 Cơ cấu xuất khẩu theo mặt hàng của Việt Nam sang UAE

UAE là một quốc gia có số dân rất nhỏ nên nhu cầu tiêu thụ tại chỗ là rất thấp. Song, UAE lại là một thị trường tái xuất vô cùng sôi động, đây là thị trường trung chuyển đứng thứ 3 thế giới (chỉ sau Hồng Kông và Singapore), do đó nhu cầu về chủng loại hàng hoá là rất đa dạng. Đây chính là cơ hội cho các nhà xuất khẩu Việt Nam.

Hàng hoá của Việt Nam xuất sang thị trường UAE trong những năm gần đây không chỉ tăng đáng kể về quy mô mà chủng loại và cơ cấu mặt hàng cũng ngày càng đa dạng. Từ đầu những năm 1990, ta xuất sang UAE chỉ khoảng trên dưới năm mặt hàng chủ yếu là giày dép, chè, hạt tiêu, hàng dệt may, và hàng linh kiện điện tử thì đến nay con số này đã lên tới 30. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường UAE là: Hàng linh kiện điện tử, hàng dệt may, giày dép các loại, đồ gỗ, nông sản chủ yếu là hạt tiêu, hạt điều, chè, cà phê, gạo; trong những năm gần đây có thêm các mặt hàng như hàng thuỷ sản, hàng thủ công mỹ nghệ, thực phẩm đồ uống, đồ chơi trẻ em, nhóm hàng túi xách, ví, vali, mũ. [Bảng II.3]

**Bảng II.3:** Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang UAE (2000 – 2005)

*Đơn vị: 1000 USD*

Mặt hàng	Năm					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hàng điện tử, linh kiện và máy tính các loại	4564	11108	14826	21123	25064	30181
Giày dép các loại	2769	3675	4352	6980	8297	10416
Hạt tiêu	10313	10970	5511	9850	10151	9277
Hàng dệt may	310	693	n/a	1831	3190	6071
Gỗ và sản phẩm từ gỗ	262	518	533	1340	2419	4567
Hàng thủy sản	203	867	784	935	1320	3848
Hàng rau quả	43	20	85	636	1762	3598
Hạt điều	n/a <sup>11</sup>	68	58	1444	1462	2392
Chè	76	248	299	61	696	2108
Gạo	470	113	8	n/a	924	1374
Cà phê	95	483	76	136	456	1122
Hàng thủ công mỹ nghệ	n/a	n/a	630	672	469	875
Túi xách, ví, vali, mũ	n/a	848	n/a	284	649	799
Sản phẩm đá, gốm sứ thủy tinh, kim loại quý	n/a	116	n/a	130	128	608
Sản phẩm nhựa	187	601	n/a	297	487	402
Đồ chơi trẻ em	n/a	4	38	102	42	121
Thực phẩm đồ uống	99	232	n/a	215	n/a	n/a

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại; Tổng cục Hải quan<sup>12</sup>

Số liệu tại bảng II.3 cho thấy kim ngạch các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam tăng khá nhanh. Nhìn chung hàng xuất khẩu của Việt Nam sang UAE chủ yếu vẫn là sản phẩm của các ngành công nghiệp nhẹ, sử dụng nhiều lao động, hàng có mức độ gia công chế biến thấp và hàng nguyên liệu, nông sản có độ biến động về giá rất cao. Cho tới nay thì chúng ta vẫn chưa có nhiều các mặt hàng xuất khẩu chế

<sup>11</sup> n/a: Không có số liệu thống kê chính thức

<sup>12</sup> <http://www1.mot.gov.vn/tktm/Default.aspx?itemid=6&ttruong=59>

biến sâu và tinh. Có một điều rất đáng ghi nhận đó là kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử linh kiện luôn đứng ở vị trí đầu tiên về mặt giá trị, tuy nhiên trong những năm gần đây tỷ trọng của nhóm hàng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu đang có xu hướng giảm.

Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam sang UAE trong những năm gần đây như sau:

#### 1.2.1 Hàng linh kiện điện tử – mặt hàng có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu lớn nhất

Sau 20 năm thu hút đầu tư nước ngoài, ngành công nghiệp điện tử Việt Nam đã có nhiều đóng góp đáng kể vào sự phát triển của nền kinh tế. Kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành điện tử đã tăng hơn 15 lần trong vòng 10 năm. Năm 2005, theo Bộ Công nghiệp và Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử Việt Nam xuất khẩu của ngành đạt 1,5 tỉ USD, trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay. Bộ thương mại cũng xác định đây là mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu dự kiến có thể đạt 4,7 tỷ USD vào năm 2010, do làn sóng đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực điện, điện tử và sản xuất linh kiện máy tính ở Việt Nam tăng mạnh với nhiều dự án đầu tư rất lớn.

Trong khi đó, UAE mà đặc biệt là Dubai là một thị trường nổi tiếng về các loại hàng điện tử, tivi, máy vi tính và các linh kiện tương ứng đối với các khách du lịch. Mỗi năm UAE nhập khẩu khoảng 700 đến 800 triệu USD mặt hàng máy vi tính và thiết bị ngoại vi. Nhu cầu này vẫn đang tiếp tục gia tăng vì UAE đang trong quá trình nỗ lực để hiện đại hoá và bắt kịp tốc độ thay đổi như vũ bão của công nghệ thông tin. Thêm vào đó, UAE cũng chính là điểm trung chuyển rất sôi động mặt hàng này đến các quốc gia trong khu vực Ả rập nơi nhu cầu về mặt hàng linh kiện điện tử cũng đang gia tăng rất nhanh.

Mặt hàng điện tử, máy vi tính và linh kiện điện tử là một mặt hàng xuất khẩu chính, luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE. Từ năm 2001 mặt hàng này đã vượt qua hạt tiêu để trở thành mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất trong danh mục các mặt hàng xuất khẩu sang UAE. Tỷ trọng lớn nhất là vào năm 2002, chiếm 36%, các năm khác đều xấp

xi trên dưới 30%. Cho tới nay, vị trí đó vẫn được duy trì và ngày càng được củng cố (bảng II.4).

**Bảng II.4:** Kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện điện tử sang thị trường UAE (2000 – 2005)

Năm	Giá trị (1000 USD) (1)	Tăng trưởng (%) (2)	Tổng KNXX sang UAE (1000 USD) (3)	Tỷ trọng trong tổng KNXX sang UAE (1)/(3) (%)	Tổng KNXX Hàng điện tử của Việt Nam (1000 USD) (5)	Tỷ trọng trong tổng KNXX của Việt Nam (1)/(5) (%)
2000	4.564	-	23.836	<b>19.1</b>	163.782	2,79
2001	11.108	143,4	33.133	<b>33.59</b>	212.829	5,22
2002	14.826	33,5	41.209	<b>36.0</b>	212.795	6,97
2003	21.123	42,5	65.994	<b>32.0</b>	274.183	7,70
2004	25.064	18,7	93.571	<b>26.8</b>	394.053	6,36
2005	30.181	20,4	121.526	<b>24.8</b>	1.419.000	2,13

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Năm 2005, giá trị xuất khẩu hàng máy tính và linh kiện của Việt Nam vào UAE đạt 30,181 triệu USD, tăng 20,4% so với năm 2004. Tuy nhiên nếu xét về dung lượng của thị trường UAE cũng như so với tiềm năng của Việt Nam thì con số này vẫn còn rất nhỏ bé. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang UAE chỉ chiếm có 2,13% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng máy tính, điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam năm 2005. Thêm vào đó, UAE không hề có một hạn chế nào về mặt định lượng cũng như đã áp dụng một mức thuế nhập khẩu thấp đối với nhóm hàng này. Do vậy, đây chính là cơ hội là tiềm năng lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện điện tử xúc tiến và mở rộng xuất khẩu vào một thị trường mới. Tuy nhiên để làm được điều này thì cần có chiến lược và định hướng cụ thể để đáp ứng tốt yêu cầu của thị trường.

### 1.2.2 Hạt tiêu – mặt hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam

Hạt tiêu là một trong những đặc sản, là niềm tự hào của xuất khẩu Việt Nam. Hạt tiêu Việt Nam nổi tiếng là có hương thơm và vị cay đặc biệt. Với chất lượng

đặc biệt, giá thành rẻ, năng suất cao, sản phẩm hạt tiêu Việt Nam có sức cạnh tranh tốt trên thị trường thế giới. Hạt tiêu Việt Nam được các nước đánh giá là đóng vai trò quyết định trên thị trường thế giới. Tại một số thị trường lớn, hạt tiêu Việt Nam chiếm vai trò chi phối quan trọng, chẳng hạn như 33% tổng nhu cầu tiêu thụ tại Mỹ và 40% tại EU. Gần đây, đã có doanh nghiệp Nhật Bản sang Việt Nam đầu tư xây dựng nhà máy chế biến hạt tiêu đem về Nhật Bản tiêu thụ. Hiện nay, Việt Nam đứng thứ 3 trên thế giới về sản lượng hạt tiêu xuất khẩu (chỉ sau Ấn Độ và Indonesia) và chiếm gần 16% thị phần hạt tiêu thế giới.

Nhu cầu tiêu thụ hạt tiêu mà chủ yếu là tiêu đen tại các nước Ả rập nói chung và tại UAE nói riêng là rất cao do người dân xứ này có tập quán sử dụng nhiều gia vị trong ăn uống. Tiêu đen của Việt Nam rất được ưa chuộng tại UAE, đặc biệt là tại Dubai. Ngoài ra một tỷ lệ lớn hạt tiêu Việt Nam nhập khẩu vào Dubai là được giành để tái xuất sang các nước trong khu vực vùng Vịnh.

Hạt tiêu là một mặt hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam vào thị trường UAE, có mặt ngay từ những ngày đầu tiên Việt Nam bắt đầu xâm nhập thị trường này. Tiêu đen là mặt hàng duy nhất của Việt Nam chiếm thị phần lớn tại thị trường Dubai, với tỷ lệ khoảng 30%. Việt Nam là một trong ba nguồn cung hạt tiêu lớn nhất của UAE (cùng với Ấn Độ và Indônêxia). Bảng II.5 cho thấy tăng trưởng xuất khẩu hạt tiêu về giá trị và số lượng cũng như là tỷ trọng giá trị xuất khẩu hạt tiêu trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE và trong tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam từ năm 2000 đến 2005.

**Bảng II.5:** Khối lượng và giá trị hạt tiêu xuất khẩu sang UAE (2000-2005)

Năm	Khối lượng		Kim ngạch		Tổng KNXX sang UAE (1000 USD) (2)	(1)/(2) (%)	Tổng KNXX hạt tiêu của Việt Nam (1000 USD) (3)	(1)/(3) (%)
	Giá trị (tấn)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (1000 USD) (1)	Tăng trưởng (%)				
2000	2.656	-	10.313	-	23.836	<b>43,3</b>	14.5927	7,1
2001	6.885	<b>159,2</b>	<b>10.970</b>	6,4	33.133	33,1	91.237	<b>12</b>
2002	4.173	-39,4	5.511	-49,8	41.209	13,4	109.689	5
2003	7.307	75,1	9.850	<b>78,7</b>	65.994	14,9	105.070	9,4

2004	<b>7.463</b>	2,1	10.151	3,1	93.571	10,8	150.000	6,8
2005	7.234	-3,1	9.277	-8,6	121.526	7,6	152.000	6,1

Nguồn: Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Từ các số liệu tính toán tại *bảng II.5* ta có thể thấy xuất khẩu hạt tiêu sang UAE luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của toàn quốc, với mức cao nhất là 12% (năm 2001). Điều này cho thấy UAE vẫn luôn duy trì là một trong những thị trường xuất khẩu hạt tiêu chủ yếu của Việt Nam. Hạt tiêu cũng là một trong những mặt hàng chủ lực trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang UAE, với kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu qua các năm luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào UAE. Tuy nhiên tỷ trọng này lại đang có xu hướng giảm (năm 2005 giá trị kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu chỉ chiếm có 7,6% tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE, là mức thấp nhất trong giai đoạn 2000-2005). Nguyên nhân là do cơ cấu mặt hàng xuất khẩu vào UAE ngày càng đa dạng hơn.

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng hạt tiêu vào thị trường UAE không duy trì ổn định, liên tục có sự biến động thất thường. Năm 2002, sản lượng xuất khẩu hạt tiêu vào UAE giảm xấp xỉ 40%, từ 6.885 tấn (2001) xuống còn 4.173 (2002). Điều này có thể lý giải vì nền kinh tế của UAE trong năm đó bị suy thoái, đương nhiên sẽ ảnh hưởng không nhỏ tới thị trường hạt tiêu. Do tác động của yếu tố giá cả hạt tiêu trên thị trường quốc tế nên trong khi sản lượng giảm 40% thì giá trị lại giảm tới gần 50% (từ 10,970 xuống còn 5,511 triệu USD). Năm 2003, hạt tiêu xuất khẩu vào UAE được hồi phục. Song đến năm 2005, xuất khẩu mặt hàng này vào UAE lại tiếp tục giảm nhẹ sau khi tăng không đáng kể vào năm 2004.

Tuy nhiên những tháng đầu năm nay, xuất khẩu hạt tiêu vào UAE đã có những dấu hiệu khả quan. Theo báo cáo thống kê của Tổng cục Hải quan, đến hết tháng 7 năm 2006, Việt Nam đã xuất khẩu sang thị trường UAE 5.402 tấn hạt tiêu đạt giá trị là 7,252 triệu USD, tương đương 5,6% tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam (là 129,298 triệu USD) trong cùng kỳ, đứng thứ 4 trong số các thị



trường xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam (đứng sau Hà Lan, Đức, Ấn Độ với giá trị xuất khẩu tương ứng là 7,3; 7,1 và 6,7 triệu USD).

### 1.2.3 Giày dép – mặt hàng xuất khẩu có giá trị kim ngạch cao

Mặt hàng giày dép là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong những năm gần đây, giày dép luôn là mặt hàng có giá trị kim ngạch lớn thứ ba trong những mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam. Theo dự báo năm 2006, kim ngạch xuất khẩu giày dép sẽ đạt khoảng 3,4 tỷ USD, tăng trên 300 triệu so với năm 2005. Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam cũng có tốc độ tăng trưởng nhanh và khá ổn định là khoảng 18%/năm. Thị trường giày dép chủ yếu của Việt Nam là EU và Hoa Kỳ.

Trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường UAE thì giày dép cũng luôn là một trong những mặt hàng có giá trị kim ngạch cao nhất. Năm 2005, mặt hàng giày dép đã vượt qua hạt tiêu để trở thành mặt hàng xuất khẩu vào UAE có giá trị kim ngạch lớn thứ hai, sau hàng linh kiện điện tử.

**Bảng II.6:** Giá trị kim ngạch xuất khẩu giày dép vào UAE (2000-2005)

Năm	Kim ngạch (1000 USD)	Tăng trưởng (%)	Tổng KNXK sang thị trường UAE (1000 USD)	Tỷ trọng trong tổng KNXK sang UAE (%)
2000	2.769		23.836	<b>11,61</b>
2001	3.675	32,7	33.133	11,09
2002	4.352	18,4	41.209	10,56
2003	6.980	60,4	65.994	10,58
2004	8.297	18,9	93.571	8,87
2005	10.416	25,5	121.526	8,57

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào thị trường UAE luôn ở mức tăng trưởng cao và ổn định, trong đó năm có mức tăng trưởng cao nhất là năm 2003, tăng tới 60,4%, từ 4,352 triệu USD năm 2002 lên 6,980 năm 2003. Năm 2005

giá trị xuất khẩu mặt giày dép vào UAE của Việt Nam đã đạt 121,526 triệu USD, tăng 25,5% so với năm 2004.

Giày dép luôn là mặt hàng chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE so với các mặt hàng khác. Tuy nhiên tỷ trọng này lại đang có xu hướng giảm. Nếu năm 2000 giá trị xuất khẩu giày dép chiếm 11,6% tổng giá trị xuất khẩu sang UAE thì năm 2005 tỷ trọng này chỉ còn 8,57% (tuy nhiên tỷ trọng này vẫn còn cao so với các mặt hàng khác).

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào UAE có tăng đều đặn trong những năm qua song vẫn là không đáng kể so với hàng từ Trung Quốc, Ấn Độ. Một trong những nguyên nhân chủ yếu khiến giày dép của Việt Nam vẫn còn rất mờ nhạt tại thị trường này là do tính đơn điệu về chủng loại và chậm thay đổi về mẫu mã. Giày dép của Việt Nam tại UAE chủ yếu chỉ có hai loại là dép phụ nữ và dép trẻ em, mẫu mã còn khá đơn giản và chưa chú trọng vào việc đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng tại thị trường này, cũng như những thị trường mà mặt hàng này sẽ được tái xuất từ UAE. Đây chính là một nhược điểm mà các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép của Việt Nam cần chú ý thay đổi để có thể đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu giày dép vào thị trường UAE sao cho xứng đáng là một mặt hàng chủ lực của xuất khẩu Việt Nam.

#### 1.2.4 Hàng dệt may – mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ hai

UAE nhập khẩu một khối lượng lớn hàng dệt may, đồng thời cũng có nhiều nhà máy sản xuất ngành hàng này tại các khu thương mại tự do. Hàng dệt may nhập khẩu cũng như sản xuất của UAE chủ yếu để phục vụ cho mục đích xuất khẩu. Phần lớn hàng dệt may của UAE là được nhập khẩu từ Trung Quốc, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ, Thái Lan, Italia và Pháp. Trong khi đó thị trường tái xuất chính của UAE là Iran.

Hàng dệt may vẫn luôn là một trong 5 mặt hàng có kim ngạch cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu vào UAE. Năm 2005 kim ngạch hàng dệt may chiếm khoảng 5% tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường UAE. Hàng dệt may xuất khẩu vào UAE tăng nhanh từ dưới 1 triệu USD (những năm trước 2002) lên tới 3 triệu rồi 6 triệu (năm 2005). Tốc độ tăng trưởng kim ngạch hàng dệt may luôn ở mức cao cụ

thể là năm 2004 là 74,2% và năm 2005 tới 90%, luôn cao hơn mức tăng trưởng xuất khẩu dệt may của cả nước (trung bình khoảng 30 đến 40%/năm). Tuy nhiên sản phẩm dệt may của Việt Nam còn rất đơn điệu về mẫu mã và kém về chất lượng, do đó vấp phải sự cạnh tranh gay gắt về giá cũng như mẫu mã từ hàng Trung Quốc và Ấn Độ cũng như các nhãn hiệu nổi tiếng của Tây Âu.

**Bảng II.7:** Giá trị kim ngạch xuất khẩu dệt may vào UAE (2000 -2005)

Năm	Giá trị (1000 USD)	Tăng trưởng (%)	Tổng KNXX sang UAE (1000 USD)	Tỷ trọng trong tổng KNXX sang UAE (%)
2000	310		23.836	1.3
2001	693	123,5	33.133	2.1
2002	n/a	-	41.209	-
2003	1.831	-	65.994	2.8
2004	3.190	74,2	93.571	3.4
2005	6.071	90,3	121.526	5

Nguồn: Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại<sup>13</sup>

Dệt may luôn là mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn thứ 2 của Việt Nam chỉ sau dầu thô, thế nhưng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang UAE chỉ chiếm khoảng từ 0,03 đến 0,07% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam điều đó cho thấy UAE chưa phải là một thị trường xuất khẩu chủ yếu của mặt hàng dệt may. Tuy nhiên đây vẫn mặt hàng có nhiều triển vọng mở rộng nếu trong những năm tới ta có định hướng và chiến lược phát triển cụ thể.

#### 1.2.5 Hàng thủy sản – mặt hàng có tốc độ tăng trưởng kim ngạch cao

Nguồn cung ứng thủy sản tại UAE gồm có đánh bắt cá và nhập khẩu. Đánh bắt cá là nghề truyền thống lâu đời của người bản xứ UAE. Sản lượng cá của UAE khá lớn, ngoài tiêu dùng trong nước còn có thể xuất khẩu sang các nước láng giềng

<sup>13</sup> <http://www1.mot.gov.vn/tktm/Default.aspx?itemid=6&ttruong=59>

khoảng 300 triệu USD hàng năm. Tuy nhiên UAE phải nhập khẩu tôm, cua, các loại cá nước ngọt; hoặc vào mùa sinh sản của cá (mùa hè), chính phủ UAE cấm đánh cá cũng là lúc phải nhập khẩu. Nhập khẩu chủ yếu là để phục vụ cho công nghiệp chế biến và tái xuất. Các nhà nhập khẩu hải sản ở UAE nhập khẩu để cung cấp cho nhà hàng, khách sạn và hệ thống chợ, siêu thị. Một số nhà máy chế biến hải sản cũng nhập khẩu trực tiếp đồ thủy hải sản để làm nguyên liệu chế biến. Nguồn hàng nhập khẩu lớn nhất là từ các nước Ấn Độ, Ôman và một số nước châu Phi. Nhu cầu hàng thủy sản bao gồm: hàng tươi sống, đông lạnh và đồ hộp, trong đó hàng tươi sống được khuyến khích bằng cách miễn thuế nhập khẩu, trong khi đó hàng khác chịu mức thuế chung là 5%. Hàng tái xuất và hàng nhập khẩu vào khu tự do kinh tế cũng được miễn thuế.

Hàng thủy sản là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng liên tục tăng trong những năm gần đây. Sau khi giảm nhẹ (9,6%) vào năm 2002, bắt đầu từ năm 2003, hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu vào UAE có xu hướng tăng trở lại, đặc biệt là từ sau chuyến thăm và xúc tiến thương mại của Thứ trưởng Bộ Thủy sản Nguyễn Thị Hồng Minh. Trong giai đoạn 5 năm, từ năm 2000 đến 2005, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường UAE đã tăng từ 0,203 triệu USD lên 3,848 triệu USD. Mức tăng trưởng cao nhất là vào năm 2005 tới 191,5%. Tỷ trọng kim ngạch thủy sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu vào UAE cũng luôn giữ ở mức ổn định từ 1,5 đến 2,5%, trong đó năm có tỷ trọng cao nhất là 3,2% (năm 2005). Đây chính là dấu hiệu đáng mừng cho thấy hàng thủy sản đang trên đà tăng trưởng và ngày càng củng cố vai trò quan trọng của mình trong các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường UAE.

**Bảng II.8:** Giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản vào UAE (2000 - 2005)

Năm	Giá trị (1000 USD)	Tăng trưởng (%)	Tổng KNXK sang UAE (1000 USD)	Tỷ trọng trong tổng KNXK sang UAE (%)
2000	203		23.836	0.85
2001	867	327	33.133	2.6

2002	784	-9.6	41.209	1.9
2003	935	19.3	65.994	1.42
2004	1.320	41.2	93.571	1.41
2005	3.848	191.5	121.526	3.2

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang UAE chủ yếu là tôm đông lạnh (chiếm khoảng 70% tổng kim ngạch), ngoài ra là cá fillet và cua. Trở ngại lớn nhất của việc xuất khẩu thủy sản vào UAE là việc vận tải. Hiện nay giữa Việt Nam và UAE chưa có đường bay trực tiếp nên việc xuất khẩu hàng tươi sống là rất khó khăn; hàng đông lạnh và đồ hộp trị giá thấp hơn trong khi lại bị chuyển hàng bằng máy bay chi phí khá cao. Để tăng cường xuất khẩu thủy hải sản vào thị trường UAE cần đẩy mạnh tiếp thị, tìm các hợp đồng có giá trị từng chuyến hàng cao thì sẽ tiết kiệm được chi phí vận tải, đồng thời chú trọng vào các mặt hàng Việt Nam có thế mạnh so với các nước khác như tôm, cua.

#### 1.2.6 Hạt điều – mặt hàng có nhiều triển vọng

Hạt điều là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong chiến lược xuất khẩu quốc gia giai đoạn 2006 - 2010, hạt điều sẽ có mặt trong 8 ngành hàng được Bộ Thương mại lựa chọn để ưu tiên phát triển. Hiện nay Việt Nam có 350.000 ha canh tác điều. Với kim ngạch xuất khẩu hạt điều năm 2005 là 418 triệu USD tăng 10,3% so với năm 2004, Việt Nam trở thành nước xuất khẩu điều lớn thứ 2 thế giới, sau Ấn Độ. Đến nay, thị trường xuất khẩu điều nhân của Việt Nam khá ổn định, trong đó lớn nhất là Mỹ (chiếm 33% tổng lượng xuất khẩu), tiếp đến là Trung Quốc, Hà Lan, Ôxtrâyliia. Tuy nhiên, mặc dù sản lượng xuất khẩu hạt điều của Việt Nam trong 9 tháng đầu năm nay tăng 17,4% so với cùng kỳ năm trước song doanh thu lại giảm, ước tính chỉ đạt 350 triệu USD, giảm 1,5% so với cùng kỳ năm ngoái do giá giảm.

Nhu cầu nhập khẩu hạt điều của UAE khá lớn với trị giá khoảng 15 triệu USD/năm (tương đương với giá trị cà phê nhập khẩu), tuy nhiên trước năm 2002 thì sản lượng cũng như kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào thị trường UAE rất nhỏ bé, chỉ chiếm có 0,14% tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE.

**Bảng II.9:** Giá trị kim ngạch xuất khẩu hạt điều vào thị trường UAE

Năm	Kim ngạch (1000 USD)		Tổng KNXXK sang UAE (1000 USD)	Tỷ trọng trong tổng KNXXK sang UAE (%)
	Giá trị (1000 USD)	Tăng trưởng (%)		
2001	68		33.133	0.21
2002	58	-14,7	41.209	0.14
2003	1.444	2389,6	65.994	2.18
2004	1.662	15,1	93.571	1.77
2005	2.392	43,9	121.526	1.96

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Bắt đầu từ năm 2003, tình trạng này đã được cải thiện. Và cho tới năm 2005 kim ngạch xuất khẩu hạt điều sang UAE liên tục tăng với mức tăng trưởng cao nhất là 43,9% (năm 2005). Nếu so sánh với kim ngạch xuất khẩu hạt điều của toàn quốc thì con số 2,4 triệu USD xuất khẩu hạt điều vào UAE là rất nhỏ bé và không đáng kể. Tuy nhiên điều đáng nói là những nỗ lực tiếp thị và mở rộng thị trường sang UAE của các doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều đã đạt được kết quả khả quan và do đó cho thấy triển vọng rất rộng mở cho hạt điều của Việt Nam tại UAE.

#### 1.2.7 Một số hàng nông sản khác

UAE là nước có khí hậu rất nóng và mưa rất ít, lại thất thường nên ngoài chà là thì tất cả các loại nông sản khác hầu như đều không canh tác được nên đều phụ thuộc hoàn toàn vào nhập khẩu từ nhiều nước khác nhau và do đó thị trường lại khá phong phú về chủng loại. Ngoài hạt tiêu và hạt điều là hai mặt hàng xuất khẩu chính vào UAE, thì hàng nông sản của Việt Nam có mặt tại thị trường UAE đáng chú ý là chè, gạo, cà phê và hàng rau quả. Mặc dù những mặt hàng này chiếm tỷ trọng không lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE (chỉ khoảng trên dưới 1%), song tốc độ tăng trưởng lại khá cao và có những bước tiến bất ngờ, báo hiệu khả năng trở thành những mặt hàng xuất khẩu quan trọng. Dưới đây là tình hình xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam vào thị trường UAE từ năm 2000 đến năm 2005.

**Bảng II.10:** Kim ngạch xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam vào thị trường UAE (2000 – 2005)

Năm	Chè		Gạo		Cà phê		Hàng rau quả	
	Giá trị (1000 USD)	Tăng trường (%)	Giá trị (1000 USD)	Tăng trường (%)	Giá trị (1000 USD)	Tăng trường (%)	Giá trị (1000 USD)	Tăng trường (%)
2000	76	-	470	-	95	-	43	-
2001	248	226,3	113	-75,9	483	408,4	20	-53,5
2002	299	20,6	8	-92,9	76	-84,3	85	325
2003	61	-79,6	n/a	-	136	78,9	636	648,2
2004	696	1041	924	-	456	235,3	1762	177
2005	2108	202,9	1374	48,7	1.122	146,1	3598	104,2

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

\***Chè:** Người dân Ả rập nói chung và người dân UAE nói riêng từ lâu đời đã có truyền thống sử dụng chè. UAE nhập khẩu chè chủ yếu từ Ấn Độ. chè nhập khẩu vào Dubai từ Ấn Độ và đi bằng thuyền nhỏ nên giá chè tại Dubai khá cạnh tranh. Loại chè được tiêu thụ tại chỗ chủ yếu là chè đen, còn chè xanh đa phần là được tái xuất sang Ma rốc. Chè bán trong các siêu thị ở Dubai thường là chè túi, có giá cả cao hơn so với chè tái xuất và được yêu cầu bao bì theo tiêu chuẩn.

Chè là một trong những mặt hàng có mặt ngay từ những ngày đầu hàng hoá Việt Nam xâm nhập thị trường UAE. Tuy nhiên cho tới nay thị phần chè Việt Nam tại UAE và Dubai nói riêng còn rất nhỏ, không đáng kể so với chè nhập khẩu từ Ấn Độ. Kim ngạch xuất khẩu chè của ta sang UAE cũng đã tăng đáng kể trong những năm gần đây, song sự tăng trưởng đó lại không ổn định. Năm 2003 giá trị chè xuất khẩu vào UAE đột ngột giảm rất lớn sau 2 năm tăng trưởng mạnh. Nguyên nhân của tình trạng này có thể được lý giải là do việc UAE bắt đầu đánh thuế 5% lên mặt hàng chè đen nhập khẩu trong khi trước đây là hoàn toàn miễn thuế. Trong hai năm trở lại đây thì kim ngạch xuất khẩu chè vào UAE đã bắt đầu tăng trở lại với mức tăng trưởng khá cao. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu chè vào UAE của Việt Nam đạt 2,108 triệu USD, gấp ba lần so với năm 2004 (0,696 triệu USD). Tập trung chuyên hướng vào sản xuất chè đen có giá trị cao hơn là một trong những định

hướng mà các doanh nghiệp xuất khẩu chè của Việt Nam cần chú trọng để có thể đẩy mạnh hơn nữa việc xuất khẩu chè vào UAE.

**\*Gạo:** Gạo tiêu dùng tại UAE hầu hết nhập khẩu từ Ấn Độ (tới 70%), một phần khác là nhập khẩu từ Pakistan, Thái Lan, Australia. Lý do quan trọng của cơ cấu nhập khẩu này là thị hiếu tiêu dùng. Người Ấn Độ và người Pakistan vốn chiếm tỷ lệ dân khá đông tại UAE cũng như các nước vùng Vịnh với truyền thống ăn bốc, do đó loại gạo Ấn Độ và Pakistan được tiêu thụ dễ dàng hơn.

Gạo Việt Nam nhập khẩu vào UAE hầu như không đáng kể do sự cạnh tranh quá mạnh về giá của gạo Ấn Độ và chất lượng của gạo Thái Lan. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã xuất khẩu gạo có chất lượng tương tự như gạo Thái Lan vào UAE song thị phần cũng còn rất nhỏ bé so với kim ngạch gạo của Thái Lan, chưa tương xứng với vị trí là nước xuất khẩu gạo lớn thứ 3 thế giới của Việt Nam. Mặt khác, gạo Việt Nam nhập khẩu vào Dubai chủ yếu nhằm vào việc tái xuất sang các nước châu Phi. Năm 2005 Việt Nam xuất 5052 tấn gạo sang thị trường UAE tương đương 1,374 triệu USD, tăng 48,7% so với năm 2004. Đây chính là một dấu hiệu đáng mừng cho mặt hàng gạo xuất khẩu của Việt Nam tại UAE.

**\*Cà phê:** Xu hướng tiêu dùng cà phê đang ngày càng gia tăng ở UAE đặc biệt là tại Dubai, với hàng loạt các cửa hàng cà phê mới phục vụ nhu cầu du khách từ khắp nơi trên thế giới và người cư trú dài hạn. Cà phê nhập khẩu vào Dubai chủ yếu là từ Nam Mỹ và châu Phi đặc biệt là từ Braxin, Ấn Độ với chủng loại rất đa dạng. Cà phê tái xuất vào châu Âu thường yêu cầu loại cà phê tan, tuy nhiên khi xuất khẩu vào Dubai thì có thể xuất dạng cà phê hạt chưa qua chế biến. Cà phê bột đã qua chế biến khi nhập khẩu vào UAE được yêu cầu bao bì nhôm hoặc kim loại bỏ trong container đặc biệt.

Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới nhưng cà phê Việt Nam vào UAE chưa nhiều và rất không ổn định, khối lượng chỉ khoảng vài trăm tấn và kim ngạch dưới 0,5 triệu USD. Cá biệt có năm như năm 2002 ta chỉ xuất vào UAE có 76 tấn, giảm tới 84% so với năm 2001. Tuy nhiên năm 2005 đã đánh dấu một bước tăng trưởng mạnh trong xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường UAE



với khối lượng 1.151 tấn, tương đương 1,122 triệu USD, tăng trưởng 146% so với năm 2004. Song có một thực tế là cà phê xuất khẩu vào thị trường UAE chủ yếu vẫn là ở nguyên liệu thô, chưa qua chế biến nên giá trị không cao do đó ngay cả khi khối lượng tăng nhanh thì cũng không đạt được hiệu quả xuất khẩu. Để gia tăng sản lượng cùng với kim ngạch thì ngành cà phê Việt Nam cần thiết phải thay đổi cơ cấu theo hướng tăng tỷ trọng cà phê chế biến đồng thời chú trọng nghiên cứu thị hiếu nhu cầu và tăng cường tiếp thị tìm bạn hàng.

**\*Hàng rau quả:** Trong những năm gần đây, nhờ đầu tư mạnh vào nông nghiệp nên UAE đã tự túc được khoảng 2/3 nhu cầu về rau. Tuy nhiên cả khu vực vùng Vịnh nói chung đều không trồng được rau nên nhu cầu nhập khẩu vẫn còn rất lớn. Rau nhập khẩu vào UAE chủ yếu từ Iran, Pakistan và châu Phi. Nhu cầu về chủng loại rau cũng rất phong phú do nơi đây có rất nhiều sắc dân sinh sống với tập quán sử dụng rau rất đa dạng. Đến Dubai ta có thể tìm mua được cả những loại rau rất đặc trưng của người Việt Nam như rau muống, rau mùng tơi, rau dền. Trong khi đã tự túc được phần lớn nhu cầu về rau thì UAE vẫn phải gần như nhập khẩu hoàn toàn các loại trái cây. UAE khuyến khích nhập khẩu trái cây, không hạn chế về số lượng và hoàn toàn được miễn thuế. Do đó, thị trường trái cây ở UAE rất đa dạng từ trái cây khô, trái cây đóng hộp, trái cây đông lạnh cho tới trái cây tươi; cùng một loại trái cây cũng rất phong phú về nguồn gốc xuất xứ. Ví dụ như cùng là trái xoài thì trên thị trường Dubai có xoài của Kenia, của Nam Phi, của Pakistan, của Thái Lan, của Ấn Độ....

Rau quả của Việt Nam nhập khẩu vào UAE chưa đáng kể, chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE nhưng lại là một mặt hàng xuất khẩu có triển vọng do tốc độ tăng trưởng rất cao, thường xuyên trên mức 100%. Kim ngạch xuất khẩu rau quả vào UAE tăng rất mạnh. Chỉ trong 5 năm xuất khẩu rau quả vào UAE đã tăng từ 0,043 triệu USD (năm 2000) lên 3,598 triệu USD (năm 2005). Năm 2005, giá trị xuất khẩu rau quả chiếm gần 3% tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường UAE của Việt Nam. Mặc dù con số này là chưa cao song nó cho thấy rau quả đang dần chiếm lĩnh vị trí mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam vào thị trường UAE.

## 2. Hoạt động nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường UAE:

### 2.1 Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường UAE

Bên cạnh việc tăng cường xuất khẩu sang thị trường UAE, khối lượng hàng hoá Việt Nam nhập khẩu từ UAE cũng tăng lên theo thời gian. Ta có thể thấy rõ điều này tại *bảng II.11*.

Số liệu cho thấy, xu hướng chung là nhập khẩu hàng hoá từ thị trường UAE của Việt Nam tăng lên trong những năm qua. Năm 1998, lượng hàng hoá Việt Nam nhập khẩu từ UAE mới đạt giá trị 5,8 triệu USD thì đến năm 2005 con số này đã lên tới 69,2 triệu USD. Như vậy giai đoạn từ 1998 đến 2005, Việt Nam đã nhập khẩu từ UAE khối lượng hàng hoá có tổng giá trị là 241,199 triệu USD. Chỉ duy nhất có năm 1998 là kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ UAE chiếm tới 69,8% tổng kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai quốc gia, còn lại các năm từ 1999 đến 2005, UAE thường xuyên nhập siêu đối với Việt Nam.

**Bảng II.11** : Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường UAE (1998-2005)

Năm	Tổng kim ngạch trao đổi hai chiều		Tổng kim ngạch nhập khẩu		Tỷ trọng trong tổng kim ngạch trao đổi 2 chiều (%)
	Giá trị (triệu USD)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tăng trưởng (%)	
1998	8,293		<b>5,790</b>		69,8
1999	31,339	277,0	<b>11,393</b>	<b>96,8</b>	36,4
2000	32,61	4,0	<b>8,774</b>	<b>-22,9</b>	26,9
2001	43,239	32,6	<b>10,106</b>	<b>15,2</b>	23,4
2002	69,519	60,8	<b>28,310</b>	<b>180,1</b>	40,7
2003	119,519	71,9	<b>52,480</b>	<b>89,1</b>	44,8
2004	147,652	23,5	<b>54,081</b>	<b>1,1</b>	36,6
2005	190,746	29,2	<b>69,220</b>	<b>28,0</b>	36,3

*Nguồn*: Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

Mặc dù xu hướng chung là tăng lên, song tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu từ UAE lại thay đổi rất không ổn định. Năm 2000 kim ngạch nhập khẩu từ UAE giảm tới 22,9% so với năm 1999 (giảm từ 11,393 triệu USD năm 1999 xuống còn 8,774 triệu USD năm 2000). Sau đó kim ngạch này lại bắt đầu tăng lên và đến năm 2002 nó đạt mức tăng kỷ lục với tốc độ tăng trưởng lên tới 180% so với năm 2001. Thế nhưng chỉ hai năm sau đó mức tăng này rút xuống chỉ còn 1,1%.

Từ những phân tích biến động trên cho thấy, mặc dù kim ngạch nhập khẩu từ UAE có tăng lên song đây chỉ là sự tăng trưởng tất yếu trong quá trình phát triển quan hệ thương mại song phương giữa hai quốc gia. Còn trên thực tế, UAE chưa thực sự là một bạn hàng nhập khẩu ổn định và quan trọng của Việt Nam. Điều này có thể lý giải ở chỗ, thị trường xuất khẩu và tái xuất chủ yếu của UAE nằm ngay trong khu vực vùng Vịnh rất thuận lợi và giảm thiểu được chi phí chuyên chở. Còn đối với Việt Nam, các mặt hàng tái xuất chủ yếu của UAE như rau quả, thực phẩm chế biến, hoá phẩm, da thuộc, đồ gỗ, hàng dệt may v.v... lại là những mặt hàng mà Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu, ít có nhu cầu nhập khẩu.

## 2.2 Cơ cấu nhập khẩu theo mặt hàng của Việt Nam từ UAE

Theo thời gian chủng loại mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ UAE cũng đã ngày càng đa dạng hơn. Nếu năm 2000, ta chỉ nhập khẩu có 4 mặt hàng chính từ UAE là bông; máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng; phân urê và sản phẩm hoá chất thì đến nay ta nhập khẩu khoảng 15 mặt hàng các loại từ những loại có kim ngạch rất nhỏ như hàng điện tử và linh kiện, giấy, cao su, rau củ quả (có kim ngạch chưa tới 10.000 USD), linh kiện phụ tùng ô tô, hàng thuỷ sản, đến những mặt hàng có kim ngạch lớn như chất dẻo, phân bón, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng và sản phẩm hoá chất (*bảng II.12*).

**Bảng II.12:** Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ thị trường UAE

Mặt hàng	2000		2001		2002	2003		2004		2005	
	Giá trị	Tỷ	Giá trị	Tỷ	n/a	Giá trị	Tỷ	Giá trị	Tỷ	Giá trị	Tỷ

		trọng		trọng			trọng		trọng		trọng
Chất dẻo nguyên liệu	-	-	258	2.56	n/a	5022	9.4	9265	17.1	14067	20.3
Phân bón các loại	-	-	-	-	n/a	-	-	13163	24.3	11409	16.5
Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng	2998	34.2	4277	42.3	n/a	6490	12.1	5382	9.95	3249	4.7
Sản phẩm hoá chất	183	2.1	89	0.89	n/a	156	0.3	615	1.1	645	0.9

*Đơn vị: 1000 USD/%*

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

**Phân bón** là mặt hàng có mặt sớm nhất trong danh mục những hàng hoá mà Việt Nam nhập khẩu từ UAE, trong đó, chủ yếu là nhập khẩu phân urê. Năm 2005, Việt Nam nhập khẩu 39.634 tấn trị giá 11,409 triệu USD, giảm 1,754 triệu USD so với năm 2004. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu phân bón trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ UAE do đó cũng giảm từ 24,3% năm 2004 xuống còn 16,5% năm 2005.

**Chất dẻo nguyên liệu** là mặt hàng nhập khẩu có giá trị cao nhất từ năm 2003 trở lại đây. Liên tục trong 3 năm kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này liên tục tăng với tốc độ lần lượt là tăng 19 lần (2003/2001), 84,49% (2004/2003), 51,83% (2005/2004). Năm 2005, ta nhập khẩu 13.196 tấn chất dẻo nguyên liệu, với trị giá là 14,067 triệu USD, chiếm 20,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ UAE.

### **3. Hoạt động xuất khẩu lao động của Việt Nam sang thị trường UAE**

Xuất khẩu lao động là một trong những kênh tạo việc làm hiệu quả, góp phần nâng cao thu nhập cho người lao động và mang lại nguồn thu ngoại tệ cho đất nước. Xuất khẩu lao động cũng đã tạo ra hàng loạt việc làm trong các ngành dịch vụ liên quan như đào tạo nghề, dạy tiếng nước ngoài, góp phần giảm bớt áp lực giải quyết việc làm trong nước. Mỗi năm các doanh nghiệp xuất khẩu lao động đã nộp cho ngân sách Nhà nước hàng chục tỷ đồng từ lợi nhuận và phí quản lý. Trong những năm tới, hoạt động xuất khẩu lao động của Việt Nam đang có cơ hội mở rộng do thị

trường lao động quốc tế đang có nhu cầu lớn về sử dụng lao động nước ngoài, đặc biệt là những ngành nghề phù hợp khả năng của lao động Việt Nam, chẳng hạn như lắp ráp điện tử, dệt, da giày, may mặc, lao động dịch vụ, giúp việc gia đình, chăm sóc người bệnh, trồng và khai thác nông nghiệp, lâm nghiệp. Thị trường cho xuất khẩu lao động của Việt Nam hiện nay đã lên đến con số 50 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó các thị trường xuất khẩu chủ yếu vẫn là Nhật Bản, Hàn Quốc, Malayxia và Đài Loan. Cùng với các thị trường truyền thống này, thị trường Trung Đông và châu Phi cũng có nhu cầu về lao động nước ngoài thông qua các dự án xây dựng, một số nước vùng Vịnh cũng bắt đầu nhận lao động Việt Nam.

Việt Nam có một lực lượng lao động dồi dào với trên 44 triệu người trong độ tuổi lao động, bình quân hàng năm đội ngũ này được bổ sung thêm khoảng 1,2 triệu người. Đây chính là nguồn cung ứng lớn cho thị trường trong nước và xuất khẩu. Theo đánh giá của nhiều chủ sử dụng lao động nước ngoài, lao động Việt Nam có ưu điểm là cần cù, thông minh, sáng tạo, năng động và có khả năng tiếp thu nhanh các công việc khác nhau. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo nghề trong tổng số người đi xuất khẩu lao động đã tăng từ 35% năm 2003 lên gần 50% hiện nay. Năm 2005, cả nước đã có gần 70.600 lao động đi làm việc ở nước ngoài, tăng gần 5% so với năm ngoái. Lượng ngoại tệ do lao động Việt Nam chuyển về nước năm nay ước đạt 1, 6 tỷ USD. Hướng tới khai thác và mở rộng sang thị trường Trung Đông là một trong những nhiệm vụ quan trọng của xuất khẩu lao động Việt Nam trong những năm tới.

Việt Nam bắt đầu đưa lao động xuất khẩu sang thị trường UAE từ năm 2000. Đến nay, có khoảng 3000 lao động Việt Nam đang làm việc tại UAE mà chủ yếu là ở Dubai. Nếu tính cả các lao động đi theo những con đường không chính thức thì con số này có thể lên tới khoảng 4000 người. Số lượng lao động xuất khẩu sang Dubai chiếm tới 70% tổng số lao động xuất khẩu sang khu vực Trung Đông. Lao động Việt Nam xuất khẩu sang UAE hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực xây dựng như thợ xây, thợ sắt, thợ mộc cốppha, thợ hàn, thợ lắp ráp, thợ cơ khí, thợ điện nước, thợ sơn, thợ điện lạnh. Ngoài ra còn có lao động làm các vị trí trong các ngành dịch vụ như phục vụ khách sạn, nhà hàng, nhân viên bán hàng và một số ít các lao động nữ làm trong các tiệm thẩm mỹ, chăm sóc sắc đẹp. Lao động Việt Nam tại UAE hầu như không có hoạt động trong vị trí người giúp việc gia đình vì người

dân UAE đa số theo Đạo hồi và họ thường có xu hướng thuê những người hồi giáo từ các nước như Indonesia, Philipines.

Kể từ khi ta bắt đầu khai thác thị trường này đã có rất nhiều đơn vị tham gia, trên cả nước có 7 doanh nghiệp chủ yếu thực hiện tuyển dụng, đào tạo và đưa lao động sang UAE đó là AIRSERCO, SONA, LOD, VINACONEX, LICOGI, VINAMEX, VILEXIM, ngoài ra có nhiều doanh nghiệp khác cũng tham gia như Transimexco, Công ty Dệt may Phú Thọ, Công ty vụn hoa, Công ty Vinamotor. Trong đó mạnh nhất là Trung tâm xuất khẩu lao động Airserco thuộc Tổng Công ty hàng không Việt Nam, với số lao động đưa sang chiếm tới 60% số lao động Việt Nam tại UAE. Airserco cũng là trung tâm duy nhất có văn phòng đại diện hợp pháp tại Dubai. Bên cạnh Airserco thì Vinaconex và Vilexim cũng là các doanh nghiệp khá mạnh trong lĩnh vực xuất khẩu lao động sang thị trường này.

Trên thực tế, nhu cầu về lao động của UAE còn rất lớn vì UAE đã và đang tiếp tục đầu tư rất mạnh mẽ cho xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng. Ngoài ra ngành dịch vụ khách sạn, nhà hàng và du lịch đang tăng trưởng mạnh cũng cần rất nhiều lao động phục vụ. UAE rất cần các lao động có tay nghề cao, các quản đốc có trình độ, các nhân viên phục vụ biết việc và có khả năng giao tiếp tốt bằng tiếng Anh. Rất tiếc là chất lượng lao động Việt Nam lại chưa đáp ứng được những đơn hàng rất có giá trị này. Lao động Việt Nam trên thực tế mới chỉ đáp ứng được các nhu cầu về thợ lao động phổ thông, thợ có tay nghề thấp như thợ phụ. Số lượng các lao động Việt Nam có tay nghề cao làm thợ hàn TIG, MIG công nghệ cao, thợ vận hành máy, thợ lắp ráp, thợ điện lạnh mới chỉ đáp ứng được một phần rất nhỏ nhu cầu UAE, và đa số các lao động này trong thời gian mới sang cũng chỉ là các lao động phổ thông. Thực tế Việt Nam không phải là quá thiếu các thợ có tay nghề khá mà điều đáng tiếc là những người có trình độ chuyên môn cao thì trình độ ngoại ngữ rất yếu, gần như không giao tiếp được bằng Tiếng Anh cho nên khả năng nắm bắt và làm việc độc lập kém, dễ gây hiểu lầm trong công việc, khó có cơ hội thăng tiến lên vị trí cao hơn. Ngoài vấn đề trình độ giao tiếp tiếng Anh rất kém, người lao động Việt Nam so với người lao động các nước khác ở tại thị trường UAE (như Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh, Nepal, Ai Cập, Sri Lanka,...) có một số điểm yếu sau như chưa biết hoặc chưa đủ kinh nghiệm làm việc với công nghệ mới (do thiếu về

ơ sở vật chất tại các cơ sở đào tạo), sức khoẻ yếu, hay gây gổ đánh nhau, dễ bị kích động, hay uống rượu, đánh bạc. Tuy nhiên lao động Việt Nam cũng có điểm mạnh so với lao động một số nước khác là chịu khó học hỏi, nắm bắt công việc nhanh, khéo tay, sáng tạo và chăm chỉ.

Lao động xuất khẩu sang UAE có rất nhiều thuận lợi. Trước hết là mức lương trung bình không quá thấp. Thu nhập từ lương cho lao động tại UAE dao động từ 150 đến 1.500 USD/người/tháng, chưa kể tiền làm thêm, tiền thưởng. Thấp nhất là dọn phòng khách sạn 150 USD/người/tháng, cao nhất là các kỹ sư, công nhân xây dựng lành nghề 1.200 - 1.500 USD/người/tháng. Nếu so sánh với mức lương tại Nhật Bản hay Hàn Quốc thì mức lương trung bình 200 đến 300USD/người/tháng chưa phải là cao song bù, người lao động tại UAE không phải đóng bất kỳ một loại thuế nào, được chủ sử dụng mua bảo hiểm tai nạn, bảo hiểm y tế, lo ăn ở, đi lại (làm việc), có chế độ nghỉ phép, nghỉ ốm theo luật sở tại... Người lao động có quyền làm thêm giờ không hạn chế và được hưởng mức lương cao. Thêm vào đó, chi phí cho người lao động sang UAE cũng thấp hơn nhiều so với sang các thị trường khác, chỉ khoảng 1.100 - 1.600 USD/người, tùy theo ngành nghề (tương đương chi phí đi Malaysia). Chất lượng sống của người lao động tại UAE cũng rất tốt: Các loại thực phẩm ở UAE khá sẵn và rẻ đặc biệt là thịt gà, thịt bò, cá, trứng, sữa, tim gan gà,...; rau tuy có đắt hơn song cũng khá sẵn và đa dạng. Có thể tìm thấy hầu hết các loại rau quả quen thuộc ở Việt Nam như rau muống, cải xanh, bắp cải, mồng tơi, rau đay, rau mùi, húng bạc hà, xoài xanh, khoai lang, cam, táo, nho, chuối, thanh long,... Về nơi ở, lao động thường được ở tập trung trong các khu ở gọi là camp, và camp của một công ty thường ở trong một khu vực tập trung rất nhiều camp của các công ty khác (Labour Camp Area) và thường gần các khu công nghiệp. Quanh đó có đủ các dịch vụ như điện thoại, Internet, các siêu thị, bến xe, ... Với lao động các ngành dịch vụ vệ sinh thường ở trong các biệt thự lớn mà chủ sử dụng thuê cho nhân viên của mình. Phòng ở thường được trang bị tối thiểu là máy điều hoà, giường ngủ và chăn gối và có từ 6 – 14 người/phòng tùy vào diện tích phòng. Hầu hết các công ty đều cung cấp điện nước sinh hoạt miễn phí cho người lao động và có những quy định để chống lãng phí điện nước.

Trong thời điểm các thị trường truyền thống, tiềm năng như Hàn Quốc, Malaysia, Đài Loan... có phần khó khăn thì hướng xuất khẩu lao động sang UAE là một hướng đi tốt và đầy triển vọng vì nhu cầu lao động ở UAE vẫn còn rất lớn và UAE không hề có bất cứ hạn chế nào đối với số lượng lao động nhập khẩu, xuất khẩu được bao nhiêu lao động là hoàn toàn phụ thuộc vào quan hệ làm việc của doanh nghiệp phía ta với đối tác, cũng như hiệu quả, thái độ lao động của chính người lao động.

#### **4. Hoạt động đầu tư của UAE vào Việt Nam**

Việt Nam đã là điểm đến quen thuộc của các nhà đầu tư lớn từ các quốc gia như Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan và cả Hoa Kỳ. Trong khi đó dòng đầu tư của UAE ra nước ngoài đang tăng lên mạnh mẽ trong những năm qua. Hiện nay, theo nhận định chung, dòng vốn đầu tư của UAE đang hướng chủ yếu vào các lĩnh vực xây dựng, bất động sản, du lịch.... Có nguồn thu lớn từ dầu mỏ, các nhà đầu tư UAE đều có nguồn lực rất mạnh về tài chính (điển hình là gần đây nhất, chính phủ UAE đã ký kết các dự án đầu tư sang Maroc với tổng vốn lên tới 12 tỷ USD), đây chính là điều rất thuận lợi để triển khai các dự án lớn quan trọng.

Trên thực tế thì Việt Nam vẫn là một điểm đến đầy mới mẻ của các nhà đầu tư UAE. Các nhà đầu tư UAE mới chỉ biết đến Việt Nam trong hơn một năm trở lại đây và mới đang bắt đầu giai đoạn thăm dò thị trường. Đáng chú ý nhất trong quan hệ đầu tư giữa Việt Nam và UAE là quyết định đầu tư của tập đoàn chuyên về bất động sản Sama Dubai. Trong chuyến khảo sát tại Việt Nam, tập đoàn này đã quyết định đầu tư vào dự án xây dựng cầu Cửa Đại tại thị xã Hội An (Quảng Nam) theo hình thức BOT với tổng vốn đầu tư lên đến 400 tỷ đồng. Đây là cầu dây văng có chiều dài 1.256m, dự kiến sẽ sớm triển khai ngay trong thời gian tới. Tập đoàn này cũng đang hướng mục tiêu vào thành phố Hồ Chí Minh với dự án xây dựng một khu đô thị tại Thủ Thiêm và một dự án đóng tàu lớn. Quy mô cho cả hai dự án trên lên đến 4,2 tỷ USD. Mặc dù còn đang trong giai đoạn khảo sát lập dự án đầu tư, nhưng qua hầu hết các buổi tiếp xúc với các cơ quan chức năng tại Việt Nam, đại diện của Tập đoàn Sama Dubai đều bày tỏ quyết tâm đầu tư vào Việt Nam rất mạnh mẽ.



Ngoài ra trong lĩnh vực cảng, Hãng Dubai Ports World cho biết kế hoạch đầu tư của hãng này trong ba năm tới sẽ dành đến 3,5 tỷ USD để đầu tư vào năm cảng lớn trên thế giới, trong đó có một cảng lớn tại TP HCM. Gần đây Tập đoàn Genfinancial Holding GA (Dubai) còn đề nghị Thương vụ Việt Nam kết nối với Tổng giám đốc của Tập đoàn Vinashin (Việt Nam) nhằm tiến tới lập một liên doanh đóng tàu có vốn lên đến 434 triệu Euro.

Mới đây nhất vào đầu tháng 9 năm 2006, Giám đốc khách sạn năm sao Millennium Airport (Dubai - UAE) Bruce A. Khalili đã tìm đến Thành phố Hồ Chí Minh. Dù không muốn tiết lộ chi tiết, nhng ông này đã khẳng định đây là chuyến đi “tiền trạm” để mở đầu cho kế hoạch đầu tư quy mô lớn vào Việt Nam trong thời gian tới. Hiện nay, ngoài cương vị giám đốc khách sạn, ông Bruce A.Khalili còn là đại diện của Hãng hàng không tư nhân Dolphin Airlines phụ trách về đầu tư tại khu vực châu Á. Theo ông Bruce, trước mắt Dolphin sẽ xin mở đường bay trực tiếp từ Dubai đến TP HCM, sau đó Dolphin và một số tập đoàn chuyên về bất động sản tại UAE sẽ xem xét đầu tư vào hệ thống các khách sạn, khu du lịch dọc theo bãi biển ở phía Nam của Việt Nam.

Việc đầu tư của các nhà đầu tư UAE vào Việt Nam mới chỉ là những bước khảo sát ban đầu nhưng đã cho thấy rất nhiều triển vọng khả quan. Trong diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – UAE tổ chức hồi tháng 6 vừa qua tại Dubai, nhiều nhà đầu tư UAE đã đánh giá Việt Nam là tâm điểm đầu tư của họ trong những năm tới. Tuy nhiên trên thực tế còn rất nhiều nhà đầu tư tại UAE vẫn chưa hình dung được Việt Nam đang có những lợi thế về đầu tư như thế nào. Do đó nhiệm vụ trong giai đoạn tới của các cơ quan xúc tiến đầu tư Việt Nam là đưa UAE vào danh sách những thị trường lớn để tập trung hơn nữa công tác quảng bá xúc tiến về đầu tư cũng như thương mại.

### III. Một số đánh giá về quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

#### 1. Đặc điểm mối quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

Qua phân tích số liệu về thực trạng quan hệ kinh tế thương mại giữa Việt Nam và UAE trong giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2005 ta có thể rút ra một số đặc điểm khái quát về mối quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE như sau:

*Thứ nhất*, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và UAE là mối quan hệ giữa một nước có mức sống cao, GDP đứng trong top 50 quốc gia của thế giới với một quốc gia nghèo, sản xuất nông nghiệp là chủ yếu và đang trong quá trình xây dựng đất nước, tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Kinh tế Việt Nam và kinh tế UAE cũng có những sự khác biệt. Nền kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế đang phát triển với quy mô xuất khẩu nhỏ, chủng loại hàng hoá xuất khẩu tuy đa dạng nhưng giá trị lại thấp; trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu thì sản phẩm thô, nguyên liệu chiếm tỷ lệ cao, hàm lượng công nghệ thấp. Hàng xuất khẩu của Việt Nam là hàng được sản xuất hoặc gia công trong nước. Trong khi đó, UAE là nước tái xuất lớn thứ ba thế giới, hàng tái xuất chủ yếu là hàng có hàm lượng công nghệ cao, có giá trị lớn như sản phẩm điện tử, vàng bạc đồ trang sức cao cấp. Thêm nữa, UAE do có nguồn lực lớn từ dầu mỏ nên đầu tư cho cơ sở hạ tầng và kinh tế rất lớn và mạnh nên tốc độ phát triển rất nhanh. UAE hiện là một trong những quốc gia có hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại nhất thế giới. Sự khác biệt này nếu biết tận dụng tốt sẽ trở thành một điều thuận lợi, thành cơ hội trong phát triển quan hệ hợp tác giữa hai bên.

*Thứ hai*, quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam với UAE là mối quan hệ còn rất mới mẻ. Hai nước mới chỉ có quan hệ mua bán qua lại trong khoảng một chục năm trở lại đây với kim ngạch chiếm tỷ lệ khiêm tốn trong tổng kim ngạch buôn bán với thế giới của cả hai nước. Tuy nhiên thực tế thì mối quan hệ này đã sắp bước qua giai đoạn thử nghiệm, thăm dò và chuẩn bị tiến vào giai đoạn tăng trưởng, phát triển. Mặc dù có những sự khác biệt trong đặc điểm kinh tế, trong chiến lược phát triển, song điều này không vì thế làm cho triển vọng phát triển quan hệ giữa hai bên giảm đi mà ngược lại nếu biết tận dụng tốt cả hai bên sẽ trở thành những đối

tác bổ sung thích đáng cho nhau, góp phần quan trọng vào công cuộc xây dựng và phát triển đất nước của cả hai phía.

*Thứ ba, UAE và Việt Nam có những khác biệt trong việc xác định vị trí đối tác của nhau.* UAE cùng với Ả rập xê út được xác định là đối tác quan trọng và là thị trường chiến lược tại khu vực Châu Phi và Tây nam Á của Việt Nam. Nhưng ngược lại, Việt Nam lại chưa hề có tên trong danh sách các đối tác quan trọng và triển vọng của UAE. Trong mắt các doanh nghiệp UAE, Việt Nam vẫn còn rất xa lạ và họ gần như chưa có mấy hiểu biết về Việt Nam (trừ lĩnh vực lao động). Đặc biệt là các nhà đầu tư lớn trong lĩnh vực khách sạn của UAE thì càng chưa có cơ hội biết đến một môi trường đầu tư nhiều triển vọng như Việt Nam. Đây chính là nhiệm vụ quan trọng mà Việt Nam cần phải làm trong thời gian tới.

*Thứ tư, quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE một cách tất yếu là bị tác động bởi những định hướng chính sách chung của cả hai phía trong từng thời kỳ, cũng như vị trí địa lý, thói quen buôn bán, trình độ phát triển của Việt Nam, sự suy giảm hay tăng trưởng kinh tế của cả hai bên.* Điều này tạo ra ảnh hưởng hai chiều: một mặt có thể tạo ra tính hạn chế, giảm tính hiệu quả trong quan hệ thương mại; nhưng mặt khác cũng lại có thể thúc đẩy sự phát triển và đem lại lợi ích cho cả hai bên. Chẳng hạn như cuối năm 2001 đầu năm 2002, kinh tế UAE rơi vào suy thoái (do ảnh hưởng của giá dầu lửa giảm, và do chiến tranh tại Afghanistan), thì ngay lập tức kim ngạch buôn bán giữa hai bên gần như chững lại, tốc độ tăng trưởng trao đổi hai chiều nằm ở giá trị thấp nhất trong cả giai đoạn đó. Hoặc như ngay khi phía Việt Nam bắt đầu có chính sách tập trung sự chú ý vào UAE và có các hoạt động xúc tiến liên tiếp thì ngay lập tức kim ngạch buôn bán đã tăng nhanh và đáng kể. Ví dụ tiêu biểu nhất là việc xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang UAE (như đã phân tích ở trên). Bởi vậy nhiệm vụ của cả hai phía là phải biết tận dụng tốt những yếu tố ảnh hưởng này để thúc đẩy thương mại đôi bên cùng có lợi.

## **2. Kết quả đạt được và những hạn chế còn tồn tại**

### **2.1 Kết quả đạt được**

Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE đã có những bước phát triển khả quan trong những năm qua, và đây là một bước tiến quan trọng trong việc thực hiện chủ trương đa phương hoá, đa dạng hoá các hoạt động kinh tế đối ngoại, góp phần ổn định và xây dựng đất nước của Đảng và Nhà nước ta. Nói một cách cụ thể hơn tăng cường quan hệ thương mại với UAE cũng chính là một bước đi trong chiến lược mở rộng và đa dạng hoá thị trường, tránh tình trạng quá phụ thuộc vào một vài thị trường truyền thống. Giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2005 trong quan hệ kinh tế, thương mại với UAE, Việt Nam đã đạt được một số kết quả tốt đẹp sau đây:

**Về kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu:** Qua phân tích số liệu ta cũng có thể thấy kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và UAE trong những năm qua luôn tăng trưởng tốt. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch trao đổi trung bình cao, tới 71,42%, và cao hơn rất nhiều so với tốc độ chung của Việt Nam (xấp xỉ 19%) (*bảng II.13*). Trong giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2005, ngoại trừ năm 1998, các năm còn lại Việt Nam luôn thặng dư thương mại với UAE, với mức thặng dư lớn nhất là vào năm 2005 (52,306 triệu USD). Mặc dù tỷ trọng tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với UAE trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam chưa cao nhưng đã có sự tăng tiến đáng kể từ 0,04% năm 1998 lên 0,28% năm 2005 (tăng gấp 7 lần trong 7 năm liên tiếp). Điều này cho thấy vị trí của thị trường UAE đối với Việt Nam đang được dần khẳng định.

**Bảng II.13:** Kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và UAE so sánh với tổng kim ngạch XNK của Việt Nam (1998-2005)

Năm	KNXK sang UAE (triệu USD)	KNXK từ UAE (triệu USD)	Cân đối thương mại	Tổng kim ngạch XNK với UAE		Tổng kim ngạch XNK của Việt Nam		Tỷ trọng trong tổng KNXNK Việt Nam
				Giá trị (triệu USD)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (triệu USD)	Tăng trưởng (%)	
1998	2,503	5,790	-3,287	8,293		20.861		0.04
1999	19,946	11,393	8,553	31,339	277,9	23.163	11,03	0.14
2000	23,836	8,774	15,062	32,61	4,1	30.120	30.03	0.11
2001	33,133	10,106	23,027	43,239	32,6	31.247	3,74	0.14
2002	41,209	28,310	12,899	69,519	60,8	36.452	16,65	0.19
2003	65,994	53,525	12,469	119,519	71,9	45.405	24,56	0.26
2004	93,571	54,081	39,490	147,652	23,5	58.457	28,75	0.25
2005	121,526	69,220	52,306	190,746	29,2	69.104	18,21	0.28
Tốc độ tăng bình quân					<b>71,42</b>		<b>18.99</b>	

*Nguồn:* Vụ kế hoạch thống kê – Bộ Thương mại

**Về cơ cấu mặt hàng:** Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường UAE hiện nay nhìn chung đều là những mặt hàng Việt Nam đang có tiềm năng, lợi thế về nguồn lực để sản xuất, khai thác để xuất khẩu và cũng là những mặt hàng tái xuất có kim ngạch lớn của UAE như hàng điện tử và linh kiện, hàng thủy sản, nông sản hoặc những mặt hàng sử dụng tiềm năng về lao động với những lợi thế về giá nhân công rẻ của Việt Nam như giày dép, dệt may. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng còn thấp so với kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng tương ứng của UAE và hiệu quả xuất khẩu chưa cao nhưng đã tạo tiền đề thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam làm quen dần với thị trường UAE, tạo nền tảng để từng bước mở rộng mặt hàng xuất khẩu sang UAE cũng như các thị trường khác trong khu vực vùng Vịnh. Gần đây Việt Nam cũng liên tục đem những mặt hàng mới sang giới thiệu với thị trường UAE như mặt hàng cơm dừa, sản phẩm từ nhựa, đồ túi xách, va li, mũ, đồ chơi trẻ em, pin và ắc quy, phụ liệu thuốc lá. Những mặt hàng đó mặc dù kim ngạch chưa đáng kể song nó cũng cho thấy nỗ lực đa dạng hoá mặt

hàng của các doanh nghiệp Việt Nam và cũng mở ra những hướng đi mới cho hàng xuất khẩu của Việt Nam vào UAE.

**Về quan hệ xuất khẩu lao động:** Trong quan hệ xuất khẩu lao động thì UAE vẫn luôn là thị trường xuất khẩu lao động lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Do có nhu cầu lớn về lao động nên UAE hoàn toàn không có bất kỳ sự hạn chế nào về số lượng lao động nhập khẩu. Trong những năm tới đây, Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu lao động sang UAE đồng thời lấy UAE làm cơ sở để mở rộng sang các thị trường khác như Qatar.

Theo dự báo năm 2006, kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào UAE sẽ đạt khoảng 240 triệu USD và đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu sẽ là 500 triệu, tương đương với các thị trường như Thái Lan, Indônêxia, Malaysia. Việc đẩy mạnh quan hệ không chỉ là quan hệ thương mại mà còn là quan hệ đầu tư với UAE còn giúp Việt Nam đẩy mạnh quan hệ thương mại với các quốc gia khác thuộc khu vực vùng Vịnh và các quốc gia GCC. UAE nói chung và Dubai nói riêng là trung tâm của khu vực này, một khi đã chiến thắng tại thị trường Dubai thì việc chinh phục các thị trường khác chỉ còn là vấn đề thời gian.

## 2.2 Hạn chế

Mặc dù đạt được nhiều kết quả đáng kể và có những bước phát triển rất khả quan song như đã nêu trên, quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE trong những năm qua cũng vẫn còn không ít những hạn chế, làm giảm tính hiệu quả của mối quan hệ này. Những hạn chế đó có thể được tóm gọn ở những điểm sau:

**\*Quy mô buôn bán giữa Việt Nam và UAE còn quá nhỏ bé so với tiềm năng của cả hai bên:** Nếu xét về con số tuyệt đối thì kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và UAE đã tăng lên rất nhiều trong vòng 13 năm qua kể từ khi hai nước chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao. Tuy nhiên con số này vẫn còn rất khiêm tốn so với quy mô giao dịch của mỗi bên với thế giới. Kim ngạch buôn bán với UAE năm cao nhất cũng chỉ chiếm 0,28% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu của ta sang thị trường UAE cũng chỉ chiếm khoảng 0,15% kim ngạch nhập khẩu của UAE. Việt Nam chưa phải là đối tác

nhập khẩu hàng đầu của UAE mà mới chỉ khiêm tốn đứng ở vị trí thứ 49 trong danh sách các đối tác thương mại của UAE. Thêm nữa, tuy kim ngạch có tăng trưởng song tốc độ tăng trưởng lại không ổn định, thường xuyên có những biến động lớn và phụ thuộc khá nhiều vào các yếu tố bên ngoài. Để xảy ra tình trạng này trong khi khả năng mở rộng hoạt động xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường UAE còn rất lớn là do vẫn tồn tại những trở ngại nhất định trong việc mở rộng quy mô xuất khẩu, chẳng hạn như chưa có một Hiệp định thương mại song phương giữa hai quốc gia, chính sách thương mại của UAE chưa thực sự chú ý tới thị trường Việt Nam v.v... .

**\*Cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường UAE chưa có tính hiệu quả:** Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường UAE chủ yếu là hàng nông sản, thủy sản nhưng mới chỉ ở dạng nguyên liệu thô hoặc mới qua sơ chế và một số mặt hàng công nghiệp nhẹ, hàng gia công. Đó là những hàng hoá sử dụng nhiều lao động và tài nguyên thiên nhiên. Cơ cấu này phản ánh giai đoạn phát triển hiện tại của nền kinh tế Việt Nam với những lợi thế tương đối về tài nguyên và lao động. Cán cân nghiêng về xuất khẩu là một hiện tượng lành mạnh của nền kinh tế Việt Nam vì doanh thu từ ngoại tệ có thể chuyển thành hàng hoá vốn, giúp cho các ngành công nghiệp chế tạo phát triển và là cơ sở để thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam trong tương lai. Việc xuất khẩu các mặt hàng thô và mới qua sơ chế khiến tỷ lệ lợi nhuận thực tế thu được từ việc xuất khẩu không cao vì hàng hoá mới chỉ bao gồm chi phí nhân công đơn giản. Mặt khác người tiêu dùng UAE chưa biết nhiều đến thương hiệu Việt Nam kể cả những mặt hàng có tỷ trọng cao và được xem là chủ lực của Việt Nam. Đây là một nhược điểm, một bất lợi lớn gây ảnh hưởng không tốt tới việc mở rộng xuất khẩu hàng hoá Việt Nam trong tương lai. Mức thặng dư thương mại với UAE là khá cao song hiệu quả kinh tế thu được còn rất hạn chế. Tương lai chúng ta cần thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu sang thị trường này. Để thu được hiệu quả xuất khẩu cao nhất chúng ta cần nhanh chóng chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu sang hàng hoá thành phẩm với thương hiệu của Việt Nam được quảng bá kỹ lưỡng, đồng thời cần tăng cường xuất khẩu các mặt hàng công nghệ cao mà chúng ta có thể bắt kịp với nhu cầu thị trường thế giới.

**\*Hàng hoá xuất khẩu vào UAE còn có nhiều yếu kém về mặt chất lượng và mẫu mã:** mặc dù không có quá nhiều quy định khắt khe về chất lượng và bao bì song thị trường UAE lại là một thị trường khó tính nếu xét ở một góc độ khác. Đa phần hàng nhập khẩu vào UAE là để dành cho tái xuất do đó hàng hoá không chỉ đơn giản là đảm bảo các yêu cầu của UAE mà còn phải thoả mãn thị hiếu, yêu cầu của các thị trường khác, nếu không làm được điều này thì hàng hoá sẽ bị đào thải và không thể tìm được chỗ đứng trên thị trường. Tuy nhiên, tình trạng chung của hàng hoá xuất khẩu Việt Nam (không chỉ đối với thị trường UAE mà còn với tất cả các thị trường khác) đó là hàng hoá xuất khẩu của ta nhìn chung chất lượng chưa đồng đều giữa các doanh nghiệp và ngay giữa các đợt hàng của cùng một doanh nghiệp khiến cho uy tín không chỉ của doanh nghiệp mà còn của cả Việt Nam bị giảm sút. Do trình độ kỹ thuật, công nghệ còn yếu kém, doanh nghiệp Việt Nam nhiều khi chỉ nhìn lợi ích trước mắt mà không tính đến lợi ích lâu dài, không chịu thua lỗ để đảm bảo uy tín, để duy trì quan hệ buôn bán lâu bền. Bên cạnh đó, các mặt hàng của Việt Nam còn đơn điệu, ít được quan tâm đổi mới mẫu mã, hình thức; các doanh nghiệp cũng rất ít chú trọng tới việc thực hiện các hoạt động marketing, quảng bá sản phẩm hay thu thập thông tin về thị hiếu người tiêu dùng của các thị trường tái xuất để có những chính sách sản phẩm cho phù hợp. Chính điều này khiến cho các doanh nghiệp Việt Nam mất tính chủ động cũng như tự mình làm giảm khả năng mở rộng trên thị trường UAE và thị trường các nước vùng Vịnh nói chung.

**\*Hình thức xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang UAE còn giản đơn:** hàng hoá của Việt Nam xuất khẩu sang UAE chủ yếu dưới hình thức xuất khẩu trực tiếp và một phần là qua trung gian chứ chưa gắn liền với các hình thức hợp tác kinh tế khác, đặc biệt là đối với đầu tư, liên doanh, liên kết và hỗ trợ phát triển chính thức. Chính vì vậy mà các doanh nghiệp Việt Nam chưa đứng vững trên thị trường này, thậm chí còn gây khó khăn cho nhiều sản phẩm khi thâm nhập thị trường UAE.

**\*Hiểu biết của các doanh nghiệp Việt Nam về thị trường UAE còn rất hạn chế:** Ngoài các doanh nghiệp lớn có lực lượng nhân sự làm đối ngoại chuyên nghiệp và khá mạnh, tiến hành nghiên cứu thị trường một cách bài bản còn lại đa phần các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là các doanh nghiệp mới thành lập hầu như chưa có thông tin gì về thị trường UAE. Nhiều doanh nghiệp trước khi sang



kinh doanh tại Dubai thậm chí còn chưa biết đến các thông tin cơ bản nhất về đất nước, địa lý, con người, hệ thống pháp luật, tập quán thương mại.... Chính những hạn chế về thông tin và thậm chí là cả hạn chế về tiếng Anh đã gây khó khăn rất lớn trong việc tìm kiếm, thiết lập và duy trì quan hệ với khách hàng, dẫn đến việc khó đạt được thoả thuận hợp đồng hoặc phải chịu chi phí trung gian, gây ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Cùng với việc thiếu thông tin và hiểu biết về thị trường, bản thân các doanh nghiệp cũng chưa chú trọng tới hoạt động nghiên cứu thị trường UAE, chưa tự mình đi sâu tìm hiểu về thị hiếu, thói quen tiêu dùng, yêu cầu của thị trường cũng như các thông tin về giá cả, mẫu mã, chủng loại, tình hình đối thủ cạnh tranh tại thị trường UAE.

### **3. Cơ hội và thách thức trong việc phát triển quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE**

#### **3.1 Cơ hội**

Trong thời gian tới, dự kiến quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE sẽ có những bước phát triển khả quan nhờ vào những cơ hội sau:

***Thứ nhất**, mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE được phát triển trong môi trường quốc tế thuận lợi. Xu hướng quốc tế hoá và toàn cầu hoá đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Xu hướng tất yếu này sẽ phần nào chi phối quan điểm phát triển kinh tế của cả Việt Nam và UAE, do đó thúc đẩy hơn nữa quan hệ hai chiều giữa hai quốc gia. Mặt khác, dù vẫn còn một số những bất ổn nhất định song nhìn chung khu vực Trung Đông cũng không còn chiến tranh xung đột triền miên trên diện rộng nữa. Hơn nữa, UAE không phải là một nước Hồi giáo cực đoan và lại có quan hệ rất tốt với Mỹ và Phương Tây nên khá ổn định về mặt chính trị và an ninh. Đó là cơ sở quan trọng cho việc phát triển kinh tế và mở rộng hợp tác. Trong thời gian tới, UAE cũng đang xúc tiến ký kết các hiệp định thương mại tự do với Mỹ, EU, Trung Quốc và nhiều quốc gia khác, điều đó càng chứng tỏ sự nhất quán trong chính sách kinh tế và ổn định về chính trị của UAE. Đó cũng là cơ hội cho Việt Nam tăng cường quan hệ với một UAE rộng mở.*

*Thứ hai, quan điểm chiến lược chung của cả hai quốc gia đều hướng tới bắt tay hợp tác về kinh tế, thương mại, xúc tiến trao đổi mua bán và mở rộng thị trường.* Đảng và nhà nước ta trong những năm qua và trong chiến lược phát triển đất nước trong những năm tới luôn chủ trương phát triển kinh tế đối ngoại theo hướng độc lập, tự chủ, đa phương hoá, đa dạng hoá hợp tác nhiều mặt, tiếp tục phát triển mối quan hệ buôn bán với bạn hàng cũ, tìm hiểu bạn hàng mới có nhiều tiềm năng trên cơ sở đó tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc phát triển quan hệ thương mại với UAE nói riêng và các nước trên thế giới nói chung. Bên cạnh đó, Việt Nam lại có môi trường chính trị xã hội ổn định, được các bạn hàng và các nhà đầu tư tin tưởng, cơ chế thị trường hoạt động ngày càng mạnh mẽ, nguồn lao động dồi dào. Về phía UAE, chính sách phát triển kinh tế của quốc gia này cũng rất cởi mở, không hạn chế và không khắt khe trong việc mở rộng hợp tác kinh tế với các quốc gia khác. Nền kinh tế của UAE là một nền kinh tế hoàn toàn mở cửa, có nhiều ưu đãi về thuế quan, không có ràng buộc về hạn ngạch, UAE đem lại cơ hội cho tất cả mọi đối tác. Có thể nói, UAE nói chung và Dubai nói riêng là vùng đất đang ngày càng được quốc tế hoá cao với sự có mặt của rất nhiều sắc dân và hàng hoá từ khắp nơi trên thế giới. UAE cũng rất tích cực đầu tư cho cơ sở hạ tầng để biến nơi đây thành một thiên đường cho du lịch và đầu tư.

*Thứ ba, nền kinh tế của Việt Nam và UAE đều có tốc độ tăng trưởng cao.* Tăng trưởng GDP của Việt Nam trong giai đoạn 1996-2004 bình quân đạt trên 7%/năm. Năm 2005, mặc dù gặp nhiều khó khăn, GDP của Việt Nam vẫn đạt mức tăng trưởng 8,4%, thuộc loại cao nhất châu Á. Còn UAE mức tăng trưởng cũng luôn trên 6%, đứng thứ 3 trong khu vực. Đây chính là cơ sở cho triển vọng phát triển kinh tế của cả hai bên.

*Thứ tư, cơ cấu kinh tế của UAE và Việt Nam rất khác nhau.* UAE là một quốc gia có mức sống cao, cơ cấu kinh tế chủ yếu là công nghiệp và dịch vụ, còn Việt Nam vẫn còn là một nước nông nghiệp đang trong quá trình tiến hành CNH – HĐH đất nước. Vì vậy hai nước có những lợi thế so sánh khác nhau: nếu UAE có thế mạnh về vốn và trình độ quản lý và là một thị trường có nhu cầu lớn thì Việt Nam có nguồn lao động rẻ, sẵn nguyên liệu và tài nguyên thiên nhiên. Sự khác biệt

về lợi thế này là nhân tố khách quan thúc đẩy các quan hệ kinh tế, thương mại giữa hai quốc gia phát triển mạnh mẽ hơn nữa.

*Thứ năm, việc tăng cường quan hệ với UAE trong những năm gần đây nhận được sự quan tâm chú ý từ phía chính phủ và nhà nước.* Thể hiện rõ nhất là ở những chuyến thăm của các đoàn Việt Nam liên tục được tổ chức. Đáng chú ý nhất là việc thành lập Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại Dubai (gọi tắt là trung tâm thương mại Việt Nam tại Dubai) vào quý hai năm 2004. Trung tâm này thuộc sự điều hành và quản lý trực tiếp của Cục Xúc tiến thương mại (Vietrade) - Bộ Thương mại. Gần đây hơn là việc Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam phối hợp với

**Bảng II.14:**

**Chức năng chủ yếu của Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại Dubai**

- ✓ Quảng bá hình ảnh quốc gia và thương hiệu xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường nước ngoài
- ✓ Cung cấp thông tin, tư vấn và hướng dẫn các doanh nghiệp nước ngoài phát triển kinh doanh với Việt Nam
- ✓ Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam trong việc mở văn phòng đại diện, chi nhánh và triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường Dubai và khu vực
- ✓ Đại diện cho Cục Xúc tiến thương mại tại nước ngoài

Lãnh sự quán Việt Nam tại Dubai và Phòng thương mại và công nghiệp Dubai tổ chức Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – UAE tại Dubai. Những hoạt động như thế này thể hiện sự quan tâm từ phía chính phủ trong việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp xúc tiến tìm hiểu và kinh doanh với thị trường UAE. Đó chính là điều kiện thuận lợi, là cơ hội để xúc tiến, cổ vũ việc phát triển quan hệ hợp tác giữa doanh nhân hai nước.

### 3.2 Thách thức

Song song với những thuận lợi kể trên, việc phát triển, mở rộng quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE cũng phải đứng trước rất nhiều những khó khăn, thách thức cả chủ quan và khách quan.

***Thứ nhất**, thị trường UAE là một thị trường có sự cạnh tranh rất gay gắt.* UAE là một thị trường mở, chào đón mọi đối tác trên thế giới. Đó là một cơ hội lớn cho doanh nghiệp Việt Nam nhưng đồng thời cũng là một thách thức không nhỏ. Thực tế hiện nay, những mặt hàng được coi là có thế mạnh khi xuất khẩu sang UAE đều vấp phải sự cạnh tranh quyết liệt của hàng hoá tương tự đến từ Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan như hàng nông sản, hàng dệt may, da giày... Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam rất tương đồng với các quốc gia này, trong khi đó khả năng cạnh tranh của bản thân hàng hoá của Việt Nam còn rất yếu kém. Thêm nữa, Trung Quốc và UAE đều là thành viên của WTO, được hưởng các ưu đãi về thuế quan cũng như số lượng do đó càng có tính cạnh tranh cao hơn rất nhiều. Ngoài hàng Trung Quốc còn có hàng hoá với chất lượng cao của các thương hiệu nổi tiếng đến từ Anh, Mỹ và các nước Phương Tây. Vì vậy, hàng Việt Nam phải thực sự có chất lượng và khả năng cạnh tranh cao thì mới có thể có chỗ đứng vững chắc trên thị trường này được.

***Thứ hai**, khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và UAE rất lớn và có nhiều bất lợi về mặt vận tải.* Hiện nay giữa Việt Nam và UAE chưa có đường bay trực tiếp, đây là trở ngại lớn cho việc đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng tươi sống là thế mạnh của Việt Nam và có nhu cầu lớn tại UAE như thủy sản, rau quả tươi, hoa tươi... Không có đường bay trực tiếp cũng là một cản trở lớn đối với việc hợp tác phát triển trong lĩnh vực du lịch giữa hai bên. Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và UAE lớn dẫn đến chi phí vận chuyển hàng hoá cao, điều này cũng là một trong những nguyên nhân làm giảm đáng kể tính cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam.

***Thứ ba**, kinh doanh với các thương nhân UAE cũng có những rủi ro nhất định.* Nhìn chung các thương nhân ở UAE, đặc biệt là Dubai là những người có

nhều kinh nghiệm trong buôn bán và có nhiều *mánh khoé*. Ở Dubai vẫn còn giữ thói quen nợ nần trong thanh toán theo kiểu buôn bán cũ. Thông thường thì nợ không bị mất hàng nhưng đó chính lại là một cách để các thương nhân nước bạn đòi giảm giá. Khi nhận hàng mà chưa phải thanh toán thì sau đó họ nêu nhiều lý do xin bớt giá mà ta phải chấp nhận nếu không việc thanh toán sẽ bị kéo dài, thậm chí có nguy cơ mất hết. Ngoài ra thương nhân Ả rập còn có cách khác như tính thêm phí, trì hoãn thanh toán, đòi đền bù lặt vặt... nhưng thực chất là ép giá. Khi xảy ra tranh chấp thì chi phí pháp lý quá cao nên nhiều khi các vụ việc không thể đưa ra toà án hoặc các cơ quan pháp luật. Một rủi ro nữa đó là mặc dù UAE tỏ ra chấp hành các quy định của WTO về hàng nhái, hàng giả nhưng tỉ lệ hàng nhái, hàng giả trên thị trường vẫn còn khá cao.

*Thứ tư, năng lực cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam còn rất yếu kém.* Hàng hoá Việt Nam xuất sang UAE đa phần là hàng nguyên liệu thô hoặc mới chỉ qua sơ chế nên giá trị thấp, khả năng cạnh tranh còn yếu. Thêm vào đó, chất lượng của hàng hoá Việt Nam thường không ổn định, mẩu mã, chủng loại chậm đổi mới cho phù hợp với nhu cầu và trên thực tế việc đầu tư sản xuất các loại hàng theo thị hiếu riêng cho thị trường Trung Đông còn rất nhỏ bé. Một yếu tố nữa đó là hàng hoá Việt Nam thường có giá cao hơn từ 15 đến 20% so với giá cả các mặt hàng tương ứng của các nước lân cận như Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ và cả Malaysia, Indonesia.

*Thứ năm, các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều yếu kém và hạn chế về năng lực tiếp cận thị trường.* Các doanh nghiệp Việt Nam đa phần là các doanh nghiệp nhỏ, năng lực còn hạn chế, chưa có kinh nghiệm về hoạt động xuất nhập khẩu, sản phẩm chưa có thương hiệu, nguồn lực tài chính hạn hẹp và điểm yếu nhất là các doanh nghiệp này chưa có cán bộ có khả năng giao dịch đối ngoại thành thạo. Chính vì lẽ đó đầu tư cho nghiên cứu thị trường là rất hạn chế dẫn đến hiểu biết về thị trường UAE của các doanh nghiệp đã ít lại càng thiếu tính cập nhật. Cũng chính từ việc này dẫn tới một nhược điểm nữa là quan hệ giữa các doanh nghiệp Việt Nam và các bạn hàng ở UAE chưa được thiết lập nhiều và vững chắc. Phong tục tập quán buôn bán ở Trung Đông có nhiều điểm khác biệt so với Việt Nam và các nước

khác, vì vậy, việc xây dựng mối quan hệ bạn hàng tốt đẹp là điều rất quan trọng để gia tăng kim ngạch xuất khẩu và tránh các sự cố trong thực hiện hợp đồng.

*Thứ sáu, giữa UAE và Việt Nam chưa có những cơ sở pháp lý vững chắc để phát triển quan hệ kinh tế, thương mại.* Nước ta và nước bạn mới chỉ ký với nhau Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế, Khoa học Kỹ thuật và Thương mại từ năm 1999, đây mới chỉ là hiệp định hợp tác có tính định hướng bao quát hết các lĩnh vực hợp tác chủ yếu, mà chưa đi sâu vào định hướng cho các lĩnh vực cụ thể. Do đó việc mở rộng và phát triển quan hệ giữa Việt Nam và UAE còn chưa có cơ sở pháp lý quan trọng để thực hiện.

*Thứ bảy, cơ sở hạ tầng nước ta còn lạc hậu, yếu kém gây trở ngại cho quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước.* Trình độ quản lý của các doanh nghiệp, tay nghề tác phong làm việc của người lao động Việt Nam còn nhiều điểm yếu kém chưa đáp ứng tốt yêu cầu từ phía bạn. Bản thân phía Việt Nam chưa đánh giá đúng vai trò của các nhà đầu tư UAE, do đó chưa có các biện pháp xúc tiến để giới thiệu về môi trường đầu tư của Việt Nam.

### CHƯƠNG III

## TRIỂN VỌNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN QUAN HỆ KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – UAE

I. Quan điểm và định hướng chiến lược của Việt Nam trong việc phát triển quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE và vai trò của thị trường UAE đối với Việt Nam

### 1. Quan điểm và định hướng chiến lược của Việt Nam trong việc phát triển quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

Việc phát triển và mở rộng quan hệ kinh tế thương mại với UAE là một phần và là một phần không tách rời khỏi chiến lược mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại, đa dạng hoá thị trường của Việt Nam ngay từ những ngày đầu thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế.

Từ Đại hội VI, khi tiến hành đổi mới toàn diện đất nước, Đảng ta chủ trương “tham gia sự phân công lao động quốc tế...; tranh thủ mở mang quan hệ kinh tế và khoa học - kỹ thuật với các nước thế giới thứ ba, các nước công nghiệp phát triển, các tổ chức quốc tế và tư nhân nước ngoài trên nguyên tắc bình đẳng, cùng có lợi”<sup>14</sup>.

Đại hội VII của Đảng chủ trương: “Mở rộng, đa dạng hóa quan hệ kinh tế đối ngoại trên nguyên tắc giữ vững độc lập, chủ quyền, bình đẳng, cùng có lợi”. Đại hội VIII, đặc biệt là Nghị quyết Hội nghị lần thứ tư của Ban Chấp hành Trung Ương khóa VIII về kinh tế đối ngoại đã nhấn mạnh: “Chủ động chuẩn bị các điều kiện cần thiết về cán bộ, luật pháp và nhất là về những sản phẩm mà chúng ta có khả năng cạnh tranh để hội nhập thị trường khu vực và thị trường quốc tế. Tiến hành khẩn trương, vững chắc việc đàm phán Hiệp định Thương mại với Mỹ, gia nhập APEC và

<sup>14</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI*, Nxb. Sự thật, Hà Nội, 1987, tr. 81.

WTO. Có kế hoạch cụ thể để chủ động thực hiện các cam kết trong khuôn khổ AFTA”<sup>15</sup>.

Đại hội Đảng IX tháng 4 năm 2001 một lần nữa khẳng định chủ trương mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá: “Chủ động và tích cực thâm nhập thị trường quốc tế, chú trọng thị trường các trung tâm kinh tế thế giới, duy trì và mở rộng thị phần trên các thị trường quen thuộc, tranh thủ mọi cơ hội mở thị trường mới”.

Đại hội X kế thừa và phát triển đường lối, chính sách đối ngoại được khẳng định tại các Đại hội trước: “Thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển; chính sách đối ngoại rộng mở, đa phương hóa, đa dạng hóa các quan hệ quốc tế. Chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực khác. Việt Nam là bạn, đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng quốc tế, tham gia tích cực vào tiến trình hợp tác quốc tế và khu vực” .

Một trong những bước đi quan trọng để thực hiện những chủ trương trên trong lĩnh vực thương mại đó là tiến hành đa dạng hoá thị trường, chú trọng phát triển củng cố các thị trường truyền thống, đồng thời cũng liên tục tranh thủ mọi cơ hội mở các thị trường mới. Với định hướng có tính chỉ đạo như trên, trong những năm tới Việt Nam cần quán triệt các quan điểm dưới đây trong việc đẩy mạnh và phát triển quan hệ kinh tế, thương mại với UAE với tư cách là một thị trường mới tại khu vực Trung cận đông và châu Phi:

**Thứ nhất là quan điểm bảo đảm mục tiêu hiệu quả:** Mục tiêu phát triển quan hệ kinh tế, thương mại với UAE phải phù hợp và góp phần thực hiện tốt chính sách phát triển thương mại quốc tế nói chung của Việt Nam nhằm thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế, xã hội của nhà nước, thực hiện theo phương hướng mục tiêu của kinh tế đối ngoại, đẩy mạnh CNH- HĐH theo định hướng XHCN. Mọi hoạt động đều phải xuất phát từ lợi ích quốc gia, dân tộc, gồm cả lợi ích chính trị và kinh tế nhưng cũng phải tuân thủ theo pháp luật và thông lệ quốc tế, đặc biệt là cũng cần

---

<sup>15</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ tư Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1998, tr. 60.



chú ý tới lợi ích của đối tác. Bên cạnh đó, mở rộng mối quan hệ với UAE một cách có hiệu quả là yêu cầu quan trọng nhằm tạo nhân tố trực tiếp thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội đất nước. Hiệu quả ở đây bao gồm cả hiệu quả sản xuất kinh doanh và hiệu quả kinh tế xã hội đồng thời cũng phải tính đến hiệu quả trước mắt và hiệu quả lâu dài. Theo quan điểm này, ta kiên quyết không sản xuất và không xuất khẩu các sản phẩm không đáp ứng yêu cầu thị trường, xuất khẩu bằng mọi giá bất chấp hiệu quả kinh tế xã hội và lợi ích quốc gia.

**Thứ hai, Việt Nam xác định UAE là đối tác quan trọng trong quá trình mở rộng thị trường sang khu vực Trung Cận Đông.** Với vị trí chiến lược quan trọng của UAE, hàng hoá Việt Nam một khi đã thâm nhập được vào thị trường UAE sẽ có cơ hội thăng tiến sang các nước khác, đặc biệt là các nước GCC và các nước khác trong khu vực vùng Vịnh. Hợp tác kinh doanh với UAE có thể giúp ta tiếp cận được với thị trường rộng lớn với 1,5 tỷ người ở Châu Phi, Tây Á, các nước CIS, và Đông Âu cũng như khu vực xung quanh biển Đỏ và vùng Vịnh. Thêm nữa, UAE còn là một trong những khu vực kinh doanh an toàn nhất thế giới. Nhận thức rõ vai trò to lớn của UAE trong khu vực và xác định rõ vị trí của UAE trong các đối tác thương mại của Việt Nam sẽ giúp Việt Nam có những chính sách, định hướng khuyến khích nhằm thúc đẩy hơn nữa mối quan hệ này.

**Thứ ba là quan điểm đa dạng hoá, từng bước phát triển quan hệ chiều sâu với UAE:** không chỉ thúc đẩy tăng trưởng về kim ngạch, việc phát triển quan hệ thương mại với UAE cần phải được thực hiện trên cơ sở cân bằng lợi ích giữa cả hai bên, phòng ngừa những rủi ro bất ngờ và đi vào phát triển theo chiều sâu chẳng hạn như mở rộng chủng loại mặt hàng, cá biệt hoá sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam. Bên cạnh quan hệ thương mại ta cũng cần phải thúc đẩy mạnh mẽ hợp tác trong các quan hệ như hợp tác lao động, hợp tác trong lĩnh vực viễn thông và công nghệ thông tin, lĩnh vực du lịch, hàng không, ngân hàng và đặc biệt là xúc tiến quan hệ hợp tác về đầu tư. Để việc này được thực hiện một cách có hiệu quả, cả hai phía cần phải nhanh chóng ký kết các văn bản hợp tác kinh tế, thương mại, đồng thời Việt Nam cần không ngừng hoàn thiện môi trường pháp lý, tạo thuận lợi cho sản xuất kinh doanh, từng bước thực hiện theo các chuẩn mực, tập quán quốc tế. Song song với đó là xây dựng hệ thống hạ tầng cơ sở phục vụ có hiệu quả cho đẩy mạnh

xuất nhập khẩu và thu hút đầu tư gồm hệ thống pháp lý hành chính, hải quan, ngân hàng, bảo hiểm... .

## **2. Tầm quan trọng của thị trường UAE đối với Việt Nam:**

Mặc dù là một đối tác mới, song không vì thế mà Việt Nam đánh giá thấp vai trò của UAE. UAE được coi là đối tác quan trọng của Việt Nam trong chiến lược mở rộng quan hệ kinh tế ở khu vực Trung cận Đông. Quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE được hình thành và phát triển từ nhu cầu lợi ích của hai bên. Dưới đây sẽ là những lý do cho câu hỏi “Tại sao lại chọn UAE”:

**Thứ nhất, UAE có một vị trí địa lý vô cùng thuận lợi cho giao lưu buôn bán quốc tế.** Như đã đề cập ở chương I, UAE là cửa ngõ của khu vực Vùng vịnh Ả rập, UAE nằm trên đường thông thương giữa các khối thương mại châu Âu và Viễn Đông, thuận tiện cho việc vận chuyển và phân phối hàng hoá phục vụ cho các thị trường nói trên; từ UAE có thể bay đến 30 thành phố chính trong vòng 3 giờ bay. Bên cạnh đó, UAE là một thị trường mở, tự do về ngoại hối, thuế suất thấp, nhu cầu hàng hoá đa dạng và số lượng lớn vì phần lớn hàng hoá nhập khẩu vào UAE là để tái xuất. Tiểu vương quốc Dubai của UAE là một trong những trung tâm thương mại hàng đầu trên thế giới với sự có mặt của rất nhiều công ty có tên tuổi. Từ Dubai, hàng hoá có thể toả đi khắp các nước ở khu vực Trung Đông thậm chí là cả Châu Phi và Châu Âu. UAE mở ra cho Việt Nam một thị trường vô cùng rộng lớn và đầy tiềm năng. UAE còn là trung tâm tổ chức các sự kiện và các hội chợ. Hội chợ thương mại được tổ chức tại đây đã được chứng minh là đem lại hiệu quả cao vì thu hút các đơn vị tham gia từ rất nhiều các quốc gia như các nước GCC, các nước Bắc Phi, Nam Á và các nước CIS. Hàng năm ở UAE trung bình có tới 150 cuộc triển lãm được tổ chức với quy mô khác nhau nhưng đều rất chuyên nghiệp và hiệu quả. Dem sản phẩm đến các hội chợ này chính là một cơ hội tốt và thuận lợi cho việc quảng bá cho hàng hoá của Việt Nam, tạo cơ hội cho hàng hoá Việt Nam nhanh chóng được các thị trường Trung Đông và Bắc Phi biết tới.

**Thứ hai, chính sách kinh tế tự do của UAE đã hấp dẫn được rất nhiều nhà đầu tư cả trong nước và quốc tế.** Các nguyên tắc kinh tế thị trường tự do tiến

bộ trong chiến lược phát triển chung của UAE đã làm tăng sự tập trung của dòng vốn đầu tư vào nhiều dự án và đơn vị liên doanh trong nhiều ngành như ngành công nghiệp, ngành bán lẻ, ngành du lịch và các ngành dịch vụ. Một điều quan trọng trong sự hấp dẫn của UAE đó là UAE được đánh giá là một trong những thị trường kinh doanh an toàn nhất thế giới (theo đánh giá của Economist Intelligence Unit's - EIU), trong đó nổi bật là thành phố Dubai một thành phố có tỷ lệ tội phạm vào loại thấp nhất thế giới, các tệ nạn xã hội cũng hầu như không có. Bên cạnh đó UAE còn có rất nhiều các khu vực thương mại tự do mà ở đó các công ty 100% vốn nước ngoài được phép hoạt động. Tại các khu thương mại tự do này các nhà đầu tư nước ngoài được hưởng nhiều sự ưu tiên khuyến khích hấp dẫn đầu tư như thủ tục hành chính theo cơ chế một cửa rất dễ dàng, thuận tiện, lĩnh vực ngân hàng tự do và đặc biệt là hệ thống những phương tiện vật chất tối tân phục vụ sản xuất kinh doanh: mạng lưới giao thông thuận tiện, hệ thống cung cấp điện và nước ổn định và hiện đại, hệ thống thông tin đạt tiêu chuẩn quốc tế, truy cập Internet tốc độ cao, mạng lưới điện thoại di động GSM kỹ thuật cao v.v... Hợp tác với một quốc gia có khả năng thu hút đầu tư lớn như vậy không chỉ mang đến cho Việt Nam cơ hội xuất khẩu hàng hoá và cơ hội hợp tác về đầu tư mà còn giúp Việt Nam học hỏi được rất nhiều kinh nghiệm.

**Thứ ba, là mạng lưới giao thông cực kỳ phát triển của UAE.** Giao thông đường bộ có thể nhanh chóng kết nối UAE với Oman, Qatar, Bahrain, Saudi Arabia, Kuwait, Syria, Jordan, Lebanon, Ai Cập, Bắc Phi và tới Châu Âu. Các công ty vận tải đường biển có lịch chạy tàu thường xuyên từ các cảng của UAE đến tiểu lục địa Ấn Độ, Yemen, Nam và Đông Phi. Tại UAE có 6 sân bay quốc tế lớn đặt ở Abu Dhabi, Al Ain, Dubai, Sharjah, Ras al-Khaimah và Fujairah, 6 sân bay này có khả năng phục vụ 18 triệu lượt khách một năm, phục vụ 125.000 chuyến bay thường xuyên và quá cảnh. Tất cả các sân bay đều phục vụ vận tải hành khách và hàng hoá. Các phương tiện phục vụ tại các cảng biển và cảng hàng không của UAE đặc biệt là của Dubai cũng không kém phần hiện đại, không thua kém bất kỳ nơi nào trên thế giới, Dubai sử dụng dịch vụ của các hãng tàu biển và hãng hàng không hàng đầu thế giới. Hiện có khoảng 170 hãng tàu biển và 86 hãng hàng không hoạt động tại UAE.

**Thứ tư, UAE còn có ngành du lịch rất phát triển với rất nhiều khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế và các khu nghỉ dưỡng du lịch sang trọng.** Sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp du lịch này là nhờ vào hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại và sự liên kết các đường bay phát triển. Du lịch phát triển đồng nghĩa với nhu cầu tiêu dùng, mua sắm cũng tăng lên và đây là cơ hội lớn mở ra cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam.

Hợp tác kinh doanh với UAE về mọi mặt thương mại, du lịch, ngân hàng, đầu tư Việt Nam có thể tận dụng được các lợi thế của chính quốc gia này đồng thời có thể tự tạo cơ hội cho mình tiếp cận được với một thị trường rộng lớn hơn.

## II. Triển vọng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE

### 1. Triển vọng nói chung

UAE có nền kinh tế lớn thứ ba và là thị trường có sức mua cao nhất trong toàn khối Ả rập. Kim ngạch nhập khẩu hàng năm của UAE đạt trên 40 tỷ USD, cao hơn những nước có dân số đông hơn nước này như Ả rập Xê út, I-ran, Ai Cập.... Ngành dịch vụ và hoạt động tái xuất của UAE vẫn tăng trưởng tốt và vẫn là những ngành chủ yếu của kinh tế UAE. Do đó, nhu cầu hàng hoá tái xuất vẫn còn rất lớn và còn có triển vọng tăng trong những năm tới. Kinh tế UAE cũng vẫn đang trong thời kỳ tăng trưởng tốt, tốc độ tăng trưởng bình quân cao, UAE cũng vẫn liên tục đầu tư cho xây dựng phát triển du lịch, do đó nhu cầu về lao động cũng như các sản phẩm phục vụ cho xây dựng và cho phát triển kinh tế trong những năm tới vẫn còn rất lớn.

Với nguồn thu lớn từ dầu mỏ và du lịch các nhà đầu tư UAE vẫn còn rất nhiều tiềm lực để mở rộng hợp tác đầu tư trực tiếp ra nước ngoài. Thêm nữa, các nhà đầu tư UAE cũng đang chuyển hướng đa dạng hoá các thị trường, mở rộng sang khu vực châu Á. Chính từ cơ sở này có thể thấy triển vọng mở rộng, tăng cường thu hút đầu tư từ UAE là rất khả quan.

UAE cũng liên tục đàm phán, xúc tiến để tiến tới ký kết Hiệp định thương mại tự do với các đối tác lớn như Mỹ, EU, Trung Quốc, Ấn Độ..., đồng thời cũng

tham gia tích cực vào sự phát triển của khối GCC. Với động thái tích cực này, hàng hoá tái xuất từ UAE sẽ có cơ hội gia tăng và do đó mở ra cho Việt Nam cơ hội mở rộng thêm thị trường xuất khẩu của mình.

Về phía Việt Nam, ta thấy rằng kinh tế Việt Nam cũng tăng trưởng tốt, các ngành sản xuất hoạt động đảm bảo cung ứng tốt cho xuất khẩu. Chính phủ và nhà nước ta cũng quan tâm tới thị trường UAE và đã bắt đầu có những hoạt động xúc tiến thương mại đối với thị trường này như thành lập cơ quan thương vụ của Việt Nam tại Dubai, liên tục có các đoàn đến thăm và khảo sát thị trường, thành lập trung tâm trưng bày hàng hoá của Việt Nam tại UAE, tổ chức diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – UAE. Nhờ đó mà chúng ta đã bước đầu thiết lập được một mạng lưới tiếp cận thị trường thường xuyên, tại chỗ để tạo cơ sở nền tảng cho những bước đột phá vào thị trường giàu tiềm năng này.

## **2. Triển vọng mở rộng hàng hoá xuất khẩu sang UAE**

*Kim ngạch xuất khẩu* của Việt Nam sang UAE trong năm 2004 và 2005 có những bước tiến đáng kể và rất khả quan với giá trị kim ngạch tăng cao, tốc độ tăng trưởng bắt đầu ổn định và ở mức tăng trưởng tốt. Với tốc độ này, dự báo kim ngạch XK vào UAE của Việt Nam vào năm 2010 sẽ đạt khoảng 0,5 tỉ USD tương đương với mức xuất khẩu của các nước Thái Lan, Malaysia, Indonesia vào UAE hiện nay. Nếu có sự đột phá về cơ cấu mặt hàng theo hướng tăng tỉ trọng mặt hàng sản xuất công nghiệp, các mặt hàng có hàm lượng “chất xám” cao, có thương hiệu, có đổi mới thiết kế, mẫu mã; tỉ lệ các mặt hàng nông sản, mặt hàng chưa qua chế biến giảm thì kim ngạch này hứa hẹn còn đạt mức cao hơn nữa.

*Cơ cấu mặt hàng* mở rộng cũng có nhiều triển vọng. Lượng xuất khẩu các mặt hàng truyền thống như đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ, hải sản, rau quả của doanh nghiệp Việt Nam vào Dubai ngày càng gia tăng và có triển vọng. Một số mặt hàng công nghiệp có giá trị lớn của Việt Nam như vải, pin và ắc quy, giày dép, sản phẩm nhựa, phụ liệu thuốc lá... đã bắt đầu có thị phần tại Dubai. Dưới đây là một số các mặt hàng mà nhu cầu của UAE vẫn còn rất lớn, do đó sẽ đem lại cơ hội lớn cho xuất khẩu Việt Nam:

\* **Thực phẩm và rau quả:** mặc dù đã chú trọng đầu tư song, thực phẩm sản xuất trong nước của UAE vẫn không đáp ứng được nhu cầu mà vẫn cần nhập khẩu một lượng lớn từ nước ngoài. Các sản phẩm từ thịt bò vẫn luôn có nhu cầu lớn do người Hồi giáo vẫn chiếm số đông trong dân số UAE. Ngoài ra nhu cầu về các sản phẩm đóng hộp cũng ngày càng tăng cao, đây là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu đồ hộp của Việt Nam. Các loại trái cây của Việt Nam mặc dù mới xuất hiện trên thị trường UAE nhưng cũng đã người dân UAE khá ưa chuộng và do đó có triển vọng tăng kim ngạch rất lớn như thanh long, dưa, vải, măng cụt, chôm chôm.

\***Hàng nông sản:** thị trường gạo tái xuất của UAE vẫn còn rất rộng mở. Các thị trường châu Phi đang rất cần nhập khẩu các loại gạo có chất lượng trung bình. Trong khi đó sản lượng gạo của Ấn Độ lại đang tiếp tục suy giảm do đó gạo Việt Nam hoàn toàn có thể tìm được chỗ đứng tốt trên thị trường UAE để từ đó tái xuất sang châu Phi. *Với sản phẩm hạt tiêu và cà phê:* đây là những mặt hàng có nhu cầu ngày càng gia tăng ở UAE do có sự gia tăng đáng kể của khách du lịch với thói quen dùng cà phê ngày càng phổ biến. *Đối với chè,* trung tâm kinh doanh chè Dubai đã được thành lập sẽ lập một kho ngoại quan về chè để sẵn sàng cung ứng chè cho nhu cầu tức thời của các nhà nhập khẩu trong khu vực. Khu vực Trung Đông và vùng xung quanh hiện nhập khẩu khoảng 25% lượng chè buôn bán trên thế giới. Trong đó Dubai là một điểm quan trọng trong việc trung chuyển chè của khu vực.

\***Hoa tươi:** hoa tươi nói riêng và các loại hoa cây cảnh nói chung có nhu cầu tiêu thụ lớn tại Dubai và UAE. Mới đây các nhà chức trách Dubai đã phê duyệt và bắt đầu xây dựng một dự án nhằm biến Dubai trở thành một trung tâm hoa tươi trong khu vực. Dự án này mở ra cho các nước trong đó có Việt Nam cơ hội xuất khẩu hoa tươi và cây cảnh vào thị trường Dubai.

\***Thiết bị và nguyên vật liệu xây dựng:** Phát triển và xây dựng cơ sở hạ tầng là một lĩnh vực lớn nhất và năng động nhất thế giới của UAE. Sự bùng nổ về xây dựng và tăng trưởng kinh tế với các dự án như xây dựng các tòa nhà thương mại và chung cư cao tầng mới, các tòa nhà, khách sạn, nhà nghỉ bãi biển, bệnh viện, trường học, đường sá, công viên, trung tâm bán hàng, mở rộng hai sân bay và các

công viên theo chủ đề... khiến cho nhu cầu về thiết bị và nguyên vật liệu tăng rất mạnh mẽ. Sự đầu tư lớn của nhà nước vào lĩnh vực xây dựng này sẽ mang lại triển vọng tăng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng như máy móc xây dựng, các sản phẩm gỗ, điện, đồ trang trí, các trang thiết bị nội thất cho Việt Nam.

**\*Thủy sản:** Mặc dù là nước có khối lượng đánh bắt, khai thác hải sản lớn song nhu cầu về thủy sản vẫn rất cao. Nhập khẩu thủy sản không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn phục vụ cho công nghiệp chế biến và tái xuất. Các sản phẩm tôm, cua, cá nước ngọt hiện đang rất được ưa chuộng tại thị trường UAE và được khuyến khích nhập khẩu, hoàn toàn không có hạn chế nào về hạn ngạch. Đó đó thị trường này là hoàn toàn rộng mở đối với ngành thủy sản Việt Nam. Trong khi thủy sản Việt Nam đang gặp rất nhiều khó khăn với các vụ kiện bán phá giá tại các thị trường truyền thống như EU, Mỹ thì đây chính là cơ hội cho Việt Nam tìm đến một thị trường mới. Vấn đề là các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của ta phải tự mình nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh nói chung để có thể chiếm lĩnh và khẳng định vị thế của mình ở một thị trường tiềm năng này.

**\*Hàng dệt may:** Nhu cầu đối với hàng dệt may của UAE rất đa dạng vì UAE là một quốc gia đa sắc tộc và dân số trẻ. Ngoài ra một lượng lớn hàng dệt may cũng được nhập khẩu để tái xuất sang thị trường các nước Ả rập khác. Do đó, Việt Nam hoàn toàn có khả năng tìm đến các thị trường ngách để tự tạo cơ hội cho mình tăng cao kim ngạch xuất khẩu.

**\* Đồ gỗ:** Thị trường Trung Đông ưa chuộng và có sức tiêu thụ đồ gỗ khá lớn. Đồ gỗ nhập khẩu vào UAE có hai loại: đồ gỗ văn phòng nhập khẩu chủ yếu từ Italia, Tây Ban Nha và Mỹ; còn đồ gỗ gia dụng thì Malaysia chiếm hầu hết thị phần. Tuy nhiên đồ gỗ Việt Nam vẫn hoàn toàn có thể tìm được chỗ đứng ở thị trường này nhờ vào các sản phẩm độc đáo như hàng gỗ khảm trai, bàn ghế mây tre đan. Đây là những mặt hàng rất riêng của Việt Nam hiện rất được khách hàng Dubai quan tâm vì tiện dụng ngoài trời và giá cả rất hợp lý.

### **3 Triển vọng trong xuất khẩu lao động, đầu tư và du lịch**

Xây dựng vẫn còn là một hoạt động khá sôi động của UAE, do đó nhu cầu về lao động trong lĩnh vực này còn rất lớn. Mặt hàng nhu cầu về lao động trong các lĩnh vực phục vụ khách sạn, nhân viên bán hàng cũng còn rất lớn. Trong khi đó lao động Việt Nam có bản tính tỉ mỉ, cần cù và khả năng tiếp thu tốt do đó rất phù hợp với nhu cầu này. Chính bởi lẽ đó, thị trường UAE đối với xuất khẩu lao động của Việt Nam vẫn còn rất rộng mở và nhiều triển vọng tăng trưởng.

Ngoài quan hệ đầu tư đang có những bước đi đầu tiên thì các quan hệ giữa Việt Nam và UAE trong các lĩnh vực khác như thương mại, du lịch, hàng không, ngân hàng, viễn thông .... hầu như chưa có gì. Một trong những nguyên nhân của thực trạng này là do chưa có sự quan tâm đồng bộ từ phía các cơ quan chức năng. Tuy nhiên chúng ta hoàn toàn có quyền hy vọng vào một triển vọng phát triển bởi Việt Nam đã và đang là đối tác tốt trong các lĩnh vực này với nhiều quốc gia trên thế giới. Vấn đề là làm sao để cho các nhà đầu tư UAE biết đến Việt Nam như là một điểm đến lý tưởng cho hợp tác trong các lĩnh vực này.

### **III. Một số giải pháp thúc đẩy và phát triển quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE**

#### **1. Nhóm giải pháp mang tính chất vĩ mô của chính phủ**

##### **1.1 Cải thiện cơ chế chính sách, tạo môi trường đầu tư và kinh doanh ổn định**

Một môi trường chính trị, pháp luật ổn định, đồng bộ là rất cần thiết để đảm bảo hiệu quả xuất nhập khẩu sang bất kỳ thị trường nào. Hệ thống pháp luật của Việt Nam hiện nay cần hoàn thiện hơn nữa nhằm đáp ứng yêu cầu của quá trình hội nhập nền kinh tế toàn cầu, thu hút được đầu tư và cần sâu rộng hơn để các doanh nghiệp Việt Nam có chỗ dựa pháp lý của mình để có điều kiện được chấp cánh vươn mạnh ra bên ngoài. Cho đến nay, hệ thống pháp luật của Việt Nam vẫn còn thiếu đồng bộ, chưa ổn định, còn chòng chéo, mâu thuẫn nhau. Hệ thống đó cần được nhanh chóng rà soát lại để sửa đổi bổ sung, loại bỏ những phần lỗi thời, hoặc ban hành mới. Đặc biệt tính minh bạch và khả năng dự báo được của các văn bản



pháp luật của Việt Nam cần được nâng cao, đồng thời giảm tình trạng có quá nhiều luật khác nhau điều chỉnh các hành vi có cùng bản chất.

Môi trường đầu tư và môi trường thương mại cũng cần được cải thiện, cơ sở hạ tầng cần được nâng cấp, chính trị và xã hội ổn định để tạo điều kiện thuận lợi nhất không chỉ cho các doanh nghiệp trong nước mà cho cả các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vốn vào Việt Nam làm ăn. Một môi trường chính trị ổn định với cơ sở hạ tầng ổn định cùng những ưu đãi đối với các nhà đầu tư chính là biện pháp tốt nhất để mời gọi và thu hút đầu tư từ phía UAE. Bên cạnh đó Việt Nam cũng cần có những thay đổi về phương thức quản lý xuất nhập khẩu theo hướng tạo hành lang thông thoáng cho hoạt động kinh doanh đồng thời cũng đảm bảo thi hành nghiêm luật pháp, phù hợp với tiến trình hội nhập khu vực, phù hợp với văn bản ký kết giữa hai bên và đồng thời phù hợp với chính sách bảo hộ sản xuất trong nước theo nguyên tắc bảo hộ có chọn lọc, có thời hạn.

1.2 Ký kết Hiệp định thương mại và hiệp định hợp tác đầu tư để tạo cơ sở pháp lý cho phát triển quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE

Việt Nam và UAE mới chỉ ký kết với nhau Hiệp định khung về Hợp tác Kinh tế, khoa học kỹ thuật và thương mại. Việt Nam chưa được hưởng quy chế tối huệ quốc (MFN) với UAE nên sự thâm nhập của hàng hoá Việt Nam vào thị trường này còn gặp khó khăn đáng kể và tính cạnh tranh bị giảm sút. Do đó, trước mắt Việt Nam cần nhanh chóng xúc tiến việc đàm phán và ký kết hiệp định thương mại song phương với UAE để các doanh nghiệp của ta được hưởng quy chế tối huệ quốc, tạo điều kiện thuận lợi trước hết cho hoạt động xuất khẩu hàng hoá. Về lâu dài, chính phủ hai nước cũng cần tiếp tục đàm phán và ký kết các hiệp định về vận tải, thanh toán, bảo hộ đầu tư ... nhằm thiết lập một cơ sở pháp lý cho hai bên trong việc mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế.

1.3 Tăng cường các hoạt động quảng bá hình ảnh quốc gia, xúc tiến thương mại và đa dạng hoá các hoạt động hỗ trợ của Chính phủ

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp và hàng hoá của Việt Nam thâm nhập dễ dàng và có chỗ đứng trên thị trường UAE, nhà nước có thể thực hiện một số hoạt

động xúc tiến thương mại cũng như các hoạt động hỗ trợ sau để trợ giúp cho các doanh nghiệp:

- **Đẩy mạnh công tác xây dựng chiến lược phát triển thị trường**, tăng cường các cuộc viếng thăm và đối thoại cấp cao để đi đến đàm phán ký kết các hiệp định đồng thời bàn bạc và đề xuất những biện pháp tích cực, cụ thể và thực tế nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp hai bên tăng cường cơ hội hợp tác, trao đổi làm ăn. Bên cạnh đó cần tăng cường việc quảng bá, giới thiệu hình ảnh quốc gia và thương hiệu Việt Nam đến với thị trường UAE như tổ chức các sự kiện văn hoá, xuất bản các ấn phẩm giới thiệu về đất nước, con người và sản phẩm của Việt Nam, tổ chức các tuần lễ du lịch giới thiệu về cảnh quan và các lễ hội của Việt Nam... Các hoạt động trên sẽ giúp thị trường UAE biết đến một Việt Nam giàu truyền thống, năng động và nhiều tiềm năng, cơ hội hợp tác
- **Hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc xúc tiến và tiếp cận thị trường**: Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam hiện đang còn có rất ít thông tin về thị trường UAE và do đó đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc tìm đối tác, ký kết hợp đồng. Vai trò của thương vụ Việt Nam tại UAE cần được nâng cao hơn nữa đặc biệt là trong việc cung cấp thông tin thường xuyên và cập nhật, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước trong việc xúc tiến thương mại, tìm các đối tác, ngân hàng tin cậy. Do điều kiện đi lại xa xôi, chi phí tốn kém nên vấn đề tìm hiểu, nghiên cứu thị trường và những thay đổi diễn ra trên thị trường còn rất hạn chế, vì vậy, thương vụ Việt Nam cần tăng cường hoạt động của mình hơn nữa, thường xuyên thông báo về Bộ Thương mại từng diễn biến trên thị trường từ những thay đổi về hệ thống pháp luật, qui chế nhập khẩu, thuế quan, tỷ giá, lạm phát, xu hướng thương mại,... đến những diễn biến cho từng mặt hàng xuất khẩu cụ thể của Việt Nam sang UAE cũng như dự báo cung – cầu, giá cả, cạnh tranh, thị hiếu tiêu dùng, kênh phân phối, cách tiếp cận thị trường... Hiện nay mới chỉ có một ấn phẩm duy nhất của Cục xúc tiến thương mại giới thiệu về thị trường Dubai-UAE và đã được xuất bản từ khá lâu (2003) nên rất thiếu tính cập nhật và còn hạn chế về thông tin. Trong thời gian tới, Cục xúc tiến thương mại cần dựa trên các nghiên cứu tìm hiểu của mình để xuất bản thêm các ấn phẩm tương tự và các ấn phẩm chi tiết hơn chuyên sâu vào từng lĩnh vực cụ thể như du

lịch, đầu tư, ngân hàng..., có tính cập nhật hơn để tạo ra thêm kênh thông tin quan trọng cho các doanh nghiệp Việt Nam. Cơ quan thương vụ cũng có thể tiến hành cung cấp thông tin về điều tra thị trường theo yêu cầu của từng mặt hàng của doanh nghiệp. Ngoài ra hoạt động xúc tiến quan trọng nữa đó là nâng cao tính hiệu quả của Trung tâm giới thiệu sản phẩm tại Dubai, đồng thời tổ chức nhiều hơn các hội chợ triển lãm hàng Việt Nam tại UAE nhằm giúp các doanh nghiệp Việt Nam quảng cáo, khuyến trương hoạt động kinh doanh, sản phẩm, tạo thêm cơ hội tiếp xúc với bạn hàng UAE, trao đổi học tập kinh nghiệm kinh doanh trên thương trường quốc tế.

- **Hỗ trợ về mặt tài chính:** Một trong những khó khăn lớn của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam khi tham gia xuất khẩu nói chung và xuất khẩu vào thị trường UAE nói riêng hiện nay là khả năng tài chính còn rất hạn chế. Để khuyến khích doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường UAE, chính phủ cần đẩy mạnh các biện pháp hỗ trợ về mặt tài chính như: Sử dụng có hiệu quả quỹ hỗ trợ xuất khẩu để các doanh nghiệp được vay vốn với lãi suất thấp, giải quyết được khó khăn về vốn lưu động và có vốn đầu tư để đổi mới trang thiết bị. Đảm bảo sự bình đẳng trong quan hệ tín dụng ngân hàng trên cơ sở pháp luật giữa các thành phần kinh tế. Mở rộng khả năng tiếp cận nguồn tín dụng từ các ngân hàng cũng như các thể chế tài chính, đơn giản hoá thủ tục vay vốn và điều kiện để thế chấp tài sản của ngân hàng và các tổ chức tín dụng. Ngoài ra cũng có thể thực hiện lãi suất ưu đãi cho doanh nghiệp vừa và nhỏ sản xuất kinh doanh xuất khẩu sang thị trường UAE có hiệu quả, sản xuất sản phẩm mới hoặc nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ mới.

#### 1.4 Định hướng phát triển các mặt hàng xuất khẩu sang thị trường UAE

Chính phủ cũng cần có những chính sách cụ thể để định hướng phát triển các mặt hàng xuất khẩu sang thị trường UAE. Thông qua việc hỗ trợ vốn, ưu đãi về thuế và tạo thuận lợi cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, Việt Nam có thể phát triển sản xuất nội địa (phát triển kinh tế ngành và kinh tế vùng), đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của các mặt hàng chủ yếu của Việt Nam trên thị trường UAE.

*Đối với ngành dệt may và giày dép:* hai ngành này ở Việt Nam có đặc thù là gia công cho nước ngoài là chủ yếu, nên hiệu quả thu được từ xuất khẩu chưa cao, mặt khác mẫu mã và chủng loại xuất khẩu sang UAE còn đơn điệu và chậm đổi mới. Do đó, Chính phủ cần có chính sách cụ thể khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất, làm ăn có hiệu quả hoặc các doanh nghiệp đã xuất khẩu trực tiếp sang UAE tiếp tục đầu tư và đổi mới công nghệ trong quá trình sản xuất để cải tiến sản phẩm cho phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng UAE và các thị trường tái xuất, nâng cao chất lượng, xây dựng và khẳng định thương hiệu cho hàng hoá.

*Đối với các mặt hàng đang bắt đầu có lợi thế trên thị trường UAE như hàng điện tử, thủy hải sản, hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ mây tre đan đồ chơi trẻ em,* Chính phủ cần có những chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vốn và công nghệ hiện đại mở rộng quy mô sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, đa dạng hoá, nâng cao trình độ tiếp thị sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh nhằm tăng khối lượng và tăng tính hiệu quả xuất khẩu sang UAE. Đặc biệt cần tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tạo cho mình một thương hiệu hàng hoá riêng được đăng ký quyền sở hữu trí tuệ đầy đủ khi xuất khẩu.

*Đối với những mặt hàng nông sản có khả năng xuất khẩu* sang thị trường UAE như cà phê, hạt tiêu, chè, cao su, rau quả... cần lựa chọn các đơn vị, nông trường và vùng để có chính sách cụ thể khuyến khích đầu tư vốn tạo ra các vùng sản xuất chuyên canh cho xuất khẩu, thực hiện quản lý chất lượng từ khâu tuyển chọn giống, kỹ thuật thâm canh, chăm sóc để khi đưa ra xuất khẩu sẽ khắc phục được tình trạng chất lượng thấp, không ổn định và nguồn cung cấp nhỏ. Chính sách này sẽ giúp cho hàng nông sản của Việt Nam có thể thâm nhập được vào thị trường UAE. Đối với các mặt hàng thủy sản, để có thể tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu, Bộ thủy sản cần nỗ lực tìm kiếm các chế phẩm sinh học trong nuôi trồng thủy sản để thay thế các chất bị cấm, đồng thời kiểm soát chặt chẽ hơn các lô hàng thủy sản xuất khẩu để đảm bảo uy tín ngay từ đầu cho hàng thủy sản của Việt Nam.

### 1.5 Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực và lao động cho xuất khẩu

Con người luôn là yếu tố chủ chốt trong bất kỳ công tác nào, vì vậy để có thể phát triển quan hệ thương mại Việt Nam – UAE, việc tăng cường đào tạo nguồn nhân lực cũng là một trong những vấn đề cần chú trọng. Nhà nước cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp bằng cách tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu về thương mại cho lãnh đạo cũng như các nhân viên kinh doanh của các doanh nghiệp. Cần có chính sách và chế độ bồi dưỡng, đào tạo lại và tuyển chọn lại cán bộ thương mại một cách chặt chẽ và nghiêm túc cả về phẩm chất đạo đức, năng lực chuyên môn và trình độ ngoại ngữ. Hằng năm, Nhà nước nên cử nhiều cán bộ sang nghiên cứu, tìm hiểu thị trường UAE, có vậy mới hiểu rõ nhất được đối tượng hợp tác với mình, từ đó quan hệ hợp tác kinh doanh sẽ có hiệu quả hơn. Nhà nước cũng cần tổ chức các lớp huấn luyện đào tạo nhằm nâng cao kiến thức kinh doanh và trình độ quản lý của các nhà quản lý và chỉ đạo kinh doanh của các doanh nghiệp có quan hệ buôn bán với UAE. Các cán bộ quản lý cũng luôn cần cập nhật các kiến thức mới nhất về kỹ thuật, kinh doanh, đàm phán cũng như các phương thức kinh doanh mới nhất trong thời đại công nghệ thông tin.

Bên cạnh việc nâng cao trình độ của cán bộ thương mại, Nhà nước cần tăng cường tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu về kỹ thuật cho các cán bộ kỹ thuật. Hiện nay, Việt Nam đang thiếu cán bộ kỹ thuật giỏi một cách trầm trọng, đội ngũ cán bộ kỹ thuật hiện tại có trình độ không đồng đều, tiếp thu công nghệ mới còn chậm. Trong số này bên cạnh một số cán bộ được đào tạo tại nước ngoài có tay nghề cao còn có nhiều cán bộ được đào tạo ở trong nước cũng rất có triển vọng phát triển nhưng cần được đào tạo kỹ lưỡng hơn nữa cả về kiến thức kỹ thuật cũng như kinh tế và đạo đức để nâng cao trình độ phục vụ cho tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Ngoài ra, nguồn nhân lực cho xuất khẩu lao động của Việt Nam hiện nay vẫn còn rất thiếu hụt một đội ngũ công nhân lành nghề, tay nghề cao, nắm bắt được những kỹ thuật mới, có trình độ ngoại ngữ nhất định đủ để phục vụ cho công việc. Do vậy, bên cạnh việc đào tạo những cán bộ kỹ thuật giỏi, việc mở rộng các trường

dạy nghề, đào tạo nghề một cách chuyên nghiệp, có chất lượng cho đội ngũ công nhân cũng rất quan trọng và cần được tiến hành ngay.

## **2. Nhóm giải pháp mang tính chất vi mô của doanh nghiệp**

### **2.1 Chủ động tăng cường tìm hiểu và mở rộng thị trường**

Mặc dù sự hỗ trợ từ phía các cơ quan xúc tiến thương mại là rất cần thiết và quan trọng song các doanh nghiệp cũng cần tự mình chủ động tiến hành nghiên cứu và tìm hiểu về thị trường. Trong kinh doanh, buôn bán, việc hiểu rõ đối tác là hết sức cần thiết cho dù là làm ăn với ai, ở trong nước hay ở nước ngoài. Với một đối tác còn rất mới mẻ như UAE thì điều này càng trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Trước khi tiến hành xuất khẩu, nhập khẩu hay có kế hoạch hợp tác trên các lĩnh vực khác thì các doanh nghiệp cần phải nắm thật vững về các chính sách ngoại thương của UAE, đặc biệt là các chính sách thuế quan, cũng như các quy định mới nhất về kỹ thuật, vệ sinh, lao động, về môi trường và các quy chế nhập khẩu khác. Bên cạnh đó việc tìm hiểu về tập quán giao dịch tập quán kinh doanh cũng không kém phần quan trọng. Hiểu về lối sống, tập quán buôn bán và giao dịch chính là một lợi thế rất lớn cho việc thiết lập quan hệ bạn hàng, quan hệ đối tác tin cậy và hiểu biết lẫn nhau.

Nhìn chung có rất nhiều nguồn để các doanh nghiệp có thể lấy được các thông tin về UAE như qua lãnh sự quán, thông qua phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, Cục xúc tiến thương mại – Bộ thương mại, qua cơ quan thương vụ Việt Nam tại UAE. Ngoài ra, còn một nguồn cung cấp thông tin rất quan trọng nữa mà các doanh nghiệp nên tận dụng tối đa, đó là thông qua mạng Internet, bằng việc truy cập vào Website của các cơ quan chính phủ UAE, các diễn đàn cung cấp thông tin hoặc của chính doanh nghiệp mà Việt Nam đang có ý định làm ăn.

Bên cạnh đó, sự hiểu biết về các đối thủ cạnh tranh cùng trên thị trường UAE cũng rất cần thiết vì UAE là một thị trường có đặc tính cạnh tranh mạnh mẽ, bắt buộc các công ty phải tạo lợi thế cạnh tranh hơn đối thủ khác. Sự hạn chế thông tin về các đối thủ cạnh tranh có thể khiến những thế mạnh về cạnh tranh trở nên không bền vững. Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh sẽ tránh được việc cạnh tranh trực tiếp đối

với các đối thủ mạnh hơn và tìm ra được thị trường của riêng mình. Vì lý do đó có thể nói rằng muốn mở rộng và phát triển thị trường thì phải nâng cao hiểu biết về các đối thủ cạnh tranh. Một điều mà các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường các nước UAE cần thiết phải nắm vững là đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trên thị trường UAE không phải chỉ có ASEAN, Trung Quốc, các nước đang phát triển khác mà bao gồm cả các nước phát triển cao như Mỹ, Nhật Bản, EU ...

2.2 Đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tìm kiếm phát triển sản phẩm mới để đáp ứng tốt nhu cầu thị trường UAE.

Chủng loại hàng hoá Việt Nam xuất khẩu sang UAE trong những năm gần đây đã tăng lên đáng kể. Tuy nhiên số lượng chủng loại vẫn còn rất nhỏ bé chưa tương xứng với nhu cầu và tiềm năng của thị trường UAE. mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam vào UAE vẫn là nông sản với giá trị thấp do đó các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần nhanh chóng đổi mới cơ cấu mặt hàng xuất khẩu tăng cường các hàng hoá có hiệu quả kinh tế cao như máy móc, thiết bị điện - điện tử, đồ trang sức, kim loại quý, thiết bị vận tải. v.v ... Song song với việc đa dạng hoá các sản phẩm, các doanh nghiệp cũng cần luôn củng cố, phát huy những mặt hàng truyền thống đã có chỗ đứng trên thị trường.

Ngoài việc thay đổi cơ cấu mặt hàng, các doanh nghiệp cũng cần phải thường xuyên thay đổi mẫu mã, chủng loại để phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng tại thị trường mà mình hướng tới. Bên cạnh đó việc cho ra đời những loại hàng hoá mới, độc đáo cũng là một biện pháp tốt để tăng kim ngạch xuất khẩu. Hàng hoá trên thị trường UAE rất đa dạng và Trung Quốc là quốc gia gần như chiếm lĩnh rất nhiều ngành hàng nhập khẩu của UAE. Hàng Việt Nam sức cạnh tranh yếu hơn nhiều so với hàng hoá Trung Quốc và Thái Lan, do đó hướng đi mới cho các doanh nghiệp Việt Nam là phát triển và tung ra thị trường các sản phẩm mới, lạ, độc đáo. Những hàng hoá lạ thì luôn đem lại giá trị gia tăng cao do đó mang lại rất nhiều lợi nhuận cho các doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tìm được chỗ đứng trên thị trường, đồng thời cũng tạo dấu ấn tốt về hình ảnh và thương hiệu sản phẩm Việt Nam.

Song song với việc đa dạng hoá sản phẩm, kiếm tìm sản phẩm mới, một yêu cầu quan trọng nữa đối với hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam đó là việc nâng cao chất lượng. Một điều cần chú ý là các mặt hàng xuất khẩu sang thị trường UAE không nhất thiết phải là hàng hoá có chất lượng cực cao, điều quan trọng ở đây là chất lượng phải ổn định. Đây chính là một trong những điểm yếu của các doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng các sản phẩm giữa các lô hàng khác nhau và thậm chí là trong cùng một lô hàng cũng không đảm bảo đồng đều nhau. Để đảm bảo hàng hoá có chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu người tiêu dùng, các doanh nghiệp Việt Nam cần thực hiện đồng bộ một số biện pháp như: đổi mới thiết bị máy móc, công nghệ hiện đại đồng bộ, áp dụng công nghệ mới để nâng cao chất lượng sản phẩm; đảm bảo nguồn nguyên liệu cung cấp cho sản xuất hàng xuất khẩu ổn định, chất lượng tốt nhằm đáp ứng yêu cầu về sản phẩm và chủ động sản xuất; tuyển chọn, đào tạo đội ngũ công nhân có tay nghề cao, có đủ trình độ để tiếp thu công nghệ mới; cuối cùng, cần chú ý khâu kiểm tra chất lượng không chỉ ở khâu cuối mà ngay từ đầu cũng như trong quá trình sản xuất, kiểm tra thành phẩm ngay nghèo trước khi đóng gói và xuất khẩu trên cơ sở tài liệu kỹ thuật và mẫu hàng.

Muốn có kim ngạch xuất khẩu lớn, các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần có nguồn hàng lớn và tương đối ổn định, dựa trên việc tìm hiểu kỹ các vấn đề như dự báo biến động trên thị trường thế giới, về nhu cầu các mặt hàng chủ lực xuất khẩu sang thị trường UAE; xây dựng, thu gom dự trữ cho phù hợp, tránh lãng phí vốn mua hàng xuất khẩu; dự báo và có những biện pháp ứng phó trước những thay đổi đột ngột về nguồn cung cấp nguyên liệu, nhất là đối với các doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản và thuỷ sản.

### 2.3 Đẩy mạnh công tác Marketing xuất khẩu

Bên cạnh việc chủ động nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm để tăng sức cạnh tranh của hàng hóa, các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải tập trung vào hoạt động Marketing, nâng cao năng lực tiếp thị, tích cực thực hiện các hoạt động xúc tiến xuất khẩu sang thị trường UAE. Đây chính là một điểm yếu của các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường UAE nói riêng cũng như trong buôn bán kinh doanh của hầu hết các doanh nghiệp nói chung. Để đẩy mạnh



hoạt động Marketing, các doanh nghiệp cần chủ động tìm kiếm đối tác, chào hàng thông qua việc tham gia các hội chợ, triển lãm và hội thảo chuyên đề được tổ chức tại Việt Nam hay tại UAE, qua tham tán thương mại tại UAE. Các doanh nghiệp cũng cần tổ chức các đoàn khảo sát sang UAE để tìm hiểu theo hướng đáp ứng nhu cầu đặc trưng của doanh nghiệp mình. Một biện pháp hiệu quả nữa là các doanh nghiệp cần tận dụng chức năng của Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại Dubai để thiết lập sự hiện diện của doanh nghiệp mình tại thị trường UAE thông qua một trong các hình thức sau tùy thuộc vào tình hình của mỗi doanh nghiệp:

- Gửi hàng mẫu, catalogue, đơn chào hàng và uỷ thác cho Trung tâm trưng bày, giới thiệu và giao dịch
- Đăng ký sử dụng một diện tích nhất định tại trung tâm để trưng bày hàng mẫu, catalogue.
- Đăng ký sử dụng một diện tích nhất định tại trung tâm để trưng bày hàng mẫu, catalogue và có cán bộ đại diện thường trú làm việc tại trung tâm.

Đây là một sự hỗ trợ rất kịp thời và là cơ hội rất tốt cho các doanh nghiệp Việt Nam tăng cường hoạt động marketing của mình tại thị trường UAE. Việc đầu tư này rất cần thiết để các doanh nghiệp có được thông tin chính xác về thị trường và bạn hàng, do đó có thể sản xuất và xuất khẩu sang UAE những hàng hóa mà thị trường này cần, đáp ứng tốt nhất nhu cầu thị hiếu về hàng hóa của thị trường UAE tại các thời điểm trong năm.

Các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần nghiên cứu và ứng dụng các nghiệp vụ Marketing để phát hiện những mặt hàng mới có khả năng tiêu thụ tại thị trường UAE. Tăng cường đầu tư vốn và công nghệ hiện đại vào quá trình sản xuất để cho ra đời các sản phẩm đó và thực hiện những hoạt động khuyến trương cần thiết cho “các mặt hàng mới” tìm được chỗ đứng, duy trì và phát triển trên thị trường này (có chiến lược quảng cáo, marketing). Tổ chức các hoạt động trước và sau khi bán (cung cấp dịch vụ sau khi bán hàng...) để duy trì, củng cố uy tín của hàng hóa Việt Nam đối với người tiêu dùng tại UAE và khu vực Trung Đông.

## 2.4 Triệt để áp dụng công nghệ mới bao gồm cả công nghệ thông tin trong sản xuất và kinh doanh xuất nhập khẩu

Như đã phân tích ở trên, một trong những hạn chế khiến cho sản phẩm của Việt Nam kém cạnh tranh và do đó làm cản trở việc tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường UAE là công nghệ của Việt Nam còn quá cũ. Do đó bên cạnh việc trợ giúp của nhà nước về việc nhập khẩu công nghệ mới các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường UAE nói chung đều cần tự mình tích cực, chủ động đổi mới thiết bị, máy móc, sử dụng những công nghệ mới trong sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu sang thị trường UAE. Các doanh nghiệp cần đặt vấn đề đổi mới thiết bị, máy móc công nghệ lên hàng đầu và phải giải quyết được bằng mọi cách, có như vậy mới tạo ra được sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu của doanh nghiệp đó. Doanh nghiệp có thể tự tích tụ và tập trung vốn của mình cộng thêm các khoản trợ giúp từ phía nhà nước; hoặc có thể liên doanh liên kết một các tích cực và chủ động với các nhà đầu tư nước ngoài khác để có công nghệ; doanh nghiệp cũng có thể đổi mới công nghệ thông qua hình thức thuê tài chính... Tuy vậy việc đổi mới công nghệ phải đảm bảo được sẽ có đầu ra, nếu không sẽ rất dễ rơi vào tình trạng phá sản do không hoàn được vốn.

Các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần tạo thói quen sử dụng và tận dụng một phương thức kinh doanh trong thời đại công nghệ thông tin, đó là kinh doanh trực tuyến qua mạng hay còn gọi là thương mại điện tử. Thương mại điện tử tuy mới phát triển trong vài thập kỷ gần đây nhưng ngày càng có những bước tiến đáng kể, đã được chứng minh là một phương thức kinh doanh mang lại hiệu quả cao và có thể sẽ thành phương thức giao dịch chủ yếu trong tương lai. Tại UAE, nơi có cơ sở hạ tầng khá tốt về công nghệ thông tin và thường xuyên được chú trọng đầu tư thì mạng thông tin Internet ngày càng trở thành một công cụ hữu hiệu trong thương mại quốc tế. Với khoảng cách địa lý khá xa, doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn có thể dựa vào hình thức này để tiếp thị, giới thiệu sản phẩm, chào hàng, thậm chí là ký kết hợp đồng mà chi phí được giảm thiểu rất nhiều. Khi thông tin về hàng hoá và dịch vụ của doanh nghiệp đã được đưa lên mạng Internet khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm và cập nhật hơn, yêu cầu của khách hàng cũng được chuyển đến nhanh hơn. Có thể nói hiện nay điều kiện về cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin đã có rất

hiều tiến bộ, tạo rất nhiều thuận lợi cho các doanh nghiệp áp dụng công nghệ thông tin vào việc kinh doanh. Tuy nhiên trên thực tế các doanh nghiệp Việt Nam chưa thực sự tận dụng được mạng Internet một cách triệt để và hữu hiệu để nâng cao hiệu quả xuất khẩu sang thị trường UAE. Trong thời gian tới các doanh nghiệp Việt Nam nhận thức rõ và tận dụng Internet như là một kênh quan trọng để không chỉ tìm kiếm thông tin đối tác mà còn là một công cụ hiệu quả để quảng bá cho doanh nghiệp mình thông qua việc thành lập các website riêng hoặc đưa tên mình vào các website thương mại nổi tiếng. Điều đó sẽ khiến doanh nghiệp phục vụ khách hàng tốt hơn, liên tục hơn cũng như dễ dàng hơn, nó sẽ là công cụ làm giảm chi phí phục vụ khách hàng, tạo điều kiện để tăng doanh thu, đồng thời gây dựng được những mối quan hệ có lợi, tăng uy tín và nhận thức về tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp trong kinh doanh quốc tế. Mặt khác doanh nghiệp cũng cần tận dụng mạng Internet để giữ quan hệ làm ăn lâu dài với các doanh nghiệp UAE bằng cách thường xuyên trao đổi thông tin hai chiều để hai bên cùng nắm rõ tình hình tiêu thụ sản phẩm, xây dựng chiến lược kinh doanh và cùng giải quyết các vướng mắc.

## 2.5 Tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp và hiệu quả vai trò của các hiệp hội ngành hàng

Đa phần các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đều là các doanh nghiệp vừa và nhỏ do đó việc hợp tác liên kết cùng hỗ trợ giữa các doanh nghiệp có ý nghĩa rất quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Việc hợp tác giữa các doanh nghiệp được thể chế hoá thông qua các hiệp hội ngành hàng. Các doanh nghiệp có thể hỗ trợ nhau về thông tin, cùng nhau hợp tác chia sẻ một đơn hàng lớn... . Các hiệp hội có vai trò quan trọng trong việc nghiên cứu thị trường, giúp doanh nghiệp tiếp cận thông tin và công nghệ mới nhanh nhất, bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp, và hỗ trợ doanh nghiệp khi gặp khó khăn. Hiệp hội hoạt động hiệu quả chính là một động lực rất lớn cho thúc đẩy xuất khẩu. Tuy nhiên ở Việt Nam vai trò và hiệu quả của các hiệp hội còn nhiều hạn chế, chưa tập hợp và phát huy tối đa được sức mạnh vật chất và tinh thần của cộng đồng doanh nghiệp. Đây chính là một điểm hạn chế lớn làm giảm sức cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam tại một thị trường cạnh tranh khốc liệt như UAE. Do đó trong những năm tới các doanh nghiệp cần có những nỗ lực mạnh mẽ để tăng cường vai trò của các hiệp

hội ngành nghề thông qua sự liên kết chặt chẽ và cùng nhau hỗ trợ trong các hoạt động. Bản thân các hiệp hội cũng cần phải đảm bảo tính công bằng và bình đẳng cũng như đặt quyền lợi chung của quốc gia và cộng đồng doanh nghiệp lên trên hết.

## KẾT LUẬN

Từ sau khi thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức vào năm 1993 mối quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE không ngừng phát triển. Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và UAE ngày được nâng cao, số lượng lao động xuất khẩu sang UAE ngày càng tăng, quan hệ đầu tư đã bước đầu được hình thành. UAE đóng vai trò không nhỏ trong chiến lược thực hiện đa dạng hoá thị trường, mở rộng quan hệ hợp tác với nhiều đối tác của Việt Nam. Ngược lại, hàng hoá Việt Nam đã dần được thị trường UAE biết đến và Việt Nam cũng đã bắt đầu lọt vào mắt các nhà đầu tư UAE.

Trên cơ sở nghiên cứu và phân tích về đặc điểm thị trường UAE, thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – UAE trong những năm qua, có thể khẳng định, UAE thực sự là một thị trường tiềm năng cho hàng hoá Việt Nam cũng như cho hợp tác trong lĩnh vực lao động và đầu tư. Việc phát triển quan hệ kinh tế, thương mại với UAE theo cả chiều sâu lẫn chiều rộng mang ý nghĩa chiến lược lớn cho Việt Nam trong giai đoạn tới.

Tuy đã đạt được những thành tựu quan trọng song trong quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE vẫn còn những khó khăn, thách thức cần phải vượt qua. Với định hướng và quyết tâm của Đảng, Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp quan hệ kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và UAE sẽ có những bước tiến mạnh mẽ để dần khẳng định vị thế của UAE là thị trường trọng điểm của Việt Nam tại khu vực Trung Đông.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục xúc tiến thương mại-VIETRADE (2004), *Giới thiệu thị trường Dubai – UAE*, NXB Thống kê.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, NXB Sự thật, Hà Nội.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII, VIII, IX*, NXB Sự thật, Hà Nội.
4. **Thứ trưởng Nguyễn Thị Kim Ngân** (2006), *Bài phát biểu tại diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – UAE tháng 6 năm 2006*, Dubai – UAE.
5. **Nguyễn Hồng Phương** (2004), *Khoá luận tốt nghiệp: Thị trường UAE-Cơ hội và thách thức đối với hàng xuất khẩu Việt Nam*.
6. **Trần Thị Thu** (2006), *Nâng cao hiệu quả quản lý xuất khẩu lao động của các doanh nghiệp trong điều kiện hiện nay*, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
7. Trung tâm thông tin thương mại (2005), *Niên giám thương mại Việt Nam 2005*, NXB Thống kê, Hà Nội
8. Vụ hợp tác Quốc tế (2006), *Số liệu kinh tế, xã hội các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới*, Hà Nội.
9. International Trade Center – UNCTAD/WTO (2005), *Export Potential Assessment in Viet Nam*, Market Analysis Section – International trade center.
10. **Dr. Belaid Rettab Marietta Morada** (2003), *Foreign Trade of Dubai – Major Group of Partners 2001*, Data Management and Business Research Department of Dubai Chamber of Commerce and Industry.
11. The World Bank (2006), *Doing Business in 2006: Creating Jobs*, The International Finance corporation – The World Bank.
12. Trang web Bộ thương mại Việt Nam [www.mot.gov.vn](http://www.mot.gov.vn)
13. Trang web Bộ Ngoại giao Việt Nam [www.mofa.gov.vn](http://www.mofa.gov.vn)
14. Trang web Bách khoa toàn thư <http://en.wikipedia.org/wiki/Uae>

15. Trang web Quỹ tiền tệ Quốc tế [www.imf.org](http://www.imf.org)
16. Trang web Báo Thời báo kinh tế Việt Nam [www.vneconomy.com](http://www.vneconomy.com)
17. Trang web Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI)  
[www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn)
18. Trang web Cục xúc tiến thương mại [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn)
19. Trang web Phòng thương mại và công nghiệp Dubai [www.dcci.gov.ae](http://www.dcci.gov.ae)
20. Trang web Khu tự do kinh tế Jebel Ali [www.dpa.co.ae](http://www.dpa.co.ae)
21. Trang web Bộ kinh tế và thương mại UAE [www.uae.gov.ae/mod](http://www.uae.gov.ae/mod)
22. Trang web Trung tâm thông tin UAE [www.gia.gove.ae](http://www.gia.gove.ae)