THE AUSTRALIAN
APEC STUDY CENTRE

Asia-Pacific
Economic Cooperation

Hợp tác cùng

RMIT
UNIVERSITY

Australian Government
Department of Foreign Affairs and Trade

Con đường tới Úc

Những Cơ hội và Nhận định về Thị trường cho Doanh nghiệp Việt Nam

ASIA SOCIETY AUSTRALIA

Mục Lục

Lời Mở đầu	2
Lời Cảm ơn	3
Tóm tắt Báo cáo	4
Những Kết quả Chính	8
Chương Một: Úc: đối tác phát triển tự nhiên của Việt Nam	**10**
· Tổng quan về Úc cho các Doanh nghiệp Việt Nam	15
· Mối Quan hệ Song phương	19
Chương Hai: Những Cơ hội	**30**
· Thương mại trong Lĩnh vực Hàng hoá	33
· Thương mại trong Lĩnh vực Dịch vụ	36
· Chuỗi giá trị xuyên biên giới	40
· Đầu tư	42
· Đổi mới Sáng tạo	48
· Khả năng di chuyển cao	51
Chương Ba: Từ Hiểu biết tới Tiềm năng	**52**
· Kinh doanh là Kinh doanh: Động lực Kinh doanh của Úc và Những Khác biệt Văn hóa	54
· Các Nguồn Hỗ trợ: Úc và Việt Nam	57
· Tạo Điều kiện cho Mối Liên kết giữa Người với Người, và Cộng đồng Công dân ở Nước ngoài	60
· Kết luận	64
Phụ lục 1 - Dữ liệu và Phân tích Chính sách	65
Phụ lục 2 - Tổng hợp Các Nguồn Tài liệu Hữu ích	93

Lời mở đầu

Thủ tướng nước Úc, Ngài Scott Morrison [a]:
"Chúng ta đang ở giao điểm tuyệt vời của tiến trình hợp tác. Việt Nam đang nhanh chóng phát triển và công nghiệp hóa đất nước, còn Úc rất sẵn lòng và có khả năng hỗ trợ quá trình tăng trưởng này. Hai nền kinh tế của hai nước chúng ta bổ sung cho nhau – Tôi tin tưởng rằng chúng ta có thể và sẽ cùng nhau phát triển thịnh vượng... Tiềm năng cho sự hợp tác ngày càng chặt chẽ giữa Úc và Việt Nam là rất to lớn".

Thủ tướng Việt Nam, Ngài Phạm Minh Chính:
"Chiến lược Tăng cường hợp tác kinh tế Úc – Việt Nam cho thấy khát vọng và quyết tâm của chính phủ và nhân dân hai nước trên con đường trở thành một trong mười đối tác thương mại hàng đầu của nhau, tăng gấp đôi đầu tư hai chiều, vượt qua những thách thức, đồng thời tận dụng triệt để các cơ hội hồi phục và phát triển kinh tế trong giai đoạn hậu đại dịch". [b]

Cả hai quốc gia của chúng ta đã đồng hành trên con đường thúc đẩy hợp tác kinh tế và trở thành đối tác thương mại ngày càng thân thiết của nhau. Chiến lược và Kế hoạch Thực hiện Tăng cường Hợp tác Kinh tế Úc – Việt Nam đã đề ra lộ trình chi tiết để cả hai quốc gia cùng hợp tác, nhằm đạt được mục tiêu là nằm trong nhóm mười đối tác thương mại hàng đầu của nhau và nhân đôi đầu tư hai chiều.

Bản Chiến lược nêu bật khả năng nền kinh tế hai nước có thể bổ sung cho nhau, và chỉ ra nhiều cơ hội xúc tiến thương mại, đầu tư và chuyển giao công nghệ mang lại lợi ích chung cho cả hai bên. Bản Chiến lược cũng nhận định rằng hiện tại những khác biệt trong hệ thống quản lý và tư pháp, trong hoạt động kinh doanh, văn hóa, và rào cản ngôn ngữ có thể là những thách thức cho nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Chúng ta đã hoan nghênh bản báo cáo Con đường tới Việt Nam, được phát hành năm 2020, nhằm thu hẹp những khác biệt trên khi chỉ ra tại sao Việt Nam lại là đối tác lý tưởng cho các doanh nghiệp của Úc. Bản báo cáo đã nêu bật lên một cách hết sức hữu hiệu những lợi ích chung đầy tiềm năng khi mở rộng thương mại và đầu tư với Việt Nam, đồng thời định hướng cho các doanh nghiệp từ Úc về cách thức thiết lập các mối quan hệ và hoạt động thương mại.

Trong một phần của bản Kế hoạch Thực hiện, quốc gia Úc đã cam kết triển khai một bản báo cáo đồng hành, Con đường tới Úc, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam triển khai các hoạt động thương mại với Úc được thuận lợi hơn. Khi chúng ta đang dần thoát khỏi đại dịch, nhịp sống vận động trở lại, biên giới được mở cửa, và các công ty bắt đầu đánh giá lại các cơ hội kinh doanh ở nước ngoài, chúng tôi hy vọng bản báo cáo này có thể hỗ trợ khối các doanh nghiệp Việt Nam chuyên xuất khẩu và sẵn sàng đầu tư trong quá trình tìm kiếm và nắm bắt cơ hội tại Úc, nơi đóng vai trò một thị trường, một địa chỉ đầu tư, và một nguồn lực lớn về đổi mới sáng tạo.

Chúng tôi trân trọng cảm ơn Viện Nghiên cứu Xã hội Châu Á tại Úc (Asia Society Australia), Trường Đại học RMIT và Trung tâm Nghiên cứu Diễn đàn Hợp táp Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương tại Úc (Australian APEC Study Centre) đã kịp thời thực hiện bản báo cáo rất cần thiết này, tạo điều kiện thắt chặt hơn nữa sự hợp tác giữa hai nước chúng ta.

Đại sứ Úc tại Việt Nam
Bà Robyn Mudie

Đại sứ Việt Nam tại Úc
Ông Nguyễn Tất Thành

Lời cảm ơn

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) đã tài trợ thực hiện bản báo cáo này trong khuôn khổ Chương trình Thí điểm Quỹ Tăng cường Hợp tác Kinh tế Úc - Viet Nam (AVEG). Viện Nghiên cứu Xã hội Châu Á tại Úc (Asia Society Australia) tổ chức triển khai dự án, với sự hợp tác của Trường Đại học RMIT và Trung tâm Nghiên cứu Diễn đàn Hợp táp Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương tại Úc (Australian APEC Study Centre). Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã đóng góp những hướng dẫn và hỗ trợ quý báu trong suốt quá trình thực hiện dự án.

Nhóm nghiên cứu (Kate Parker, Aaron Soans, Trần Thị Việt Hoa và Nguyễn Tường Vy Linh) đã hoàn thành bản báo cáo này dưới sự chỉ đạo của Craig Emerson và Bonnie Rivendell từ Trung tâm Nghiên cứu Diễn đàn Hợp táp Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương tại Úc (Australian APEC Study Centre). Kristen Bondietti và Jon Berry phụ trách phần dữ liệu và phân tích chính sách. Andrew Deane, Greg Earl, Đặng Thị Quỳnh Anh (Jaimie Dang), Chris Khatouki và Lena Duchene (Viện Nghiên cứu Xã hội Châu Á tại Úc (Asia Society Australia)) phụ trách hỗ trợ thực hiện. Nguyễn Thị Cẩm Linh phiên dịch báo cáo từ Tiếng Anh sang Tiếng Việt.

Đội ngũ cố vấn cấp cao - Thao Griffiths (Cố vấn Chính sách cho Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI, Dương Hồng Loan (Giám đốc Hợp tác Chiến lược Trường Đại học RMIT Việt Nam), Philipp Ivanov (Giám đốc Điều hành Viện Nghiên cứu Xã hội Châu Á tại Úc (Asia Society Australia)), Layton Pike (Trưởng Cố vấn Toàn cầu Trường Đại học RMIT), và Bonnie Rivendell (Giám đốc Chương trình, Trường Đại học RMIT) – đã đóng góp những ý kiến quý báu cho dự án.

Bản báo cáo được tham vấn ý kiến của nhiều bên, từ cơ quan chính phủ, doanh nghiệp, giới nghiên cứu tại Việt Nam và Úc, trong đó có Đại sứ Việt Nam tại Úc, ông Nguyễn Tất Thành và đội ngũ tại Đại sứ quán Việt Nam; ông Vũ Văn Chung, Phó Cục trưởng, Cục Đầu tư Nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư; và ông Nguyễn Phú Hòa, Trưởng Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại thành phố Sydney.

Nhóm nghiên cứu đã tham vấn Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc, Lãnh sự quán Úc tại Thành phố Hồ Chí Minh, Cơ quan Phát triển Thương mại và Đầu tư của Chính phủ Úc (Austrade), và văn phòng đầu tư và thương mại các Bang và Vùng lãnh thổ nước Úc. Nhóm dự án cũng trân trọng sự hỗ trợ sâu rộng nhận được từ Đại sứ nước Úc tại Việt Nam Bà Robyn Mudie và Đại sứ quán Úc (Hà Nội).

Nhiều công ty và hội ngành Việt Nam đã chia sẻ hành trình và những bài học kinh nghiệm của họ với nhóm nghiên cứu: Tập đoàn Hòa Phát, Savvycom, Smart OSC, Tập đoàn Sovico, VietJet, Vietcombank, Tập đoàn TH, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hội đồng Doanh nghiệp Việt Nam Úc, và Hội Doanh nhân Việt Nam tại Úc (VBAA).

Chúng tôi trân trọng những ý kiến, nhận định, và sự hỗ trợ từ các cá nhân sau trong cộng đồng kinh doanh và học thuật:

- Bá Phúc Trần, Chủ tịch Hội Doanh nhân Việt Nam tại Úc
- Lan Phương, Trưởng ban Hiệp định Thương mại Tự do, Tổ chức Thương mại Thế giới, Trung tâm Thương mại Quốc tế, và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
- Simon Fraser, Giám đốc điều hành Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam (AusCham Viet Nam)
- Jeremy Blackshaw, Đối tác Quản lý, Minter Ellison
- Paris Zhang, Giám đốc điều hành, Thị trường quốc tế, Minter Ellison
- Cát Thảo Nguyễn, Chủ tịch, Diễn đàn Lãnh đạo trẻ Úc Việt Nam
- Tai Le, Công ty Chứng khoán Rồng Việt
- Huân Trần, Doanh nhân
- Trung Nguyễn, Trường Đại học RMIT Việt Nam, John Walsh, từng công tác tại RMIT Việt Nam, Vinh Thái, RMIT
- Thanh Tâm Trần, Giám đốc Khối Thị trường, KPMG

KPMG đã tiến hành thẩm định độc lập nội dung bản báo cáo này, và Minter Ellison tư vấn về quy định của Úc đối với các nhà đầu tư nước ngoài tại Úc.

Trên tinh thần hòa giải và hòa hợp, chúng tôi trân trọng tri ân tổ tiên truyền thống của các vùng đất nơi bản báo cáo này được thực hiện, và bày tỏ sự tôn trọng với các bậc cao niên đã qua, hiện tại và đang tới.

Tóm tắt báo cáo

Úc – Việt Nam: Hợp tác Kinh tế Song phương

Đây là bản báo cáo thứ hai trong chuỗi các báo cáo được thực hiện để đánh giá cách thức Úc và Việt Nam có thể mở rộng hoạt động thương mại như thế nào.

Bản báo cáo đầu tiên được công bố năm 2020, ***Con đường tới Việt Nam: Những Cơ hội và Nhận định về Thị trường cho Doanh nghiệp Úc***, đã chỉ ra những cơ hội đầu tư và thương mại tại Việt Nam cho các công ty của Úc, đồng thời đưa ra kết luận rằng chúng là những đối tác kinh tế "tự nhiên" bởi hai nước có khả năng bổ sung cho nhau về mặt kinh tế hết sức mạnh mẽ.

Bản báo cáo này, Con đường tới Úc: Những Cơ hội và Nhận định về Thị trường cho Doanh nghiệp Việt Nam, có trọng tâm là các cơ hội thương mại, đầu tư, và đổi mới sáng tạo tại Úc cho các công ty Việt Nam.

Ngày càng có nhiều các doanh nghiệp Việt Nam thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau tham gia vào hoạt động thương mại với đất nước Úc: các nhà sản xuất đa quốc gia đặt tại Việt Nam, các tập đoàn thuộc sở hữu của Việt Nam, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) và các doanh nhân. Những nghiên cứu trường hợp và ví dụ về các doanh nghiệp Việt Nam tại Úc sẽ được giới thiệu xuyên suốt trong bản báo cáo này.

Việt Nam có mối quan hệ năng động và ngày càng phát triển với Úc. Bản báo cáo này đánh giá những lộ trình tiềm năng để ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam chú ý tới Úc để đa dạng hóa các nguồn nhập khẩu và thị trường xuất khẩu; tăng đầu tư; củng cố sức mạnh của chuỗi cung ứng; và phát triển những lĩnh vực thương mại mới, mang lại lợi ích cho cả hai nền kinh tế.

Việt Nam và Úc đã cùng công bố bản Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế (EEES), sẽ được triển khai trong vòng bốn năm tới, nhằm đẩy mạnh xúc tiến thương mại và đầu tư hai chiều, trong bối cảnh hai quốc gia kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao.

Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế được xây dựng trên mối quan hệ ngày càng gắn bó giữa hai quốc gia kể từ khi thiết lập Đối tác Chiến lược tại Hội nghị Thượng đỉnh Đặc biệt của Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) tại thành phố Sydney năm 2018, và hình thành một mạng lưới ngày càng mở rộng các thỏa thuận thương mại, gồm có Khu vực Mậu Dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân từ năm 2010, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương từ năm 2018, và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực từ năm 2022.

Đại dịch đã tác động tiêu cực đến nhiều điều kiện kinh doanh, nhưng những quan hệ kinh tế song phương vẫn được duy trì khăng khít. Vào Tháng 8 năm 2021, Úc trở thành đối tác thương mại lớn thứ 10 của Việt Nam (là thị trường xuất khẩu lớn thứ 18, và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 8), đồng thời đứng thứ 10 về địa điểm cho các doanh nghiệp Việt đầu tư ra nước ngoài. Theo thông tin từ chính phủ Việt Nam, tổng vốn đầu tư của Việt Nam vào Úc đạt 722 triệu đô-la Mỹ vào năm 2020.[1]

Những gắn kết giữa con người với con người tại hai quốc gia cũng ngày càng bền chặt hơn, thông qua giáo dục và cộng đồng đông đảo người Việt sinh sống tại Úc. Những hỗ trợ phát triển mà Úc dành cho Việt Nam trong nhiều năm qua gồm có các dự án với sự tham gia của khối tư nhân, trong đó có sự hợp tác với các tổ chức nghiên cứu của Úc.

Chương Một điểm qua những gì nước Úc có thể mang lại cho Việt Nam, với vai trò của Úc là một **thị trường**, một **địa điểm đầu tư**, và một **nguồn đổi mới sáng tạo**, đồng thời nhận định sức mạnh của quan hệ song phương dù phải đối mặt với đại dịch.

KHẢ NĂNG BỔ SUNG CHO NHAU và khuôn khổ hợp tác song phương năng động là đòn bẩy cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư, và đổi mới sáng tạo với Úc

THÀNH CÔNG Nhiều doanh nghiệp Việt Nam vốn đã hoạt động tại Úc – nhìn nhận sự kết hợp độc đáo giữa thuận lợi và cơ hội tại Úc

HỢP TÁC Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế mới được công bố và Kế hoạch Thực hiện trong bốn năm tới chỉ ra những cơ hội về hợp tác thương mại mang lại lợi nhuận ngày càng cao và những sáng kiến được ưu tiên để hỗ trợ những thành phần kinh doanh mới

Cừu được đưa lên xe tải từ chợ bán tại thành phố Ballarat, bang Victoria.
Nhiếp ảnh gia: Jo-Anne McArthur

Tôm hùm đá Nam Úc.
Đảo Flinders, bang Tasmania.
Nhiếp ảnh gia: Mieke Campbell

Hoàng hôn trên ruộng mùa
tại bang Queensland
Nhiếp ảnh gia: Carnaby Gilany

Cơ hội kinh doanh

Chính phủ Việt Nam và Úc đã đặt mục tiêu chung sẽ nằm trong nhóm 10 đối tác thương mại hàng đầu của nhau và tăng gấp đôi đầu tư song phương. Phần thứ hai của bản báo cáo này sẽ phân tích chi tiết các doanh nghiệp Việt Nam có thể đạt được mục tiêu này bằng cách nào.

Năng lực sản xuất và xuất khẩu mạnh của Việt Nam trong ngành hàng công nghệ, dệt may da giày, cùng với khả năng cạnh tranh của Úc trong hàng hóa và nông sản, sẽ đẩy mạnh thương mại song phương hiện tại trong lĩnh vực hàng hóa. Thương mại dịch vụ, phản ánh lợi thế cạnh tranh trong du lịch, giao thông và giáo dục, đang tăng trưởng ổn định từ mức thấp. Đầu tư song phương đang đa dạng hóa trong các lĩnh vực khai thác khoáng sản, nông nghiệp và du lịch.

Có nhiều tiềm năng gia tăng thương mại, hội nhập, đầu tư và đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp Việt Nam khác, được thúc đẩy bởi khả năng bổ sung cho nhau về mặt kinh tế, khuôn khổ tích cực và năng lực kinh doanh ngày càng cao tại Việt Nam.

Chương Hai đưa ra các dữ liệu và phân tích để xác định và thảo luận các cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam.

Một **bản đồ biểu diễn độ nóng của cơ hội nêu bật những cơ hội đầy triển vọng về thương mại, chuỗi giá trị, đầu tư và đổi mới sáng tạo**, xuất hiện ở khắp các lĩnh vực như tài nguyên, nông nghiệp, sản xuất và dịch vụ, trong đó bao gồm năng lượng tái tạo, hải sản, sản xuất điện tử, da giày, đồ gia dụng, thực phẩm qua chế biến, dịch vụ phân phối, dịch vụ kỹ thuật số, du lịch và giáo dục – những lĩnh vực cũng đã được ưu tiên trong Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế (EEES) mới.

Nghiên cứu khi thực hiện bản báo cáo này chỉ ra rằng bằng cách đa dạng hóa xuất nhập khẩu với các đối tác từ Úc trong khuôn khổ những hiệp định thương mại mới, các doanh nghiệp Việt Nam có thể nâng cao sức chống chịu của chuỗi cung ứng và củng cố những liên kết của chuỗi giá trị. Nghiên cứu cho thấy sản xuất và dịch vụ của Việt Nam đã trở thành nguồn giá trị gia tăng đáng kể cho hàng hóa và dịch vụ của Úc.

Sự hợp tác với các trường đại học và các tổ chức nghiên cứu của Úc trong nghiên cứu ứng dụng và phát triển thí nghiệm đã mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp Việt Nam và có nhiều tiềm năng để tăng cường các hoạt động này. Trong khi đó, các doanh nghiệp công nghệ thông của Việt Nam đang cung cấp ngày càng nhiều các dịch vụ phong phú cho các đối tác đến từ Úc.

Chương Hai khái quát các nguồn lực thúc đẩy gia tăng thương mại và đầu tư từ Việt Nam vào Úc. Nghiên cứu về các công ty điển hình nêu bật những đơn vị hoạt động thành công.

Phụ lục 1 nêu chi tiết các dữ liệu và phân tích chính sách: trang 40 - 60.

THƯƠNG MẠI Việt Nam là một nền kinh tế năng động và thành công, với cộng đồng doanh nghiệp ngày càng được quốc tế hóa và là đối tác kinh doanh với Úc đạt tăng trưởng nhanh nhất trong các nền kinh tế ASEAN.

HỘI NHẬP Các thỏa thuận về chuỗi giá trị xuyên biên giới cho phép hai quốc gia cùng đạt được thịnh vượng từ thành công của nhau.

ĐẦU TƯ Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Việt Nam vào Úc còn khiêm tốn nhưng đã gia tăng ở các lĩnh vực khác nhau; cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam ngày càng nhận thấy rằng Úc có môi trường đầu tư an toàn, ổn định và tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư.

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO Việt Nam hiện tại đã là một địa chỉ có uy tín để triển khai các hoạt động phát triển công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) cho doanh nghiệp của Úc, và các công ty của Việt Nam đã đạt được những thỏa thuận thành công trong tiếp cận các nghiên cứu và đổi mới sáng tạo của Úc để thúc đẩy tăng trưởng.

Con đường phía trước

Phần thứ ba của bản báo này trình bày những vấn đề quan trọng từ quá trình tham vấn với các nhà hoạch định chính sách, các công ty, tổ chức kinh doanh và các nhà nghiên cứu, nhằm giúp các doanh nghiệp Việt Nam tham gia được hiệu quả vào thương mại, đầu tư và đổi mới sáng tạo tại Úc.

Phần này đề cập đến một số những thách thức mà các doanh nghiệp Việt Nam đã gặp phải; những khác biệt giữa văn hóa kinh doanh tại Việt Nam và Úc; những hỗ trợ hữu ích từ các cơ quan của Chính phủ, các tổ chức kinh doanh và các đơn vị khác; đồng thời các cựu

du học sinh, cộng đồng người Việt đang định cư, sinh sống, làm việc và học tập tại Úc cũng đưa ra những lời khuyên có giá trị.

Chương Ba phân tích một số vấn đề mà các doanh nghiệp Việt Nam cần cân nhắc để tận dụng được những cơ hội tại Úc. Chương này trình bày một số cách nhìn về Úc từ các cá nhân và công ty đã hoạt động kinh doanh tại đây – một thị trường thực sự thuận lợi cho các doanh nghiệp có nguyện vọng xúc tiến thương mại và chuẩn bị để đáp ứng những yêu cầu và mong muốn của đối tác sở tại.

Các bên được tham vấn đã khẳng định rằng triển khai hoạt động kinh doanh tại Úc là một quá trình khác biệt so với Việt Nam, nhưng không "quá khó khăn". Người tiêu dùng Úc ưa chuộng các sản phẩm tốt, giá cả phải chăng, và có những phân khúc thị trường đa văn hóa tại Úc đã sẵn sàng để hỗ trợ các công ty Việt Nam.

Chương Ba nêu chi tiết quá trình nghiên cứu những yếu tố quyết định thành công khi hợp tác với Úc: trang 31 to 35.

Úc và Việt Nam có những động lực kinh doanh khác nhau, nhưng những khác biệt này là dễ hiểu, và có thể vượt qua được khi có sự tư vấn và chuẩn bị hợp lý. Mạng lưới hỗ trợ các doanh nghiệp đang cân nhắc những cơ hội tại Úc ngày càng được phát triển trên diện rộng. Các cơ quan chính phủ tại Úc và Việt Nam đều sẵn lòng hỗ trợ. Cũng có nhiều tổ chức hỗ trợ kinh doanh đang hoạt động ở cả hai quốc gia, mang lại sự hỗ trợ cần thiết ở mọi giai đoạn trên hành trình hoạt động của một công ty.

Ngoài ra, cũng có thể dựa vào chuyên môn và thiện chí của các cá nhân trong cộng đồng người Việt gốc Úc, những người đã từng học tập tại Úc (mạng lưới cựu sinh viên Việt Nam tại Úc) và người Việt đang ở tại Úc. Đây là một mạng lưới hùng hậu những tài sản "mềm" quý giá, có thể được tận dụng để giúp các công ty trau dồi kiến thức, bổ sung hiểu biết và xây dựng năng lực.

Trong phần kết luận, bản báo cáo tổng kết lại những kết quả đáng lưu ý nhất từ quá trình nghiên cứu, phân tích và tham vấn.

Phụ lục 2 tổng hợp những nguồn tài liệu hữu ích Ngày càng có nhiều hình thức hỗ trợ từ các cơ quan chính phủ và khu vực tư nhân dành cho các doanh nghiệp có nguyện vọng xúc tiến hoạt động.

NGƯỜI TIÊU DÙNG SẴN SÀNG CHI TRẢ VÀ CÓ NHỮNG QUAN TÂM TƯƠNG ỨNG Người tiêu dùng tại Úc đề cao những hàng hóa và dịch vụ có chất lượng và xứng đáng với giá trị của đồng tiền bỏ ra. Một bộ phận không nhỏ người tiêu dùng trong cộng đồng đa văn hóa rất năng động tại Úc có mối liên hệ chặt chẽ với Việt Nam

CỘNG ĐỒNG NGƯỜI VIỆT Ở NƯỚC NGOÀI Nhóm dân số gốc Việt là cộng đồng người di cư lớn thứ sáu tại Úc, và có hơn 50.000 cựu du học sinh tại Việt Nam đã từng học tập tại Úc

KẾT NỐI Ngày càng có thêm nhiều nguồn tư vấn từ các cơ quan chính phủ về các cơ hội tại Úc

NĂNG ĐỘNG TRONG KINH DOANH Có thể nói môi trường làm việc tại Úc thường ít tính phân cấp và nhẹ về hình thức hơn tại Việt Nam

THÀNH CÔNG Những khác biệt trong hoạt động kinh doanh của Việt Nam và Úc đang ngày càng được thu hẹp, và sự tương đồng đang dần thay thế

Những kết quả chính

CƠ HỘI KINH DOANH

Úc mang lại sự kết hợp độc đáo những cơ hội lớn dành cho các doanh nghiệp Việt Nam sẵn sàng xuất khẩu và đầu tư, có mong muốn xúc tiến thương mại, thích ứng với các điều kiện sở tại, với các bối cảnh văn hóa và tận dụng hiệu quả một hệ sinh thái có một không hai.

NHỮNG CƠ HỘI LỚN VỀ THƯƠNG MẠI, CHUỖI GIÁ TRỊ, ĐẦU TƯ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CÁC LĨNH VỰC:

Nông nghiệp: bao gồm gia tăng xuất khẩu hải sản, trái cây nhiệt đới, các sản phẩm hữu cơ, và mở rộng các chuỗi giá trị về nông phẩm vốn đang vận hành giữa Việt Nam và Úc.

Hàng hóa sản xuất: đồ điện tử, may mặc và da giày, đồ gia dụng, thực phẩm đã qua chế biết và đồ uống.

Khoáng sản và năng lượng: đầu tư khai khoáng và khoảng sản, bao gồm lĩnh vực năng lượng tái tạo – một ưu tiên chung giữa hai nước.

Dịch vụ: các dịch vụ kỹ thuật số, phân phối, lữ hành và các dịch vụ du lịch.

TẠI SAO ÚC LÀ LỰA CHỌN THÍCH HỢP CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT?

Úc nằm trong nhóm các nền kinh tế hàng đầu, vận hành hiệu quả xét trên hàng loạt các chỉ số toàn cầu.

Hai quốc gia có mối quan hệ song phương vững mạnh và cơ chế chính sách thương mại mở đã là trọng tâm trong các hiệp định mậu dịch tự do hiện đại.

Ngày càng có nhiều cơ hội về thương mại và đầu tư trong hàng loạt lĩnh vực, dựa trên những tương thích chung.

Các nhà xuất khẩu có thể tiếp cận thị trường ổn định, phong phú và thuận lợi tại Úc, vốn có uy tín là dễ dàng tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh.

Các mối liên hệ giữa con người với con người ngày càng bền chặt nhưng chưa được tận dụng hết, đây chính là yếu tố có thể giúp đẩy mạnh phát triển thương mại và đầu tư.

Úc mang đến cho các doanh nghiệp Việt Nam nguồn lực dồi dào về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

SỰ NĂNG ĐỘNG TRONG KINH DOANH

Có một số khác biệt trong sự năng động và thực hành trong kinh doanh giữa Việt Nam và Úc, nhưng sự kiên nhẫn và điều chỉnh từ cả hai phía có thể trung hòa những khác biệt này.

Thời gian và trải nghiệm góp phần điều chỉnh và tạo ra sự hài hòa trong quan hệ kinh doanh.

Các doanh nghiệp có thể tận dụng kiến thức và kinh nghiệm của người Úc gốc Việt và người Việt gốc Úc, sinh viên và cựu sinh viên Việt Nam đang hoặc từng theo học các trường đại học Úc, và công dân hai nước đang sống trên lãnh thổ của nhau.

NHỮNG THỰC TẾ TRONG KINH DOANH TẠI ÚC

Có những cơ hội thiết thực cho các doanh nghiệp có khả năng cam kết thời gian và nguồn lực. Các công ty có thể bỏ lỡ cơ hội nếu muốn "tính toán an toàn mọi bề".
Tất cả các thị trường mới đều có những khó khăn và cần có kế hoạch, thời gian và nguồn lực để mở mang hiểu biết. Úc không phải là ngoại lệ, nhưng thông tin và sự giúp đỡ luôn có sẵn sàng ở mọi nơi để giúp các doanh nghiệp vượt qua giai đoạn đầu của quá trình học hỏi.
Tiếng Anh là ngôn ngữ chính trong đàm phán kinh doanh. Tuy nhiên, tiếng Việt là ngôn ngữ phổ biến thứ 5 tại Úc, và các phiên dịch viên luôn sẵn sàng tác nghiệp khi cần.
Người Úc dường như có cách làm việc linh hoạt hơn người Việt, nhưng rất chuyên nghiệp và hiểu biết sâu rộng về ngành nghề hoạt động. Họ thường có cái nhìn hướng ngoại và ham tìm hiểu những cơ hội kinh doanh tiềm năng.
Người Úc có thiện cảm với Việt Nam, nhưng thiếu những kinh nghiệm làm việc trực tiếp với doanh nghiệp Việt. Có thể vượt qua những khác biệt trong hoạt động kinh doanh thông qua nâng cao nhận thức, sự kiên trì và điều chỉnh từ cả hai phía.
Các doanh nghiệp nên chuẩn bị sớm nếu họ cần có visa cho phép kinh doanh tại Úc. Có thể cần tiếp cận các dịch vụ tư vấn và hỗ trợ để đạt được hiệu quả mong muốn.
Trong quá trình kinh doanh, cần tìm hiểu kỹ và tham vấn chuyên gia độc lập về các điều luật và quy định tại Úc – liên quan đến thuế và việc làm.
Bản sắc văn hóa Việt Nam tại Úc đang ngày càng trở nên rõ nét thông qua cơ cấu dân số, kinh tế và văn hóa; có thể hỗ trợ đắc lực cho hoạt động kinh doanh.

NHỮNG YẾU TỐ DẪN TỚI THÀNH CÔNG

Các doanh nghiệp có niềm tin, sự tự tin, cùng tư duy chiến lược và dài hạn sẽ gặt hái được thành tự lớn hơn.
Sản phẩm chất lượng cao và giá cả cạnh tranh sẽ được ưu ái tại thị trường Úc.
Các công ty có thể xuất khẩu trực tiếp, thiết lập cơ sở tại Úc, hoặc xuất khẩu gián tiếp thông qua các đối tác hoặc đơn vị đại diện.
Có sự hỗ trợ tại Việt Nam và Úc (chính phủ và các nhóm kinh doanh) dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu và các nhà đầu tư tiềm năng.
Khởi đầu trên quy mô nhỏ, sau đó vừa tìm hiểu vừa mở rộng hoạt động thì có hiệu quả hơn là dàn trải hoạt động từ quá sớm. Thành tựu lớn xuất phát từ những điều nhỏ bé.
Ý kiến chuyên gia có thể giúp doanh nghiệp hiểu được, điều tiết hoạt động và tuân thủ những quy định và pháp luật tại Úc.
Xây dựng uy tín đáng tin cậy là yếu tố then chốt để thành công trên thị trường.
Đầu tư thời gian cho kết nối và xây dựng những mối quan hệ đáng tin cậy để giới thiệu, cung cấp thông tin, tham khảo và lựa chọn đối tác.
Xây dựng đội ngũ và mạng lưới với hiểu biết và kinh nghiệm làm việc liên văn hóa để giúp bạn thành công tại Úc.

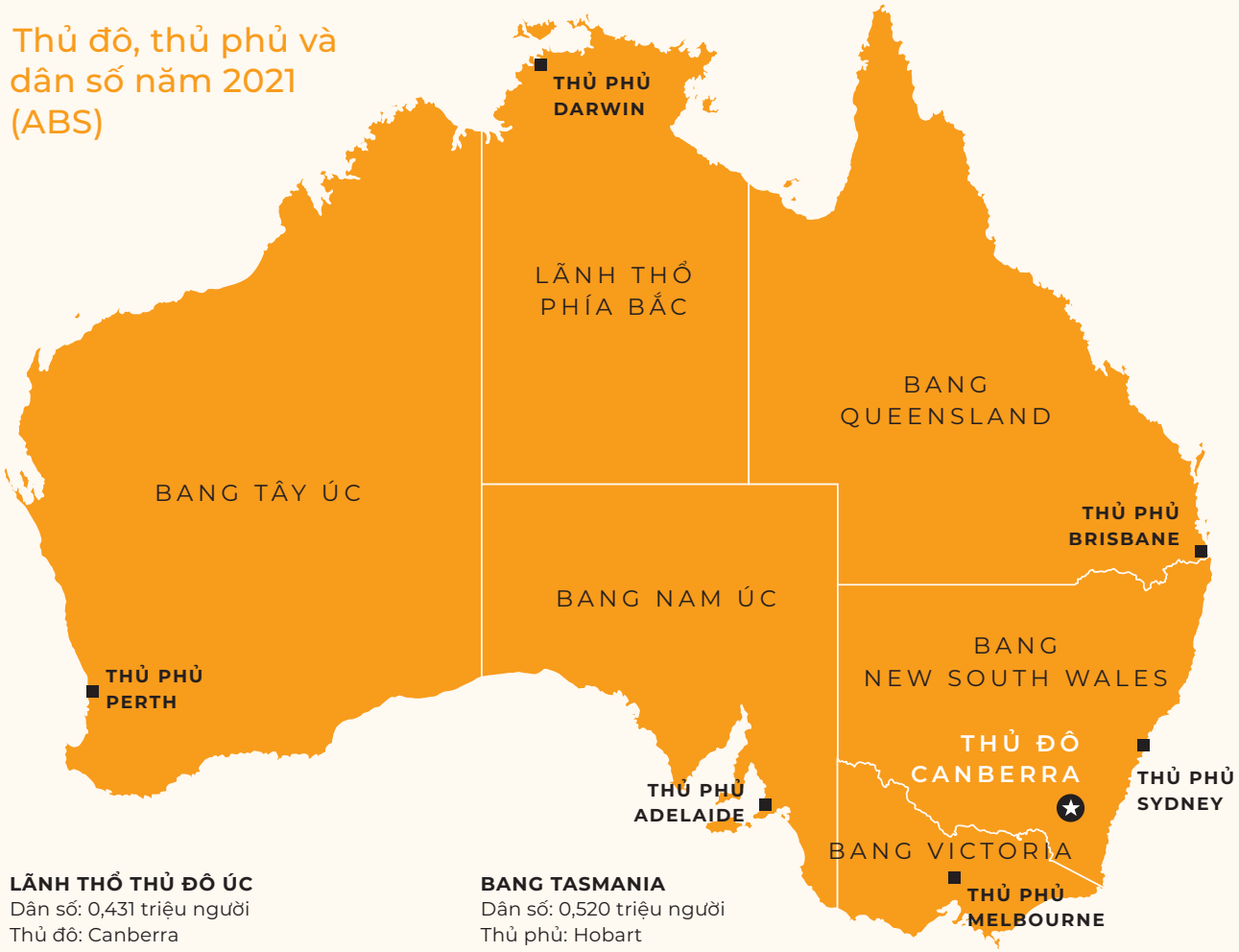
Chương Một

Úc: đối tác phát triển tự nhiên của Việt Nam

Lúa mì đang được thu hoạch
Nhiếp ảnh gia: Scott Ymker

Tại khu vực châu Á, Úc là một nền kinh tế tiên tiến và kết nối với toàn cầu, mở ra cho Việt Nam cơ hội tiếp cận với thể chế chính trị dân chủ; thượng tôn pháp luận và quản lý nhà nước đạt hiệu quả cao; hệ thống tài chính hoạt động tinh vi và chặt chẽ; nền kinh tế ổn định đang trên đà hồi phục sau giai đoạn chịu tác động đột ngột nhưng không nặng nề từ đại dịch COVID; kỷ lục ba thập kỷ kinh tế tăng trưởng không ngừng trước COVID; khối doanh nghiệp có tính cạnh tranh và hội nhập toàn cầu cao; xã hội đa văn hóa; các cơ hội đầu tư; thị trường cởi mở, giàu có, trình độ công nghệ cao, và dễ quản lý về cả thương mại lẫn đầu tư; lực lượng lao động có tay nghề và trình độ cao; hệ thống đổi mới sáng tạo đẳng cấp thế giới; và cơ chế quản lý minh bạch và hiệu quả.

Thủ đô, thủ phủ và dân số năm 2021 (ABS)



LÃNH THỔ THỦ ĐÔ ÚC
Dân số: 0,431 triệu người
Thủ đô: Canberra

BANG NEW SOUTH WALES (NSW)
Dân số: 8,176 triệu người
Thủ phủ: Sydney, thành phố lớn nhất Úc

BANG QUEENSLAND
Dân số: 5,206 triệu người
Thủ phủ: Brisbane

BANG NAM ÚC
Dân số: 1,771 triệu người
Thủ phủ: Adelaide

BANG TASMANIA
Dân số: 0,520 triệu người
Thủ phủ: Hobart

BANG VICTORIA
Dân số: 6,648 triệu người
Thủ phủ: Melbourne

BANG TÂY ÚC
Dân số: 2,675 triệu người
Thủ phủ: Perth

LÃNH THỔ PHÍA BẮC
Dân số: 0,247 triệu người
Thủ phủ: Darwin

Lãnh thổ Úc trải ra trên 9 múi giờ - Canberra, Sydney, Brisbane và Melbourne giờ GMT +10, Adelaide giờ GMT +9.5, Perth và Darwin giờ GMT +8 – tương đồng với múi giờ của Việt Nam và khu vực (GMT +7), tiệm cận với giờ kết thúc ngày làm việc tại Mỹ và giờ mở đầu ngày làm việc tại châu Âu.

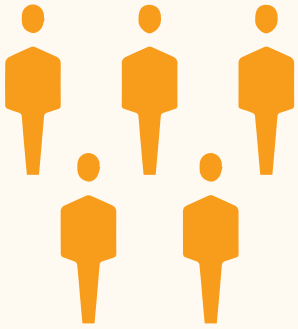
* Các thủ phủ và các bang/lãnh thổ tuân theo Quy ước giờ mùa hè từ Tháng 10 đến Tháng 3 hàng năm khi thời gian được đẩy nhanh lên 1 tiếng so với giờ GMT của mỗi nơi.

Cơ cấu dân số

Dân số Úc là
25.704.340 người vào năm 2021 (Tổng cục Thống kê Úc) với ước tính tỉ lệ tăng dân số hàng năm là
0,1%

Dự kiến dân số đạt
28.177.480 người vào năm 2030

Tỉ lệ dân số nông thôn là
13,8%
dân số thành thị là
86,2%
đa phần tập trung tại các thành phố lớn, thuận tiện cho việc ưu tiên giới thiệu một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó



Nam giới chiếm
49,8%
Nữ giới chiếm
50,2%

Độ tuổi trung bình
37 tuổi
Tại thủ đô và các thủ phủ là
36,5 tuổi
Tại các khu vực còn lại là
41,4 tuổi

Tuổi thọ trung bình cao:
82,8 tuổi,
số liệu tổng hợp năm 2018 từ cả nam và nữ.
Đứng thứ 7
trong số các nước thuộc Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).

Úc là quốc gia đa văn hóa, và là một trong những nước đa dạng về văn hóa và sắc tộc nhất thế giới.

Sắc tộc: (2020) **29,8%**
dân số Úc được sinh ra ở ngoài lãnh thổ đất nước. Hiện có hơn
7,6 triệu
người nhập cư đang sinh sống tại Úc.

Số dân được sinh ra ở ngoài lãnh thổ Úc phân bổ không đồng đều tại các bang và vùng lãnh thổ, cụ thể như sau: bang Tây Úc 35%, bang Victoria 31%, bang New South Wales 30%, bang Queensland 24%, bang Nam Úc 24%, Lãnh thổ phía Bắc 23%, Lãnh thổ Thủ đô 28%, và bang Tasmania 5%.

Ngôn ngữ: Ngôn ngữ chính thức trên toàn quốc là tiếng Anh. **Tiếng Việt đứng thứ 5 trong số các ngôn ngữ phổ biến nhất** tại Úc.

Tôn giáo: Tự do tôn giáo là quyền Hiến định và cả nước có hơn
100 giáo hội.
52.1% Thiên Chúa giáo. “Không tôn giáo”, 30.1% Hồi giáo (2.6%). Phật giáo (2.4%). Ấn Độ giáo (1.9%), Sikh giáo (0.5%), Do Thái giáo (0.4%).

Thống kê lao động Úc

Lực lượng lao động Úc
13,2 triệu người

Trong độ tuổi lao động
66%
Tỉ lệ thất nghiệp
4,6%
(2021)

Theo khối ngành:
Dịch vụ
78%
Xây dựng
10%

Sản xuất
7%
Nông nghiệp
3%
Khai khoáng
2%

Tỉ lệ biết chữ
99,00%
(năm 2016)
Giáo dục:
Phổ thông trung học
83%
Chứng chỉ nghề và cao đẳng
30,6%
Cử nhân đại học hoặc cao hơn
24,3%

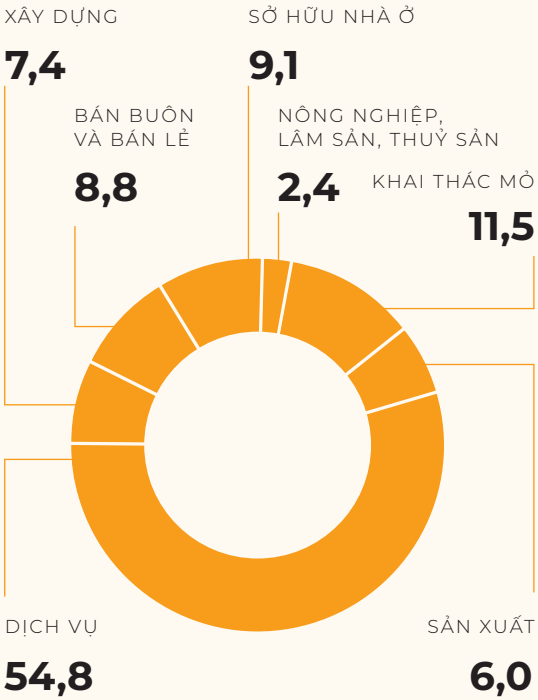
Economy

Dân số nhỏ nhất **trong 13 nền kinh tế lớn nhất**
thế giới GDP trên đầu người cao **51.812 đô-la Mỹ** Mỹ vào năm 2020

Diễn đàn Kinh tế Thế giới năm 2019 xếp Úc thứ 16 trên thế giới về Chỉ số Cạnh tranh Toàn cầu; và

Ngân hàng Thế giới năm 2020 xếp Úc thứ 14 trên thế giới về Chỉ số Môi trường Thuận lợi cho Kinh doanh.

Tổng giá trị gia tăng theo ngành nghề, June 2021



TBiểu đồ cho thấy nền kinh tế đa dạng thành phần và phát triển cao. [2]

Tác động của COVID - Nền kinh tế Úc đã suy giảm 0.3% trong giai đoạn 2019-20, kết thúc chuỗi 28 năm liên tiếp tăng trưởng kinh tế, do hoạt động kinh tế chịu tác động từ những biện pháp phong tỏa và hạn chế nhằm kiểm soát đại dịch.

Ảnh hưởng không đồng đều đến các bang và vùng lãnh thổ - Tổng sản phẩm tăng trưởng thường niên tại bang và các vùng lãnh thổ, 2019-20: bang Tây Úc 1,4% Lãnh thổ phía Bắc 5,3%, bang Queensland -1,1%, bang Nam Úc -1,4%, bang New South Wales -0,7% bang Victoria -0,5%, bang Tasmania 0,3%

Dự kiến tăng trưởng hậu COVID % cho thấy "một cú sốc đột ngột nhưng không quá nặng nề":

- Quỹ Tiền tệ Thế giới 4,5% 2021 – 2,8% trong năm 2022. Dự đoán của Quỹ Tiền tệ Thế giới khẳng định rằng nền kinh tế Úc đã vận hành tốt hơn tất cả các nền kinh tế lớn và tiên tiến trên thế giới trong năm 2021. Quỹ Tiền tệ Thế giới dự đoán lạm phát duy trì ở mức thấp hơn ngưỡng 2-3% mà ngân hàng trung ương đã đề ra – 1,7% 2021 1,6% trong năm 2022.
- Xếp hạng năng lực cạnh tranh của tổ chức Viện Phát triển Quản lý Quốc tế (IMD) năm 2021: Tổng hợp – thứ 22 trong 63 nền kinh tế
- Xếp hạng năng lực cạnh tranh của tổ chức Viện Phát triển Quản lý Quốc tế (IMD) năm 2021: Năng lực số – thứ 20 trong 63 nền kinh tế, dựa trên kiến thức, năng lực và khả năng sẵn sàng cho tương lai.

Đầu tư

Mức độ đầu tư ra nước ngoài của Úc

3.000.000 triệu đô-la Úc

Mức độ đầu tư của các nước vào Úc

3.900.000 triệu đô-la Úc

Úc có lượng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đứng thứ 14 trên thế giới, với thuận lợi từ sự kết hợp vững chắc của: nền kinh tế ổn định và luôn vận động, ổn định chính trị, chính sách thông minh, ưu thế địa lý, các nguồn tài nguyên và tài sản quý:

- Nền kinh tế lớn thứ 13 trên thế giới (Quỹ Tiền tệ Quốc tế 2020)
- Chỉ số Môi trường Kinh doanh Thuận lợi đứng thứ 14 toàn cầu – thứ 4 trong khối Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) (Ngân hàng Thế giới 2020): môi trường được điều tiết, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.
- Chỉ số Đời sống Tốt đẹp Hơn của OECD (2020) xếp Úc thứ 2 trên thế giới về chất lượng cuộc sống
- Chỉ số Hòa bình Toàn cầu – thứ 10 trên thế giới do không xảy ra xung đột, duy trì được quan hệ hữu nghị với các quốc gia láng giềng, môi trường kinh doanh tốt, vốn con người cao, tham nhũng thấp, và phân bổ đồng đều các nguồn lực.
- Chỉ số Phát triển Con người của Liên Hợp Quốc xếp Úc thứ 8 trong 189 quốc gia và vùng lãnh thổ (2019), với số điểm 0,944

Đổi mới sáng tạo

Năng lực đổi mới sáng tạo của Úc

Đứng thứ nhất

Về sự chuẩn bị sẵn trong kỹ thuật công nghệ

Đứng thứ ba

Về số lượng các trường đại học đứng trong top 100 của thế giới

Đứng thứ sáu

Về tinh thần khởi nghiệp trên toàn cầu

Tổ chức nghiên cứu khoa học & công nghiệp của khối thịnhvượng chung (CRISO) được xếp hạng như sau:

Top 1

Của các tổ chức khoa học thế giới trong15 đến 22 lĩnh vực nghiên cứu

Khoảng 51%

Các công ty Úc đang 'đổi mới tích cực'

Khoảng 47%

Lực lượng lao động của Úc có học vấncấp ba

Năng lực đổi mới sáng tạo của Úc trong năm 2020

– đứng thứ 22 trong 49 nền kinh tế thuộc nhóm có thu nhập cao – thứ 6 trong 17 nền kinh tế ở Đông Nam Á, Đông Á, và châu Đại Dương, theo bảng xếp hạng chỉ số Đổi mới Sáng tạo Toàn cầu (GII) của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO), được dùng để đo trình độ đổi mới sáng tạo của một nền kinh tế.

Ba trong số 100 cụm khoa học và công nghệ hàng đầu thế giới, thành phố Melbourne (thứ 35), thành phố Sydney (thứ 37) và thành phố Brisbane (thứ 83).

Bảy trường đại học Úc nằm trong nhóm 100 trường hàng đầu trên thế giới.

Mười bảy trường đại học Úc nằm trong nhóm 100 trường hàng đầu thế giới về khả năng ảnh hưởng đến các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc.

Các nhà nghiên cứu Úc đang là **những chuyên gia đầu ngành trên toàn cầu** ở 20 lĩnh vực quan trọng.

16 cá nhân được trao giải Nobel kể từ năm 1915.

Tổng quan về Úc cho các Doanh nghiệp Việt Nam

Úc là một lục địa đảo rộng lớn, là quốc gia lớn thứ 6 trên thế giới, với diện tích đất liền gần 7,7 triệu ki-lô-mét vuông. Úc nằm ở phía đông nam Việt Nam, cách gần 5.000 ki-lô-mét và 6 giờ đồng hồ bay. Nước láng giềng gần nhất với Úc là Papua New Guinea (PNG), Niu Di-lân (NZ), và các quốc đảo thuộc Quần đảo Thái Bình Dương.

Là một cường quốc tầm trung trong khu vực, chính sách ngoại giao của Úc kết hợp quan hệ song phương bền chặt với sự tham gia tích cực vào các tổ chức đa phương trong khu vực và trên thế giới.

Úc là đồng minh với Niu Di-lân (NZ) và Mỹ (US) trong Khuôn khổ Hiệp ước An ninh (ANZUS), là thành viên Đối thoại An ninh Bốn bên cùng với Nhật Bản, Ấn Độ và Mỹ, và là thành viên của Liên minh Quân sự (AUKUS) mới thành lập cùng Anh (UK) và Mỹ (US). Úc có quan điểm rõ ràng về các vấn đề chiến lược trong khu vực và trên thế giới, dựa trên nguyên tắc bảo vệ an ninh và chủ quyền quốc gia, tạo điều kiện cho một môi trường quốc tế thuận lợi, trong đó có sự hòa bình, ổn định, kiên cường và thịnh vượng của khu vực Ấn Độ - Thái Bình Dương, và một hệ thống mậu dịch cởi mở, được xây dựng trên cơ sở luật pháp.

Úc là thành viên sáng lập Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương (APEC), đồng thời là thành viên của Khối Thịnh vương chung (Commonwealth) và Liên Hợp Quốc (UN), và là đối tác tin cậy của ASEAN.

Úc nổi tiếng với thiên nhiên hùng vĩ. Diện tích rộng lớn trải ra vô số cảnh quan đa dạng, từ đất nông nghiệp trù phú đến rừng nhiệt đới và sa mạc với nhiều nguồn tài nguyên khoáng sản quý giá.[3] Nước Úc ngày nay đang đứng trước thách thức phải quản lý và giữ gìn được di sản quốc gia này.

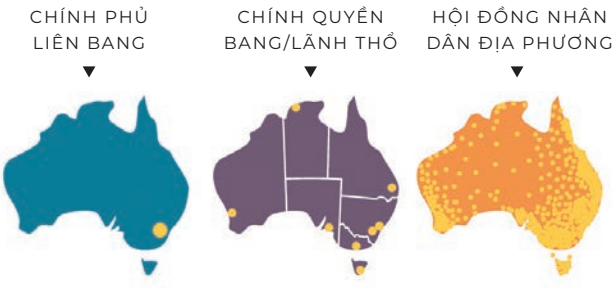
Úc là một trong những quốc gia đô thị hóa nhất thế giới. Dân số quy mô nhỏ tập trung dọc ven bờ biển phía đông và tại các thủ phủ. Úc có sáu bang: New South Wales (NSW), Queensland (QLD), Nam Úc (SA), Tasmania (TAS), Victoria (VIC), Tây Úc (WA); và hai vùng lãnh thổ: Lãnh thổ Thủ đô Úc (ACT) và Lãnh thổ phía Bắc (NT). Ngoài ra, Úc quản lý bảy vùng lãnh khổ bên ngoài đất liền, trong đó có Lãnh thổ Nam cực thuộc Úc và quần đảo quanh Úc.

Trên diện tích Úc ngày nay, các bộ tộc thổ dân đã sinh sống từ hơn 60.000 năm trước. Họ là nền văn hóa lâu đời nhất thế giới còn duy trì được cho tới ngày nay. Người da trắng tới định cư tại Úc từ 1788, khi người Anh đặt chân tới và dần thiết lập sáu thuộc địa. Tới năm 1901, các thuộc địa riêng lẻ đồng thuận lập nhà nước liên bang, hình thành nên Khối thịnh vượng chung Úc (còn được gọi là Úc Đại Lợi). Ngày nay, Úc theo chế độ quân chủ lập hiến, với hệ thống dân chủ đại nghị. Nữ hoàng Elizabeth là Nguyên thủ quốc gia, và đại diện cho bà là Tổng Toàn quyền Úc, hiện là Ngài David Hurley, một sĩ cựu quan quân đội.

Quá trình lãnh đạo và đưa ra quyết định được thực hiện qua ba cấp chính quyền được bầu: cấp liên bang, cấp bang, và cấp địa phương. Môi trường chính trị tại Úc ổn định, dễ nắm bắt, và chính quyền hoạt động hiệu quả cao ở tất cả các cấp, mang lại cho các doanh nghiệp một môi trường bình ổn, hài hòa, minh bạch và ở trình độ phát triển cao.

Nhìn chung, thẩm quyền quyết định các vấn đề quốc gia nằm trong tay của Thủ tướng và Chính phủ hiện hành, tức Chính phủ Úc, hoặc Chính phủ Khối thịnh vượng chung. Chính quyền Liên bang chịu trách nhiệm về quốc phòng, đối ngoại, mậu dịch và thương mại, thuế khóa, hải quan và thuế tiêu thụ đặc biệt, chế độ hưu trí, nhập cư, và dịnh vụ bưu chính.

Ba Cấp Chính quyền nước Úc



Mỗi bang hoặc vùng lãnh thổ có một Nghị viện và một Chính quyền bang được dân chủ bầu ra, do một Thủ hiến hoặc Tổng Bộ trưởng (các vùng lãnh thổ) được đảng bầu ra lãnh đạo, và phụ trách các bộ luật có ảnh hưởng đến đời sống của nhân dân tại bang hoặc vùng lãnh thổ đó. Các chính quyền địa phương (Hội đồng địa phương) phụ trách các nhu cầu của cộng đồng như quy hoạch và phát triển địa phương, thu gom rác thải, cũng như quy hoạch đô thị và các tài sản công.

Chính quyền các cấp tại Úc gồm các đại biểu được dân chủ bầu ra ba hoặc bốn năm một lần. Đa phần các đại biểu đều thuộc các đảng phái chính trị và ở cấp bang và liên bang, bộ máy chính quyền thường thuộc đảng (hoặc liên đảng) chiếm đa số. Đảng lớn nhất trong phía các bên không nắm được chính quyền trở thành 'Bên đối lập'.

Nền chính trị Úc chịu ảnh hưởng lớn từ liên đảng bảo thủ Tự do và Quốc gia, và đảng Lao động. Tuy nhiên, ngày càng có nhiều sự ủng hộ dành cho các đảng nhỏ hơn và các cá nhân độc lập (không thuộc đảng nào); đôi khi, các chính trị gia thuộc nhóm này cũng tác động được đáng kể đến quá trình đưa ra quyết định trong chính phủ.Úc là một đất nước phát triển với nền kinh tế tiên tiến, quy mô dân số nhỏ, tỉ lệ tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trên đầu người cao, góp phần mang lại mức sống cao cho người dân. Úc giữ kỷ lục thời gian tăng trưởng dài nhất trong số các nước phát triển, với 28 năm tăng trưởng liên tục cho tới khi chững lại vào năm 2020, do bị ảnh hưởng của đại dịch COVID. Úc là môi trường có sức bật lớn, khả năng thích ứng cao và ít rủi ro cho các hoạt động kinh doanh.

Ngành chế tạo là một phần sống còn của nền kinh tế Úc. Khối chế tạo đóng vai trò lớn trong tuyển dụng, xuất khẩu và đầu tư vào nghiên cứu và phát triển kinh doanh. Các doanh nghiệp chế tạo nhận được sự hỗ trợ từ các chiến lược phát triển ngành của chính phủ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho tăng trưởng lâu dài, một hệ thống khoa học công nghệ chú trọng vào công nghiệp, tăng cường năng suất, quy mô và khả năng cạnh tranh.[4] Hỗ trợ ngành chế tạo vươn đến trình độ của cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 là ưu tiên hàng đầu của quốc gia, nhằm nâng cao trình độ vượt bậc trong các lĩnh vực thực phẩm và đồ uống, thiết bị y tế, chế biến tài nguyên, tái chế và năng lượng sạch, quốc phòng và chế tạo trong không gian.

Các trường đại học và viện nghiên cứu của Úc đạt chất lượng hàng đầu thế giới, hợp tác với các tập đoàn chế tạo đa quốc gia như Boeing để phát triển các chất liệu tiên tiến, và với hãng dược Takeda (Takeda Pharmaceutical Co.) để nghiên cứu các liệu pháp mới. Tập đoàn Teijin đã hợp tác với Hạt giống Lành mạnh (The Healthy Grain), một doanh nghiệp Úc, để sản xuất các loại siêu thực phẩm mới.[5]

Úc đi tiên phong trên thế giới về sản xuất và xuất khẩu nông nghiệp, với những ưu thế nổi bật về thiên nhiên và cấu trúc như các loại hình khí hậu thuận lợi và đất đai màu mỡ, cũng như cơ sở hạ tầng rộng mở, rất gần và thuận tiện với các thị trường đang phát triển tại châu Á.[6] Nông nghiệp là một trụ cột vững chắc của nền kinh tế Úc, với lực lượng lao động lành nghề, ngày càng thành thạo sử dụng các công nghệ hiện đại, đáp ứng nhu cầu của các thị trường trong nước và xuất khẩu. Các thị trường và chuỗi cung ứng nông nghiệp của Úc được phát triển tốt và hướng tới quốc tế. Ngành nông nghiệp liên tục thu hút được vốn đầu tư nước ngoài, và là một lĩnh vực ít rủi ro với những cơ hội tăng trưởng dài hạn.[7] Các doanh nghiệp như Công ty TNHH OLAM đặt tại Singapore đã đầu tư vào nông nghiệp Úc và hợp tác với các tổ chức nghiên cứu và phát triển hàng đầu để thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tăng trưởng.[8] Úc có tiềm lực mạnh về đổi mới sáng tạo trong nông nghiệp, kinh doanh nông nghiệp, công nghệ phục vụ nông nghiệp, cây trồng phủ đất, chăn nuôi, quản lý tài nguyên đất và nước.

Được thiên nhiên ban tặng nguồn tài nguyên khoáng sản trữ lượng lớn, Úc đã xây dựng được ngành khai khoáng đạt trình độ hàng đầu trên thế giới. Hỗ trợ cho các doanh nghiệp khai khoáng mũi nhọn tại Úc như Tập đoàn khai thác mỏ BHP và Tập đoàn Khai thác mỏ Rio Tinto là hàng trăm các nhà cung ứng trang thiết bị, công nghệ và dịch vụ khai khoáng (METS) có năng lực cạnh tranh toàn cầu và tích cực hoạt động.

Ngành khai khoáng nhận được số vốn đầu tư nước ngoài lớn nhất tại Úc, trong đó có nguồn đầu tư ngày càng mạnh mẽ từ doanh nghiệp thuộc các nền kinh tế đang nổi lên. Trong lĩnh khai khoáng, đã có nhiều dự án hợp tác quốc tế và tăng cường đổi mới sáng tạo. Ví dụ, từ năm 2011, Baosteel – một trong những doanh nghiệp đầu ngành thép tại Trung Quốc – đã đầu tư mạnh vào Trung tâm Hợp tác Nghiên cứu và Phát triển Baosteel – Úc, đồng hành với năm trường đại học hàng đầu trong nước nghiên cứu các vấn đề về Úc mà Baosteel có quan tâm.[9]

Lĩnh vực năng lượng tái tạo của Úc đã có bước tăng trưởng vượt bậc trong năm năm vừa qua, và là quốc sách ở tất cả các bang và vùng lãnh thổ. Tính tới năm 2020, 24% tổng sản lượng điện toàn quốc là từ các nguồn năng lượng tái tạo được, như từ mặt trời (9%), gió (9%) và nước (6%).[10] Cả ba phân khúc này đều thu hút được nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn. Ví dụ, Goldwind, công ty điện gió lớn nhất của Trung Quốc, đã đầu tư vào Úc từ năm 2010, với ba dự án điện gió và điện mặt trời đã đi vào hoạt động, và bốn dự án khác đang trong giai đoạn phát triển.[11]

Với trữ lượng lớn các khoáng sản cần dùng trong sản xuất pin như pin lithi và niken, Úc sẵn sàng để phát triển các chuỗi cung ứng cho kỷ nguyên của năng lượng xanh và pin cho các phương tiện vận tải sử dụng điện. Ví dụ, tập đoàn Tesla gần đây đã xác nhận họ sẽ chọn sử dụng các nguyên liệu thô từ Úc để chế tạo pin do ngành khai khoáng Úc rất đáng tin cậy và khai thác có trách nhiệm. Một ví dụ khác, tập đoàn Yibin Tianyi của Trung Quốc đã ký kết với tập đoàn Khoáng chất Pilbara (Pilbara Minerals) của Úc để cung cấp hàng năm 40.000 tấn đá spodumen hàm lượng cao (quặng lithi).[12]

Khối dịch vụ của Úc đóng vai trò dẫn dắt nền kinh tế, với đóng góp nổi bật từ giáo dục và du lịch, cùng năng lực và trình độ cao về y tế, công nghệ thông tin, và các dịch vụ chuyên nghiệp. Úc đã thu hút lượng đầu tư trực tiếp nước ngoài rất lớn vào các ngành dịch vụ, chủ yếu ở các lĩnh vực phi mậu dịch quốc tế như tài chính, bất động sản, dịch vụ bán buôn và bán lẻ. Thương mại dịch vụ chủ yếu diễn ra ở lĩnh vực giáo dục và xuất khẩu du lịch. Tương tự, du lịch với các quốc gia như Việt Nam chiếm phần lớn mảng nhập khẩu, với tăng trưởng cao trong các dịch vụ sử dụng nguồn lao động ở nước ngoài như công nghệ thông tin và chế biến.

Chính quyền các cấp và các tập đoàn công nghiệp lưu giữ thông tin tổng thể và chi tiết về các khối ngành khác nhau tại Úc.[13]

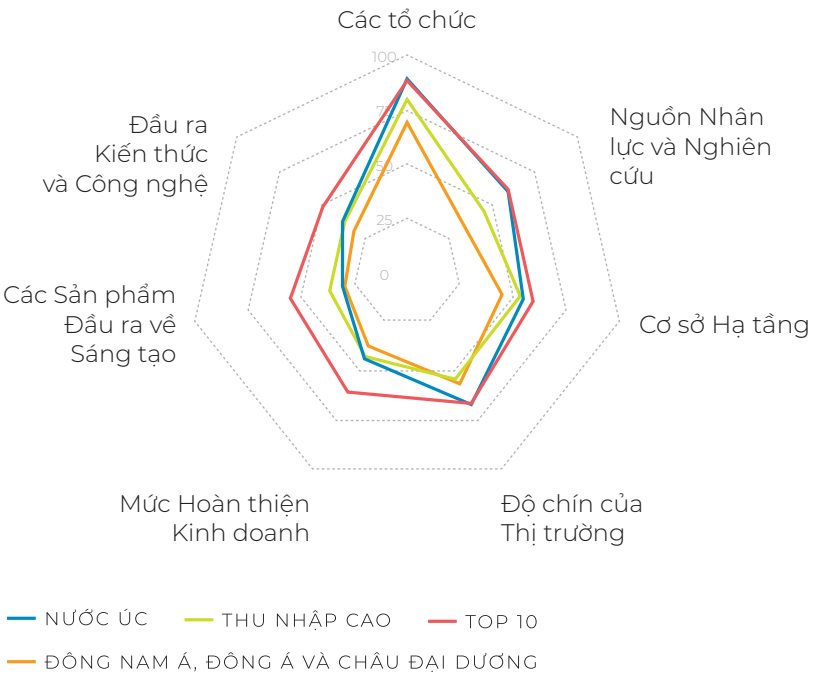
Úc có hệ thống đổi mới sáng tạo phát triển cao, với năng lực nghiên cứu đa dạng và đạt trình độ thế giới.[14] Trong bảng xếp hạng Chỉ số Đổi mới Sáng tạo Toàn cầu (GII) của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO), Úc đứng thứ 22 trong nhóm 49 nền kinh tế có thu nhập cao, đồng thời đạt thành tích cao ở cả bảy lĩnh vực nòng cốt trong bảng xếp hạng GII.

Nền khoa học của Úc đặc biệt vượt trội ở tầm nhìn hướng ngoại và khả năng kết nối quốc tế. Cụ thể, các viện nghiên cứu và trường đại học của Úc hợp tác với nhiều doanh nghiệp ở nước ngoài để sáng tạo và truyền bá tri thức. Với các viện nghiên cứu chất lượng cao, các nghiên cứu chuyên sâu, và kỹ năng giải quyết khó khăn, Úc cho các doanh nghiệp toàn cầu thấy bề dày thành tựu nghiên cứu khoa học của đất nước và cơ hội để phát triển cho tương lai.

Ví dụ, năm 2017, Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Ngọn đuốc Soi đường (Torch Innovation Precinct) đầu tiên bên ngoài lãnh thổ Trung Quốc đã được thành lập tại Trường Đại học New South Wales (UNSW) với khoản vốn ban đầu 30 triệu đô-la Úc từ tám doanh nghiệp Trung Quốc. Trung tâm được sự hỗ trợ từ chương trình trọng điểm phát triển ngành công nghệ cao mang tính 'Đuốc soi đường' của Bộ Khoa học và Công nghệ. Sáng kiến này sẽ tạo điều kiện cho các nghiên cứu tại Úc trong các lĩnh vực như vật liệu tiên tiến, quang điện, công nghệ sinh học, năng lượng, năng lượng mặt trời, thuật toán lượng tử, nguồn nước, điều trị HIV/AIDS và kỹ thuật môi trường. Trung tâm này đã là cầu nối cho các ngành công nghiệp, doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nhân, nhà đầu tư và nhà hoạch định chính sách từ Úc, Trung Quốc, và từ nhiều nơi khác.

Xã hội Úc ngày nay tổng hòa những nét đẹp đa dạng văn hóa, từ cộng đồng Thổ dân và Dân đảo Torres, người gốc Anh – Ai-len, và người nhập cư từ hầu như mọi lục địa. Dân Úc bản địa có tiếng nói quan trọng và ngày càng có sức ảnh hưởng trong xã hội, dẫn dắt quá trình hòa giải giữa cộng đồng bản địa và phi bản địa trong các vấn đề về quyền sử dụng đất đai hợp pháp, tính đại diện chính trị, bảo vệ văn hóa và di sản, và quyền bình đẳng tham gia vào các hoạt động xã hội.

Điểm của Úc trong các trụ cột GII 2020

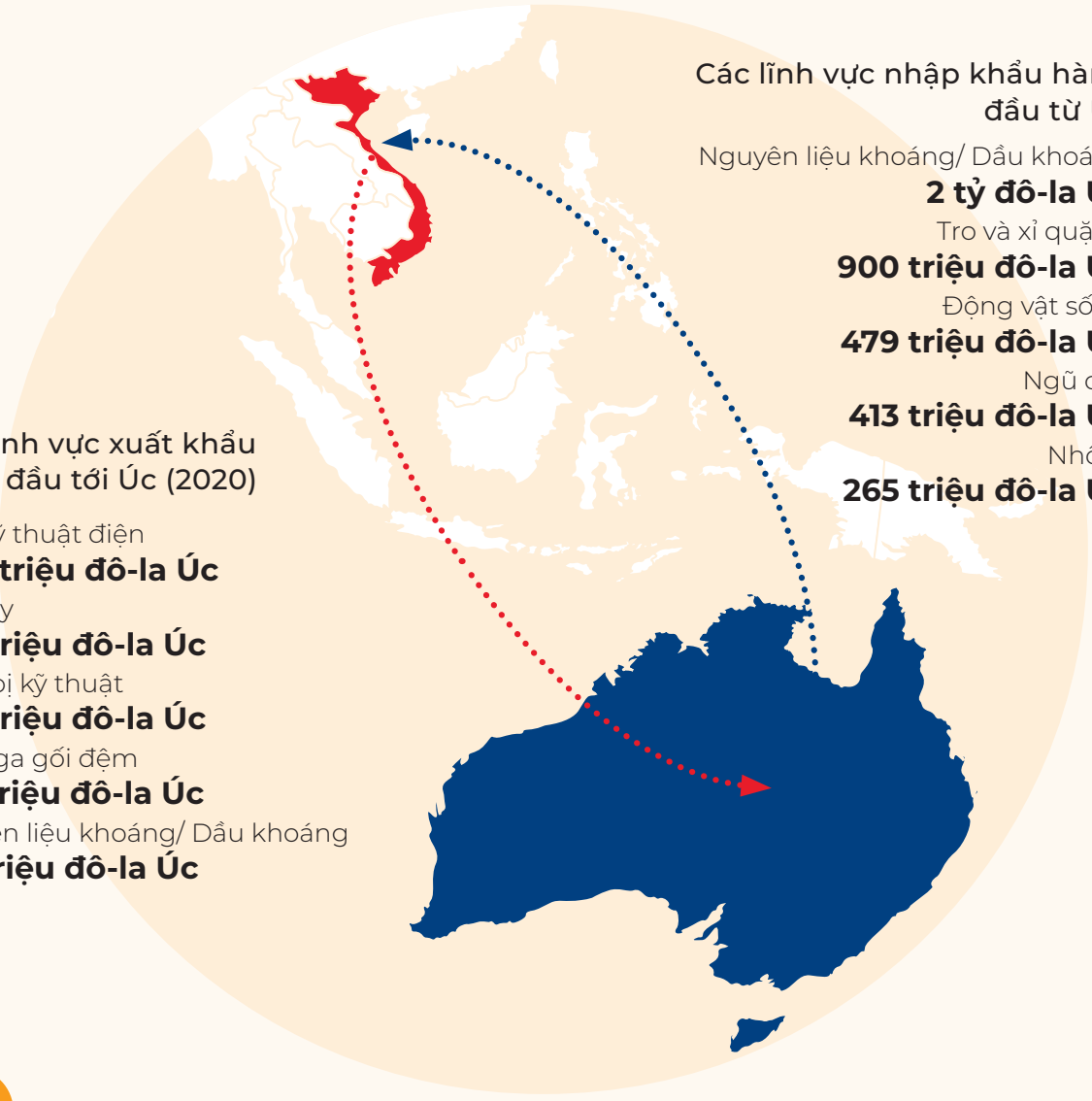


Từ khi người châu Âu tới định cư, tư tưởng đạo đức quốc gia đã đề cao bình quyền, tự do tư tưởng, công bằng, tinh thần phản biện lành mạnh, và tình bằng hữu bác ái. Sự đa văn hóa đã củng cố giá trị đạo đức về lòng vị tha và tôn trọng các dạng thức phong phú của sự sống. Dòng người nhập cư duy trì liên tục là một yếu tố quan trọng đối với Úc, với gần bảy triệu người nhập cư đã ổn định cuộc sống từ sau Thế Chiến II. Trong những thập kỷ gần đây, lượng nhập cư từ châu Á tăng mạnh, chiếm 56% tổng số người nhập cư năm 2016-17. Người nhập cư từ Việt Nam được duy trì liên tục từ sau làn sóng đầu tiên vào giữa thập kỷ 1970 khi chiến tranh kết thúc.

Xã hội Úc hiện đại tạo điều kiện cho những tranh luận lành mạnh và sôi nổi trong công chúng về các vấn đề từ nhiều góc nhìn khác nhau. Trong phần lớn các trường hợp, bao gồm bối cảnh kinh doanh, các cá nhân có quyền nêu quan điểm riêng. Người Úc thích đi du lịch đến nhiều nơi trên thế giới, và nhìn chung có ý thức toàn cầu cao. Kiến thức kinh doanh và hiểu biết về thực tế làm việc và hợp tác với các đối tác trong các nền kinh tế châu Á ngày càng được nâng cao và khi cần thiết có thể mở rộng nhanh chóng. Nhìn chung người Úc luôn mong muốn có thể thu hẹp khác biệt giữa các nền văn hóa, và sẽ chủ động tìm hiểu để xây dựng được các mối quan hệ.

Hình ảnh Khu phố người Hoa tại thành phố Melbourne. Được thành lập vào những năm 1860, Khu phố ngườiHoa là một trong những minh chứng về sự đa văn hóa của đất nước Úc.
Nhiếp ảnh gia: Adam Calaitzis

Quan hệ song phương



Các lĩnh vực nhập khẩu hàng đầu từ Úc

Nguyên liệu khoáng/ Dầu khoáng
2 tỷ đô-la Úc
Tro và xỉ quặng
900 triệu đô-la Úc
Động vật sống
479 triệu đô-la Úc
Ngũ cốc
413 triệu đô-la Úc
Nhôm
265 triệu đô-la Úc

Các lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu tới Úc (2020)

Máy kỹ thuật điện
1.581 triệu đô-la Úc
Da giày
389 triệu đô-la Úc
Thiết bị kỹ thuật
298 triệu đô-la Úc
Chăn ga gối đệm
277 triệu đô-la Úc
Nguyên liệu khoáng/ Dầu khoáng
185 triệu đô-la Úc

Đầu tư

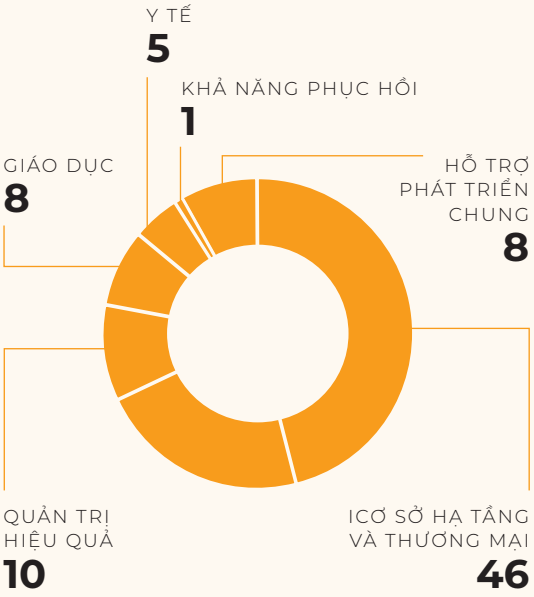
- Đầu tư tích lũy của Việt Nam vào Úc tính tới năm 2020 đạt **722 triệu đô-la Mỹ** (số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam)
- Tổng lượng đầu tư của Úc vào Việt Nam đạt gần **2,5 tỉ đô-la Úc** (dữ liệu của Đại sứ quán Việt Nam 2018)

Viện trợ phát triển dành cho Việt Nam[15]

Quốc gia	52,1	52,1	52,1
Vùng miền	14,8	11,3	4,7
Thế giới	6,7	7,3	12,5
Other Government Departments	4,3	3,0	4,4
Các Cơ quan Chính Phủ khác	**77,9**	**78,9**	**78,9**
% Tổng vốn ODA của Úc	**1,9%**	**2,0%**	**2,0%**

* có thể xảy ra các khác biệt giữa tổng của các thành phần và tổng vì số liệu được làm tròn

Vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) của Úc dành cho Việt Nam, theo thứ tự ưu tiên đầu tư dự toán ngân sách 2021-22 (%)



Dòng thời gian

1973
Thiết lập quan hệ ngoại giao. Úc là một trong những nước phương Tây đầu tiên công nhận Chính phủ Việt Nam

1995
Việt Nam gia nhập Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á ASEAN

1998
Việt Nam gia nhập Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC)

2013
Kỷ niệm 40 thiết lập quan hệ song phương. Úc viện trợ phát triển - 160 triệu đô-la Úc để xây dựng cầu Cao Lãnh (Đồng Tháp)

2014
Úc chính thức trở thành Đối tác Chiến lược của ASEAN

2020
2020 Đại hội Đại biểu Toàn quốc lần thứ 13 của Đảng Cộng sản Việt Nam tái khẳng định cam kết mở rộng quan hệ với Úc trong vai trò một quốc gia đã nhiệt tình ủng hộ tiến trình cải cách, đổi mới và tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

2021
Úc cam kết viện trợ 7,8 triệu liều vaccine COVID cho Việt Nam, và hỗ trợ Việt Nam tiếp cận thêm nguồn vaccine thông qua Quỹ Nhi đồng Liên Hợp Quốc (UNICEF) và COVX.

1975
Úc bắt đầu viện trợ phát triển cho Việt Nam

1988
Công ty OTC (hiện giờ là Telstra) tiến hành xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông tại Việt Nam

1989
Ý tưởng về Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC) lần đầu tiên được Thủ tướng Úc, ông Hawke chính thức đưa ra và 10 tháng sau đó đã trở thành hiện thực

1993
Ngân hàng ANZ mở chi nhánh đầu tiên tại Hà Nội, một trong những ngân hàng nước ngoài đầu tiên hoạt động tại Việt Nam

2000
Khánh thành cầu Mỹ Thuận (Tiền Giang) với sự viện trợ 91 triệu đô-la Úc từ Úc. Trường Đại học RMIT mở chi nhánh RMIT Việt Nam

2007
Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)

2009
Hai quốc gia thiết lập Quan hệ Đối tác Toàn diện để thắt chặt tình hữu nghị và thúc đẩy hợp tác

2010
ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA)

2015
Hội đồng Úc - ASEAN Council (AAC) được thành lập

2018
Úc và Việt Nam nâng mối quan hệ song phương lên Đối tác Chiến lược

2019
Hiệp định Đối tác Toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) được ký kết. Kỷ niệm 45 năm Úc thiết lập quan hệ ngoại giao với ASEAN

2020
Úc ủng hộ Việt Nam trở thành thành viên không thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc. Quan hệ Đối tác Chiến lược giữa ASEAN và Úc được gia hạn khi Việt Nam giữ vai trò Chủ tịch ASEAN năm 2020

2021
Thủ tướng hai nước cùng công bố Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế (EEES) tại Hội nghị Thượng đỉnh Khí hậu COP26.

Các mối quan hệ giữa con người (2017)

Số lượng người Úc tới Việt Nam
269.500

Số lượng người Việt Nam tới Úc
80.400

Số Tình nguyện viên hỗ trợ Chính phủ Úc
77

Số người Úc thường trú sinh tại Việt Nam
219.351

Số học sinh Việt Nam du học tại Úc (2016)
29.766

Người Việt Nam nhận Giải thưởng Úc
221

Chương trình hợp tác phi chính phủ Australia
6,1 triệu đô-la Úc

Số người Úc tham gia vào Kế hoạch Colombo Mới (New Colombo Plan)
341

Cơ cấu dân số người Úc gốc Việt

Dân số gốc Việt là cộng đồng người nhập cư
lớn thứ sáu tại Úc.
(Tổng cục thống kê Úc, Nhập cư vào Úc 2019)

Dân số gốc Việt chiếm **3,5%**
dân số Úc được sinh ra tại nước ngoài (tương đương 1,0% tổng dân số Úc).

Số người gốc Việt tại Úc (2019) là **262.910** người, tăng lên 32,9% kể từ tổng số 197.820 người năm 2009.

Người nhập cư gốc Việt tại Úc:
Độ tuổi trung bình 46,5 tuổi,
cao hơn 9,1 năm so với độ tuổi trung bình của toàn dân số. Nữ 55,8% Nam 44,2%.

Úc và Việt Nam đã thiếp lập quan hệ được gần 50 năm, bao gồm các lĩnh vực chính trị, kinh tế, an ninh, giáo dục, viện trợ phát triển, và xây dựng được mối liên kết chặt chẽ giữa con người. Thương mại và đầu tư ngày càng gia tăng cho thấy khả năng bổ sung cho nhau về mặt kinh tế và những lợi thế cạnh tranh quan trọng, được thúc đẩy bằng sự tham gia vào các tổ chức đa phương và các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA).

Việt Nam và Úc là thành viên của mạng lưới các diễn đàn và hiệp định thương mại vùng. Cả hai quốc gia đều là thành viên của Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc - Niu Di-lân (2010), Hiệp định Toàn diện và Tiến bộ về Đối tác xuyên Thái Bình Dương (2018), và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP), mang lại những lợi thế tiếp cận thị trường đối với hàng hóa và dịch vụ của Úc và Việt Nam trong các bối cảnh song phương.

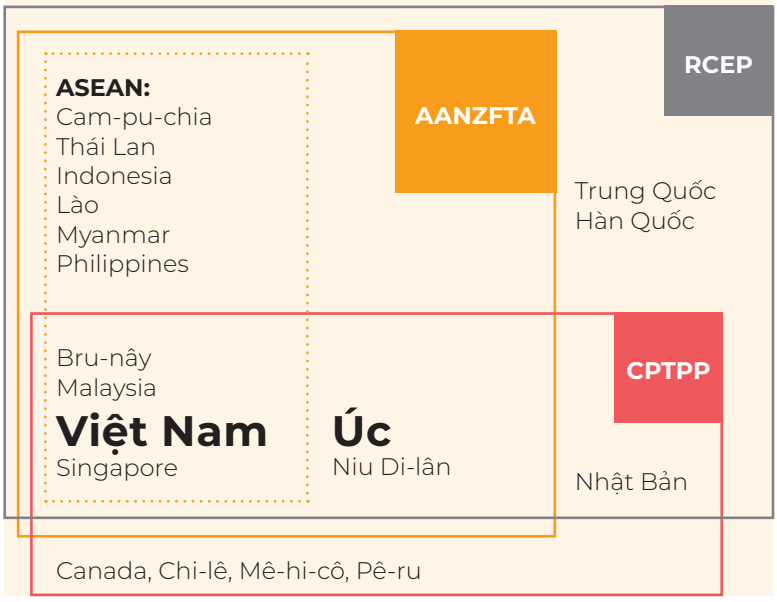
Việt Nam và Úc tham gia vào các nhóm đa phương như Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC), Hội nghị Thượng đỉnh Đông Á (EAS), Nhóm Cairns, và Liên Hợp Quốc (UN). Việt Nam là thành viên chủ chốt của khối ASEAN và Úc là đối tác đối thoại lâu đời nhất của ASEAN.

Quan hệ hợp tác song phương chính thức đã phát triển từ quan hệ đối tác toàn diện năm 2009, được củng cố vào năm 2015, thành quan hệ Đối tác Chiến lược năm 2018 tại Hội nghị Thượng đỉnh Đặc biệt ASEAN- Úc tại thành phố Sydney.[16] Quan hệ Đối tác Chiến lược được xây dựng trên những mối quan tâm chung về địa chính trị và địa kinh tế. Cả hai quốc gia cùng tìm cách giảm phụ thuộc về kinh tế vào Trung Quốc trong vai trò một đối tác thương mại trọng yếu; đồng thời hỗ trợ một trật tự kinh tế, an ninh mở và dựa trên cơ sở luật pháp tại châu Á, củng cố vai trò trung tâm của ASEAN trong duy trì ổn định khu vực. Cả hai quốc gia tiếp tục đẩy mạnh tự do hóa thương mại và có chính sách đối ngoại hướng ngoại, nhấn mạnh tầm quan trọng của củng cố các liên minh khu vực và đa phương, với những quốc gia đồng tư tưởng và chí hướng như Nhật Bản, Ấn Độ và Hàn Quốc. Úc và Việt Nam đã ký kết biên bản ghi nhớ (MoU) về hợp tác và trao đổi kinh nghiệm, kiến thức về chuyển đổi số và triển khai chính phủ điện tử.[17]

Úc đã đóng góp tích cực và lâu dài vào chương trình viện trợ phát triển cho các quốc gia trong khu vực Ấn Độ - Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam. Úc là một trong những nhà tài trợ lớn nhất cho Việt Nam, và cam kết tiếp tục ủng hộ những ưu tiên của Việt Nam thông qua các chương trình viện trợ.[18] Những dự án với Việt Nam trong vài thập kỷ gần đây gồm có viện trợ cơ sở hạ tầng trọng điểm để xây dựng các cây cầu lớn, và vai trò của Telstra khi cung cấp vệ tinh đầu tiên cho đài Truyền hình thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2021, viện trợ phát triển đạt 78,9 triệu đô-la Úc, góp phần thắt chặt quan hệ đối tác kinh tế đa dạng giữa hai nước.[19]

Năm 2021, viện trợ phát triển trải ra ở ba lĩnh vực: an ninh y tế, ổn định và hồi phục kinh tế. Úc giúp Việt Nam củng cố hệ thống y tế, trong đó viện trợ 7,8 triệu liều vaccine COVID từ các hãng Astra Zeneca, Moderna và Pfizer, cùng với kim tiêm, tập huấn nhân viên y tế, và hỗ trợ các kho lạnh để trữ và vận chuyển vaccine tới các tỉnh xa.[20] Sự hợp tác của Úc trong khoa học, kỹ thuật và đổi mới sáng tạo nhằm tạo điều kiện cho các lĩnh vực ưu tiên của Việt Nam, trong đó có phát triển hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia, đẩy mạnh tăng trưởng và phát triển. Năm 2020, năng lực đổi mới sáng tạo của Việt Nam đứng thứ 42 trong bảng xếp hạng

Hiệp định Thương mại Tự do của Úc



Chỉ số Đổi mới Sáng tạo Toàn cầu của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO), và đứng thứ nhất trong nhóm 29 nền kinh tế có thu nhập trung bình thấp. WIPO đã ghi nhận tiến bộ không ngừng của Việt Nam và cho đây là một hình mẫu cho các nền kinh tế đang phát triển khác.[21]

Cũng trong năm 2021, Úc đã đóng góp hai bản báo cáo để hỗ trợ quá trình phát triển hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia của Việt Nam. Bản báo cáo thứ nhất, Chuyển đổi công nghệ tại Việt Nam: Đóng góp của công nghệ vào tăng trưởng kinh tế, là kết quả hợp tác của Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam (MOST) và Tổ chức Nghiên cứu Khoa học và Công nghiệp của Khối Thịnh vượng Chung Úc (CSIRO). Bản báo cáo đã chỉ ra rằng sự chuyển đổi đóng góp hơn 50% vào tổng tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong giai đoạn 2016-2019; và rằng các chính sách còn chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp; qua đó, báo cáo khuyến nghị tập trung mạnh vào quá trình chuyển đổi và nhân rộng các công nghệ hiện có trong khối doanh nghiệp.[22]

Bản báo cáo thứ hai, Việt Nam năng động: Tạo nền tảng cho một nền kinh tế thu nhập cao, do Úc và Ngân hàng Thế giới tiến hành, nhấn mạnh rằng Việt Nam cần đẩy mạnh gia tăng GDP thông qua những thành tựu về năng suất. Điều này đòi hỏi bước tiến vượt bậc về năng lực đổi mới sáng tạo trong nước. Tiến bộ trong năng lực đổi mới sáng tạo này lại cần có một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo thuận lợi để khắc phục những yếu kém như trình độ sản xuất và xuất khẩu còn thô sơ, và năng lực đổi mới sáng tạo hoặc nghiên cứu và phát triển còn thấp trong lĩnh vực kinh doanh.[23]

Cả hai bản báo cáo đều nêu bật những đóng góp quan trọng của khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo sẽ ngày càng đưa Việt Nam tiến xa trên con đường phát triển kinh tế xã hội. Úc đang hỗ trợ sự thành lập của một trung tâm nghiên cứu Việt Nam – Úc, nhằm giúp đỡ Việt Nam tiếp cận và ứng dụng kiến thức, kỹ năng kỹ thuật, góp phần phát triển kinh tế bền vững và củng cố quan hệ với Úc. Nghiên cứu và phát triển thường là bước đi đầu tiên vô cùng thiết yếu trong đổi mới sáng tạo ở lĩnh vực kinh doanh và phát triển sản phẩm. Nhận thức và quan điểm về đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp Việt Nam đang ngày càng gia tăng. Úc hỗ trợ nâng cao trình độ đổi mới sáng tạo tại Việt Nam thông quan chương trình Úc Vì Sáng tạo (Aus4Innovation) và các dự án khác tập trung vào khối tư nhân.

Các tổ chức như CSIRO và Viện Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế (ACIAR) của Úc có truyền thống nhiều năm hợp tác với Việt Nam và khu vực. Các mối quan hệ đã phát triển và bao gồm các chương trình đối tác hợp

Đại sứ Úc, Bà Robyn Mudie, tới Việt Nam tham dự chương trình Tăng cường Vai trò của Phụ nữ trong Kinh tế.

tác nhằm đáp ứng những thách thức của nền Công nghiệp 4.0 và hiện tượng biến đổi khí hậu, đồng thời đạt mục tiêu của các dự án hỗ trợ ngành. Úc đặt mục tiêu tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội tiếp cận quá trình đổi mới sáng tạo tại Úc và trên thế giới. Ví dụ, trong hợp tác với Bộ Khoa học và Công nghệ cùng các cơ quan hữu quan, Úc đang xây dựng một mạng lưới cộng tác sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để quy tụ các cá nhân, doanh nhân và các tổ chức Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực AI và khuyến khích họ cộng tác với các đối tác Úc.[25]

Trong suốt năm 2021, năm dự án được Quỹ Đối tác Đổi mới Sáng tạo Úc tài trợ, đã kết nối các doanh nghiệp Việt Nam với công nghệ và chuyên môn hàng đầu của Úc để ứng dụng các đổi mới sáng tạo khả thi vào một loạt các lĩnh vực. Các dự án này bao gồm chương trình hỗ trợ các công ty khởi nghiệp trong nông nghiệp tiếp cận các công nghệ nông nghiệp và công nghệ tài chính; xây dựng dây chuyền làm mát rau từ tỉnh Sơn La với công nghệ mới và chi phí thấp; sản xuất sản phẩm giá trị cao từ cá da trơn; hệ thống giám sát môi trường cho thủy sản ngập mặn; và hệ thống cảm ứng để giám sát tình trạng lũ lụt.[26] Bốn dự án khác đang trong giai đoạn khởi thảo, tập trung vào các quan hệ đối tác kinh doanh trên cơ sở sự thành công của Diễn đàn Đối tác Kinh doanh Úc. Những dự án này khai thác quang năng trong nông nghiệp và thủy sản ở đồng bằng sông Cửu Long (đối tác phía Việt Nam: Công ty Năng lượng Vũ Phong); năng lượng sinh học tại các trang trại thương mại; canh tác tiên tiến theo chiều dọc (hợp tác với Orlar Việt Nam); và chăn nuôi dế bền vững.[27]

Chi tiết về các doanh nghiệp Việt Nam đã tích cực, chủ động hợp tác với các cơ quan nghiên cứu Úc sẽ được trình bày trong Chương Ba.

Vào Tháng 12 năm 2021, Chính phủ Úc và Việt Nam đã ra tuyên bố chung về Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế, với mục tiêu trở thành một trong mười đối tác thương mại hàng đầu của nhau, và tăng gấp đôi đầu tư. Chiến lược này được xây dựng trên cơ sở quan hệ ngày càng khăng khít giữa hai chính phủ kể từ khi hình thành quan hệ Đối tác Chiến lược tại Hội nghị Thượng đỉnh Đặc biệt của Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) tại thành phố Sydney; mạng lưới thỏa thuận thương mại ngày càng mở rộng, trong đó có Hiệp định Mậu dịch tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân từ năm 2010; Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương từ năm 2018; và Quan hệ Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực từ 2022.

Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế Úc – Việt Nam và Kế hoạch Thực hiện giai đoạn 2021-25

Vào Tháng 12 năm 2021, bản Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế và Kế hoạch Hành động chung giai đoạn 2021-2025 đã được ban hành nhằm đẩy mạnh giao kết thương mại, tăng cường mậu dịch, và thúc đẩy đầu tư xuyên biên giới.

Bản Chiến lược và Kế hoạch thực hiện này là thành tựu của cả hai chính phủ, nhận được sự hoan nghênh từ các khối ngành, góp phần củng cố khuôn khổ hồi phục và phát triển kinh tế hậu COVID. Mục đích của Chiến lược và Kế hoạch hành động là xác định, ưu tiên và nêu bật những vấn đề then chốt và thách thức đối với nỗ lực chung nhằm tạo điều kiện cho hợp tác sâu rộng vì lợi ích của cả hai bên. Sự kiện này đánh dấu một kỷ nguyên mới về hợp tác và cam kết chung đối với một chiến lược có mục đích rõ ràng và được điều phối hiệu quả.

Bản Chiến lược xác định những lĩnh vực trọng tâm mà Việt Nam và Úc có thể thắt chặt quan hệ thương mại và đầu tư, trong đó có giáo dục, kỹ năng và đào tạo; tài nguyên và năng lượng; nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy hải sản; chế tạo; du lịch; khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo; kinh tế số; hậu cần và các dịch vụ khác.

Bản Kế hoạch Thực hiện đưa ra lộ trình, khung thời gian tổng thể và chi tiết để triển khai hoạt động và những sáng kiến ưu tiên, nhằm hỗ trợ và gia tăng thương mại và đầu tư song phương. Kế hoạch đề ra chương trình làm việc đến năm 2025, với các lĩnh vực đã được xác định cần cộng tác chính thức và thường xuyên để tạo môi trường đầu tư và kinh doanh thuận lợi, nâng cao nhận thức về khả năng bổ sung cho nhau của hai nền kinh tế, cùng những cơ hội thương mại đi kèm, và hỗ trợ doanh nghiệp và các công ty thành viên trong những nỗ lực giao thương và đầu tư của họ. Bản Kế hoạch này kết hợp cả chương trình mục tiêu quốc gia, viện trợ song phương và sự cộng tác trong giải quyết các vấn đề then chốt.

Xuyên suốt bản kế hoạch, có sự tập trung và ưu tiên dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, và quá trình trao quyền cho phụ nữ. Úc cam kết dành sự hỗ trợ sâu rộng cho các chương trình cải cách và phát triển của Việt Nam, trong đó có giáo dục đại học và dạy nghề, khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, kinh tế số, và quản trị thị trường tài chính. Bản Kế hoạch này đã chỉ ra rằng

cần chú ý đến các quy trình hành chính và tiếp cận thị trường, cùng với cam kết cộng tác để xúc tiến đàm phán tiếp cận thị trường đối với các sản phẩm chủ lực của cả hai phía, ví dụ như quả lạc tiên, quả na, chôm chôm tươi và tôm nguyên con từ Việt Nam. Bản Kế hoạch cũng xác định những công việc cụ thể để đánh giá sức mạnh và giá trị của các chuỗi giá trị hiện hành và tiềm năng trong các lĩnh vực then chốt giữa Úc và Việt Nam.

Bản Kế hoạch đưa ra những dự án chung nhằm củng cố sự sẵn sàng của các công ty trong hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu ở cả hai phía, nhằm tăng cường nghiên cứu, đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ. Những dự án này bổ sung cho các gói viện trợ vốn vẫn đang được Úc triển khai trong khuôn khổ chương trình Úc Vì Sáng tạo (Aus4Innovation), nhằm tăng động lực cho hệ thống đổi mới sáng tạo của Việt Nam, trong phạm vi một nhánh của chương trình viện trợ Úc Vì Kĩ năng (Aus4Skills) nhằm nâng cải thiện khả năng tiếp cận và chất lượng của bậc giáo dục tiểu học và phổ thông tại Việt Nam.

Ở dưới cấp nhà nước, chính quyền các bang và vùng lãnh thổ của Úc cũng duy trì quan hệ song phương với các tỉnh thành Việt Nam. Năm 2019, bang New South Wales đã kỹ kết bản hợp tác chiến lược với thành phố kết nghĩa Hồ Chí Minh, nhằm đẩy mạnh thương mại và đầu tư. Chính quyền bang Victoria đã có thỏa thuận kết nghĩa với thành phố Hồ Chí Minh, tập trung vào phát triển giáo dục – đào tạo, xây dựng đô thị thông minh, nông nghiệp và đổi mới sáng tạo.[28] Bang Tây Úc đã ký Biên bản ghi nhớ MoU với tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu để phát triển hợp tác kinh tế, giáo dục, văn hóa và nghệ thuật.[29] Đà Nẵng và thành phố Gold Coast thuộc bang Queensland đã ký Biên bản ghi nhớ MoU về hợp tác song phương trong giáo dục, y tế, quản lý thảm họa thiên nhiên, vận tải đường thủy, thương mại, đầu tư, công nghệ và năng lượng tái tạo được.[30] Kinh doanh có khả năng thúc đẩy các hiệp định, thỏa thuận này để hỗ trợ hơn nữa hoạt động thương mại.

Cả hai phía đều tham gia vào quá trình chuẩn bị nội bộ để đặt nền móng triển khai và đưa những dự án trên tiến xa. Công nghiệp tại Úc và Việt Nam đứng trước cơ hội được hưởng lợi lớn từ sự triển khai song phương và thành công của Chiến lược này, và từ những cam kết chung nhằm củng cố hành lang thương mại và đầu tư giữa hai nền kinh tế. Trong những năm tới, bản Kế hoạch sẽ định hướng cho sự tham gia hết sức có ý nghĩa giữa các Cơ quan Chính phủ, các tổ chức hỗ trợ kinh doanh – công nghiệp, và tạo cơ sở thuận lợi để triển khai hành động, với khả năng chắc chắn hơn và sự hỗ trợ to lớn hơn dành cho các doanh nghiệp có quan tâm đến thương mại, đầu tư và chuyển giao công nghệ.

Bản Chiến lược và Kế hoạch thực hiện được hình thành trước khi đại dịch toàn cầu xảy ra, nhưng những sáng kiến chiến lược và quan trọng để bảo đảm Úc và Việt Nam có thể hỗ trợ lẫn nhau được hiệu quả đã nảy sinh từ trong lòng đại dịch COVID. Sự hồi phục kinh tế hậu đại sẽ được hưởng lợi từ nền tảng vững chắc của quá trình hợp tác kinh tế song phương.

NỀN TẢNG VỮNG CHẮC CHO HỢP TÁC KINH TẾ

Mối quan hệ chính trị bền vững và tích cực: Mối quan hệ này đã liên tục được củng cố từ hơn bốn thập kỷ xúc tiến thương mại, đầu tư, viện trợ phát triển, an ninh và đổi mới sáng tạo. Chiến lược Tăng cường Hợp tác Phát triển Kinh tế mới sẽ càng thắt chặt mối quan hệ này.

Cam kết từ phía Úc: Úc luôn hỗ trợ Việt Nam trong các chương trình cải cách, các giai đoạn chuyển đổi và tăng trưởng đầy tham vọng, và sẽ tiếp tục là một đối tác phát triển lâu dài, với tinh thần xây dựng cao.

Vượt ra ngoài khuôn khổ song phương: Quan hệ hợp tác song phương phản ánh cam kết chung xây dựng một khu vực cởi mở, minh bạch và có sức chống chịu tốt trước những cú sốc kinh tế trong tương lai.

Tối ưu hóa khả năng bổ sung cho nhau về mặt thương mại và đầu tư: Quan hệ thương mại giữa hai quốc gia mang tính bổ sung cho nhau rất cao ở các lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ và đầu tư, và có thể hỗ trợ hơn nữa hoạt động kinh tế để mang lại lợi ích chung cho cả hai bên, đạt được sự đa dạng hóa, sức bật và khả năng hồi phục kinh tế tốt.

Thúc đẩy môi trường chính sách mở: Úc là một nền kinh tế hướng ngoại với môi trường khá cởi mở, tạo ra một nền tảng ổn định và thuận lợi để mở rộng thương mại và đầu tư. Úc và Việt Nam cùng tham gia vào mạng lưới các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA), trong đó có Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN - Úc – Niu Di-lân (AANZFTA), Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), nhằm giảm bớt các rào cản, mang lại sự đảm bảo vững chắc hơn trong đầu tư, cải thiện khả năng di chuyển của người dân, và mở ra các dịch vụ và thương mại số.

Tăng cường thương mại và đầu tư năng động, phát triển: Hàng hóa xuất khẩu và đầu tư từ Việt Nam vào Úc đã gia tăng đáng kể; trong một số trường hợp, tỉ lệ tăng trưởng còn nhanh hơn so với phần còn lại của thế giới. Liên kết quan trọng giữa con người: Những liên kết giữa các nhà lãnh đạo, nhân viên chính phủ, các nhà nghiên cứu, trong lĩnh vực du lịch, trong cộng đồng sinh viên và giữa các doanh nghiệp có thể được củng cố bởi các công ty có tinh thần doanh nhân chân chính.

Định hướng đa dạng hóa: Việt Nam ở vị trí thuận lợi để tận dụng mối quan hệ thương mại ngày càng mạnh mẽ và có tính tương hỗ cao với Úc bởi cả hai nền kinh tế đều tìm kiếm cơ hội đa dạng hóa thương mại và đầu tư trong những năm tới.

Gia tăng giá trị, hiện thực hóa lợi ích chung: Việt Nam đã đóng góp giá trị vào hàng hóa, dịch vụ và xuất khẩu Úc, và có tiềm năng mở rộng những liên kết chuỗi giá trị này trong các lĩnh vực hiện có và mới.

Sự hỗ trợ mạnh mẽ từ cả hai phía cho khối kinh doanh: Mở rộng những liên kết chính phủ song phương ở cấp nhà nước, bang và địa phương có thể hỗ trợ lớn cho các hoạt động thương mại, đổi mới sáng tạo và phát triển.

Sự kiện của tổ chức Đối thoại Cấp Lãnh đạo Úc-Việt Nam tại thành phố Melbourne, bang Victoria với sự tham gia của Ông Nguyễn Tất Thành (đứng ở hàng sau, thứ ba từ bên phải).

Chương Hai

Những cơ hội

Sự kiện trình diễn ánh sáng tại Quảng trường Federation, thành phố Melbourne, bang Victoria. Nhiếp ảnh gia: Pat Whelen

Chương này xác định các lĩnh vực có thể mang lại cơ hội đáng kể cho doanh nghiệp Việt Nam, với nghiên cứu trường hợp điển hình các doanh nghiệp Việt Nam đã xúc tiến và đang mở rộng hợp tác với Úc, được hưởng lợi từ hành lang tích cực giữa hai nền kinh tế, và những cơ hội khai thác thị trường đang nở rộ tại Úc.

Xét trên lợi thế từ những yếu tố tích cực trên, mức độ hợp tác là lành mạnh và đang tăng tưởng – Việt Nam có quan hệ thương mại và đầu tư năng động, ngày càng mở rộng với Úc. Việt Nam là một trong những đối tác thương mại phát triển nhanh nhất của Úc trong khu vực ASEAN, và sự tăng trưởng vẫn được duy trì trong năm 2021, bất chấp tác động từ đại dịch COVID. Trong một số trường hợp, thương mại về hàng hóa và dịch vụ với Úc tăng trưởng còn nhanh hơn thương mại của Việt Nam với phần còn lại của thế giới.

Năng lực chế tạo vào xuất khẩu của Việt Nam trong hàng hóa công nghệ, dệt may và da giày, bổ sung cho khả năng cạnh tranh của Úc trong lĩnh vực hàng hóa và nông sản, thúc đẩy thương mại song phương về hàng hóa hiện đang chiếm phần lớn trong thương mại hai chiều. Thương mại trong lĩnh vực dịch vụ, phản ánh những lợi thế so sánh về lữ hành, vận tải và giáo dục, đang gia tăng đều đặn và liên tục từ xuất phát điểm thấp.

Khả năng bổ sung cho nhau của hai nền kinh tế không chỉ là cơ sở cho thương mại song phương, mà còn hỗ trợ những chuỗi giá trị xuyên biên giới vận hành trên toàn khu vực. Các doanh nghiệp chế tạo của Việt Nam tận dụng được nguồn nguyên liệu thô chất lượng cao và kim loại đã qua xử lý của Úc để làm nguyên liệu đầu vào cho các hàng hóa sản xuất được bán tại Việt Nam và xuất khẩu ra thế giới. Các doanh nghiệp của Úc thông qua hoạt động kinh tế đã khai thác được các thành phẩm và nguyên liệu đầu vào từ Việt Nam, trong đó có máy móc và thiết bị, hàng dệt may và đồ nội thất, những mặt hàng này sau đó đã trở thành một phần của giá trị hàng hóa và dịch vụ được tiêu thụ tại Úc hoặc xuất khẩu ra nước ngoài. Như vậy, hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam không chỉ là nguồn đầu vào thiết yếu cho hoạt động kinh tế tại Úc, mà một phần giá trị của những hàng hóa này còn góp phần nâng cao tính cạnh của các thành phẩm từ Úc (và ngược lại). Sự tham gia vào các chuỗi giá trị xuyên biên giới cho phép cả hai nền kinh tế cùng đạt được thịnh vượng từ thành công của nhau.

Hoạt động đầu tư từ Việt Nam vào Úc cho thấy tính tương hỗ cao giữa nền kinh tế Úc và khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Quá trình đầu tư này không chỉ hỗ trợ sự phát triển của kinh tế Việt Nam và các ngành chế tạo xuất khẩu, mà còn tạo thuận lợi cho các lĩnh vực xuất khẩu chủ lực và hoạt động kinh tế tại Úc.

Bảng sau cho thấy rõ những lĩnh vực có tiềm năng phát triển hơn nữa.[31]

Tĩnh vực	Ngành	Khả năng sẵn sàng xuất khẩu của Việt Nam		Cơ hội tại Úc		
		Xuất khẩu tăng/ quan trọng	Năng Tực	Ít rào cảo thương mại và đầu tư	Thị trường/ tiềm năng tăng trưởng	Khả năng bổ sung cho nhau của hai nền kinh tế
Tài nguyên và năng Tượng	Xăng dầu	T	T	C	T	C
	Năng Tượng tái tạo được	TB	TB/C	C	C	C
Nông nghiệp	Hải sản	C	C	TB	TB	TB
Chế tạo	Chế tạo điện tử	C	C	C	TB	C
	Dệt may, vải và da giày	C	C	TB	TB	C
	Đồ nội thất	C	C	TB	C	C
	Thực phẩm đã qua chế biến	T	TB	C	TB	TB
Dịch vụ	Kỹ thuật số (SAAS – phần mềm dạng dịch vụ)	T	TB	C	C	TB
	Thương mại phân phối	TB/C	C	TB	TB/C	C
	Lữ hành/Du lịch	C	C	C	TB	C

Màu đỏ – cơ hội thấp (T). Màu xanh da trời – cơ hội trung bình (TB). Màu da cam – cơ hội trung bình/cao (TB/C). Màu xanh lá cây – cơ hội cao (C). Đánh giá của nhóm tác giả dựa trên các phân tích được thực hiện cho bản báo cáo này. Các cơ hội theo từng lĩnh vực mang tính chỉ báo và không loại trừ các khả năng khác.

Dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài (OFDI) từ Việt Nam vào Úc phản ánh khả năng bổ sung cho nhau giữa nền kinh tế Úc và khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Vì thị trường Việt Nam ngày càng trở nên quan trọng đối với hàng hóa xuất khẩu từ Úc, và đóng vai trò không nhỏ trong cung cấp hàng hóa nhập khẩu vào Úc, có thể nhận thấy sự gia tăng ngày càng rõ rệt của dòng đầu tư từ Việt Nam vào Úc. So với dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài từ các nước khác vào Việt Nam, chiều đầu tư từ Việt Nam ra nước ngoài vẫn còn nhỏ hơn, nhưng đã có sự gia tăng đáng ghi nhận.

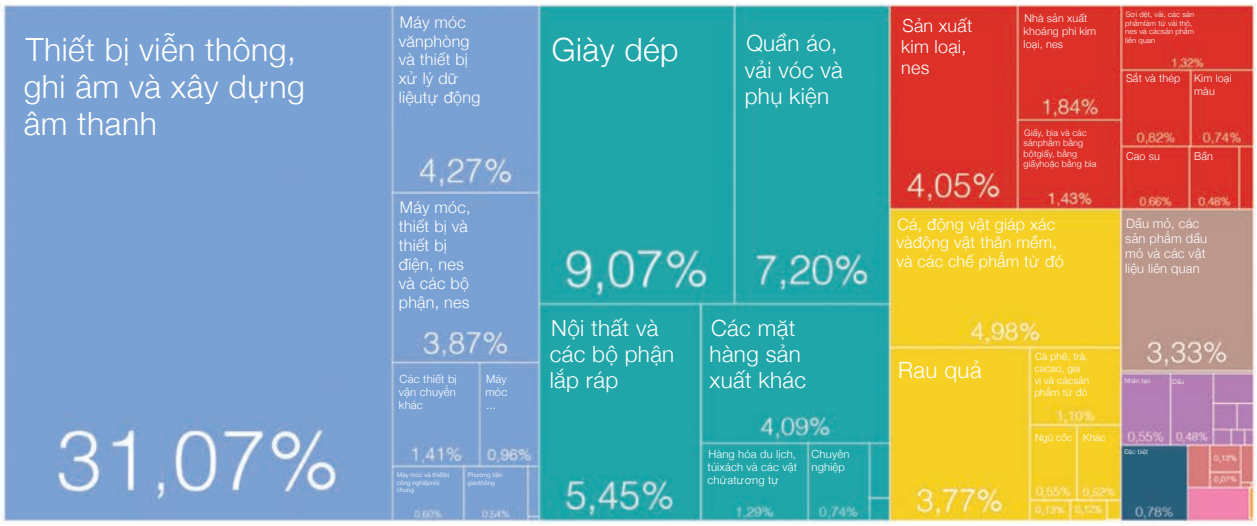
Những liên kết đổi mới sáng tạo đã mở rộng qua các gói viện trợ phát triển và các hoạt động được chính phủ tài trợ. Có thể kể đến những trường hợp hợp tác thành công giữa một số doanh nghiệp Việt Nam và các tổ chức nghiên cứu của Úc, nhưng tiềm năng để gia tăng hợp tác vẫn còn rất nhiều.

Kỹ sư cao cấp và người bản địa Úc học nghề cùng nhau lắp đặt xây dựng trang trại năng lượng mặt trời tại bang Queensland.
Nhiếp ảnh gia: Andrew Thurtell.

Thương mại trong lĩnh vực hàng hóa

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc ghi nhận 14,6 tỉ đô-la Úc giao thương hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam và Úc trong thời gian từ Tháng 1 đến Tháng 12 năm 2020.[32] Giao thương hàng hóa mang tính tương hỗ cao, thường hỗ trợ các chuỗi giá trị xuyên biên giới. Các lĩnh vực xuất khẩu chủ lực từ Việt Nam vào Úc là hàng hóa sản xuất, chủ yếu là hàng điện tử, trong khi hàng hóa xuất khẩu từ Úc vào Việt Nam phần lớn là khoáng sản và nông sản.

Atlat Kinh tế Tinh vi: Việt Nam xuất khẩu gì sang Úc trong năm 2019?



Nguồn: Atlat Kinh tế Tinh vi

Trong thập kỷ vừa qua, đa phần các mặt hàng xuất khẩu chủ lực từ Việt Nam vào Úc đã tăng mạnh. Trong giai đoạn này, tổng hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Úc đã tăng thêm 39%. Một số mặt hàng như da giày, may mặc, thủy sản, động vật giáp xác, đã tăng nhanh hơn so với phần còn lại của thế giới. Xét riêng thành phẩm, các mặt hàng từ Việt Nam vào Úc có sự tăng trưởng lớn trong giai đoạn 2016-20 gồm có giày đế cao su (hơn 100%); tôm biển và tôm nước ngọt đông lạnh (hơn 200%), điện thoại di động (hơn 100%) và chất tẩy rửa (hơn 350%).

Các loại điện thoại thông minh chiếm lĩnh thị trường điện thoại di động tại Úc, được phân phối qua các chi nhánh và cửa hàng bán lẻ, với các nhà mạng chính là Telstra, Optus và Vodaphone. Điện thoại di động từ các nhà máy của nước ngoài đặt tại Việt Nam (như Samsung, Apple, Nokia và Sony) chiếm lĩnh đơn hàng của các nhà mạng Úc. Số lượng nhỏ hơn các điện thoại của Oppo và Xiaomi (chỉ hơn 5% thị trường) được bán qua các chuỗi bán lẻ lớn như Officeworks. Vinsmart, doanh nghiệp con của tập đoàn Vingroup, là nhà sản xuất điện thoại di động từ 2018, đã bản thảo cung ứng sản phẩm cho các nhà mạng Úc, theo một thỏa thuận với hãng AT&T của Mỹ, trước khi doanh nghiệp này quyết định rút khỏi lĩnh vực sản xuất điện thoại vào Tháng 6 năm 2021.[33]

Động lực của dòng giao dịch thương mại bao gồm cả những nguồn thông tin rõ ràng về những cơ hội vào cách tiếp cận thị trường cho nhiều loại hàng hóa. Ví dụ, có các hoạt động tư vấn thường xuyên được chính phủ tổ chức để mở rộng tiếp cận thị trường cho các hàng hóa phong phú của Việt Nam, nhất là hàng tươi sống như quả lạc tiên, chôm chôm, na tươi, và tôm biển nguyên con. Úc cũng tiếp tục hỗ trợ cải thiện năng lực kỹ thuật như xét nghiệm tôm tại Việt Nam để đảm bảo đạt các yêu cầu về an toàn sinh học của Úc. Tôm biển xuất khẩu từ Việt Nam hiện đã có mặt trên thị trường hải sản bán lẻ và tại các chuỗi siêu thị. Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), 81 doanh nghiệp đã xuất khẩu tôm sang thị trường Úc trong quý hai năm 2021, với sự gia tăng cả về giá trị và chủng loại đa dạng.[34]

Bất chấp COVID, dòng xuất khẩu hàng hóa vẫn được duy trì trong thời gian đại dịch. Truyền thông Việt Nam đã đưa tin về các doanh nghiệp mới xuất khẩu hoa quả nhiệt đới, thực phẩm và đồ uống sang thị trường Úc. Những doanh nghiệp này đều nhận được sự hỗ trợ từ Đại sứ quán Việt Nam tại thành phố Canberra, và qua các chiến dịch quảng bá – cả thực tế lẫn trực tuyến – của Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại thành phố Sydney để xây dựng mối quan hệ với các nhà phân phối và nâng cao nhận thức của cộng đồng về hàng hóa Việt Nam. Cơ quan Thương vụ cam kết tiếp tục tham gia tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại để đối tác kinh doanh ở các lĩnh vực thực phẩm, đồ uống, đồ nội thất, đồ gia dụng và xây dựng có thể gặp và tìm hiểu về hoạt động của nhau.

Phân khúc bán lẻ các sản phẩm từ gốc Á tại Úc luôn có nhu cầu lớn đối với trái cây từ Việt Nam. Đây là một kênh thuận lợi để các doanh nghiệp xuất khẩu thực phẩm và đồ uống truyền thống khác của Việt Nam nhắm đến 3,5 triệu công dân Úc gốc Á nói riêng, cũng như thị trường cả nước Úc nói chung.[35] Tương tự như vậy, các nhãn bia Việt Nam đã có mặt tại những chuỗi bán lẻ đồ uống có cồn lớn tại Úc như chuỗi cửa hàng Dan Murphy.

Các nhà cung ứng Việt Nam khác có công ty Thiên Long, xuất khẩu nhiều mặt hàng văn phòng phẩm đa dạng sang những nhà bán lẻ lớn như Officeworks và Kmart, dưới nhãn hiệu Flexoffice và Colokit. Tập đoàn Nguyên vật liệu và Hóa chất Ngành nhựa An Phát, nhà sản xuất túi nhựa hàng đầu tại Đông Nam Á, có kế hoạch tăng cường xuất khẩu sang Úc các mặt hàng mới thân thiện với môi trường, thay thế túi ny-lông dùng một lần.

Một thách thức mà nhiều lĩnh vực kinh doanh của Việt Nam phải đối mặt là xây dựng thương hiệu quốc gia và thương hiệu doanh nghiệp để tiếp thị hàng hóa và dịch vụ tại Úc. Thị trường Úc vốn đã có nhiều hàng hóa, dịch vụ nội địa và nhập khẩu với những thương hiệu nổi tiếng, được nhóm khách hàng mục tiêu biết đến.[36] Những sản phẩm không có thương hiệu vẫn có chỗ trên thị trường nhưng thường chỉ được bán với giá thấp, và ít hoặc không chiếm được sự trung thành của khách hàng.

Trong năm năm vừa qua, thị trường toàn cầu đã biết đến Việt Nam nhiều hơn, nhưng thương hiệu và vị thế giá trị "Sản xuất tại Việt Nam" vẫn chưa được phổ biến rộng rãi tại Úc. Hoàn toàn có cơ hội để định hình, xác định và khuếch trương thương hiệu Việt Nam khi người tiêu dùng Úc đang tìm kiếm thêm những nhà cung cấp hàng hóa sản xuất mới. Đây là một yếu tố cần thiết trong xây dựng, duy trì và mở rộng thị phần. Các doanh nghiệp nên phát huy những nỗ lực của Trung tâm Nghiên cứu và phát triển thương hiệu Việt (THV), thuộc Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam, và tìm kiếm sự hỗ trợ từ Cơ quan Thương vụ Việt Nam khi tiếp cận với thị trường Úc.

Sự kiện tại Cung Triển lãm Hoàng gia (Royal Exhibition Building) tại vườn Carlton, thành phố Melbourne, bang Victoria.
Nhiếp ảnh gia: Britt Gaiser

Chợ Nữ hoàng Victoria (Chợ Queen Victoria) tại thành phố Melbourne, bang Victoria.
Nhiếp ảnh gia: Sami Jaiswal

Trong khi xây dựng thương hiệu có thể là một khái niệm đầy thách thức đối với các doanh nghiệp và xây dựng thương hiệu xuyên biên giới còn có nhiều khó khăn hơn, đã có những ví dụ về thương hiệu Việt trên thị trường Úc. Cơ quan Thương vụ gần đây đã phát triển một nhánh thương hiệu mới cho trái cây và thủy hải sản tươi sống của Việt Nam, bước đầu đã thu được lợi ích cho nhiều nhà sản xuất và xuất khẩu nhỏ xuất sang thị trường Úc. Kymdan, doanh nghiệp xuất khẩu đệm cao su sang Úc, đã xây dựng được thương hiệu, website, và chiến lược marketing với một câu chuyện hiệu quả về doanh nghiệp, áp dụng các tiêu chuẩn của Úc, và được Cơ quan Quản lý và điều hành Bác sĩ Chỉnh xương Úc (Osteopathy Australia) chứng nhận chất lượng.[37]

Thương mại trong lĩnh vực dịch vụ

Các dịch vụ của Việt Nam xuất khẩu sang Úc chủ yếu là lữ hành và vận tải, cũng là những dịch vụ xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường khác trên thế giới. Những dịch vụ này còn ở quy mô nhỏ, nhưng tăng trưởng nhanh chóng và có tiềm lực lớn cho tương lai, phản ánh lợi thế so sánh về năng lực cung ứng dịch vụ.[38] Tổng xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam sang Úc đạt 1,5 tỉ đô-la Úc trong năm 2019, chiếm khoảng 1,5% tổng giá trị nhập khẩu dịch vụ của Úc.[39] Úc nhập khẩu dịch vụ từ Việt Nam tăng 52,2% trong giai đoạn 2009 – 2019, và tăng 31,5% từ 2015 – 2019, vượt qua mức tăng trưởng nhập khẩu dịch vụ từ phần lớn các quốc gia cạnh tranh.[40] Thị phần của Việt Nam trong lượng nhập khẩu dịch vụ vào Úc đã tăng nhẹ từ 1,2% năm 2009 đến 1,5% năm 2019 – tương xứng với sự tăng trưởng về xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam ra thế giới khi các ngành dịch vụ trong nước đã phát triển.[41]

Trong năm năm vừa qua (2015 - 2019), các dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí (PCR); dịch vụ lữ hành (cá nhân, công vụ, học tập); vận tải và các dịch vụ chính phủ được xuất khẩu sang Úc đã tăng thêm 24%. Tăng trưởng trong giai đoạn từ 2009 đến 2019 thậm chí còn ấn tượng hơn – dịch vụ vận tải tăng thêm hơn 65%, các dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí PCR tăng thêm 75% và lữ hành tăng thêm 50%. Lữ hành với mục đích giáo dục tăng thêm hơn 80%. Lữ hành và vận tải giảm hơn 70% trong giai đoạn 2019 – 2020 do những hạn chế về đi lại thời kỳ đại dịch.[42] Tuy nhiên, Úc vẫn giành được sự quan tâm lớn từ các doanh nghiệp hàng không và du lịch của Việt Nam.

Người tắm biển sau một buổi sáng lướt sóng tại Bãi biển Bondi nổi tiếng thế giới tại thành phố Sydney, bang New South Wales. Nhiếp ảnh gia: Alex King

Tập đoàn Sovico và VietJet: Mở ra cánh cửa lữ hành

Sovico là một tập đoàn hàng đầu tại Việt Nam, chú trọng phát triển nhiều lĩnh vực khác nhau như tài chính và ngân hàng, bất động sản, hàng không và công nghiệp. Sovico chính là tập đoàn mẹ của VietJet, hãng hàng không lớn thứ hai của Việt Nam. Năm 2019, Sovico đã mở văn phòng đại diện tại thành phố Melbourne, ký kết thỏa thuận ghi nhớ MoU với Linfox[43] để phát triển hoạt động tại Avalon, sân bay lớn thứ hai của bang Victoria, và đánh giá đầu tư thương mại tại Victoria trong giai đoạn dài hạn hơn. Hai đối tác cho biết họ sẽ cộng tác phát triển các dịch vụ cho khách hàng và hàng hóa, trang thiết bị hàng không và dịch vụ nghỉ tại khách sạn ở Úc, cũng như mở đường bay giữa Việt Nam, thành phố Melbourne và các địa điểm khác trong khu vực.

Chủ tịch Sovico, ông Nguyễn Thanh Hùng (phải) và Tổng giám đốc Điều hành Sân bay Avalon, ông David Fox, ký kết thỏa thuận ghi nhớ MoU, trước sự chứng kiến của hai Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc và Scott Morrison.

Vietjet đã bày tỏ sự quan tâm đến Úc qua việc xây dựng mối quan hệ với các hãng hàng không trên toàn nước Úc, và công bố các kế hoạch hậu COVID sẽ mở đường bay trực tiếp giữa Việt Nam và Úc, kết nối các địa điểm chính, theo sự phê duyệt của cơ quan có thẩm quyền. Úc là một thị trường mạnh và đã sẵn sàng, với lượng di chuyển lớn từ sinh viên, các công dân đang cư trú ở nước ngoài, ngàng càng nhiều công dân Việt Nam và Úc đi lại với mục đích kinh doanh tới cả Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, sử dụng dịch vụ bay nội địa, và ngày càng có nhiều tiềm năm cho giao thông nối chuyến giữa các địa điểm phổ biến trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương, qua thành phố Hồ Chí Minh.

VietJet cũng hợp tác với Trường Đại học RMIT (một đơn vị đầu ngành trong đào tạo hàng không) để tổ chức các đợt tập huấn phi công tại thành phố Melbourne, và Trường Đại học RMIT Việt Nam dành nhiều hỗ trợ cho Học viện Hàng không VietJet tại thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 2020, bà Nguyễn Thị Phương Thảo, Chủ tịch và Tổng giám đốc Điều hành của VietJet được trang báo mạng Business Insider Úc vinh danh là một trong 100 nhân vật thay đổi diện mạo kinh doanh tại châu Á.

Hình ảnh: Chủ tịch Sovico, ông Nguyễn Thanh Hùng (phải) và Giám đốc điều hành Sân bay Avalon, ông David Fox, ký Biên bản ghi nhớ với sự chứng kiến của Thủ tướng, Ngài Nguyễn Xuân Phúc và Ngài Scott Morrison. Hà Nội, Việt Nam năm 2019

Xuất khẩu du lịch – công dân Úc tới Việt Nam du lịch[44] - chiếm hơn 80% lượng xuất khẩu sang Úc, đạt giá trị hơn 1,2 tỉ đô-la Úc. Xuất khẩu dịch vụ vận chuyển cũng rất đáng kể (13%), dù giá trị nhỏ hơn, đạt 206 triệu đô-la Úc. Úc liên tục có mặt trong nhóm 10 quốc gia có lượng công dân tới Việt Nam du lịch nhiều nhất, và du khách Úc thường hào phóng chi tiêu khi đi du lịch. Ngành du lịch Việt Nam đã tạo dựng được một hình ảnh đẹp tại Úc vì luôn mang tới cho du khác những giá trị vững chắc cùng những trải nghiệm tuyệt vời và rất đáng tận hưởng. Vì Việt Nam đang phát triển các địa điểm thu hút khách và cơ sở hạ tầng du lịch, nên đây là một thị trường giàu tiềm năng tăng trưởng.

Các trung tâm du lịch và kinh doanh của Việt Nam được kết nối với Úc, nhưng dịch vụ còn hạn chế ở khả năng cung ứng vé và các đường bay thẳng. Trong số 68.092 hành khách đi lại giữa hai chiều Úc và Việt Nam năm 2018, gần 60% phải nối chuyến giữa hành trình.[45] Ngành hàng không đã nhận ra cơ hội này. Cả VietJet (xem thông tin trong khung bên dưới) và Hãng Hàng không Tre (Bamboo Airlines) đã sẵn sàng triển khai các dịch vụ mới giữa Việt Nam và Úc. Hãng Hàng không Tre (Bamboo Airlines) đã chính thức khai thác các chuyến bay thương mại mới nối Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh với hai thành phố Sydney và Melbourne.[46]

Thương mại đang mở ra những lĩnh vực dịch vụ mới, như dịch vụ công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), dịch vụ kỹ thuật số, thương mại phân phối và dịch vụ kinh doanh. Nhu cầu của Úc đối với phát triển công nghệ thông tin và truyền thông, các sản phẩm kỹ thuật số và nguồn nhân lực tiếp tục gia tăng, trước thực trạng lực lượng lao động ngành ICT trong nước đang thiếu. Xuất khẩu các dịch vụ ICT và kinh doanh đã được duy trì và tăng nhẹ từ năm 2015, nhưng năm 2020 đã tăng rõ rệt nhờ liên lạc và trao đổi qua môi trường kỹ thuật số.[47]

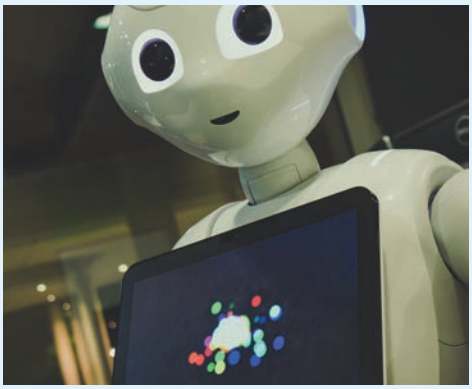
Việt Nam hiện tại là một trung tâm ổn định và đáng tin cậy cho các doanh nghiệp Úc phát triển lĩnh vực ICT bằng nguồn lao động ở nước ngoài, do Việt Nam sẵn sàng cung ứng đội ngũ kỹ sư phần mềm thành thạo tiếng Anh, chi phí lao động thích hợp, cũng như hạ tầng ICT chất lượng cao. Ví dụ, các doanh nghiệp Úc khai thác nguồn lao động phát triển phần mềm và dịch vụ kỹ thuật số tại Việt Nam gồm có Công ty Phần mềm điện tử Úc Atlassian và Ngân hàng Nhà nước Úc (NAB). Ngày càng ghi nhận được sự gia tăng về số lượng các doanh nghiệp tại Úc môi giới kết nối với các nhà cung ứng dịch vụ ở nước ngoài, tạo điều kiện tiếp cận rất nhiều các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam trong lĩnh vực dịch vụ ICT. Các doanh nghiệp dịch vụ ICT đã liên tục quảng bá hình ảnh của mình và dần mở rộng mạng lưới khách hàng Úc (Xem khung nghiên cứu trường hợp điển hình bên dưới về **Savvycom và Smart OSC: Hỗ trợ số hóa Úc**). Công ty phần mềm FPT (FPT Software) là một ví dụ khác. Trong vai trò một doanh nghiệp dịch vụ công nghệ thông tin toàn cầu đặt tại Việt Nam, Công ty phần mềm FPT đã hoạt động tại Úc từ năm 2018, cung ứng dịch vụ số hóa khách hàng trong nhiều lĩnh vực, với trọng tâm nhằm vào dịch vụ tài chính, khai khoáng, giáo dục, năng lượng và quản lý chính phủ, và có văn phòng đại diện tại ba thành phố Melbourne, Sydney, và Perth. Công ty phần mềm FPT cũng hợp tác với các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo của Úc, trong đó có WEM APAC đặt tại thành phố Melbourne, cung ứng trên quy mô toàn cầu akaBot – giải pháp tự động hóa quy trình robot (RPA), và Apromore để thương mại hóa trên quy mô toàn cầu công nghệ khai thác và xử lý khoáng sản nguồn mở từ Trường Đại học Melbourne.[48]

Các doanh nghiệp đã tư vấn cho bản báo này đều mạnh dạn và tự tin nói về tiềm năng gia tăng thương mại giữa các thị trường ở lĩnh vực công nghệ, với trọng tâm hướng tới công nghệ tài chính (fintech), công nghệ y tế và công nghệ phục vụ giáo dục (edtech).

Người trượt tuyết trên sườn núi ở khu nghỉ dưỡng tại Thung lũng Perisher, bang New South Wales. Nhiếp ảnh gia: Maxwell Ingham

VÍ DỤ CỤ THỂ

Savvycom và Smart OSC: Hỗ trợ số hóa Úc



Úc từ lâu đã là một thị trường thuận lợi đối với bà Đặng Thị Thanh Vân, Nhà sáng lập và Tổng giám đốc Điều hành công ty Savvycom. Bà Đặng Thị Thanh Vân đã từng có thời gian học tập tại Úc. Sau khi tốt nghiệp ngành Khoa học Máy tính tại Trường Đại học Sydney, bà tận dụng thời gian và các mối quan hệ kinh doanh tại Úc để thành lập công ty cung ứng các giải pháp toàn diện trong ngành công nghệ thông tin. Savvycom là một doanh nghiệp toàn cầu, tập trung vào các thị trường ở ngoài Việt Nam, trong đó Úc, Mỹ, châu Á, và Đông Nam Á. Từ năm 2009, Savvycom phát triển hoạt động kinh doanh tại Úc, và thị trường này đã chiếm 30% lượng khách hàng quốc tế của Savvycom, thuộc các lĩnh vực dịch vụ và hỗ trợ công nghệ thông tin; đồng thời tận dụng các mối quan hệ đối tác phát triển kỹ thuật số chiến lược với các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Úc như Thanks Sky, Wanna Train, và JESINTA của Jesinta Franklin, một người mẫu rất có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội. Một yếu tố then chốt cho thành công trong kinh doanh tại Úc là khả năng sử dụng tiếng Anh thành thạo trong giao tiếp với khách hàng của toàn bộ đội ngũ công ty. Đội ngũ Savvycom phát triển sản phẩm từ khâu đề ra ý tưởng đến thiết kế và hỗ trợ sản phẩm, từ xa hoặc bằng cách tạm thời gia nhập các đội ngũ liên quan tại Úc.

Smart OSC là một hãng thương mại điện tử dịch vụ toàn phần với 700 nhân viên và có văn phòng đại diện tại bảy quốc gia. Đội ngũ sáng lập đã mở công ty tại Việt Nam, sau khi du học ở Úc và Cu Ba. Nguyễn Chí Hiếu trở lại Úc để mở văn phòng tại thanh phố Sydney và thành phố Melbourne, khi nhận thấy tiềm năng cung ứng các giải pháp và phân tích kỹ thuật số cho các nhãn hàng hàng đầu tại Úc. Những yếu tố thu hút đầu tư gồm có đặc tính thị trường Úc với nhu cầu cao, thiếu một số kỹ năng, chi phí lao động cao, và tăng trưởng liên tục trong lĩnh vực số hóa. Họ đã xây dựng được cơ sở khách hàng gồm các nhãn hàng tiêu dùng, các nhà bán lẻ, doanh nghiệp kỹ thuật số, các nhà phân phối giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B), và các nhà chế tạo thương hiệu. Khách hàng của Smart OSC gồm có Nhà dược Priceline (Priceline Pharmacies), cơ quan chính phủ Công viên Victoria (Parks Victoria), chuỗi cửa hàng bán đồ cho trẻ sơ sinh Baby Bunting, Toshiba Úc, các cơ quan chính quyền bang New South Wales và bang Queensland, Công ty Đài Ra-đi-ô cho Thuê (Radio Rentals), Công ty Sô-cô-la Cadbury, và các doanh nghiệp vừa và nhỏ như cửa hàng bán buôn N-essentials và In ấn Wall Art (Wall Art Prints). Smart OSC có 700 nhân viên, với trụ sở ở Việt Nam, Úc, Singapore, Mỹ và Anh. Đội ngũ phát triển tại Việt Nam kết hợp được trình độ chuyên môn với những lợi thế về chi phí. Những yếu tố quyết định thành công gồm có sự hiểu biết của nhà sáng lập công ty về Úc, và xây dựng được mạng lưới đối tác kinh doanh, với các tổ chức và nhà cung ứng nền tảng. Chuyên môn kỹ thuật và kinh doanh của công ty gồm có những nền tảng quan trọng, và mối quan hệ với các nhà cung ứng nền tảng mà Smart OSC đã tận dụng được để xây dựng được cơ sở khách hàng tại Úc. Những thách thức có thể kể đến là cần phải thu hẹp được sự khác biệt giữa văn hóa kinh doanh của Úc và Việt Nam. Tuy nhiên, Smart OSC đã thành công khi xây dựng được các đội ngũ xuyên văn hóa thông qua quá trình tuyển dụng công phu các nhân viên sở tại tại Úc và Việt Nam, để phục vụ cơ sở khách hàng ngày một gia tăng.

Người bạn thân của tôi, Pepper". Robot trắng cầm máy tính bảng đen. Thành Brisbane, bang Queensland. Owen Beard

Chuỗi giá trị xuyên biên giới

Thương mại song phương giữa Úc và Việt Nam có tính tương hỗ cao, do vậy tạo được điều kiện thuận lợi cho chuỗi giá trị xuyên biên giới trong khu vực. Các doanh nghiệp của Úc cần các nguồn hàng hóa và nguyên liệu đầu vào từ phía Việt Nam – như máy móc, thiết bị, hàng dệt may và đồ nội thất – tất cả trở thành một phần giá trị hàng hóa và dịch vụ được tiêu thụ tại Úc hoặc được xuất khẩu sang Úc.

Các nguyên liệu đầu vào xuất khẩu từ Việt Nam đóng góp lớn vào quá trình sản xuất tại Úc, và một phần những giá trị này giúp nâng cao tính cạnh tranh của các thành phẩm từ Úc (và ngược lại).

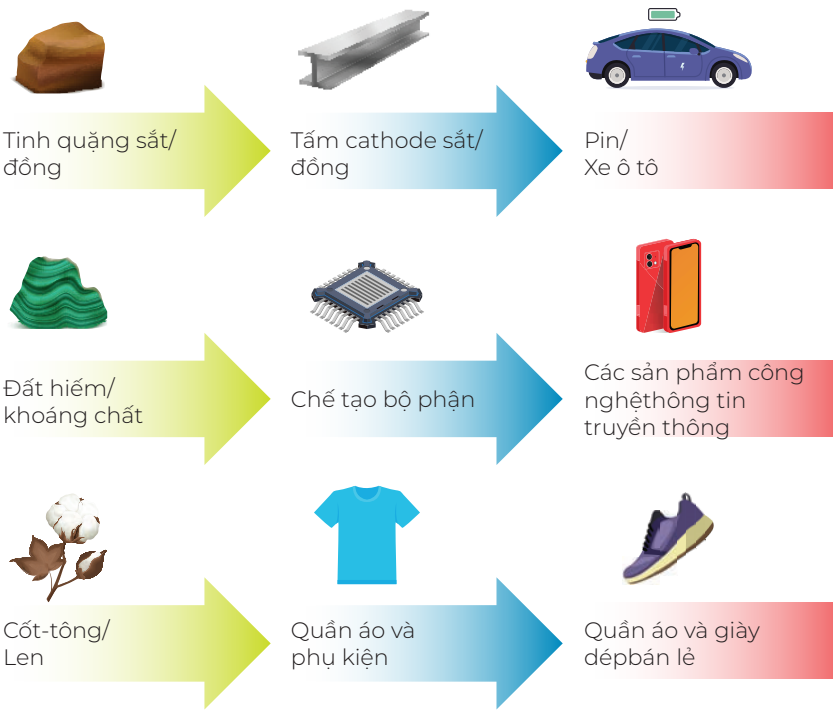
Mở rộng những chuỗi giá trị như vậy rất có tiềm năng sẽ tăng cường được đầu tư ở các lĩnh vực có liên quan, cũng như đẩy mạnh quan hệ đối tác, chuyển giao công nghệ và mang lại lợi ích cho cả hai quốc gia. Sự tham gia vào các chuỗi giá trị xuyên biên giới tạo điều kiện cho cả hai nền kinh tế cùng phát triển thịnh vượng từ thành công của nhau.

Các doanh nghiệp chế tạo của Việt Nam lấy nguồn nguyên liệu thô chất lượng cao và kim loại đã qua xử lý từ Úc làm nguyên liệu đầu vào cho các hàng hóa chế tạo được bán tại Việt Nam hoặc xuất khẩu ra thế giới. Ví dụ, lúa mì và lúa mạch Úc được dùng để làm mì sợi, bánh mì và các loại bánh khác. Năm 2020, có hơn năm mươi doanh nghiệp nội địa và nước ngoài tại Việt Nam sản xuất mì ăn liền từ bột mì Úc, với thành phẩm được đánh giá cao vì sợi mì ngon và có màu sắc đẹp. Trong khi lượng tiêu thụ tại địa phương cao, các công ty Việt Nam như Công ty Thực phẩm Uni-President đã xuất khẩu mì sợi ăn liền đi toàn thế giới, trong đó có thị trường Úc.[49] Tương tự, Việt Nam là một trong 10 thị trường bia lớn nhất thế giới, và Úc là nhà cung cấp lúa mạch và mạch nha lớn nhất thế giới, nổi tiếng vì chất lượng và hương vị hảo hạng. Nguồn đầu tư vào các trang thiết bị xay xát từ Úc vào Việt Nam đã giúp các nhà sản xuất bia rượu trong nước tiếp cận được một cách ổn định và bền vững những nguồn cung cấp mạch nha và lúa mạch Úc đã qua xay xát ngay tại địa phương.

Năng lượng tái tạo là lĩnh vực tiềm năng cho các hợp tác tương tự về chuỗi cung ứng. Úc nổi tiếng với trữ lượng tài nguyên thiên nhiên lớn, trong đó có than đá, chất hoá học urani, dầu mỏ và khí tự nhiên. Nhưng cùng với sự hợp tác vốn có trong các lĩnh vực năng lượng truyền thống như than đá và khí đốt, Việt Nam và Úc có thể mở rộng hợp tác sang các lĩnh vực mới như năng lượng tái tạo và năng lượng từ khí hi-đrô. Năng lượng tái tạo là lĩnh vực đang nở rộ tại Úc, với các cơ hội kinh doanh và đầu tư nhằm đạt được các giá trị chung và kích thích nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI).[51]

Năng lực ngày càng mạnh của

Chuỗi giá trị xuyên biên giới Úc-Việt Nam



Việt Nam trong vai trò nhà chế tạo và xuất khẩu các hàng hóa môi trường và năng lượng tái tạo – cùng với trữ lượng các khoáng sản trọng yếu và chính sách hỗ trợ phát triển lĩnh vực khai khoáng của Úc – tạo ra nhiều cơ hội cho thương mại hai chiều, đầu tư chéo và hợp tác không ngừng về mặt hàng hóa môi trường và năng lượng tái tạo.

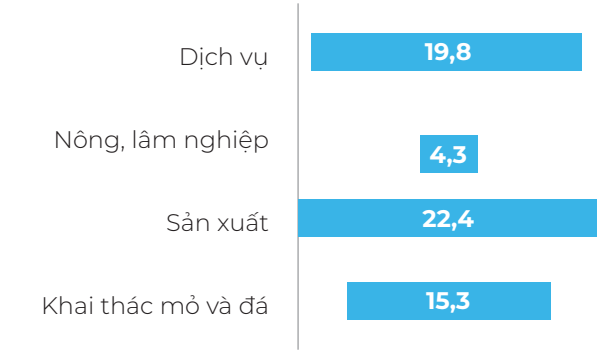
Việt Nam đang nhanh chóng nổi lên là nhà sản xuất và xuất khẩu các hàng hóa môi trường phong phú nhằm hỗ trợ năng lượng tái tạo, trong đó có cơ sở hạ tầng cho phong điện, các bộ phận của hệ thống năng lượng mặt trời, và nguyên liệu đầu vào cần thiết để sản xuất điện từ hi-đrô. Từ năm 2015, sản lượng xuất khẩu các mặt hàng này của Việt Nam đã liên tục tăng – đôi khi tăng thêm hơn 500%.[52]

ANhờ có trữ lượng lớn các khoáng chất trọng yếu cần thiết cho ngành năng lượng tái tạo, Úc là nhà sản xuất đóng vai trò chủ chốt trong cung ứng nguyên liệu đầu vào cho các sản phẩm trên. Úc nằm trong nhóm ba quốc gia đi đầu trong sản xuất lithi, kim loại coban, quặng mangan, đất hiếm, và đá zircon,[53] cần có trong các ứng dụng năng lượng tái tạo, đặc biệt là các phương tiện chạy bằng điện. Hiện tại nhiều dự án đã sẵn sàng nhận đầu tư đang tìm kiếm các nguồn vốn thông qua Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade).[54] Vì ngày càng có nhiều nhà sản xuất chế tạo tìm kiếm cơ hội ký kết các thỏa thuận hợp tác dài hạn với các nhà cung ứng khoáng sản trọng yếu, nên các doanh nghiệp Việt Nam càng cần phải có những bước tiến tương tự, và Úc mở ra nhiều cơ hội đa dạng.

Những hàng hóa này đang ngày càng giành được sự quan tâm về mặt chính sách từ các nền kinh tế trên thế giới, trong đó có Úc, bởi họ đang tìm kiếm cơ hội phát triển các ngành công nghiệp và công nghệ mới nhằm giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu. Chính phủ Úc đã cung cấp một khoản lớn hỗ trợ tài chính chính phủ nhằm tạo đà phát triển và khai thác các khoáng sản trọng yếu. Gói Thiết bị Khai khoáng Trọng yếu trị giá $2 tỉ đô-la Úc dành cho các nhà đầu tư khai khoáng vay, với mục đích mở rộng đầu tư và kết nối với các thị trường quốc tế; trong khi đó, $225 triệu đô-la Úc từ Quỹ Khám phá cho Tương lai sẽ hỗ trợ khai thác các nguồn tài nguyên mới.[55]

Xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc không chỉ là những giao dịch và thương mại xuyên biên giới. Hoạt động kinh tế từ phía Việt Nam đã đóng góp lượng giá trị gia tăng lớn vào nền kinh tế và xuất khẩu Úc, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại với Úc. Xác định giá trị được gia tăng ở mỗi mắt xích của chuỗi cung ứng – thay vì chỉ tính tổng giá trị thành phẩm – cho phép chúng ta có được hiểu biết chính xác và cặn kẽ hơn khu vực và nền kinh tế nào đóng góp vào và hưởng lợi từ thương mại.

Giá trị gia tăng của dịch vụ Việt Nam trên tổng giá trị xuất khẩu củaÚc (triệu đô-la Mỹ theo từng nhóm ngành, năm 2015)



Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)

Ngành chế tạo và dịch vụ của Việt Nam vốn đã đóng góp lượng giá trị gia tăng lớn vào các hàng hóa và dịch vụ Úc ở mọi lĩnh vực. Ví dụ, ngành thực phẩm và nông nghiệp của Việt Nam đứng thứ tám trong số những nguồn giá trị nhập khẩu quan trọng nhất đối với nhu cầu đầu cuối của Úc (200 triệu đô-la Mỹ), và là nguồn giá trị quan trọng thứ tám trong trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Úc (27 triệu đô-la Mỹ).[56] Dữ liệu của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)[57] cho thấy xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam đóng góp $569 triệu đô-la Mỹ vào hoạt động giá trị gia tăng trong nền kinh tế Úc năm 2015.[58] Đa phần lượng giá trị này được thêm vào các ngành dịch vụ của Úc (68%). Các dịch vụ khối kinh doanh tại Úc là đối tượng được hưởng lợi chính, trong đó chủ yếu gồm bán buôn/bán lẻ, giao thông, dịch vụ nhà ở/thực phẩm, hành chính công, y tế, giáo dục, dịch vụ xã hội/cá nhân và xây dựng. Trong cùng thời kỳ, giá trị gia tăng của các ngành sản xuất chế tạo và nông nghiệp của Việt Nam cũng gia tăng.

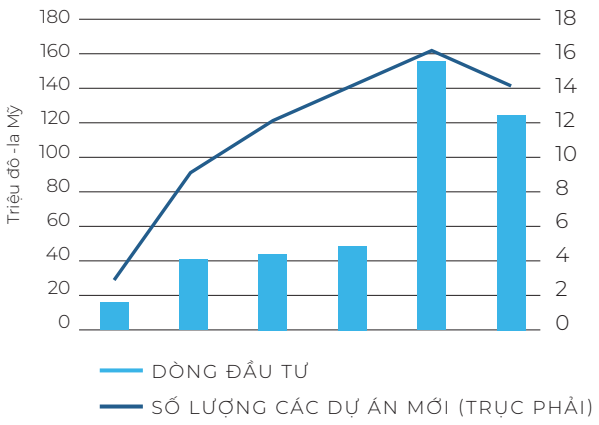
Cả sản xuất chế tạo và dịch vụ của Việt Nam đều đóng góp giá trị gia tăng đáp ứng nhu cầu của Úc và đóng góp vào tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu của Úc. Ở lĩnh vực dịch vụ, dù giá trị còn khá nhỏ khi so sánh với các đối thủ cạnh tranh,[60] nó đã gia tăng thêm hơn 64% trong giai đoạn 2005-2015, phản ánh khả năng xuất khẩu dịch vụ ngày càng mạnh mẽ của Việt Nam. Các dịch vụ khối kinh doanh[61] dẫn dắt những đóng góp giá trị gia tăng vào Úc, trong đó có thương mại phân phối, giao thông, và các dịch vụ nhà ở, tài chính, bảo hiểm và công nghệ thông tin.

Tóm lại, lĩnh vực dịch vụ chiếm 35% tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu của Úc, nhưng chiếm 49% lượng hàng giá trị gia tăng xuất khẩu, cho thấy khả năng xuất khẩu hàng hóa của Úc phụ thuộc sâu sắc vào nguyên liệu đầu vào dành cho dịch vụ.[62] Giá trị gia tăng của xuất khẩu dịch vụ từ Việt Nam trong tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu của Úc (tất cả các ngành) là $61,8 triệu đô-la Mỹ (2015), tập trung ở các lĩnh vực sản xuất chế tạo và dịch vụ.

Đầu tư

Dòng Đầu tư Trực tiếp Nước ngoài từ Việt Nam ra nước ngoài (OFDI) diễn ra trên quy mô toàn cầu, trong đó có hoạt động thiết lập hoặc thu hồi các doanh nghiệp hoặc tài sản của Úc. Hoạt động đầu tư từ Việt Nam sang Úc cho thấy năng lực xuất khẩu của cả hai nền kinh tế Úc và Việt Nam có khả năng bổ sung cho nhau cao, và đang liên lục mở rộng.

Dòng vốn đầu tư nước ngoài Việt Nam đã đăng kí vào Úc trong giaiđoạn 2015-2020



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Số liệu thống kê từ Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) và Tổng cục Thống kê (GSO) cho thấy vốn đầu tư nước ngoài có đăng ký của Việt Nam vào thị trường Úc đã tăng ở mức trung bình $3,7 triệu đô-la Mỹ trong giai đoạn 2010-2015, và đã tăng mạnh, trung bình đạt 82 triệu đô-la Mỹ trong giai đoạn 2015-2020. Đầu tư tích lũy của Việt Nam tại Úc cho tới năm 2020 đã tăng lên 722 triệu đô-la Mỹ, chỉ tương đương dưới 3% tổng giá trị xuất khẩu ra nước ngoài của Việt Nam.[63]

Mức đầu tư hiện tại của Việt Nam vào Úc còn khiêm tốn xét về mặt tổng giá trị đầu tư nước ngoài toàn cầu tại Úc, và về thị phần OFDI chung của Việt Nam; nhưng số lượng dự án đầu tư mới tại Úc đã tăng rõ rệt, từ 3 dự án vào năm 2015, tới 14 dự án vào năm 2018, 16 dự án vào năm 2019, và 14 dự án vào năm 2020 (do hạn chế phát sinh từ COVID).[64]

Hiện tại Úc đứng thứ 10 trong danh sách các địa điểm thuận lợi cho đầu tư trực tiếp ra nước ngoài (OFDI) từ Việt Nam. Xét ở khía cạnh đầu tư trực tiếp ra nước ngoài (OFDI) từ Việt Nam tới các quốc gia phát triển, Úc đúng thứ hai, chỉ sau Mỹ.[65]

Mối quan tâm gần đây của các nhà đầu tư Việt Nam tại Úc

Doanh nghiệp	Dự án	Năm	Giá trị (triệu đô-la Úc)
Vingroup	Khu vực Quận Trung tâm thành phố Sydney	2016	22,5
Công ty Mục vụ và Nông nghiệp An Viên (An Vien Pasotoral)	Trang trại chăn nuôi Vermelha (Lãnh thổ phía Bắc)	2016	18
Vinfast	Viện Công nghệ Cơ khí Ô-tô 2 Cơ sở Thử nghiệm Công nghệ Ô-tô Lang Lang	2017-20	>80
Tập đoàn TH (CAIT)	Các trang trại chăn nuôi Auvergne & Newry (Lãnh thổ phía Bắc), Argyle Downs (bang Tây Úc)	2019	130
Vietcombank	Các lựa chọn và đầu tư đại diện	2019	71 (vốn)
VietJet	Các dịch vụ ở thành phố Melbourne (trong giai đoạn chờ cấp chính quyền phê duyệt)	2019	Không công khai
Hòa Phát	Dự án Mỏ quặng sắt tại thung lũng Roper	2020	Không công khai
VitaDairy	Mua trang trại sữa Tasmanian Dairy (Bơ sữa Tasmania)	2020	>10
Hãng Hàng không Tre (Bamboo Airways)	Các dịch vụ giữa thành phố Melbourne và Hà Nội	2021	Không công khai
Tập đoàn KITA	Dự án liên kết với AWI: Khu nghỉ dưỡng Little Mindil tại thành phố Darwin	2021	200 (giá trị dự án)

Ở quy mô toàn cầu, Úc liên tục nằm trong nhóm 10 địa điểm hàng đầu về thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong thập kỷ qua, thu hút trung bình 50 tỉ đô-la Mỹ mỗi năm, hoặc khoảng 3,2 % tổng lưu lượng đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) toàn cầu. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) bắt nguồn từ rất nhiều nền kinh tế khác nhau, với sự dẫn dắt của Mỹ và Anh Quốc, và với phần đóng góp lớn từ các nền kinh tế châu Âu, Trung Quốc, và Nhật Bản. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ ASEAN tới Úc tiếp tục tăng tưởng, trong đó đi đầu là Singapore và Malaysia, bị thu hút bởi những lợi thế so sánh của Úc về lao động lành nghề, các nguồn tài nguyên và công nghệ. Bên cạnh những lợi thế so sánh làm nền tảng, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) cũng đáp ứng các yếu tố khác, trong đó có hàng loạt chính sách đầu tư của chính phủ.

Giám đốc Cảng hàng không sân bay Melbourne (Melbourne Airport), Bà Lorie Argus (đứng thứ ba từ trái sang) và Phó Tổng giám đốc Hãng hàng không Tre (Bamboo Airways), ông Trương Phương Thành (đứng thứ ba từ phải sang), cùng các nhân viên sân bay tại buổi công bố đường bay thẳng Melbourne-Hà Nội vào Tháng 3 năm 2022 tại Tullamarine, bang Victoria. www.anna.aero.

VÍ DỤ CỤ THỂ

Vietcombank

VỐN ĐIỀU LỆ (2021)

71 Triệu Đô-la Úc

Năm 2019, Vietcombank, một trong bốn ngân hàng lớn nhất của Việt Nam, tuyên bố ý định mở rộng hoạt động tại Úc, được các cơ quan có thẩm quyền tại Việt Nam cấp phép trong hai năm để mở chi nhánh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Úc, tại thành phố Sydney (bang New South Wales) với số vốn điều lệ được báo cáo là 71 triệu đô-la Úc năm 2021.

Kế hoạch mở chi nhánh đầu tiên của ngân hàng tại Úc đã tạo tiền đề cho quyết định mở chi nhánh tiếp theo tại Mỹ. Vietcombank đã có kinh nghiệm mở văn phòng đại diện tại khu vực Đông Dương và Đông Nam Á.

Đầu tư ngày càng tăng từ phía các doanh nghiệp Việt Nam vào Úc, và từ cộng đồng người Úc gốc Việt là tín hiệu cho Vietcombank thấy rằng một cơ sở khách hàng khả thi đang nổi lên tại Úc, với những chỉ số tích cực cho thấy xu thế này sẽ càng trở nên mạnh mẽ, cùng với sự tăng cường tham gia về mặt chính trị và những điều kiện đã được cải thiện để đầu tư ngày càng sâu rộng hơn theo khuôn khổ Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP).

Quá trình tiếp xúc với các tiêu chuẩn ngân hàng nước ngoài và những tiến bộ trong khả năng tiếp cận các thị trường quốc tế đã giúp Vietcombank trở thành một ngân hàng hàng đầu trong khu vực. Với bối cảnh tại Úc, ngân hàng Vietcombank mong muốn thiếp lập quan hệ đối tác tiềm năng với những nhà cung cấp các giải pháp về công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), công nghệ điều phối (regtech), và công nghệ tài chính (fintech), để bảo đảm rằng quá trình thành lập, tuân thủ pháp luật và tôn trọng quy trình giám sát hoạt động tại Úc được diễn ra thuận lợi và hiệu quả. Lĩnh vực ngân hàng của Úc, cùng với công nghệ điều phối (regtech), được ghi nhận ở quy mô toàn cầu là có những đặc điểm như ổn định, đáng tin cậy, hội nhập quốc tế, và có tính cạnh tranh.

Đại dịch toàn cầu, với hệ lụy là sự suy giảm các dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài và các mối quan hệ kinh doanh xuyên biên giới, đã khiến Vietcombank phải cân nhắc lại các tham vọng của mình. Đầu năm 2022, ngân hàng này đã tạm dừng kế hoạch mở chi nhánh tại Úc vào thời điểm này. Vietcombank vẫn duy trì mối quan tâm chiến lược dành cho Úc, và sẽ tiếp tục cân nhắc các lựa chọn để đi tiếp.

Xét theo cơ cấu ngành, đầu tư của Việt Nam vào Úc tập trung vào nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy hải sản; bán buôn và bán lẻ, chế tạo, các nguồn tài nguyên, chế biến khoáng sản; tiếp theo là các hoạt động bất động sản, tài chính và bảo hiểm, cho thấy một bức tranh tổng hợp gồm cả thị trường và những động lực để nâng cao hiệu xuất và tìm kiếm nguồn tài nguyên chiến lược.[66]

Nước Úc có nguồn khoáng sản tự nhiên dồi dào và có lợi thế cạnh tranh trong toàn chuỗi cung ứng khai khoáng. Ngành khai khoáng liên tục chiếm lĩnh các dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), nhận khoảng 35-40% tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Úc năm 2018. Nhận ra những lợi ích chung từ dòng đầu tư và những mối quan tâm ngày càng lớn từ các doanh nghiệp Việt Nam, Chính phủ Úc và Việt Nam đều coi tài nguyên và năng lượng là lĩnh vực ưu tiên và nhận được nhiều chú ý hơn trong khuôn khổ Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế Úc – Việt Nam.

VÍ DỤ CỤ THỂ

Hòa Phát: Đa dạng hóa các nguyên liệu thô[67]

DOANH NGHIỆP NHẬP KHẨU LỚN NHẤT TỪ NƯỚC ÚC (2020)

16% **của tổng xuất khẩu tới Việt Nam**

Tập đoàn Hòa Pháp (HPG) là tập đoàn chế tạo công nghiệp hàng đầu tại Việt Nam, hoạt động trong lĩnh vực sắt thép, sản phẩm từ thép, nông nghiệp, bất động sản và đồ gia dụng. Trong vai trò một tập đoàn sản xuất đa ngành và đa lĩnh vực công nghiệp, HPG có nhu cầu cao về các nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất thép và nông phẩm. Úc là một đối tác tự nhiên của HPG vì có trữ lượng khoáng sản thiên nhiên giàu có và vị trí địa lý thuận lợi.

Trong vài năm qua, thương mại giữa HPG và các đối tác Úc đã tăng mạnh. HPG bắt đầu nhập khẩu than đá và quặng sát từ Úc năm 2009, xuất khẩu lô thép xây dựng đầu tiên sang Úc năm 2015 và nhập khẩu đàn bò giống Úc từ năm 2016. Năm 2020, HPG mở rộng sản xuất thép, do vậy tăng lượng nhập khẩu máy móc, thiết bị, và nguyên vật liệu sản xuất lên tới 2 tỉ đô-la Mỹ, trong đó khoảng 35% là nguồn nhập khẩu từ Úc. Riêng HPG đã chiếm 16% tổng giá trị xuất khẩu từ Úc sang Việt Nam trong năm 2020. HPG đã đi bước khởi đầu rất chắc chắn trên con đường tiếp cận thị trường cung ứng quặng sắt lớn nhất thế giới bằng cách mua mỏ quặng sắt Thung lũng Roper tại Úc vào Tháng 6 năm 2021.

Tập đoàn Hòa Pháp đi tiên phong trong nhu cầu về quặng sắt và than đá Úc để mở rộng sản xuất thép, với thỏa thuận cung ứng đã được ký kết với các nhà cung ứng hàng đầu Úc. Tập đoàn đang tiếp tục đánh giá tiềm năng đầu tư vào quặng và than cốc tại Úc để chủ động khai thác ít nhất 10 triệu tấn quặng sắt hàng năm, và dự kiến sản lượng thép của HPG sẽ đạt 14 triệu tấn/năm vào năm 2025.

Theo ban lãnh đạo HPG, động lực chính thúc đẩy các hoạt động đầu tư tại Úc là khả năng chủ động tìm kiếm các nguồn nguyên liệu cần cho sản xuất dài hạn với mức giá cạnh tranh, qua đó duy trì được sản xuất ổn định và liên tục, nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh, và củng cố chuỗi giá trị của hệ sinh thái các sản phẩm của Tập đoàn.

Đàn bò sữa Holstein được chăn thả trên đồng cỏ của trang trại tại Thung lũng Kangaroo, bang New South Wales.
Nhiếp ảnh gia: Johnny Greig

Mối quan hệ về nông nghiệp giữa Úc và Việt Nam được thể hiện trên nhiều mặt. Dù hai quốc gia đều là những nhà sản xuất và xuất khẩu nông nghiệp lớn, thương mại nông nghiệp song phương giữa hai nước có tính bổ sung cho nhau cao. Giá trị thương mại nông nghiệp hai chiều giữa Úc và Việt Nam đạt 2,8 tỉ đô-la Úc, trong đó xuất khẩu nông nghiệp Úc vào Việt Nam đạt khoảng 1,5 tỉ đô-la Úc trong giai đoạn 2016-17 và đang tiếp tục gia tăng. Đằng sau sự gia tăng thương mại trong nông sản và các chuỗi giá trị với lợi ích chung, chính là sự gia tăng đầu tư và các mối liên kết đổi mới sáng tạo.

Ngành sữa và các sản phẩm từ sữa của Úc mở ra những cơ hội đầu tư, bao gồm sản xuất sữa từ bò nuôi thả trên đồng cỏ với quy mô lớn, sản xuất phô-mai đặc sản, và chế biến các sản phẩm từ sữa trên quy mô lớn. Sự phát triển của ngành sữa Việt Nam trong thập kỷ vừa qua đã tạo điều kiện thắt chặt quan hệ hợp tác với Úc. Vinamilk, nhà sản xuất sữa và các sản phẩm từ sữa lớn nhất Việt Nam, đã tìm mua bò giống từ ngành sữa của Úc.[68] Năm 2020, Vitadairy đã mua nông trại sữa đầu tiên tại bang Tasmania với giá 10 triệu đô-la Úc, với 1.000 con bò sữa để đáp ứng nhu cầu sản xuất tại Việt Nam.[69] Vitadairy đang quảng bá sữa tươi đóng hộp nhãn Colos từ bang Tasmania là sản phẩm tinh khiết, xanh và tốt cho sức khỏe.[70] Vitadairy đưa ra thị trường các sản phẩm dinh dưỡng tăng cường miễn dịch sản phẩm dinh dưỡng có bổ sung calcium, hợp tác với Bộ Y tế Việt Nam trong chương trình miễn dịch quốc gia, và ký thỏa thuận với một công ty công nghệ sinh học của Mỹ để phát triển công nghệ lấy sữa non tươi trong vòng 24 giờ đồng hồ, nhằm mang sữa non tươi trở lại Việt Nam và phát triển hơn nữa các liệu pháp dựa trên sữa non từ bò.[71]

Thế mạnh về chăn nuôi bò của Úc đã tạo nền tảng cho dự án đầu tư nông nghiệp trên quy mô lớn đầu tiên của Việt Nam, với sự kiện năm 2016, Công ty Mục vụ và Nông nghiệp An Viên (An Vien Pastoral Holding and Agriculture) mua Trang trại chăn nuôi Vermelha và tiến hành chăn nuôi bò trên diện rộng.[72] Tập đoàn TH (xem thông tin trong khung) tiếp bước đầu tư và mua ba trang trại chăn nuôi gia súc trong năm 2021. Những dự án đầu tư này đã đóng góp vào thương mại xuất khẩu bò giống vào Việt Nam, qua đó thúc đẩy đầu tư vào các cơ sở chăn thả gia súc hiện đại, dây chuyền giết mổ và nhà máy chế biến, nhằm làm ra sản phẩm tương xứng với các tiêu chuẩn của Úc, đáp ứng nhu cầu về chất đạm ngày càng cao của người tiêu dùng.[73]

Hòa Phát, nhà đầu tư quặng sắt (xem thông tin trong khung), cũng là đơn vị dẫn đầu tại Việt Nam trong cung ứng thịt bò Úc, thông qua hoạt động của Công ty cổ phần phát triển nông nghiệp JSC Hòa Phát (Hoa Phat Agricultural Development JSC). Từ năm 2017, công ty con của Hòa Phát tại Úc là Công ty TNHH Thương mại Hòa Phát (Hoa Phat Trading Co., Ltd), đã nhập khẩu đàn bò chất lượng cao và không mắc bệnh từ Úc để chăn nuôi trong các trang trại gia súc của công ty này tại Việt Nam. Hòa Phát hợp tác với các đối tác Úc để khai thác nguồn giống, phối giống và chăm sóc đàn gia súc, trong đó có nguồn thức ăn cho gia súc (khai thác từ nguồn thức ăn gia súc làm từ lúa mì Úc).[74]

VÍ DỤ CỤ THỂ

Tập đoàn TH: Kết hợp nông nghiệp với du lịch

TÀI SẢN NHẬN CHUYỂN NHƯỢNG

732.900
héc-ta đất

58.000
con gia súc

Năm 2019, Tập đoàn TH, nhà sản xuất sữa và sản phẩm từ sữa lớn thứ ba của Việt Nam, đã thành lập công ty con tại Úc là công ty Nông nghiệp Sạch và Du lịch Quốc tế (CAIT), đồng thời đầu tư 130 triệu đô-la Úc mua ba trang trại chăn nuôi gia súc ở miền Bắc nước Úc: trang trại Argyle và Auvergne ở Lãnh thổ phía Bắc, và trang trại Newry ở bang Tây Úc. Thỏa thuận thu mua bao gồm hơn 732.900 héc-ta đất và 58.000 gia súc. Từ đó, Tập đoàn TH đã đầu tư thêm 8,5 triệu đô-la Úc để nâng cấp bãi chăn thả, cơ sở hạ tầng, và hệ thống quản lý. Khoản đầu tư này là dự án thứ hai nằm ngoài lãnh thổ Việt Nam của Tập đoàn, sau dự án đầu tư sản xuất sữa tại Liên bang Nga. Một doanh nghiệp mới đã ra đời và hoạt động thành công nhờ vốn đầu tư và kinh nghiệm trong trồng trọt và chăn nuôi ở quy mô công nghiệp của Tập đoàn, kết hợp với chuyên môn của đội ngũ nhân viên Úc sở tại. Hiện tại, CAIT xuất khẩu 15.000 đầu gia súc hàng năm tới các thị trường tại Việt Nam, Trung Quốc và Indonesia.

Những thế mạnh nông nghiệp, tài sản, giá trị đồng tiền đầu tư, và sự ổn định của Úc đã thu hút được sự chú ý của Tập đoàn TH. Úc nằm ở khoảng cách địa lý tương đối gần với Việt Nam cũng là một lợi thế nữa. Tập đoàn có kế hoạch tối ưu hóa sản xuất để chăm sóc tốt cho 90.000 con gia súc, và khai thác những tiềm năng về mùa vụ và du lịch.[75] Dự án đầu tư nhận được sự hỗ trợ từ chính phủ, trong đó có Đại sứ quán Việt Nam, Cơ quan Phát triển Thương mại Quốc tế và Đầu tư Úc (Austrade) và các Chính quyền Bang. Cả bang Tây Úc và Lãnh thổ phía Bắc đều dành sự tư vấn và hỗ trợ cho dự án đầu tư của Tập đoàn TH, qua đó cho thấy vai trò quan trong của lĩnh vực nông nghiệp trong sản xuất, việc làm và xuất khẩu.

Hình ảnh: Cái nhìn từ trên không xuống những cánh đồng nông trại xanh tươi với hệ thống tưới tiêu và canh tác dọc theo bờ sông Hunter. Vùng Thung lũng Hunter, bang New South Wales. Zetter.

Có thể thấy rõ sức hấp dẫn của nước Úc đối với các nhà đầu tư Việt Nam trong lĩnh vực đầu tư, thu mua bất động sản và các dự án phát triển. Hãng môi giới Quốc tế Colliers (Colliers International) cho biết trong hai năm vừa qua, 450 triệu đô-la Úc là số tiền các nhà đầu tư Việt Nam đã đầu tư vào Úc. Những ví dụ nổi bật có thể kể đến là Tập đoàn Vingroup mua một lô đất ở nội đô trung tâm thành phố Sydney để xây dựng khu phức hợp khách sạn; Tập đoàn KITA hợp tác phát triển khu nghỉ dưỡng Little Mindil tại thành phố Darwin; và thương vụ bán tòa nhà Sirius tại thành phố Sydney với giá 150 triệu đô-la Úc cho một nhà đầu tư có liên hệ với Việt Nam.[76] Giới truyền thông cũng ghi nhận những dự án đầu tư của Công ty Cổ phần Đầu tư IMG, Công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển ADPG, Công ty Cổ phần Quê hương Liberty, Công ty Đầu tư và Xây dựng Greenland Việt Nam, Tập đoàn Đầu tư Sài gòn Saigontel và Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển Bất động sản TNR Holdings Việt Nam.

Đổi mới sáng tạo

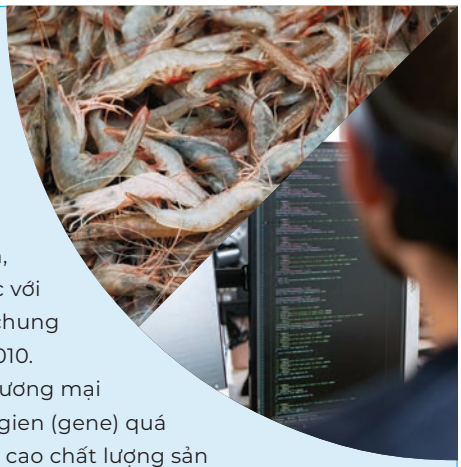
Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo là chìa khóa để mở ra cánh cửa thịnh vượng trong tương lai của cả Việt Nam và Úc. Cả hai quốc gia đều ưu tiên phát triển các hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia, và ủng hộ những sáng kiến đổi mới trong kinh doanh. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp như Tập đoàn dầu khí Việt Nam PetroVietnam (PVN) và Vinamilk đang cho thấy đầu tư vào đổi mới sáng tạo sẽ mang lại quá trình sản xuất thông minh và những sản phẩm tiên tiến.

Cơ hội đã sẵn sàng cho các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận nền khoa học, công nghệ và hệ thống đổi mới sáng tạo của Úc.

Sự hợp tác với các đại học và cơ quan nghiên cứu của Úc trong nghiên cứu ứng dụng và phát triển thử nghiệm đã mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp Việt Nam, và vẫn còn rất nhiều tiềm năng để khai thác những dự án tương tự. Nghiên cứu điển hình sau đây đưa ra ví dụ về quá trình hợp tác nghiên cứu thành công giữa các doanh nghiệp Úc và Việt Nam.

Ảnh của Chokniti Khongchum

ĐỐI TÁC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO: TỪ TÔM TỚI HỌC MÁY



Cải thiện sản xuất tôm: Việt-Úc là doanh nghiệp nuôi tôm theo phương thức hoàn toàn lồng ghép, có 14 cơ sở hoạt động tại Việt Nam, do doanh nhân Lương Thanh Văn thành lập. Doanh nghiệp đã hợp tác với Tổ chức Nghiên cứu Khoa học và Công nghiệp của Khối thịnh vượng chung Úc (CSIRO) trong các dự án thủy sản thương mại ở Bạc Liêu từ năm 2010. Trong thời gian đó, họ đã hoàn thành năm thí nghiệm trên quy mô thương mại để phát triển các công nghệ mang tính đột phá trong quản lý nguồn gien (gene) quá trình ấp nở tôm; các hệ thống y tế, sản xuất và phối giống nhằm nâng cao chất lượng sản xuất, cải thiện tỉ lệ sống và năng suất thành phẩm. Với những kiến thức được chia sẻ từ chương trình nhân, phối giống tôm, CSIRO đã cấp phép cho Việt-Úc sản xuất thức ăn nuôi tôm thương hiệu Novacq trên cơ sở thương mại hoàn toàn. Tới nay, Việt-Úc đã chi trả khoảng 15 triệu đô-la Úc cho CSIRO cho chi phí bản quyền và các hoạt động nghiên cứu phát triển. Trong thị trường nội địa, Việt-Úc hiện là nhà cung cấp tôm bột lớn nhất cho nông dân Việt Nam, chiếm khoảng 30% số tôm giống trong giai đoạn hậu ấu trùng.

Cùng với các nông dân nuôi tôm Việt Nam, **CSIRO cũng phát triển công nghệ Shrimp Multipath, đã được Genics, một doanh nghiệp nông nghiệp tại bang Queensland sử dụng**. Công nghệ này giúp sớm phát hiện mầm bệnh, và quản lý trên cơ sở dữ liệu. Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam đánh giá Shrimp Multipath là một công cụ nông nghiệp thông minh, có khả năng thúc đẩy thương mại nhờ nâng cao năng suất và cải thiện chất lượng sản phẩm.[78]

Vai trò quan trọng của **các nhà khoa học trong chính quyền bang New Sowth Wales (NSW)** từ lâu đã được ghi nhận trong quá trình **giúp Việt Nam gây dựng ngành nuôi hào (hầu)**, lĩnh vực hiện đang có những đóng góp to lớn vào giá trị kinh tế và việc làm trong nước. Trong thập kỷ vừa qua, một nhóm các nhà khoa học thuộc Bộ các Ngành Công nghiệp Cơ bản (DPI) bang NSW đã thực hiện dự án hỗ trợ ngành nuôi hào ở Việt Nam, dự đoán nhu cầu thị trường, và đánh giá những lợi ích về khoa học và thương mại. Chuyên môn từ nhóm các nhà khoa học trên đã góp phần giúp ngành nuôi hào của Việt Nam phát triển vượt Úc, với sản lượng xấp xỉ vượt 1,5 lần sản lượng hào Úc.[79] Hiện tại, các nhà nghiên cứu đang nỗ lực đẩy mạnh sản lượng đơn giống, nâng cao chất lượng hào, tăng khả năng chẩn đoán sức khỏe của đàn hào, tăng cường xét nghiệm nhằm bảo đảm chất lượng thức ăn, và đánh giá những kỹ thuật nuôi tôm giống và tôm trưởng thành. Chính phủ Việt Nam đã ghi nhận thành công của dự án, và cuối năm ngoái đã trao tặng huy chương Vì Sự nghiệp Phát triển Nông nghiệp và Nông thôn cho Tiến sĩ Wayne O'Connor, người đã dẫn dắt nhóm nghiên cứu hoàn thành phần việc của Bộ các Ngành Công nghiệp Cơ bản (DPI) trong dự án này.

Phát triển Kinh tế Biển: Úc đang đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển kinh tế biển và kinh tế xanh, trong đó có quản lý tài nguyên biển và thủy hải sản nuôi trồng ở ngư trường trên đất liền và ngoài khơi. Ví dụ, Trung tâm Nghiên cứu Hợp tác Kinh tế Biển của Úc (CRC) đã thu hút được các đối tác công nghiệp và nguồn tài trợ từ nhiều nước trên thế giới.[80]

Hợp tác thiết kế phần mềm: Tiến sĩ Nguyễn Hữu Lệ, Chủ tịch công ty phần mềm toàn cầu Công ty TNHH Giải pháp Phần Mềm Tường Minh TMA, và là một học giả từng được chương trình Kế hoạch Colombo (Colombo Plan) của Úc tài trợ, đã lần đầu tiên hợp tác với Trường Đại học Adelaide để đổi mới mạng điều khiển bằng phần mềm (Software Defined Network (SDN)). Nhóm các chuyên gia về cấu trúc liên kết trên Internet, dưới sự dẫn dắt của Tiến sĩ Hùng Nguyễn, Nghiên cứu viên Cao cấp tại Trung tâm Nghiên cứu Teletraffic, thuộc Trường Đại học Adelaide, đã phát triển những mã và thuật toán thông minh mới. Các mã và thuật toán này đã được các kỹ sư phần mềm tại Công ty TNHH Giải pháp Phần Mềm Tường Minh TMA thử nghiệm và công nhận, mở ra những hướng đi mới cho các mạng điều khiển bằng phần mềm SDN bền vững và hiệu quả hơn. Từ năm 2010, Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển của TMA liên tục hợp tác với các trường đại học ở Việt Nam và Úc trong các dự án về dữ liệu lớn, phân tích dữ liệu, Internet Vạn vật (Internet of Things, IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (blockchain), và học máy.[81]

Còn rất nhiều tiềm năng cho các doanh nghiệp Việt Nam hợp tác với các doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu Úc để tiếp cận năng lực đổi mới sáng tạo dồi dào của Úc, ứng dụng trực tiếp vào phát triển và giải quyết những thách thức thương mại. Những kết hợp như vậy có thể sẽ đóng góp nhiều cho quá trình chuyển giao công nghệ vào Việt Nam, cho phép hai bên cộng tác giải quyết những vấn đề thường ảnh hưởng đến sự phát triển chung của các ngành và các chuỗi giá trị.

VÍ DỤ CỤ THỂ

Vingroup: Đa dạng hóa tại Úc

Từ năm 2016, ccác công ty con thuộc Vingroup, tập đoàn đa dạng và lớn nhất Việt Nam, đã tìm kiếm các cơ hội tại Úc.

Trong khuôn khổ chương trình danh giá Học bổng Khoa học và Công nghệ Vingroup, Tập đoàn này đã tài trợ cho những sinh viên của Đại học VinUni để các em đạt được bằng cấp ở bậc sau đại học từ các đại học hàng đầu tại Úc, trong các lĩnh vực y tế y-sinh học, kỹ sư, các hệ thống không dây tiên tiến, robot nông nghiệp, và Internet Vạn vật.

Năm 2016, Vingroup đã đầu tư 22,5 triệu đô-la Úc mua một lô đất đắc địa ở khu vực nội đô trung tâm thành phố Sydney, với kế hoạch xây dựng một khách sạn và các cửa hàng bán đồ cao cấp.

Trong vai trò nhà tài trợ lâu năm và chủ nhà khai mạc Giải đua xe Công thức 1 (F1 Grand Prix) Việt Nam, Vingroup có nhiều mối quan hệ sự kiến chính với thành phố Melbourne, đơn vị tổ chức các Giải đua xe Công thức 1 (F1 Grand Prix) tại Úc từ năm 2016.

Từ năm 2015, Vinfast, công ty con của Vingroup, với tham vọng chế tạo xe điện thông minh của Việt Nam để xuất khẩu ra thị trường thế giới, đã tuyển dụng các kỹ sư chế tạo ô-tô và các nhà quản lý của Úc sau khi một hãng lắp ráp ô-tô tại Úc đóng cửa dây chuyền hoạt động cuối cùng. Sau đó, Vinfast đã mua và nâng cấp Sàn Thử nghiệm Công nghệ Ô-tô Holden Lang Lang, đồng thời khánh thành Viện Công nghệ Cơ khí Ô-tô 2, trung tâm Nghiên cứu và Phát triển của Vinfast tại Úc.[82]

Đại dịch COVID đã khiến Vinfast phải gián đoạn kế hoạch tận dụng nhân tài, chuyên môn và các trang thiết bị tại bang Victoria, rút các hoạt động về Việt Nam.

Vinsmart, một công ty con khác của Vingroup, là nhà chế tạo điện thoại di động từ năm 2018. Vinsmart đã đàm phán với các nhà cung ứng cho các hãng vận tải Úc, theo sau một thỏa thuận với hãng AT&T của Mỹ để đa dạng hóa nguồn cung ứng, trước khi tuyên bố dừng chế tạo điện thoại vào Tháng 6 năm 2021.[83]

Úc hiện vẫn là thị trường tiềm năng cho Vingroup trong những năm sắp tới.

Khả năng di chuyển cao

Úc mở ra rất nhiều lựa chọn về thị thực di trú tạm thời và vĩnh viễn, và số công dân Việt Nam đi thăm hoặc chuyển tới Úc đã liên tục tăng đều trong những năm vừa qua. Giai đoạn 2018 – 2019, Việt Nam là đứng thứ sáu trong số các quốc gia có lượng khách du lịch và người di cư vào Úc cao nhất.

Người dân đến Úc với mục đích kinh doanh hoặc làm việc, học tập, du lịch, hoặc tham gia hội thảo, có thể nộp đơn xin cấp nhiều loại thị thực khác nhau, theo thông tin chi tiết trên website của Bộ Nội vụ Úc. Di trú tạm thời và khả năng di chuyển cao của những người có chuyên môn, tay nghề cao, có thể là những yếu tố then chốt trong xây dựng và duy trì hoạt động kinh doanh giữa Việt Nam và Úc. Trong thời kỳ 2018 – 2019, các loại thị thực sau (thời hạn thị thực khác nhau) đã được cấp cho các công dân Việt Nam: [84]

- 9.465 thị thực Du lich Doanh nghiệp
- 1.401 thị thực Tạm thời (Việc làm có Tay nghề cao) dành cho những cá nhân có kỹ năng, khiến thức và kinh nghiệm chuyên môn mà Úc đang thiếu.
- 1.988 thị thực Du học (bao gồm 559 sinh viên theo học chương trình nghiên cứu sau đại học)
- 63.387 thị thực du lịch
- 343 thị thực Làm việc và Nghỉ dưỡng; và
- 3.495 các thị thực tạm thời khác (không tính các thị thực Hải Quân và Nối chuyến).

Chương trình di trú vĩnh viễn của Úc là hướng đi chính dẫn đến tư cách thường trú vĩnh viễn. Trong năm 2018 – 2019, 5.532 đơn xin thường trú vĩnh viễn tại Úc của công dân Việt Nam đã được phê duyệt. Có 2.697 đơn của người phối ngẫu hoặc bạn đời, 736 đơn được nhà sử dụng lao động bảo lãnh, 478 đơn thuộc diện đầu tư và đổi mới sáng tạo trong kinh doanh, 538 đơn do chính quyền Bang đề cử, và 425 đơn thuộc diện người lao động có chuyên môn, tay nghề cao.[85]

Các thị thực kinh doanh và đầu tư của Úc cho phép các cá nhân có khả năng Đổi mới sáng tạo trong Kinh doanh, Doanh nhân, Nhà đầu tư, và các Nhà đầu tư Trọng điểm, nếu đáp ứng được đủ các điều kiện, sẽ được sở hữu và điều hành một doanh nghiệp, hoặc tiến hành đầu tư, thực hiện hoạt động kinh doanh tại Úc; và mở ra cơ hội được trao tư cách thường trú nhân vĩnh viễn.[86] Số lượng đơn xét thị thực trong khối kinh doanh và đầu tư đã tăng đến 13.500 vị trí trong giai đoạn 2020 – 2021, với trọng tâm hướng tới các lĩnh vực chủ chốt có thể dẫn dắt nền kinh tế hồi phục sau COVID. Chính phủ cũng đã phê duyệt thị thực Hoạt động Tạm thời, tạo điều kiện và khả năng di chuyển cao cho nguồn nhân lực chủ chốt mà Úc đang cần để vực dậy nên kinh tế sau COVID.

Ví dụ, trong năm 2016, chị Châu Trần, một người được sinh ra ở Việt Nam, và gia đình đã được chính quyền bang Victoria đề cử thị thực di trú với mục đích kinh doanh. Sau khi ổn định cuộc sống, gia đình chị đã thành lập một công ty xuất khẩu mới, Công ty TNHH Ngọc Trai Thiên Nhiên (Pearls Nature Pty Ltd), do chị Châu hợp tác với hãng sữa Nam Gippsland (South Gippsland) để xuất khẩu các vitamin từ sữa non sinh học từ Úc sang Việt Nam.[87] Ở bang Queensland, anh Thomas Đặng và gia đình tám thành viên đã định cư tại bang Queensland và xây dựng một danh mục đầu tư vào bất động sản và nông nghiệp tại bang. Cũng ở bang Queensland, chị Phạm Thị Giang và gia đình đã xây dựng một nông trang chuyên canh và bán buôn các loại nông sản tươi.[88] Chị Nguyễn Thị Băng Tuyền, một nhà nghiên cứu về chuyển giao nhiệt và khối lượng, sự thay đổi theo thời kỳ và sự biến đổi trong luyện kim ở các hệ thống có nhiệt độ cao, hiện đang là nghiên cứu viên tại Trung tâm Nghiên cứu các Vật liệu Luyện Sắt thuộc Trường Đại học Newcastle, sau khi tới Úc với Thị thực Tài năng Toàn cầu nhờ thành tựu chuyên môn được ghi nhận của chị.[89]

Tháng 6 năm 2021, Chính phủ Úc đã tuyên bố một khung thị thực mới, cho phép lao động nông nghiệp từ các quốc gia ASEAN tới làm việc tại Úc trong tối đa chín tháng – hàng năm trở về quê hương trong tối thiểu ba tháng. Loại thị thực này sẽ được ban hành trong năm 2022, theo các giai đoạn được thỏa thuận với các chính phủ trong khu vực.[90]

Đầu năm 2020, COVID đã làm gián đoạn phần lớn giao thông giữa Việt Nam và Úc, và hiện đã được nối lại.[91]

Chương Ba

Từ hiểu biết tới tiềm năng

Đàn Chuột túi (Đào Kangaroo), bang Nam Úc.
www.tourguidecourse.com

Chương này trình bày kết quả tham vấn những nhà hoạch định chính sách, công ty, tổ chức kinh doanh, và những nhà nghiên cứu về các vấn đề ảnh hưởng đến sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào thương mại, đầu tư, và các hoạt động đổi mới sáng tạo tại Úc, trong đó có những hiểu biết về Úc và một số thách thức mà các doanh nghiệp Việt Nam đã gặp phải, những khác biệt chính về văn hóa kinh doanh và động lực giữa Việt Nam và Úc, và sự hỗ trợ hữu ích từ các cơ quan Chính phủ, các tổ chức kinh doanh và các đơn vị khác, và hội cựu du học sinh, cộng đồng định cư ở nước ngoài, và các cá nhân ra nước ngoài làm việc, tất cả đều có khả năng hỗ trợ hoạt động thương mại nếu các doanh nghiệp biết cách trọng dụng họ.

Quan điểm chung đều cho rằng Úc có thể mang lại những cơ hội tốt về thương mại, đầu tư và đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp Việt Nam; và mặc dù còn những thách thức đòi hỏi phải có kế hoạch và sự chuẩn bị chu đáo, nhưng có thể hiện thực hóa các cơ hội và thu về những lợi ích đáng kể. Các bên được tham vấn cũng đồng thuận rằng thị trường Úc là nơi thuận lợi để phát triển hơn nữa các hàng hóa và dịch vụ đa dạng. Các doanh nghiệp tham gia thư vấn đã chỉ ra rằng họ đang chủ động theo đuổi những cơ hội ngày một nhiều hơn tại Úc, và cho rằng dưới tác động tích cực của sự hậu thuẫn song phương, các cơ hội sẽ liên tục nảy nở chứ không dừng lại. Tương tự, các cơ quan chính phủ tham gia tư vấn đều bày tỏ thái độ tích cực trước những viễn cảnh tăng trưởng về thương mại và đầu tư của Việt Nam với Úc. Các cơ quan đầu ngành từ cả phía Việt Nam và Úc đều nhấn mạnh những xu hướng tích cực và cho thấy cam kết cao với Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế cũng như với những công việc có liên quan, để cùng thúc đẩy tăng trưởng và vượt qua những khó khăn phát sinh từ đại dịch toàn cầu.

Ý KIẾN ĐÁNH GIÁ VỀ ÚC

- Úc mang lại một môi trường tốt và những thuận lợi đáng kể cho các doanh nghiệp đã sẵn sàng trải nghiệm, lắng nghe, học hỏi và thích ứng.
- Úc được nhìn nhận là một quốc gia tiên tiến và có sức hấp dẫn, với một thị trường cởi mở nhưng có yêu cầu và tính cạnh tranh cao.
- Ngày càng nhiều các doanh nghiệp Việt Nam đang thành công tại Úc, cho thấy Úc không phải "quá khó khăn".
- Người tiêu dùng Úc quan tâm đến những sản phẩm chất lượng tốt, giá cả cạnh tranh từ các doanh nghiệp Việt Nam sẵn lòng tìm hiểu về những thực tế và nhu cầu tại địa phương.
- Về vị trí địa lý, Úc gần Việt Nam hơn so với các thị trường phương Tây khác, và có quy mô vừa phải, dễ quản lý (hơi nhỏ hơn Malaysia với 32 triệu dân, và lớn hơn Đài Loan với 24 triệu dân); do vậy, Úc có thể là nơi thích hợp để Việt Nam thử nghiệm các hàng hóa xuất khẩu, dịch vụ và thương hiệu, mang lại cho Việt Nam những kinh nghiệm quý báu khi làm việc với các thị trường tiên tiến.
- Đầu tư từ Việt Nam thường nhận được thiện cảm từ các cơ quan, ban ngành chính phủ Úc.
- Úc là nguồn lực lớn về đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp Việt Nam.
- Hai quốc gia cùng trân trọng mối quan hệ vững mạnh, tích cực và ngày càng phát triển giữa hai bên.

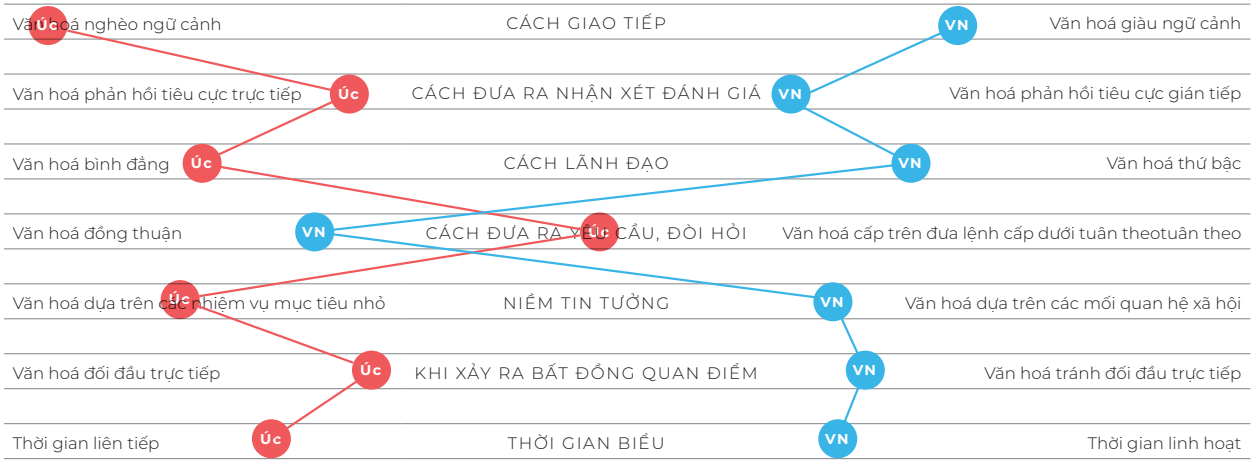
Kinh doanh là kinh doanh: Động lực kinh doanh của Úc và những khác biệt văn hóa

Các doanh nghiệp đang trong quá trình quốc tế hóa cần xác định được những động lực kinh doanh khác nhau, và học cách xây dựng những mối quan hệ kinh doanh xuyên văn hóa hiệu quả tại mỗi thị trường mới. Bản báo cáo trước đây của chúng tôi đã lưu ý rằng bằng nhiều cách, các công ty phải chuyển mình thành "những doanh nghiệp toàn cầu" để thu hẹp những cách biệt văn hóa giữa Úc và Việt Nam.

Quá trình tham vấn các bên đã chỉ ra những khác biệt chính trong tiến hành kinh doanh và truyền thông của Úc, cũng như rào cản ngôn ngữ giữa hai bên. Nhìn chung các bên tham gia tham vấn đều đi đến kết luận, dù cần có thời gian để hiểu biết được sâu sắc, nhưng với sự kiên nhẫn và điều chỉnh thích hợp, hai bên sẽ xây dựng được những mối quan hệ mang lại lợi ích chung cho cả Úc và Việt Nam.

Biểu đồ sau cho thấy những khác biệt chính về văn hóa giữa Việt Nam và Úc có thể ảnh hưởng đến giao dịch kinh doanh.

Biểu đồ Văn hoá giữa Úc và Việt Nam



Nguồn: Erin Meyer, 2014. Biểu đồ Văn hóa.

ÚC VIỆT NAM

Tổng đốc toàn quyền Úc, Ngài Peter Cosgrove (đứng giữa) tham dự lễ kỷ niệm 45 năm quan hệ song phương giữa Úc và Việt Nam vào năm 2018 tại thành phố Hà Nội.

NHỮNG THỰC TẾ TRONG KINH DOANH TẠI ÚC

- Có những cơ hội khả quan cho những doanh nghiệp sẵn sàng cam kết thời gian và nguồn lực. Các công ty có thể sẽ bỏ lỡ cơ hội nếu "tính toán an toàn mọi bề".
- Mọi thị trường mới có những thách thức và cần lập kế hoạch, thời gian và các nguồn lực để hiểu biết được thấu đáo. Nước Úc cũng tương tự, nhưng các doanh nghiệp luôn có thể tiếp cận thông tin và sự hỗ trợ cần thiết để vượt qua được giai đoạn "vạn sự khởi đầu nan" ban đầu.
- Tiếng Anh là ngôn ngữ chính trong thương thảo kinh doanh. Tuy nhiên, tiếng Việt là ngôn ngữ nói phổ biến thứ năm tại Úc, và các phiên dịch viên luôn sẵn sàng tác nghiệp khi cần.
- Người Úc thường có tác phong thoải mái hơn người Việt, nhưng rất chuyên nghiệp và hiểu biết sâu sắc lĩnh vực của mình. Họ thường có cái nhìn hướng ra bên ngoài, và sẵn lòng tìm hiểu những cơ hội kinh doanh tiềm năng.
- Người Úc có thiện cảm với Việt Nam, nhưng thiếu cơ hội làm việc trực tiếp với các doanh nghiệp Việt Nam. Có thể vượt qua những khác biệt trong hoạt động kinh doanh nhờ sự ý thức, sự kiên định và khả năng điều chỉnh của cả hai bên.
- Các doanh nghiệp nên sớm chuẩn bị nếu họ cần có thị thực kinh doanh. Họ nên tìm kiếm lời khuyên và những hỗ trợ thích hợp.
- Nên tìm hiểu kỹ các luật và quy định pháp luật của Úc – về thuế, việc làm, thông qua quá trình tham vấn ý kiến chuyên gia độc lập.
- Sự hiện diện về cơ cấu dân số, kinh tế và văn hóa của Việt Nam tại Úc là rất rõ nét, đây có thể là một động lực hữu ích cho kinh doanh.

Các doanh nghiệp cần dành thời gian tại Úc và với người Úc để hiểu được những đặc tính của thị trường, những khác biệt trong môi trường kinh doanh, đánh giá các cơ hội, xây dựng các mối quan hệ và tiến hành thẩm định doanh nghiệp. Trong bối cảnh COVID hiện tại, khi các điều kiện bình thường đang dần trở lại, các tuyến bay thường xuyên và thuận tiện sẽ được nối lại giữa Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố chính tại Úc, có thể tiến hành các chuyến đi thăm khảo sát và họp mặt tìm hiểu. Chênh lệch múi giờ giữa hai nước không quá lớn, cho phép các cuộc họp và liên lạc trực tuyến diễn ra đồng thời và hiệu quả.

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể xây dựng đội ngũ để thắt chặt quan hệ với Úc hơn qua những cách như tuyển dụng nhân sự mới có kinh nghiệm hoặc tiến hành tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn về các vấn đề xuyên văn hóa cho đội ngũ nhân viên hiện có.

Văn hóa kinh doanh tại Úc nhìn chung phản ánh văn hóa kinh doanh của một nước phương Tây nói tiếng Anh. Những hiểu biết về Việt Nam và văn hóa kinh doanh của Việt Nam có thể còn hạn chế, nhưng các doanh nghiệp sẽ thấy môi trường tại Úc nhìn chung cởi mở và chào đón mọi nền văn hóa. Tác phong kinh doanh tại Úc thường thực tế và sẵn lòng đón nhận những cách làm thiết thực như sử dụng phiên dịch viên để vượt qua các rào cản ngôn ngữ. Phiên dịch viên hoặc một nhân viên thành thạo tiếng Anh đóng vai trò hữu ích để liên lạc được hiệu quả với các cơ quan luật pháp của chính phủ. Nhìn chung không nhất thiết phải tham gia vào chính trị để tiến hành kinh doanh với Úc – môi trường kinh doanh được điều tiết cẩn thận, với những quy trình minh bạch và được quy định rõ ràng cho các doanh nghiệp.

Một khác biệt đáng lưu ý là vai trò của các mối quan hệ xã hội trong môi trường kinh doanh. Tại Úc, các doanh nghiệp được đánh giá bằng uy tín và các thành tựu thương mại, và các mối quan hệ chuyên nghiệp được xây dựng dựa trên những yếu tố kinh doanh khách quan, với nền tảng là các thỏa thuận pháp lý. Các mối quan hệ và tính nhiệm cá nhân được phát triển theo thời gian. Tuy nhiên, người Úc nhìn chung không câu nệ hình thức trong quá trình làm việc. Liên lạc và trao đổi ý kiến thường diễn ra trực tiếp và cởi mở tại Úc, và tác phong cung kính thường gặp ở Việt Nam lại ít thấy ở Úc. Tên riêng thường được dùng nhiều hơn là chức danh khi giới thiệu, bất kể thứ bậc của cá nhân được giới thiệu, và điều quan trọng là ở sự tôn trọng lẫn nhau từ tất cả các bên. Điều này có thể ảnh hưởng đến những khác biệt ở nơi làm việc. Tại Úc, nhân viên thường mong đợi điều kiện làm việc và quyền lợi của mình được tôn trọng, đổi lại, họ hoàn thành những trách nhiệm và phận sự được giao. Môi trường làm việc có thể khắt khe hơn tại Việt Nam. Một cá nhân người Việt Nam tham gia tư vấn đã giải thích, "Tại Việt Nam, 'CÓ' không phải lúc nào cũng có nghĩa là có, và 'KHÔNG' không phải lúc nào cũng có nghĩa là không. Tại Úc, 'CÓ' nghĩa là có, và 'KHÔNG' nghĩa là không".

ĐỂ THÀNH CÔNG TẠI ÚC

- Cần có cái nhìn chiến lược và dài hạn hơn là tập trung vào những lợi ích trước mắt.
- Các doanh nghiệp cần thay đổi để thành công tại Úc, và sẵn sàng thích ứng với các khác biệt.
- Những doanh nghiệp mới tham gia có thể tiếp cận thông tin và sự hỗ trợ từ các các cơ quan chính phủ Việt Nam và Úc để tìm hiểu những yêu cầu và sự hỗ trực từ các hội kinh doanh, các cơ quan ngành, và các phòng thương mại để chuẩn bị sẵn sàng cho thị trường Úc. (Xem Phụ lục Các Nguồn Tài liệu Hữu ích dành cho Doanh nghiệp).
- Có thể tuyển dụng đội ngũ nhân viên gồm cả nhân sự địa phương và nhân sự tại Úc, để họ cùng cống hiến tài năng, đưa ra lời khuyên và đóng góp kinh nghiệm, kỹ năng vào công việc chung; tuy nhiên, doanh nghiệp thường cần thời gian để tìm được đúng nhân sự phù hợp.
- Làm theo quy định: Có thể có những khó khăn trong tuân thủ theo các quy định, nhưng các doanh nghiệp Việt Nam cần đáp ứng được những yêu cầu pháp lý dành cho người sử dụng lao động, như quy định về chế độ lương, thuế, bảo hiểm, và đóng góp vào quỹ hưu trí, dù những yêu cầu này là cao so với phía Việt Nam.
- Chuẩn bị đầy đủ và xây dựng liên kết với các đồng nghiệp tại Úc để lên kế hoạch tiếp cận thị trường Úc, đánh giá chiến lược đường-tới-thị-trường của mình, hỗ trợ hợp tác thương mại, và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp của mình tại Úc.
- Các doanh nghiệp gửi hàng hóa vào Úc có thể tận dụng những kết nối với cộng đồng đông đảo người Úc gốc Việt, cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống và làm việc tại Úc, trong đó có các sinh viên Việt Nam đang du học tại Úc.

Ảnh của Johnny Greig

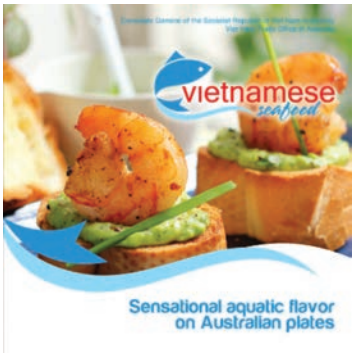
Các nguồn hỗ trợ: Úc và Việt Nam

Xúc tiến kinh doanh từ một quốc gia khác thường đồng nghĩa với đối mặt với nhiều thách thức: tìm kiếm các cơ hội thương mại tại một thị trường không quen thuộc, đánh giá các khả năng, khó khăn và rủi ro, đồng thời xây dựng mô hình kinh doanh có sức bền và sức bật lớn.

Các doanh nghiệp mới tiếp cận thị trường Úc có thể tìm kiếm sự hỗ trợ từ chính phủ, các tổ chức kinh doanh và khu vực tư nhân. Nếu các doanh nghiệp thấy quá trình tìm kiếm thông tin tham khảo có nhiều vướng mắc và mất nhiều thời gian, thì Phụ lục Các Nguồn Tài liệu dành cho Doanh nghiệp ở cuối bản báo cáo này có thể là một nguồn tham khảo hữu ích về các dịch vụ hỗ trợ thương mại và đầu tư, thông tin và trợ giúp từ rất nhiều tổ chức có uy tín tại Việt Nam và Úc.

Các cơ quan chính phủ của Việt Nam có thể hỗ trợ các nhà đầu tư và xuất khẩu những thông tin và quy định tại Việt Nam và đối với Úc. Các doanh nghiệp Việt Nam có những lợi thế so sánh nhất định trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) giữa Úc và Việt Nam. Các doanh nghiệp có thể tìm hiểu những lợi thế của mình và tiếp cận những thông tin cập nhật về thị trường, nghĩa vụ nhập khẩu, quy định về nguồn gốc, ... thông qua cổng thông tin điện tử mới (fta.moit.gov.vn). Cổng thông tin này đã được phát triển để giúp cộng đồng doanh nghiệp trong nước tận dụng được tối đa các cơ hội trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA), trong đó bao gồm ASEAN-Úc-Niu Di lân (AANZFTA), Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP).

Đại sứ quán Việt Nam và Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc đều góp phần hỗ trợ và quảng bá cho các doanh nghiệp Việt Nam. Thông tin về các dịch vụ hỗ trợ thương mại, công vụ và sự kiện đều được đăng công khai trên website của cả hai cơ quan. Hoạt động phát triển ngành – gồm các thảo luận, hội nghị kinh doanh, diễn đàn, họp báo, các đoàn đại biểu và nhiệm vụ - do Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc thực hiện đang đẩy mạnh sự tham gia của các hội ngành Úc, quảng bá cho các doanh nghiệp Úc và các doanh nghiệp Việt Nam muốn trở thành nhà phân phối hàng hóa Việt Nam tại Úc. Cơ quan thương vụ cũng chủ động hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận và tìm hiểu sâu sắc hơn về hệ thống tư pháp và các quy định của



chính phủ hai nước về sở hữu trí tuệ, bản quyền, cũng như các quy trình đầu tư giữa hai quốc gia.
Năm nay, Cơ quan Thương vụ đã công bố những công cụ số để hỗ trợ kinh doanh giữa Úc và Việt Nam. Ứng dụng Trao đổi Việt-Úc (Viet-Aus Trade) cung cấp danh bạ số các doanh nghiệp Úc, và thông tin về những yêu cầu và điều kiện dành cho các nhà xuất khẩu. Ứng dụng thứ hai, DigiViet-Aus, nhằm thúc đẩy gia công phần mềm tại Việt Nam bằng cách kết nối các nhà cung ứng và các khách hàng tiềm năng.[92]

Chính phủ Úc cũng sẵn sàng giúp đỡ. Úc nhận thấy rõ rằng Việt Nam đang trên đà phát triển, ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam sẽ trở thành những nhà đầu tư năng động ở nước ngoài, với chính kiến rõ ràng về địa điểm họ lựa chọn, và Úc sẽ phải cạnh tranh để thu hút loại hình đầu tư này từ Việt Nam. Tại Việt Nam, ở cả Đại sứ quán và Lãnh sự quán Úc, đội ngũ nhân viên của Cơ quan Phát triển Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc (Austrade) có thể giúp các nhà đầu tư và doanh nghiệp tiềm năng xây dựng quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu Úc. Cơ quan Phát triển Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc (Austrade) cung cấp dịch vụ toàn phần hỗ trợ các nhà đầu tư tiềm nằng và xúc tiến các hoạt động giới thiệu phù hợp. Các doanh nghiệp có thể tiếp cận thông tin từ Úc để tìm hiểu những cơ hội hiện có trong từng lĩnh vực. Họ cũng có thể tiếp cận đại diện của Chính phủ Bang, gồm có bang Victoria, bang Queensland và bang New South Wales tại Việt Nam, cũng như đại điện của các Bang và Vùng Lãnh thổ khác tại Úc.

Các doanh nghiệp có thể tiếp cận thông tin về những quy định và quy trình mậu dịch thông qua website chính thức của các Bộ trong Chính phủ Úc. Ví dụ, yêu cầu về an toàn sinh học và điều kiện nhập khẩu vào Úc đối với hơn 20.000 loài cây, động vật, khoáng sản, và các sản phẩm sinh học đều có thể tiếp cận được qua BICON, một công nghệ được Bộ Nông nghiệp, Nguồn nước và Môi trường Úc phê duyệt.

Các quy định pháp lý về kinh doanh tại Úc là minh bạch, toàn diện, nhưng khá dày đặc, và đây có thể là một thách thức cho những doanh nghiệp mới tiếp cận thị trường này. Nhiều doanh nghiệp đã thuê các chuyên gia tư vấn độc lập để giúp họ hiểu và tuân thủ các quy định này.

Các chuyên gia và đại diện hải quan, các nhà nhập khẩu và phân phối có thể giúp những nhà xuất khẩu có nỗ lực tận dụng các cơ hội từ các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) hiện có, giữ được một kênh tiếp cận thị trường, và phát triển một cơ sở khách hàng hùng hậu. Họ cũng giúp các doanh nghiệp đưa được hàng hóa vào thị trường Úc nhanh hơn, trong điều kiện tốt nhất, với thuận lợi lớn hơn và ở mức chi phí tối ưu.

Úc đã có sẵn những cơ chế được thiết kế để tạo thuận lợi cho chi phí/ tác động từ các thủ tục, yêu cầu hải quan mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng để xúc tiến xuất khẩu. Ví dụ, Úc là thành viên của Hiệp định Thuận lợi hóa Thương mại (TFA) của Tổ chức Thương mại Thế giới, và do đó, cam kết tuân thủ quy trình liên tục cải thiện các thủ tục xuất nhập khẩu. Úc cũng tạo điều kiện cho những nỗ lực thuận lợi hóa thương mại trong khu vực, đóng góp gần 160 triệu đô-la Úc hàng năm vào các chương trình thuận lợi hóa trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương.[93] Một cam kết quan trọng bắt nguồn từ Hiệp định Thuận lợi hóa Thương mại (TFA) là sự hình thành một cửa duy nhất được thiết kế để tập trung và tạo điều kiện thuận lợi cho các văn bản quy định về hải quan. Cửa duy nhất

Ảnh của monkeybusinessimage

của Úc – Hệ thống Hàng hóa Tích hợp (ICS)[94] – được triển khai vào năm 2018 và đóng vai trò trung tâm trong gần như toàn bộ các giao dịch nhập khẩu. Các nhà nhập khẩu thường xuyên (và xuất khẩu từ Úc) có thể nộp đơn để được kiểm định theo khuôn khổ khung Doanh nghiệp Uy tín của Úc (ATT).[95] Các doanh nghiệp được ATT kiểm định chất lượng được giảm tải về thủ tục kiểm tra và các quy định về giấy tờ.

Các hãng tư vấn pháp luật hàng đầu có thể hướng dẫn doanh nghiệp về các quy trình các dự án đầu tư, thu mua, hoặc sát nhập, và tư vấn thuế, việc làm, và đầu tư bất động sản. Ví dụ về những vấn đề mà các hãng tư vấn này thường trợ giúp được nêu chi tiết trong Cẩm nang Kinh doanh tại Úc của Minter Ellison, cuốn sách đưa ra cái nhìn tổng quan về những quy định kinh doanh, hướng dẫn đầu tư nước ngoài, chính sách thuế, bảo vệ người tiêu dùng, sở hữu trí tuệ, và hệ thống luật pháp về việc làm tại Úc.[96]

Quá trình tham vấn ý kiến chuyên gia cho thấy các hội nhóm kinh doanh hoạt động tích cực từ cả hai phía có thể là nguồn trợ giúp quý báu cho các doanh nghiệp mới tham gia.

Tại Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam (AusCham Viet Nam) là hai cơ quan hoạt động đắc lực nhằm giới thiệu và gắn kết các mối quan hệ kinh doanh song phương. Họ đã giúp đỡ hiệu quả các doanh nghiệp muốn phát triển các mối quan hệ và mạng lưới hỗ trợ các hoạt động kinh doanh. Các thành viên tích cực có thể là nguồn tài nguyên quý giá về thông tin thị trường, giới thiệu công việc và tư vấn chuyên môn. Hai tổ chức này gần đây đã thành lập Hội đồng Kinh doanh Việt Nam – Úc (VABC), đặt trụ sở tại Việt Nam, nhằm kết nối các doanh nghiệp và tổ chức có quan tâm đến xúc tiến xuất khẩu sang Úc và đầu tư vào Việt Nam. Hội đồng chuyên gia mới này sẽ đóng vai trò điều phối tại Việt Nam, để tăng cường hợp tác với chính phủ, các cơ quan ngành, doanh nghiệp, trường đại học, và các tổ chức phi công nghiệp có liên quan với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, hoặc với các nhóm cựu du học sinh. Ngày càng có nhiều các hội nhóm ngành ở Việt Nam tìm kiếm cơ hội hỗ trợ các doanh nghiệp thành viên tiếp cận những thị trường tiềm năng, trong đó có thị trường Úc.

Tại Úc, ngày càng có nhiều các tổ chức kinh doanh đứng ra kết nối các doanh nghiệp Việt Nam và Úc, đóng vai trò trung gian hỗ trợ thương mại và đầu tư, và có thể giúp các doanh nghiệp mới tiếp cận thị trường Úc, mở rộng, thúc đẩy tăng trưởng và xây dựng được những mối quan hệ thực chất và có ý nghĩa. Các nhóm tiên phong có thể kể đến Hội đồng Kinh doanh Úc Việt Nam (AVBC) đã hoạt động từ giữa những năm 1980, với mục tiêu xúc tiến và hỗ trợ phát triển thương mại và đầu tư song phương giữa Úc và Việt Nam. Hội Doanh nhân Việt Nam tại Úc (VBAA) là một tổ chức hoạt động ngày càng năng động, với trọng tâm là xây dựng các mối quan hệ thương mại xuyên biên giới. Năm 2022, VBAA đã khánh thành một trung tâm mới (tại thành phố Melbourne) dành cho các hoạt động giữa Việt Nam và Úc, trong đó có hội chợ thương mại, giới thiệu sản phẩm thương mại, các sự kiện giới thiệu đối tác thương mại, và quảng bá sản phẩm mới từ Việt Nam.

Những tổ chức này điều phối các cộng đồng doanh nhân có chung mối quan tâm, và đây có thể là nguồn hỗ trợ tuyệt vời khi đi sâu tìm hiểu thị trường, những ý kiến tư vấn, thông tin và dữ liệu. Các doanh nghiệp có thể tham gia để tiếp cận các cơ hội mở mang mạng lưới công việc thông qua những sự kiện được lên lịch trình như các cuộc hội thảo kinh doanh, phát triển các mối quen biết, và các tiệc chiêu đãi xã giao. Những tổ chức này là cầu nối không thể thiếu trong thương mại và đầu tư, đưa doanh nghiệp ở hai nước lại gần nhau hơn, và kết nối các cộng đồng người Úc gốc Việt, và công dân Việt Nam đang sinh sống tại Úc, như sẽ được nêu rõ hơn ở phần sau. Còn có các mối liên kết quý giá giữa các tổ chức kinh doanh hiện đang hoạt động, và các nhóm có liên quan như Hội Du học sinh Việt Nam tại Úc, Đối thoại Lãnh đạo Úc – Việt Nam (AVLD), và Hội Cựu Sinh viên Việt Nam từng theo học tại Úc.

Tạo điều kiện cho mối liên kết giữa người với người, và cộng đồng công dân ở nước ngoài

Mối liên kết bền chặt giữa con người với con người tồn tại lâu nay giữa hai dân tộc Úc và Việt Nam là yếu tố vô cùng quan trọng trong duy trì quan hệ song phương tích cực. Bản báo cáo được thực hiện trước đây, trong cùng chuỗi báo cáo này, đã đánh giá chi tiết vai trò ngày càng lớn của các công dân Úc tại Việt Nam, với tư cách nhà đầu tư trong lĩnh vực hợp tác, kinh doanh, hoặc với tư cách khách du lịch. Úc là nhà của cộng đồng gốc Việt đông đảo đã định cư từ giữa những năm 1970. Nhiều người Úc gốc Việt thế hệ thứ hai đều quan tâm đến và giữ mối liên hệ với Việt Nam, họ cũng chính là một cầu nối tích cực giữa hai quốc gia. Thêm vào đó là số người nhập cư ngày càng tăng trong những năm vừa qua. Nhóm dân số được sinh ra ở Việt Nam là cộng đồng người nhập cư lớn thứ sáu tại Úc, và Việt Nam đứng thứ năm trong số các quốc gia có lượng người nhập cư vĩnh viễn vào Úc cao nhất trong giai đoạn 2019 – 2020. Số liệu thống kê về người Việt Nam di cư tạm thời và nhập cư vĩnh viễn vào Úc theo loại thị thực đã được nêu chi tiết trong phần trước của bản báo cáo này.[98] Những mối liên kết như vậy giúp nâng cao nhận thức và hiểu biết xuyên văn hóa một cách sâu sắc, và điều này có thể được tận dụng để hỗ trợ hoặc đẩy mạnh phát triển kinh doanh theo những cách thức sáng tạo mới.

Bà Julie Bishop, Bộ trưởng Ngoại giao Australia (đứng giữa) tham dự một sự kiện tại Việt Nam vào năm 2018.

VÍ DỤ CỤ THỂ

Những kết nối mới trong kinh doanh

Công ty TNHH EzyRemit (EzyRemit Pty Ltd) là một công ty công nghệ tài chính (fintech) đặt tại thành phố Sydney, do Quốc Ngô và Allan Nguyễn thành lập vào Tháng 11 năm 2020, với mục đích cung cấp dịch vụ chuyển tiền dễ dàng và thuận lợi hơn. Năm 2015, anh Quốc Ngô, kỹ sư phần mềm với 20 năm kinh nghiệm, đã gặp một số khó khăn khi chuyển tiền từ Việt Nam tới Úc để mua căn nhà đầu tiên của mình. Anh đã hợp tác với cố vấn tài chính Allan Nguyễn để phát triển một mô hình chuyển tiền ít tốn kém, nhanh hơn và dễ sử dụng hơn, với lượng giao dịch đạt hơn 1 triệu đô-la Úc trong tháng đầu tiên. EzyRemit là thành viên của FinTech Úc, với đội ngũ nhân viên ở nhiều nơi tại Úc, và một văn phòng tại thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2021, EzyRemit đã cho ra mắt chương trình gửi kiều hối không mất phí về Việt Nam để giảm thiểu thanh toán quốc tế từ Úc tới Việt Nam khi người Việt Nam ở Úc gửi tiền cho gia đình của họ ở Việt Nam.[99] Đây là công ty khởi nghiệp đầu tiên trong lĩnh vực fintech của Việt Nam tại Úc, hiện đang đứng thứ sáu trong các công ty khởi nghiệp fintech trên thế giới, và thứ hai ở châu Á theo bảng xếp hạng fintech toàn cầu.[100]

Quỹ Khởi nghiệp Việt Nam Úc (SVFA) là một ví dụ khác về hợp tác trong lĩnh vực này. Tháng 5 năm 2021, SVFA được ra mắt, nhằm phát triển và hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo cho các sinh viên và doanh nhân Việt Nam tại Úc. Trong khi đó tại thành phố Hồ Chí Minh, ba sinh viện Khoa Kinh doanh và Quản trị thuộc Trường Đại học RMIT Việt Nam là Lạc Tú Châu, Hà Tuấn Nghiệp và Lê Khắc Yên Nhi, đã phát triển AgriBiz, một ứng dụng cổng thông tin và cơ sở dữ liệu điện tử về nông sản Việt Nam cho người tiêu dùng quốc tế. Ứng dụng này giúp khắc phục những khó khăn mà cả người tiêu dùng và nhà cung cấp gặp phải khi tìm kiếm những nông sản đáp ứng được tiêu chuẩn trong nước và quốc tế.[102]

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng khả năng ngoại ngữ, kiến thức văn hóa, và mạng lưới các cá nhân có hiểu biết về cả bối cảnh Việt Nam và Úc để hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình trên thị trường Úc. Những cá nhân này gồm có người Việt Nam định cư ở Úc, cựu du học sinh Việt Nam từng theo học các trường đại học Úc, và công dân (cả Úc và Việt Nam) đang sống ở nước ngoài và có kinh nghiệm với cả hai thị trường.

Tìm kiếm Tư vấn: Hệ sinh thái Úc-Việt Nam

Nguồn: Nhóm nghiên cứu RMIT

Mối liên kết con người với con người giữa hai quốc gia đang ngày càng mạnh lên, nhờ có giáo dục và cộng đồng đông đảo người Việt Nam đang ở Úc. Viện trợ phát triển mà Úc lâu nay vẫn dành cho Việt Nam gồm có các dự án thuộc khối tư nhân như những hợp tác với các tổ chức nghiên cứu của Úc.

Chính phủ Việt Nam nhấn mạnh giá trị của cộng đồng người Việt đang sinh sống ở nước ngoài, và vai trò của họ trong hỗ trợ hợp tác quốc tế, duy trì kết nối giữa cộng đồng và Ủy ban Nhà nước về Người Việt Nam ở Nước ngoài, thuộc Bộ Ngoại giao.[103] Giới trí thức Việt Nam ở nước ngoài có thể giúp Việt Nam nâng cao khả năng tiếp cận với khoa học, công nghệ và sáng tạo. Tại Úc, Đại sứ quán Việt Nam và Văn phòng Đại diện về Khoa học và Công nghệ tổ chức các cuộc họp định kỳ với các nhà khoa học gốc hoặc có liên hệ với Việt Nam và hiện đang làm việc tại Úc để mở mang hiểu biết về các năng lực của Úc trong tương quan với những ưu tiên của Việt Nam, và thắt chặt thêm liên kết giữa người với người.[104] Có nhiều nhà khoa học gốc Việt đang trực tiếp công tác tại Úc, và một số đã tham gia vào các dự án song phương giữa hai nước.[105]

Cộng đồng người Việt Nam tại Úc – được hình thành có những làn sống di cư và định cư – đang ngày càng chủ động xây dựng các liên kết cá nhân, văn hóa và kinh tế. Người di cư vì lý do gia đình, kinh tế hoặc giáo dục, thế hệ con cháu là công dân Úc gốc Việt, và gần đây là các chuyên gia Việt Nam, tất cả đều thường gây

dựng được các hoạt động kinh doanh cho cả hai nền kinh tế. Đây là một cộng đồng lớn gồm các lao động có trình độ, người làm công, đối tác, hoặc chuyên gia tư vấn; và họ đều ở vào vị trí đặc biệt để thu hẹp những khác biệt và xây dựng sự gắn kết, mạng lưới công việc, cũng như những mối quan hệ hiệu quả.

Các cựu du học sinh Việt Nam, tức các sinh viên và cựu sinh viên Việt Nam theo học tại các trường đại học của Úc, am hiểu cách vận hành của cả hai nền kinh tế qua quá trình học tập, thực tập và làm việc sau khi tốt nghiệp.

Những liên kết phát triển ngày càng mạnh mẽ giữa các lãnh đạo mới từ cả hai phía Úc và Việt Nam, thông qua các sáng kiến như chương trình Kế hoạch Colombo Mới (New Colombo Plan (NCP)), chương trình Đối tác Chiến lược Trẻ ASEAN- Úc (AASYP) do Chính phủ Úc tài trợ, Đối thoại Lãnh đạo Việt Nam – Úc (AVLD), và chương trình phát triển năng lực lãnh đạo và khả năng học hỏi cho các cá nhân (dưới 35 tuổi) trong giai đoạn đầu sự nghiệp Gen A của tổ chức phi lợi nhuận Viện Nghiên cứu Xã hội Châu Á tại Úc (Asia Society Australia).

Đối thoại Lãnh đạo Úc – Việt Nam (AVLD) là diễn đàn cho các nhà lãnh đạo trẻ xuất thân từ Úc và Việt Nam gặp gỡ và tạo lập những hiểu biết chung. AVLD nhận được sự ủng hộ từ Chính phủ Úc và Việt Nam. Năm 2021, chủ đề của đối thoại là Xây dựng Động lực hướng tới Úc và Việt Nam trong năm 2030: Những khát vọng và thách thức. Chủ đề của năm 2022 là Việt Nam Vươn lên, gồm một chuỗi các video và webinar đưa lại những góc nhìn sâu và thực tế về thương mại và đầu tư hai chiều từ các nhà lãnh đạo và chuyên gia sở tại ở Việt Nam.

Nước Úc tự hào là lựa chọn hàng đầu cho sinh viên Việt Nam tới sinh sống, học tập và làm việc tại các trường đại học và cao đẳng của Úc. Hơn 24.000 sinh viên Việt Nam đã đăng ký nhập học tại các cơ sở giáo dục đại học của Úc trong năm 2020. Bộ Ngoại giao và Thương mại ước tính hiện có hơn 50.000 cựu du học sinh Úc tại Việt Nam.[106]

Sinh viên Việt Nam đang học tập tại Úc không chỉ là những người trẻ tìm đi du học ở Úc. Họ có được những trải nghiệm thực tế về văn hóa Úc, và kinh nghiệm làm việc trong môi trường kinh doanh thông qua các chương trình thực tập và làm việc. Họ có hiểu biết sâu sắc, với những kỹ năng và kinh nghiệm về Úc, và là là mối liên kết tuyệt vời giữa con người với con người. Nhiều người trong số họ là thành viên của các nhóm cựu du học sinh chính thức ở cả Việt Nam và Úc, với sự gắn bó khăng khít với các ngành nghề trong xã hội. Ví dụ, một trong những mạng lưới cựu du học sinh lớn nhất và được thành lập sớm nhất tại Việt Nam là Câu lạc bộ Cựu sinh viên Úc tại Việt Nam, có 6.000 thành viên trải ra trên toàn lãnh thổ Việt Nam, đã hợp tác với Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam (AusCham Viet Nam), Cơ quan Phát triển Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc (Austrade) và các cơ sở giáo dục Úc để thúc đẩy và quảng bá các cơ hội kết nối nghề nghiệp và kinh doanh cho cựu du học sinh.

Các doanh nghiệp có thể tận dụng chuyên môn và thiện chí của các cá nhân trong công đồng người Úc gốc Việt, các cựu sinh viên Việt Nam đã từng học tập tại Úc (cựu sinh viên Việt Nam của Úc), và các công dân Việt Nam đang sinh sống tại Úc. Đây là mạng lưới vô cùng sâu rộng các tài nguyên "mềm" có thể tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp làm giàu thêm kiến thức, hiểu biết và năng lực của mình.

Kết luận

Vào đêm kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao, Úc và Việt Nam đã có một tình hữu nghị bền bỉ và ngày càng chia sẻ nhiều tương đồng, dù vẫn còn những điểm khác biệt và phức tạp, đồng thời đã sẵn sàng thắt chặt sự hợp tác song phương tích cực trên nhiều mặt.

2023 sẽ là năm đánh dấu nhiều thành tựu và tái khẳng định cam kết chung trong hiện thực hóa toàn bộ tiềm năng của mối quan hệ này, trong khi thế giới đang dần thoát khỏi đại dịch toàn cầu, với sự chắc chắn và linh hoạt cao hơn. Năm sau chúng ta mong đợi ngày càng nhiều doanh nghiệp thuộc các cộng đồng kinh doanh ở cả Úc và Việt Nam sẽ có thể nối lại hoạt động qua biên giới giữa hai nước.

Đã có một thành tựu đáng ghi nhận là quá trình liên tục mở rộng quan hệ thương mại và đầu tư của Việt Nam với Úc. Quá trình này đã đạt được một bước tiến lớn, được duy trì bền bỉ trong thời gian đại dịch, và còn có tiềm năng lớn để phát triển hơn nữa. Sự mở rộng diễn ra hài hòa, năng động và đang trên đà tăng trưởng, dưới tác động tích cực của quan hệ song phương và điều kiện thuận lợi từ các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA). Khuôn khổ hợp tác song phương còn tiếp tục phát triển. Với sự thúc đẩy từ Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế vừa được công bố, cùng với bản Kế hoạch Thực hiện, quan hệ song phương sẽ được hưởng lợi từ những nỗ lực chiến lược trong giai đoạn 4 năm tới, để vượt qua những thách thức và trở ngại ở nhiều lĩnh vực liên quan tới thương mại, đầu tư, đổi mới sáng tạo/ hợp tác công nghệ, khả năng di chuyển cao, và những kết nối giữa con người với con người.

Xúc tiến kinh doanh tại nước ngoài luôn có những khó khăn, nhưng kết quả thu về thường rất lớn. Úc mang lại sự kết hợp độc đáo giữa những cơ hội về thương mại, đầu tư và đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp Việt Nam có niềm tin vào bản thân, sẵn sàng dấn thân, thích ứng với các điều kiện của thị trường sở tại, với các bối cảnh văn hóa, và tận dụng được một hệ sinh thái có một không hai.

Phụ lục 1 - Dữ liệu Thương mại và Phân tích Chính sách

Tóm tắt

Quan hệ thương mại và đầu tư của Việt Nam với Úc có những tiềm năng lớn – đây là mối quan hệ mang tính tương hỗ cao, năng động và ngày càng phát triển. Những bất trắc trong môi trường thương mại toàn cầu, và sự cần thiết có một giai đoạn phục hồi kinh tế hậu đại dịch đang đặt ra cho Việt Nam một cơ hội quan trọng để xây dựng, đa dạng hóa và đẩy mạnh quan hệ đối tác kinh tế với Úc.

Những cơ hội có thể kể đến là: đa dạng hóa các nguồn nhập khẩu và thị trường xuất khẩu; gia tăng đầu tư và hợp tác kinh tế; nâng cao sức bền và sức bật của chuỗi cung ứng; và phát triển các lĩnh vực thương mại mới mang lại lợi ích cho cả hai nền kinh tế.

Có những cơ hội khả thi và rõ ràng ở các ngành khai thác tài nguyên, nông nghiệp, chế tạo và dịch vụ; trong đó bao gồm năng lượng có thể tái tạo được, hải sản, chế tạo điện, da giày, đồ nội thất, thực phẩm đã qua chế biến, thương mại phân phối, dịch vụ kỹ thuật số, du lịch và giáo dục.

Tối đa hóa khả năng bổ sung cho nhau trong thương mại và đầu tư. Mối quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Úc có tính chất bổ sung và hỗ trợ cho nhau ở các lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ và đầu tư. Khả năng bổ sung cho nhau này chính là nền tảng vững chắc để Việt Nam và Úc có thể mở rộng thương mại và đầu tư. Có những cơ hội để phát triển các chuỗi giá trị xuyên biên giới, xây dựng năng lực dịch vụ và củng cố các liên kết thương mại và đầu tư, mang lại lợi ích chung cho cả hai bên.

Thuận lợi từ cơ chế Chính sách Mở. Tương tự như Việt Nam, Úc là một nền kinh tế hướng ra bên ngoài với cơ chế chính sách tương đối cởi mở - nền kinh tế Úc có thuế quan thấp, vận hành chủ yếu dựa vào lĩnh vực dịch vụ và đầu tư nước ngoài. Những cơ chế này cùng tạo ra một nền tảng ổn định và cởi mở để mở rộng thương mại và đầu tư với Việt Nam. Một số biện pháp phi thuế quan – cả ở tại và vượt ra khỏi biên giới – cũng như các chính sách ngày càng chặt chẽ hơn trong quá trình thẩm định đầu tư nước ngoài, có tác động đến thương mại.

Đẩy mạnh mạng lưới các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) chung. Úc và Việt Nam cùng tham gia vào các mạng lưới mậu dịch tự do quy mô lớn trong khu vực. Cả hai đã ký kết nhiều hiệp định, trong đó có những hiệp định song phương. Sự tham gia vào các hiệp định mậu dịch tự do mang lại thuận lợi cho các nhà xuất khẩu và đầu tư Việt Nam, tháo gỡ các rào cản xuất khẩu, đảm bảo môi trường đầu tư chắc chắn hơn, cải thiện tính linh hoạt trong kinh doanh, và tạo điều kiện cho những khuôn khổ pháp lý thuận lợi cho dịch vụ và thương mại số.

Mở rộng thương mại và đầu tư năng động, ngày càng phát triển. Quan hệ thương mại của Việt Nam và Úc – dù còn tương đối sơ khai trong tương quan với các đối tác thương mại chủ chốt khác – đã phát triển mạnh trong thập kỷ vừa qua. Giá trị xuất khẩu và đầu tư của Việt Nam đang tăng, một số trường hợp đã đạt tốc độ cao hơn so với phần còn lại của thế giới. Có những cơ hội để mở rộng quan hệ hơn nữa ở các lĩnh vực tăng trưởng mới và đang nổi lên, đặc biệt trong dịch vụ và đầu tư.

Đẩy mạnh đa dạng hóa. Việt Nam ở vị trí thuận lợi để phát triển từ nền móng quan hệ thương mại có tính tương hỗ cao và ngày càng gia tăng với Úc khi cả hai nền kinh tế đều cùng tìm kiếm cơ hội đa dạng hóa thương mại và đầu tư trong khu vực để ứng phó với những bước phát triển trong môi trường kinh tế và chính sách. Tăng cường quan hệ đối tác có thể góp phần đa dạng hóa thương mại và đầu tư một cách sâu sắc hơn cho cả hai nền kinh tế, hỗ trợ những chuỗi cung ứng vững mạnh hơn, và tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình hồi phục thương mại.

Gia tăng giá trị, hiện thực hóa lợi ích chung. Việt Nam gia tăng giá trị cho hàng hóa, dịch vụ và xuất khẩu của Úc. Nhận định và mở rộng các liên kết chuỗi giá trị - giữa các lĩnh vực hiện có và lĩnh vực mới – sẽ cho phép Việt Nam tận dụng được các cơ hội tăng trưởng và cho phép cả hai quốc gia tối đa hóa lợi ích từ các hoạt động kinh tế hai chiều ngày một sôi động hơn. Lợi ích có thể được tăng cường thông qua quan hệ đối tác đầu tư, liên kết giữa các doanh nghiệp, và sự hợp tác kinh tế chặt chẽ hơn.

i. Tối đa hóa khả năng bổ sung cho nhau trong thương mại và đầu tư

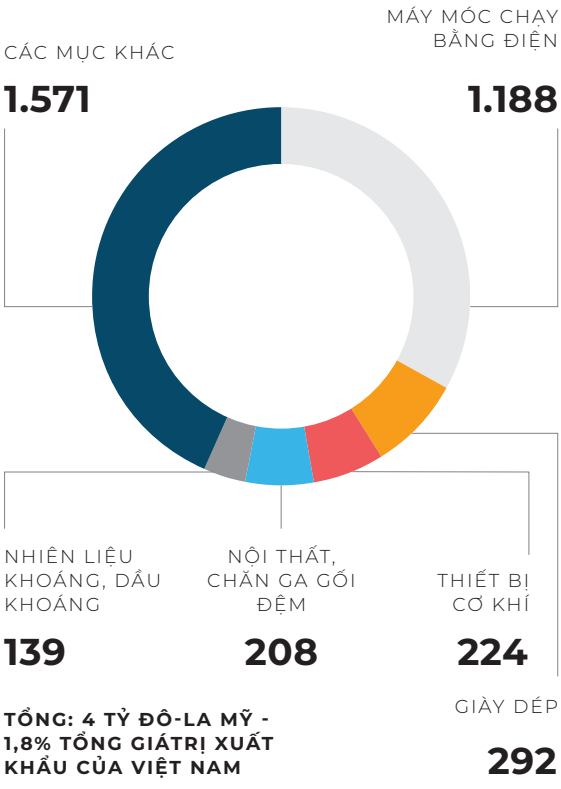
Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Úc có tính tương hỗ cao. Việt Nam đã xây dựng được năng lực chế tạo và xuất khẩu đáng để học hỏi trong các lĩnh vực hàng hóa công nghệ, may mặc và da giày, trong khi Úc là nhà sản xuất và xuất khẩu hàng đầu thế giới về hàng hóa và nông phẩm. Thương mại dịch vụ giữa Úc và Việt Nam phản ánh những lợi thế so sánh trong lĩnh vực lữ hành, vận tải và giáo dục. Hoạt động đầu tư cho thấy giá trị xuất khẩu giữa hai nước có khả năng bổ sung cho nhau cao.

Tính tương hỗ này là nền móng vững chắc để Việt Nam và Úc có thể mở rộng thương mại và đầu tư. Có những cơ hội để phát triển các chuỗi giá trị xuyên biên giới, xây dựng năng lực dịch vụ và củng cố những liên kết thương mại và đầu tư có lợi cho cả hai bên.

Thương mại và các chuỗi giá trị

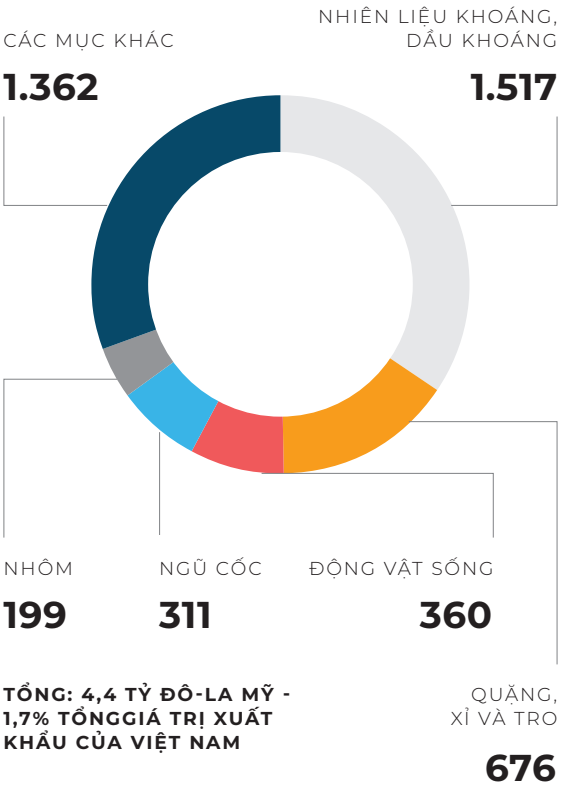
Thương mại hàng hóa có tính tương hỗ cao và tạo điều kiện thuận lợi cho các chuỗi giá trị xuyên biên giới. Thương mại hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam và Úc đạt hơn 8 tỉ đô-la Mỹ trong năm 2020 (xem biểu đồ tròn bên dưới). Mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Úc là sản phẩm chế tạo, chủ yếu là sản phẩm điện tử và may mặc. Trong khi đó, Úc xuất khẩu chủ yếu các khoáng sản và nông phẩm sang Việt Nam. Hai biểu đồ bên dưới cho thấy nhóm năm lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu của mỗi nền kinh tế.

Xuất Khẩu Của Việt Nam Sang Úc - 2020 (Triệu Đô-La Mỹ)



Nguồn: Bản đồ Thương mại của Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ITC)

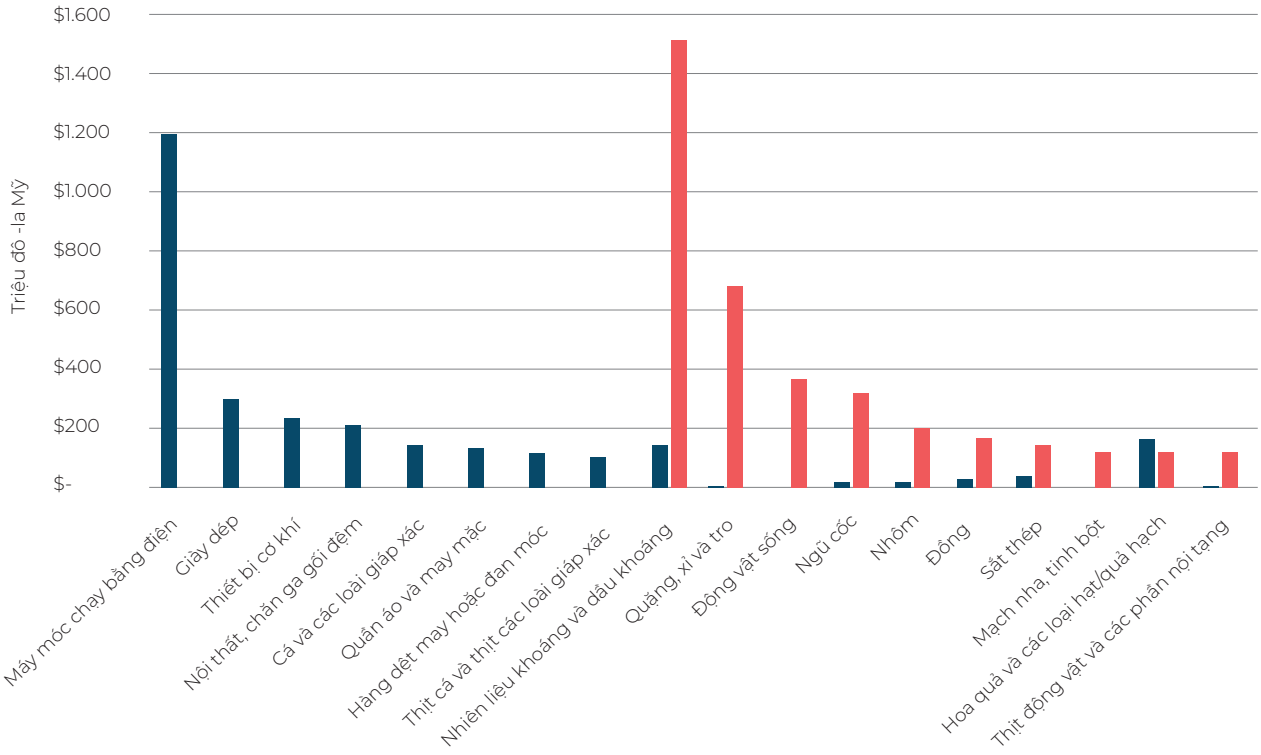
Xuất Khẩu Của Úc Sang Việt Nam - 2020 (Triệu Đô-La Mỹ)



Nguồn: Bản đồ Thương mại của Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ITC)

Biểu đồ trên cho thấy các hàng hóa xuất khẩu chủ lực giữa Việt Nam và Úc có tính bổ sung và hỗ trợ cao. Úc nhập khẩu các máy móc điện tử có tổng giá trị 1,2 tỉ đô-la Mỹ - trong đó điện thoại thông minh chiếm hơn một nửa tỉ đô-la Mỹ - từ Việt Nam trong năm 2020, cùng với các mặt hàng gia dụng, da giày và may mặc. Ở hướng ngược lại, mặt hàng chủ lực mà Úc xuất khẩu sang Việt Nam là nhiên liệu khoáng (chủ yếu là than), kim loại đã qua chế biến, nông phẩm và quặng sắt.

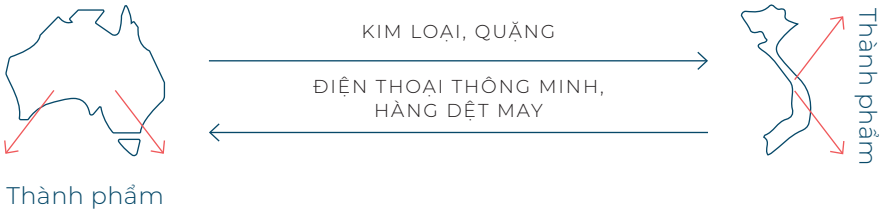
Tổng Quan Thương Mại Hàng Hóa Hai Chiều Việt Nam – Úc (2020)



Nguồn: Bản đồ Thương mại của Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ITC)

Tính chất bổ sung và hỗ trợ của hai nước không chỉ là nền tảng của thương mại song phương, mà còn hỗ trợ các chuỗi giá trị xuyên biên giới đang hoạt động trong khu vực. Các nhà sản xuất, chế tạo của Việt Nam tận dụng nguồn nguyên liệu thô chất lượng cao và kim loại đã qua chế biến của Úc để làm nguyên liệu đầu vào cho các hàng hóa sản xuất bán tại Việt Nam và xuất khẩu ra thế giới. Các doanh nghiệp Úc thông qua hoạt động kinh tế tìm kiếm các thành phẩm và nguyên liệu đầu vào từ Việt Nam, trong đó có máy móc, thiết bị, hàng dệt may và đồ nội thất; và chính những mặt hàng này đã góp phần hình thành giá trị của hàng hóa và dịch vụ tiêu thụ tại Úc hoặc xuất khẩu ra nước ngoài. Như vậy, hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam không chỉ là nguồn đầu vào thiết yếu cho hoạt động kinh tế tại Úc, mà còn là một phần giá trị giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của các thành phẩm của Úc (và ngược lại). Sự tham gia vào các chuỗi giá trị xuyên biên giới cho phép cả hai nền kinh tế cùng tăng trưởng thịnh vượng từ thành công của nhau.

Ví Dụ: Các Liên Kết Chuỗi Giá Trị Giữa Việt Nam Và Úc



KHUNG: HÀNG HÓA MÔI TRƯỜNG & NĂNG LƯƠNG TÁI TẠO ĐƯỢC – CƠ HỘI NGÀY CÀNG LỚN ĐỂ TẠO RA GIÁ TRỊ CHUNG

Năng lực ngày càng lớn của Việt Nam trong vai trò nhà sản xuất, chế tạo và xuất khẩu các hàng hóa môi trường và năng lượng có thể tái tạo được – cùng với trữ lượng rất lớn các khoáng sản trọng yếu của Úc và các chính sách gần đây nhằm hỗ trợ phát triển lĩnh vực này – tạo ra ngày càng nhiều cơ hội cho thương mại hai chiều, đầu tư chéo và quan hệ đối tác được duy trì liên tục.

Gia tăng xuất khẩu hàng hóa môi trường từ Việt Nam. Việt Nam đang nhanh chóng nổi lên là nhà sản xuất và xuất khẩu hàng loạt các hàng hóa môi trường để hỗ trợ năng lượng có thể tái tạo được, trong đó có cơ sở hạ tầng cho phong điện, linh kiện cho các hệ thống quang năng, và nguyên liệu đầu vào thiết yếu để sản xuất hi-đrô-gen. Từ năm 2015, giá trị xuất khẩu các mặt hàng này của Việt Nam đã tăng nhanh chóng – một số trường hợp tăng thêm hơn 500%.[1]

Úc và hàng hóa môi trường. Úc là nhà sản xuất chính của rất nhiều nguyên liệu đầu vào cho các sản phẩm trên, đồng thời sở hữu trữ lượng rất lớn các khoáng chất trọng yếu cần cho ngành năng lượng có thể tái tạo được. Úc là một trong ba quốc gia đi đầu trên thế giới về sản xuất lithi, cô-ban, quặng mangan, đất hiếm và zirconi,[2] tất cả đều cần thiết trong ứng dụng năng lượng tái tạo, đặc biệt là xe điện. Có nhiều dự án sẵn sàng đầu tư và đang trong giai đoạn tìm kiếm nguồn vốn, trong đó nhiều dự án đã được tập hợp lại trong danh mục triển vọng đầu tư mà Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade) đã công bố.[3] Vì ngày càng nhiều nhà sản xuất, chế tạo trên thế giới tìm kiếm cơ hội tham gia vào các hiệp định đối tác lâu dài với các nhà cung cấp các khoáng sản trọng yếu, nên các doanh nghiệp Việt Nam rất cần phải có những bước đi tương tự, và Úc mở ra nhiều cơ hội trong lĩnh vực này.

Tầm quan trọng ngày càng cao về mặt chính sách. Những hàng hóa này đang nhận được sự quan tâm ngày càng lớn về mặt chính sách từ các nền kinh tế trên thế giới, trong đó có Úc, vì các quốc gia đều đang tìm cách phát triển các ngành và công nghệ mới để giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu. Chính phủ Úc đã chú trọng chính sách theo hướng hỗ hợ lĩnh vực khai thác khoáng sản trọng yếu. Gói Thiết bị Khai khoáng Trọng yếu trị giá 2 tỉ đô-la Úc sẽ cung ứng khoản vay cho các nhà khai thác khoáng sản, nhằm hỗ trợ mở rộng quy mô và kết nối với các thị trường quốc tế, còn Quỹ Khám phá Tương lai trị giá 225 triệu đô-la Úc sẽ tạo điều kiện khai thác các khoáng sản mới.[4]

Nguồn: UN Comtrade, Geosciences Úc, Austrade, Văn phòng Thủ tướng Úc.

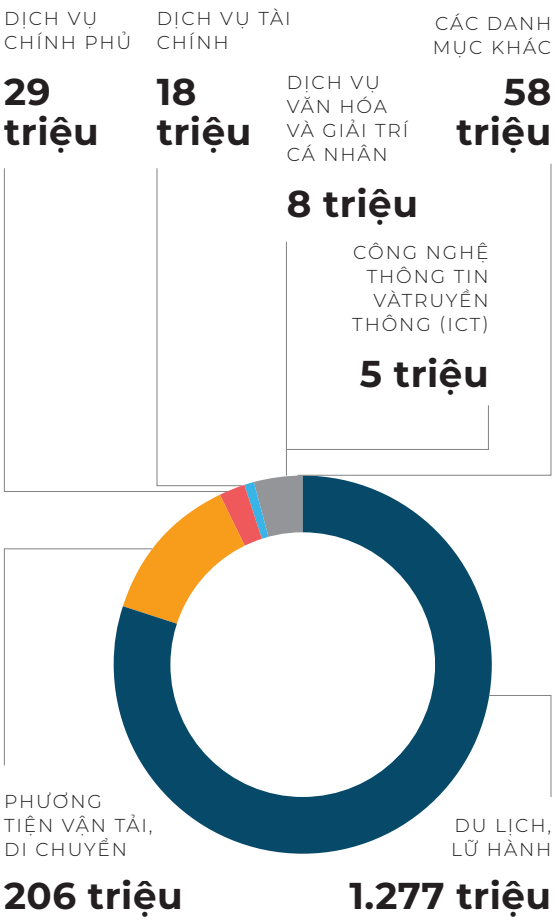
Năng lực dịch vụ

Thương mại dịch vụ phản ánh lợi thế cạnh tranh trong năng lực dịch vụ. Xuất khẩu của Việt Nam sang Úc chủ yếu ở lĩnh vực lữ hành và vận tải. Điều này thể hiện lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trong các dịch vụ này và nhất quán với cơ cấu xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam ra thị trường thế giới.[5] Tương tự, xuất khẩu giáo dục là lĩnh vực chủ đạo trong các dịch vụ được xuất khẩu từ Úc sang Việt Nam, nhất quán với cơ cấu tổng các loại hình xuất khẩu dịch vụ của Úc và lợi thế so sánh của Úc trong vai trò một điểm đến giáo dục trong khu vực.[6] Điều này cho thấy những lợi ích chung đầy tiềm năng khi mở rộng thương mại ở các lĩnh vực có ưu thế cạnh tranh.

1 Nguồn: UN Comtrade
2 Nguồn: Geoscience Australia, 2019, Australia's Identified Mineral Resources (https://www.ga.gov.au/scientific-topics/minerals/mineral-resources-and-advice/aimr)
3 Tham khảo tại https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/5572/Australian_Critical_Minerals_Prospectus.pdf.aspx
4 Tham khảo tại https://www.pm.gov.au/media/backing-australias-critical-minerals-sector
5 Dịch vụ du lịch là nguồn thu ngoại tệ lớn nhất của Việt Nam, đóng góp 58% kim ngạch xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam. Năm 2019, Cục Thống kê Việt Nam: https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist
6 ABS Cat 5368.0.55.004 - Thương mại Quốc tế: Thông tin Bổ sung, Năm Dương lịch, 2019. Xuất khẩu giáo dục sang Việt Nam đạt tới 1,46 tỷ đô-la Úc trong năm 2018/19, chiếm 80% xuất khẩu dịch vụ song phương. 'Xuất khẩu' chủ yếu là các dịch vụ liên quan đến du học sang Úc - sinh viên Việt Nam đang học tập tại Úc.

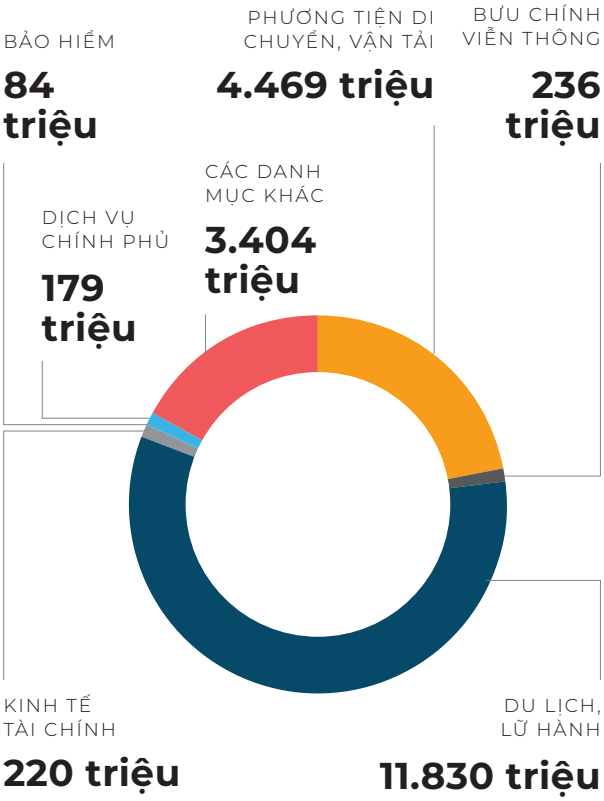
Tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ xuyên biên giới từ Việt Nam sang Úc đạt 1,5 tỉ đô-la Úc (tương đương 1,1 tỉ đô-la Mỹ) vào năm 2019. [7] Xuất khẩu lữ hành - người Úc tới Việt Nam du lịch [8] - chiếm hơn 80% xuất khẩu sang Úc, đạt giá trị trên 1,2 tỉ đô-la Úc. Xuất khẩu vận tải cũng đáng lưu ý (13%), dù đạt giá trị nhỏ hơn với 206 triệu đô-la Úc.

Xuất Khẩu Dịch Vụ Của Việt Nam Sang Úc – Giá Trị/ Tỉ Lệ (Đô-la Úc) (Nhập khẩu Úc Tổng cục Thống kê Úc)



Nguồn: Tổng cục Thống kê Úc, nhập khẩu vào Úc

Xuất Khẩu Dịch Vụ Của Việt Nam Ra Thế Giới Theo Lĩnh Vực/ Tỉ Lệ 2019 (Đô-la Úc)



Nguồn: : https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist

Các lĩnh vực chính khác gồm dịch vụ Chính phủ; dịch vụ kinh doanh khác; dịch vụ văn hóa và giải trí cá nhân, và công nghệ thông tin và truyền thông (ICT); [9] dù mới chiếm tỉ lệ nhỏ trong tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam sang Úc. Điều này cho thấy Việt Nam vừa có năng lực cạnh tranh cao trong xuất khẩu du lịch và lữ hành, vừa có tiềm lực phát triển các lĩnh vực dịch vụ khác.

Liên kết đầu tư

Hoạt động đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam tại Úc cho thấy nền kinh tế Úc và năng lực xuất khẩu của Việt Nam có tính tương hỗ cao. Quan hệ đầu tư không chỉ hỗ trợ sự phát triển của nền kinh tế và các ngành chế tạo, xuất khẩu của Việt Nam, mà còn là lĩnh vực then chốt cho hoạt động kinh tế và xuất khẩu tại Úc.

7 Nhập khẩu của Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 - hương mại Quốc tế: Thông tin Bổ sung, Năm Dương lịch, 2020

8 Du lịch cá nhân lên tới 1,228 tỷ đô-la Úc vào năm 2019 (hay 96%), du lịch công tác đạt 49 triệu đô la Úc (3,8%) và du lịch cho mục đích giáo dục, du học, đạt tới 16 triệu đô la Úc. 5368.0.55.004 - Thương mại Quốc tế: Thông tin Bổ sung, Năm Dương lịch, 2020.

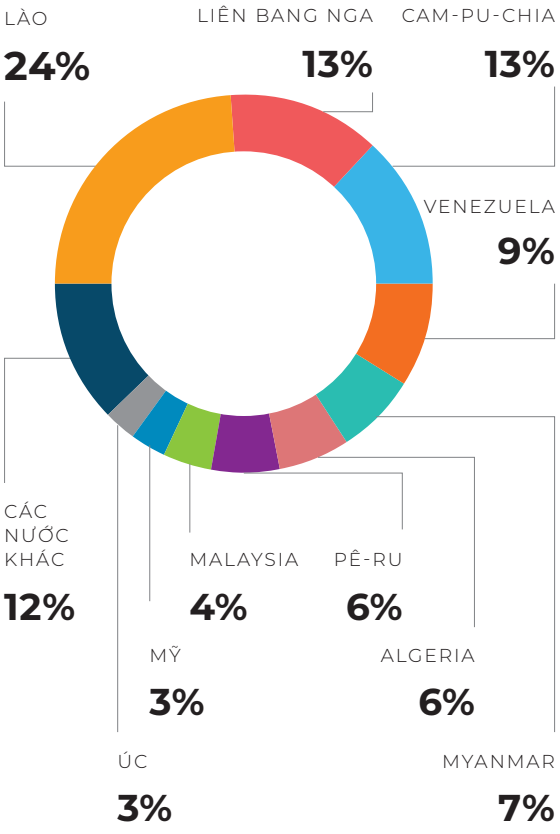
9 Tham khảo DFAT, Cơ quan Thương mại Dịch vụ Úc năm 2018-2019 để biết thêm về định nghĩa và phạm vi bao trùm của các hoạt động dịch vụ.

Giá trị đầu tư của Việt Nam tại Úc đạt 722 triệu đô-la Mỹ vào Tháng 9 năm 2020 [10], chiếm gần 3% tổng đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam. [11] Xét về giá trị, Úc đứng thứ 10, ngay sau Mỹ, trong tổng số 78 điểm đến đầu tư của Việt Nam.

Xét về ngành, đầu tư của Việt Nam vào Úc tập trung chủ yếu vào nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy hải sản; bán buôn và bán lẻ, và; chế tạo và chế biến. Theo sau là các ngành kinh doanh bất động sản, các hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm.[12] Xem biểu đồ bên dưới.

Điểm Đến Của Đầu Tư Trực Tiếp Từ Việt Nam Ra Nước Ngoài

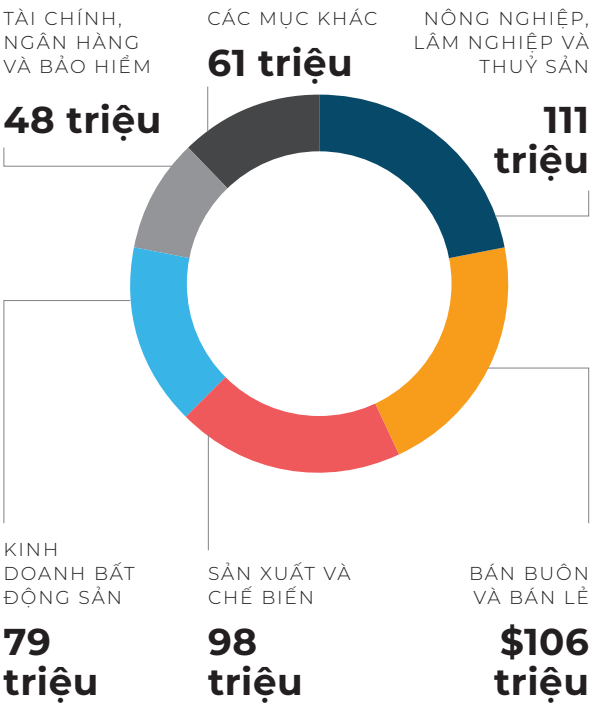
(Tích Lũy Vốn Đăng Ký Của Các Dự Án Đã Được Cấp Phép Tính Đến 31/12/20)



Nguồn: https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0420&theme=Investment

Đầu Tư Tại Úc Theo Hoạt Động Kinh Tế

(Tổng tích lũy vốn được đăng ký của việt nam từ 2003 đến tháng 9 năm 2021) (Đô-la Úc)



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

ii. Thuận lợi từ cơ chế chính sách cởi mở

Giống như Việt Nam, Úc là một nền kinh tế hướng ngoại với cơ chế chính sách tương rối rộng mở đối với hàng hóa, dịch vụ và đầu tư. Thuế quan ở mức thấp. Các lĩnh vực dịch vụ cởi mở hơn phần lớn các nền kinh tế trong khối các nước thuộc Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Giống như Việt Nam, Úc dựa vào đầu tư trực tiếp nước ngoài để tăng trưởng kinh tế, và nhìn chung có sẵn các chính sách khuyến khích đầu tư nước ngoài, trong đó đầu tư song phương với Việt Nam. Các điều kiện này cùng nhau tạo nên một cơ sở ổn định và cởi mở, từ đó mở rộng thương mại và đầu tư.

10 Tích lũy vốn đầu tư ra nước ngoài được đăng ký. Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam. https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0420&theme=Investment

11 Tổng tích lũy vốn đầu tư ra nước ngoài tính đến 20 Tháng 9 năm 2021 là 21.821 triệu đô-la Mỹ. Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam.

12 Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam.

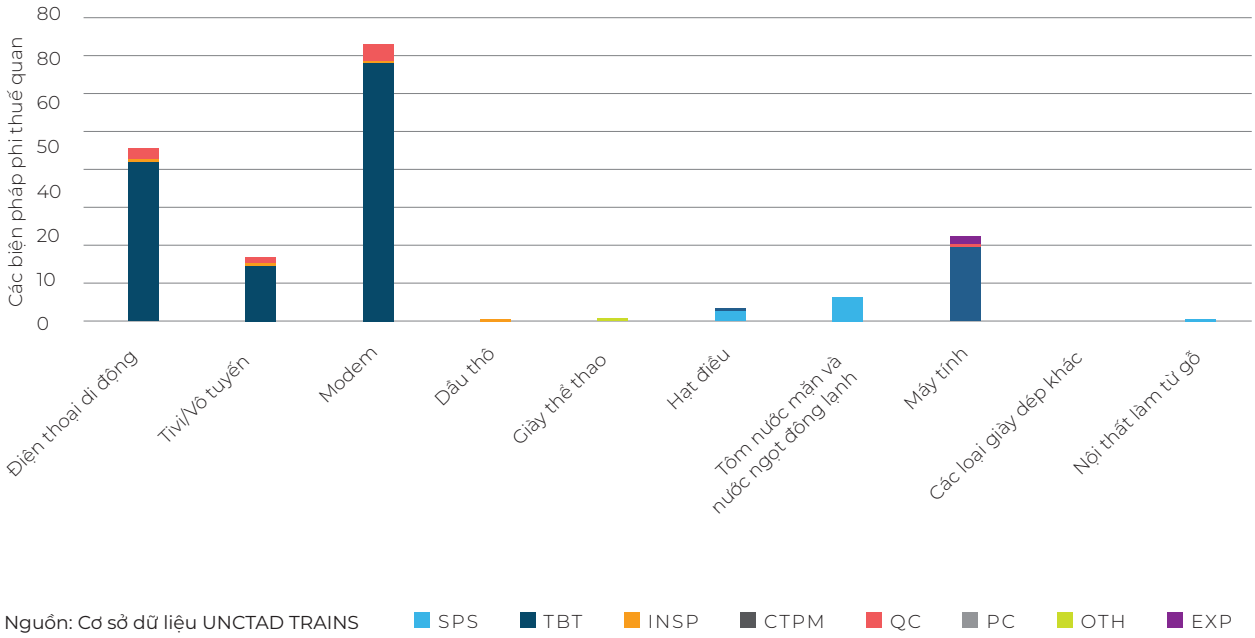
Tuy nhiên, một số những biện pháp chính sách có thể ảnh hưởng đến thương mại của Việt Nam với Úc. Những biện pháp này thường dưới hình thức các biện pháp phi thuế quan – cả ở tại và vượt ra khỏi khuôn khổ biên giới – cũng như dưới hình thức các chính sách ngày càng chặt chẽ hơn trong quá trình thẩm định đầu tư nước ngoài.

Chế độ pháp lý và thuế quan

Úc duy trì một số ít, và nói chung là thấp, hàng rào thuế quan đối với hàng hóa nhập khẩu. Thuế quan áp lên 10 nhóm hàng hóa hàng đầu từ Việt Nam xuất khẩu sang Úc là ở mức 5% hoặc thấp hơn. [13] Những chính sách của Úc có liên quan đến các nhà xuất khẩu Việt Nam chủ yếu là những quy định về thanh tra và cách ly, cũng như các biện pháp khác được áp dụng tại biên giới để bảo đảm các mục tiêu về y tế, an toàn và môi trường.

Ví dụ, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Úc phải tuân thủ một loạt biện pháp phi thuế quan (NTMs), trong đó có yêu cầu kỹ thuật như dán nhãn và đăng ký sản phẩm, các quy định về cách ly, kiểm tra chất lượng, và khai báo hải quan. Xem bảng dưới đây.

10 Lĩnh Vực Xuất Khẩu Chủ Lực Từ Việt Nam Sang Úc – Số Và Loại Biện Pháp Phi Thuế Quan [14]



Nguồn: Cơ sở dữ liệu UNCTAD TRAINS

13 Cơ sở dữ liệu về Thuế quan của WTO. Các chương về hệ thống hài hòa (HS) gồm: 84, 94, 85, 64, 61, 62, 03, 08, 27, và 16

14 Vệ sinh và Kiểm dịch động thực vật [SPS], Hàng rào Kỹ thuật đối với Thương mại [TBT], Kiểm duyệt trước khi Vận chuyển [INSP], Các Biện pháp bảo hộ Mậu dịch Dự phòng [CTPM], Các Biện pháp Kiểm soát số lượng [QC], Các Biện pháp Kiểm soát Giá cả [PC], Các Biện pháp Khác [OTH] , Các Piện pháp liên quan đến Xuất khẩu [EXP]. Tham khảo tại https://trains.unctad. org/Forms/TableViewDetails.aspx?mode=modify

Ví dụ về các biện pháp phi thuế quan ảnh hưởng đến xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc được minh họa như sau.

Ví dụ về các biện pháp phi thuế quan của úc ảnh hưởng đến một số hàng hóa xuất khẩu chủ lực của việt nam

Hàng hóa (mã HS)	Biện pháp phi thuế quan
Điện thoại di động (HS 851712)	· Nhà cung cấp phải được Cơ quan Truyền thông và Phương tiện Úc (ACMA) cấp cho một mã số nhà cung cấp · Tên thương hiệu và số linh kiện phải được in ít nhất một lần trên mỗi 2 mét dây cáp · Nhà cung cấp phải cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn hiện hành
Tôm nước mặn và tôm nước ngọt đông lạnh (HS 030617)	· Không nhập khẩu mọi loại tôm và thịt tôm chưa được nấu · Mọi loại thịt tôm nhập khẩu đều phải được nấu chín hoàn toàn trước khi xuất khẩu, trong một thiết bị được phê duyệt bởi một cơ quan có thẩm quyền được nêu trong *Danh mục các cơ quan thẩm quyền tại nước ngoài – Động vật biển được phép nhập khẩu của Úc*
Đồ nội thất gỗ (HS 940360)	· Hàng hóa không được có sâu và mầm bệnh · Mọi lô hàng gồm có các sản phẩm gỗ - ví dụ như phải tuân thủ các yêu cầu khắt khe trong Luật Cấm buôn bán gỗ trái phép của nước Úc. [15]
Hạt điều (HS 080132)	· Cấm các sản phẩm biến đổi gene · Tuân thủ quy định về hạn mức dư lượng hóa chất

Nguồn: UNCTAD TRAINS

Một số nông phẩm phải tuân thủ các quy định cách ly đầu vào.[16] Mọi hàng hóa ký gửi có giá trị trên 1.000 đô-la Úc phải kèm theo bản Khai báo Nhập khẩu Đầy đủ (FID), để được Lực lượng Bảo vệ Biên giới Úc và Bộ Nông nghiệp, Nguồn nước và Năng lượng phê duyệt.[17]

Các doanh nghiệp mong muốn xuất khẩu thực phẩm và nông sản vào thị trường Úc cần lưu ý tìm hiểu kỹ các quy định liên quan đến sản phẩm của mình. Bộ Nông nghiệp, Nguồn nước và Năng lượng lưu trữ toàn bộ các tài liệu trực tuyến để hướng dẫn tuân thủ.[18]

KHUNG: THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI: MỘT CỬA DUY NHẤT VÀ CƠ CHẾ PHÁP NHÂN XÁC TÍN

Úc có sẵn những cơ chế được đặt ra nhằm giảm bớt chi phí/ tác động của các thủ tục hành chính tại biên giới, và Việt Nam có thể tận dụng những cơ chế này để hoạt động xuất khẩu thuận lợi hơn. Ví dụ, Úc là thành viên của Hiệp định Thuận lợi hóa Thương mại (TFA) của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), do đó cam kết liên tục cải thiện và tạo thuận lợi cho quy trình xuất khẩu, nhập khẩu. Úc cũng hỗ trợ những nỗ lực thuận lợi hóa thương mại trong khu vực, hàng năm đóng góp khoảng 160 triệu đô-la Úc vào các chương trình thuận lợi hóa trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương.[19] Một cam kết lớn bắt nguồn từ Hiệp định Thuận lợi hóa Thương mại là việc triển khai hệ thống một cửa duy nhất nhằm tập trung xử lý và tạo điều kiện thuận lợi cho các thủ tục hải quan. Cửa duy nhất của Úc – Hệ thống Hàng hóa Tích hợp (ICS)[20] – đã đi vào hoạt động từ năm 2018 và là trung tâm xử lý hầu hết các giao dịch nhập khẩu.

Các nhà nhập khẩu thường xuyên (và xuất khẩu từ Úc) có thể nộp hồ sơ để được kiểm định theo khung tham chiếu Pháp nhân Xác tín của Úc (ATT).[21] Các cá nhân, doanh nghiệp đã được ATT kiểm định sẽ chỉ cần đáp ứng những yêu cầu giản lược về thanh tra và thủ tục hành chính.

Nguồn: WTO: Đánh giá Chính sách Thương mại Úc (2020)

15 Tham khảo tại https://www.agriculture.gov.au/forestry/policies/illegal-logging/importers
16 WTO: Đánh giá Chính sách Thương mại Úc (2020) (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp496_e.htm)
17 WTO: Đánh giá Chính sách Thương mại Úc (2020) (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp496_e.htm)
18 Tham khảo tại https://www.agriculture.gov.au/import
19 WTO: Đánh giá Chính sách Thương mại Úc (2020) (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp496_e.htm)
20 https://www.abf.gov.au/help-and-support/ics/integrated-cargo-system-(ics)
21 https://www.abf.gov.au/about-us/what-we-do/trustedtrader

Kiểm soát tại cảng và các thủ tục hành chính cũng ảnh hưởng đến thương mại. Theo Chỉ số Thuận lợi Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới, Úc xếp sau đa phần các nền kinh tế tiên tiến về thời gian và chi phí gắn với thủ tục nhập khẩu, trong đó hàng hóa đến mất trung bình 39 tiếng để hoàn thành các thủ tục hải quan, so với trung bình 8,5 tiếng của OCED.[22] Trung bình, sau khi vào cảng biển hoặc cảng hàng không, hàng hóa sẽ sẵn sàng để xuất ra sau 1,2 ngày.[23]

Môi trường pháp lý của Úc khá cởi mở đối với các ngành dịch vụ. Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ 2020 (STRI)[24] của Úc thấp hơn mức trung bình của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) và thấp so với các quốc gia khác. Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), Úc có Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) thấp hơn mức trung bình ở 21 trong tổng số 22 lĩnh vực.[25]

Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế trong các khu vực có liên quan đến những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Ví dụ, Úc áp dụng hình thức kiểm tra thị trường lao động đối với nhóm các nhà cung cấp dịch vụ như lưu chuyển nội bộ, dịch vụ hợp đồng, hoặc nhà cung cấp các dịch vụ độc lập cho một số ngành nghề. Có những yêu cầu về thường trú đối với thành viên ban lãnh đạo. Quy trình nộp đơn xét và cấp thị thực kinh doanh của Úc cũng khá phức tạp.[26] Cơ hội dành cho lao động tay nghề thấp còn hạn chế.

Xuất khẩu các dịch vụ vận tải cũng chịu ảnh hưởng của các biện pháp kiểm soát pháp lý. Xây dựng, dịch vụ giao hàng, dịch vụ vận chuyển hàng hóa, và dịch vụ bưu chính là các lĩnh vực mà Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Úc cao nhất so với chỉ số trung bình của tất cả các nước khác. Dịch vụ tư pháp, vận tải đường bộ, dịch vụ kế toán và dịch vụ thiết kế kỹ thuật là những lĩnh vực ít hạn chế nhất so với các nước châu Đại Dương và so với các nước có chỉ số thuận lợi nhất trên thế giới.[27]

Những hạn chế về thương mại dịch vụ kỹ thuật số xuyên biên giới là không đáng kể, với Úc là một trong những nước có quy chế pháp lý cởi mở nhất trong khối Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ Kỹ thuật số năm 2020 của Úc thấp hơn mức trung bình của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)– đồng hạng với Thụy Sĩ, Anh và Mỹ.[28]

Bảng sau đưa ra ví dụ các biện pháp chính sách tác động đến xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam sang Úc.

Ví Dụ Về Các Biện Pháp Chính Sách Của Úc Tác Động Đến Thương Mại, Xét Theo Lĩnh Vực Dịch Vụ Chủ Chốt

Lĩnh vực	Biện pháp
Tất cả các dịch vụ	**Quy định về quốc tịch** - Nếu doanh nghiệp chỉ có một giám đốc, vị giám đốc đó phải thường xuyên cư trú trại Úc. Nếu doanh nghiệp có hơn một giám đốc, ít nhất một (đối với công ty sở hữu chủ) hoặc hai (đối với công ty đại chúng) vị giám đốc phải thường xuyên cư trú tại Úc. Các công ty gọi vốn cộng đồng cần tuân thủ thêm các điều kiện khác. Chủ tịch và phần lớn ban lãnh đạo của Telstra phải là công dân Úc.
	Kiểm tra thị trường lao động - Nhìn chung, thị thực được cấp cho các nhóm những nhà cung cấp dịch vụ có kỹ năng chuyên môn, kiến thức và kinh nghiệm cần thiết mà Úc đang thiếu. Một số nhóm nhà cung cấp dịch vụ từ Việt Nam có đủ tư cách pháp nhân để cư trú tạm thời tại Úc theo cam kết từ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) của Úc.
	Hạn chế thời gian cư trú - Một số nhóm nhóm nhà cung cấp dịch vụ từ Việt Nam được phép vào Úc trong khoảng thời gian từ 12 tháng tới 4 năm, theo cam kết Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) của Úc. Ngoài ra, chương trình thị thực làm việc tạm thời (nhóm thị thực 400) cho phép cư trú tại Úc thêm tối đa 6 tháng mà không cần gia hạn thị thực.
Hậu cần và phân phối	**Có mặt tại địa phương để cung ứng xuyên biên giới** - Khi đóng vai trò môi giới hải quan tại Úc, các nhà cung cấp dịch vụ phải cung cấp dịch vụ tại và từ Úc.
	Quy định về cấp phép và giấy phép - Có một quy định về cấp phép cho các đại lý hàng hóa hàng không, sắp xếp, giao nhận và thanh toán vận tải hàng hóa bằng đường không. Những đại lý môi giới hải quản, dịch vụ kho bãi cũng cần phải được cấp phép. Doanh nghiệp làm dịch vụ cảng biển cần phải có giấy phép hoạt động do Bộ trưởng cấp.

22 https://www.doingbusiness.org/en/data/exploreeconomies/australia#DB_tab

23 Dữ liệu công bố thời gian của Lực lượng Biên phòng Úc đến năm 2016 cho thấy thời gian trung bình hàng hóa được thông qua từ hải quan cho đến khi tới nơi bằng đường hàng không hoặc đường biển. Theo nghiên cứu năm 2016, hàng hóa sẵn sàng được vận chuyển phân phát trong khoảng thời gian trung bình 1,2 ngày sau khi tới nơi. Dữ liệu này đồng nhất với nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới. http://www.homeaffairs.gov.au/research-and-stats/files/time-release-study-2016.pdf

24 Xem Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) tại https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=STRI

25 Xem Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD): Úc 2019 tại https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

26 Xem Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD): Úc 2019 tại https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

27 Xem Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD): Úc 2019 tại https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

28 Tham khảo tại https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=STRI_DIGITAL

Vận tải	**Quy định hạn chế sở hữu nước ngoài** - Theo Luật Cảng hàng không, 1996, giới hạn sở hữu nước ngoài trong các doanh nghiệp vận hành cảng hàng không là 49%. Ngoài ra, giới hạn sở hữu hãng hàng không của các doanh nghiệp vận hành cảng hàng không là 5%. Giới hạn 15% được áp dụng cho hình thức sở hữu chéo giữa các cặp doanh nghiệp vận hành cảng hàng không (thành phố Sydney và Perth, thành phố Sydney và Brisbane, và thành phố Sydney và Melbourne). **Các dịch vụ độc quyền** - Tổng công ty Bưu chính Úc là doanh nghiệp thuộc sở hữu của chính phủ và độc quyền vận chuyển một số loại thư tín. Tuy nhiên, dịch vụ chuyển phát nhanh và thư tín nói chung của tổng công ty vẫn hoạt động theo một thị trường cạnh tranh. Tổng công ty Theo dõi Đường sắt Úc (ARTC, một doanh nghiệp thuộc sở hữu của Chính phủ Liên bang) kiểm soát một số tuyến liên bang tại bang New South Wales. Các cơ quan của chính quyền bang New South Wales quản lý sự tiếp cận của các nhà cung cấp dịch vụ với những phần của mạng lưới đường bộ bang New South Wales vẫn còn nằm trong phạm vi kiểm soát của Chính quyền Liên bang. **Ngoại lệ vận tải ven biển và ngoài khơi** - Úc giữ quyền áp dụng hoặc duy trì bất cứ biện pháp nào đối với các dịch vụ vận tải ven biển và ngoài khơi. **Có mặt tại địa phương để cung ứng xuyên biên giới** - Mỗi hãng vận tải biển cung ứng dịch vụ vận tải quốc tế chở hàng hóa bằng đường biển tới và từ Úc phải, trong mọi lúc, được đại diện bởi một thể nhân thường trú tại Úc. **Quy định về quốc tịch** - Để được đăng ký tại Cục Đăng ký Hàng hải Úc, một con tàu phải chủ yếu thuộc sở hữu của Úc, hoặc được người vận hành ở Úc thuê với hình thức tàu trần. Trong trường hợp các phương tiện nhỏ, tàu phải hoàn toàn thuộc hoặc chỉ được vận hành bởi thường trú nhân tại Úc, công dân Úc, hoặc cả hai. Một con tàu thương mại phải thuộc sở hữu toàn bộ hoặc đa phần của Úc, được người vận hành ở Úc thuê với hình thức tàu trần, hoặc chỉ được vận hành bởi thường trú nhân tại Úc, công dân Úc, hoặc cả hai. Đại phó và máy trưởng của tàu phải là công dân Úc, hoặc thường trú nhân tại Úc. **Quy định về bằng cấp** - Thủy thủ phải có bằng đi biển do Cục An toàn Hàng hải Úc (AMSA) cấp. Nhân viên an toàn đường sắt phải có chứng chỉ xác nhận mình có những bằng cấp hoặc đơn vị năng lực nhất định.
Dịch vụ kinh doanh	**Quy định về đăng ký** - Có một cơ chế cấp phép bắt buộc, nhưng không đồng nhất, đối với các kỹ sư chuyên ngành tại bang Queensland, bang Victoria và bang New South Wales..
Công nghệ thông tin, truyền thông và nghe nhìn	**Thời lượng nội dung trong nước** - Cơ chế pháp lý quản lý ngành truyền thông bao gồm quy định về thời lượng nội dung do Úc sản xuất, và thời lượng cụ thể hơn đối với các nội dung về trẻ em, phim tài liệu và phim truyền hình Úc. Những định mức thời lượng này được áp dụng với các kênh truyền hình miễn phí và kênh trả tiền, và đảm bảo một lượng tối thiểu các nội dung được sản xuất và phát sóng là của Úc. Tối thiểu 5%-25% âm nhạc được phát đi phải là của Úc. Con số cụ thể phụ thuộc vào loại hình dịch vụ được cung cấp, trong đó các đài phát thanh chính thống và theo phong cách đương đại yêu cầu tỉ lệ cao nhất. Quy định về thời lượng này không áp dụng cho các dịch vụ chỉ có trên nền tảng số. **Hạn chế tỉ lệ sở hữu nước ngoài (các công ty do nhà nước quản lý)** - Tổng tỉ lệ sở hữu nước ngoài được hạn chế ở mức không hơn 35% cổ phần của Telstra. Đầu tư cá nhân hoặc qua các nhóm nước ngoài được hạn chế ở mức không hơn 5% cổ phần. NBN Co, tập đoàn đang xây dựng và vận hành Mạng Băng thông rộng Quốc gia (NBN) cố định và rất tiên tiến của Úc, hoàn toàn thuộc sở hữu của Chính phủ nước Úc. Đạo luật Công ty NBN nêu rõ Chính phủ Liên bang phải duy trì sở hữu toàn bộ NBN Co cho đến khi Mạng Băng thông rộng Quốc gia được hoàn thành. **Hạn chế về giấy tờ pháp lý** - Giấy phép phát sóng truyền hình thương mại chỉ được cấp cho những công ty đã đăng ký theo Luật Doanh nghiệp 2001. Với giấy phép phát thanh ra cộng đồng, bên được cấp phép phải là một công ty trách nhiệm hữu hạn theo mức bảo đảm. **Hạn chế trong quảng cáo** - Có quy định về lượng quảng cáo mà một đài phát thanh và truyền hình được dùng trong mỗi giờ phát sóng, bao gồm quy định một số khung thời gian nhất định trong ngày dành để phát các quảng cáo của Úc. **Quy định có mặt tại địa phương** - Telstra được yêu cầu phải đặt trụ sở chính, cơ sở hoạt động và địa điểm doanh nghiệp tại Úc. **Quy định về biểu diễn** - Úc giữ quyền áp dụng hoặc duy trì, theo Chương trình Đồng sản xuất Quốc tế, các thỏa thuận đồng sản xuất được ưu tiên đối với phim và sản phẩm truyền hình. Tư cách đồng sản xuất chính thức, có thể được cấp cho một đơn vị đồng sản xuất theo những thỏa thuận về đồng sản xuất nói trên, cho phép áp dụng những quy định ứng xử quốc gia đối với những sản phẩm thuộc khuôn khổ các thỏa thuận này.
Recreational services	**Hạn chế về tiếp cận thị trường và quy định ứng xử quốc gia** - Úc giữ quyền áp dụng hoặc duy trì bất cứ biện pháp nào có liên quan đến nghệ thuật sáng tạo, sự thể hiện văn hóa bản địa truyền thống và các di sản văn hóa khác.[29]

Nguồn: Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI), Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Đánh giá Chính sách Thương mại, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)

29 Sáng tạo nghệ thuật" có nghĩa là: nghệ thuật biểu diễn (bao gồm sân khấu trực tiếp, khiêu vũ và âm nhạc); nghệ thuật kích thích thị giác; văn học (trừ các tác phẩm văn học được truyền tải dưới dạng điện tử); và các tác phẩm nghệ thuật kết hợp, bao gồm cả những tác phẩm sử dụng công nghệ mới để tránh hình thức nghệ thuật rời rạc. Đối với các buổi biểu diễn trực tiếp "sáng tạo nghệ thuật", như đã được giải thích ở trên, không vượt ra ngoài các khoản trợ cấp để đầu tư vào hoạt động văn hóa của Úc. Văn hóa" có nghĩa là: di sản dân tộc học, khảo cổ học, lịch sử, văn học, nghệ thuật, khoa học kỹ thuật hoặc di sản được xây dựng hoặc di chuyển bằng công nghệ, bao gồm các bộ sưu tập được lập thành văn bản, lưu giữ và triển lãm di sản của các bảo tàng, phòng trưng bày, thư viện, kho lưu trữ và các tổ chức sưu tầm di sản khác.

Những thay đổi chính sách gần đây đã trở nên cởi mở hơn. Trong khi môi trường pháp lý đối với các ngành dịch vụ đã tương đối ổn định trong những năm vừa qua, Úc đã tiến hành những bước tự do hóa vừa phải có liên quan đến luồng dân cư năm 2018. Thêm vào đó, một số biện pháp thuận lợi và cởi mở đã được áp dụng để ứng phó với cuộc khủng hoảng COVID-19, ví dụ, Úc đã tạm dừng bắt buộc chiếu 55% nội dụng của Úc trên các nền tảng truyền hình miễn phí và có đăng ký trả tiền. [30]

Tuy nhiên, những hạn chế gần đây trong hoạt động lữ hành, xuất cảnh và nhập cảnh vào Úc – phải áp dụng vì là một phần trong những biện pháp ứng phó với COVID-19 – đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng di chuyển của lực lượng lao động và tác động tiêu cực đến sự vận hành của các lĩnh vực dịch vụ chủ chốt và thương mại – bao gồm với Việt Nam – trong đó các dịch vụ giáo dục, du lịch và vận tải đặc biệt đặc biệt bị ảnh hưởng.

Điều này phù hợp với trọng tâm mà Úc đang hướng đến nhằm xây dựng thương mại dịch vụ quốc tế trong khu vực. Ví dụ, Kế hoạch Hành động Xuất khẩu Dịch vụ của Úc, [31] một chiến lược của ngành và của chính phủ nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu dịch vụ Úc, xác định năm kết quả vĩ mô cần chú trọng: thương mại quốc tế tự do và cởi mở trong lĩnh vực dịch vụ; những hệ thống và nguyên tắc mang lại hiệu quả tốt nhất; kỹ năng và tài năng đẳng cấp thế giới; dịch vụ tối tân và được quốc tế hóa, và; những chính sách và chiến lược kinh doanh dựa trên cơ sở thông tin thực tiễn. Doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng những cơ chế chính sách này để xây dựng quan hệ đối tác với các doanh nghiệp Úc đang tham gia vào hoạt động thương mại trong khu vực.

Khuôn khổ đầu tư

Úc nhìn chung cởi mở với đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, ở một số điểm trong quy định về đầu tư, cơ chế chính sách của Úc có nhiều quy định nghiêm ngặt hơn các nền kinh tế tiên tiến khác.[32]

Chỉ số Hạn chế Pháp lý đối với Đầu tư Trực tiếp Nước ngoài của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) [33] cho thấy bản thân chế độ chính sách của Úc không quá khó khăn (đạt 0,149 vào năm 2020, so với mức tối đa 1,0, và gần với chỉ số 0,13 của Việt Nam), và chỉ ra rằng mức độ hạn chế đã giảm bớt kể từ năm 1997 (khi đó chỉ số của Úc là 0,2), theo kịp được xu hướng chung trong khối Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Trong tương quan với các quốc gia khác, cơ chế đầu tư trực tiếp nước ngoài của Úc xếp trên (có nhiều hạn chế hơn) mức trung bình của các nước Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), mặc dù thấp hơn nước Canada, nước Niu Di-lân và và nước Băng Đảo (Iceland).

Theo lĩnh vực/ngành, chỉ số hạn chế của Úc cao hơn mức trung bình của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) ở tất cả các lĩnh vực, trừ đánh bắt cá, phát thanh và truyền hình. Các lĩnh vực có nhiều quy định pháp lý khắt khe nhất, so với mức trung bình của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), là đầu tư đất động sản; viễn thông (di động và cố định) và truyền thông; lâm nghiệp và nông nghiệp, và vận tải đường không. [34]

Một cơ chế sâu rộng thẩm định đầu tư nước ngoài được áp dụng cho các dự án đầu tư. Úc quản lý đầu tư nước ngoài vào thị trường nội địa thông qua một loạt cơ chế nhằm cân bằng giữa lợi ích kinh tế và rủi ro của đầu tư nước ngoài, và duy trì niềm tin của cộng đồng rằng đầu tư nước ngoài mang lại lợi ích quốc gia. [35] Chính sách cốt lõi là một cơ chế thẩm định đầu tư nước ngoài được áp dụng cho những dự án đầu tư có số vốn vượt ngưỡng. Chính sách này quy định nhà đầu tư nước ngoài phải chuyển bản kế hoạch đầu tư đã đạt những tiêu chí nhất định tới Bộ trưởng Bộ Ngân khố, người có thể cấm dự án đầu tư đó, hoặc áp đặt điều kiện lên quá trình thực thi dự án (khi thích hợp), để đảm bảo rằng những dự án này không đi ngược lại lợi ích quốc gia hoặc an ninh quốc gia. [36] Xem khung bên dưới.

30 Tham khảo tại OECD Services Trade Restrictiveness Index (STRI): Australia 2019 at https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

31 https://www.services-exports.gov.au/sites/default/files/2021-03/australias_services_exports_action_plan.pdf

32 https://www.pc.gov.au/research/completed/foreign-investment

33 Tham khảo tại https://stats.oecd.org/Index.aspx?datasetcode=FDIINDEX#. Ủy ban Năng suất chỉ ra rằng có một số hạn chế trong cách tính chỉ số của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Ví dụ, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) sử dụng cách đánh giá chủ quan để đo sức mạnh của những hạn chế pháp định, mà không tính đến quy trình thẩm định đầu tư vốn được đặt ra vì mục đích an ninh quốc gia, và không đánh giá những hạn chế pháp định này được thực thi ra sao.

34 Đánh giá này dựa trên một loạt các biện pháp có thể tác động đến thương mại dịch vụ, chẳng hạn như

35 Được nêu trong Luật Đầu tư và Sát nhập Nước ngoài 1975 và Luật Áp Thuế Đầu tư và Sát nhập Nước ngoài 2015, cùng với các quy định có liên quan. Xem nghiên cứu của Ủy ban Năng suất, Đầu tư nước ngoài vào Úc, Tháng 6 2020 tại at https://www.pc.gov.au/research/completed/foreign-investment

36 https://firb.gov.au/sites/firb.gov.au/files/2021-01/Australias_foreign_investment_policy.pdf Một người nước ngoài có được yêu cầu chuyển bản kế hoạch đầu tư của mình lên Bộ trưởng Bộ Ngân khố hay không phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó có: nhà đầu tư là một chính phủ nước ngoài hay là phi chính phủ; loại hình đầu tư; nguồn đầu tư có khả năng gây quan ngại cho an ninh quốc gia hay không; ngưỡng vốn phù hợp với dự án đầu tư; và bất cứ cam kết từ Hiệp định Thương ại Tự do (FTA) nào.Một người nước ngoài có được yêu cầu chuyển bản kế hoạch đầu tư của mình lên Bộ trưởng Bộ Ngân khố hay không phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó có: nhà đầu tư là một chính phủ nước ngoài hay là phi chính phủ; loại hình đầu tư; nguồn đầu tư có khả năng gây quan ngại cho an ninh quốc gia hay không; ngưỡng vốn phù hợp với dự án đầu tư; và bất cứ cam kết từ Hiệp định Thương ại Tự do (FTA) nào.

KHUNG – CƠ CHẾ THẨM ĐỊNH ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI CỦA ÚC

Tất cả các khoản đầu tư nước ngoài vượt những ngưỡng vốn đã quy định đều phải trải qua quá trình thẩm định theo những tiêu chí của "bài kiểm tra lợi ích quốc gia" hoặc hẹp hơn là "bài kiểm tra an ninh quốc gia". Đa phần các dự án đầu tư đều được đánh giá dựa trên bài kiểm tra lợi ích quốc gia, nếu dự án đó chạm đến ngưỡng kiểm soát vốn nói trên. Một số dự án không chạm đến ngưỡng kiểm soát vốn, nhưng đặt ra những quan ngại về an ninh quốc gia có thể được thẩm định theo bài kiểm tra an ninh quốc gia.

Bộ trưởng Bộ Ngân khố cân nhắc liệu có bằng chứng cho thấy dự án đầu tư cần xem xét đó có đi ngược lại lợi ích quốc gia hoặc an ninh quốc gia của Úc hay không. Nếu Bộ trưởng Bộ Ngân khố không có hành động gì, những dự án thuộc diện phải thẩm định đó sẽ được coi là đã được phê duyệt sau khi qua khoảng thời gian pháp định. Nếu Bộ trưởng Bộ Ngân khố nhận định rằng dự án đầu tư nước ngoài đó đi ngược lại lợi ích quốc gia hoặc an ninh quốc gia, thì Bộ trưởng có thể:

- ra lệnh cấm triển khai dự án đầu tư
- cho phép thực hiện dự án, nhưng áp đặt thêm điều kiện
- ra lệnh hủy dự án nếu nó đã được triển khai.

Tuy nhiên, giả định chung luôn là đầu tư nước ngoài mang lại lợi ích, xét trên vai trò quan trọng của đầu tư nước ngoài trong nền kinh tế Úc. Vì lý do này, khi xác định thấy nguy cơ rủi ro với lợi ích quốc gia và an ninh quốc gia, hướng tiếp cận phổ biến là phê duyệt dự án và yêu cầu tuân thủ các điều kiện được thiết kế nằm bảo vệ lợi ích quốc gia và an ninh quốc gia.

Khái niệm **lợi ích quốc gia** không được pháp luật định nghĩa, nhưng các văn bản chính sách chỉ ra rằng, khi đánh giá lợi ích quốc gia, Chính phủ thường cân nhắc:

- an ninh quốc gia, dựa trên đánh giá của các cơ quan an ninh
- tính cạnh tranh; cụ thể, liệu dự án đầu tư có cho phép kiểm soát nguồn cung ứng một loại sản phẩm vào thị trường nội địa hay không
- thuế và tác động môi trường của dự án đầu tư
- tác động lên nền kinh tế và cộng đồng, trong đó có người làm công, bên cho vay vốn và các bên liên quan khác
- nhân cách của nhà đầu tư; cụ thể, liệu họ có tiến hành kinh doanh trên cơ sở minh bạch thương mại và tuân thủ những quy định về minh bạch và kiểm tra giám sát ở nước họ hay không.

Đối với bài kiểm tra **an ninh quốc gia**, Chính phủ cân nhắc khía cạnh các dự án đầu tư có ảnh hưởng đến khả năng Úc bảo vệ lợi ích an ninh và chiến lược của mình hay không. Quá trình đánh giá dựa trên tham vấn với các cơ quan an ninh quốc gia có liên quan trước khi đưa ra quyết định một dự án đầu tư có gây ra nguy cơ nào với an ninh quốc gia hay không.

Từ năm 2015, Tổng cục Thuế nước Úc chịu trách nhiệm quản lý đánh giá các dự án bất động sản dân dụng.

Theo Luật Áp Thuế, các nhà đầu tư nước ngoài phải trả một khoản phí thẩm định khi chuyển hồ sơ kế hoạch đầu tư của mình tới Bộ trưởng Bộ Ngân khố.

Nguồn: https://firb.gov.au/sites/firb.gov.au/files/2021-01/Australias_foreign_investment_policy.pdf; https://www.pc.gov.au/research/completed/foreign-investment;

Ngoài cơ chế thẩm định đầu tư nước ngoài, Chính phủ Úc còn có một số biện pháp ở cấp trung ương để quản lý đầu tư. Các biện pháp chính sách ảnh hưởng đến đầu tư gồm có những hạn chế sở hữu nước ngoài cụ thể trong một số lĩnh vực, và những biện pháp kiểm soát mua bán bất động sản và đất đai đối với những người không phải là công dân hoặc thường trú nhân. Những biện pháp này được tổng hợp lại ở bảng sau.

Các Biện Pháp Chính Sách Của Úc Đối Với Đầu Tư Nước Ngoài

Kiểm soát bằng chính sách	Biện pháp
Hạn chế sở hữu nước ngoài	Tổng sở hữu nước ngoài trong một hãng hàng không của Úc (bao gồm Qantas) không vượt quá 49% (với ngưỡng tối đã cho một nhà đầu tư nước ngoài là 35%)
	Luật Cảng hàng không 1996 giới hạn sở hữu nước ngoài ở một số sân bay là 49%, với mức trần 5% sở hữu một hãng hàng không; và giới hạn sở hữu chéo (khi một nhà đầu tư nước ngoài sở hữu hơn 15% sân bay thành phố Sydney) giữa sân bay thành phố Sydney và một trong các sân bay tại các thành phố Melbourne, Brisbane hoặc Perth.
	Luật Đăng ký Vận tải đường thủy 1981 quy định một con tàu sẽ được đăng ký tại Úc khi phần lớn con tàu thuộc sở hữu của công dân hoặc thường trú nhân Úc.
	Tổng sở hữu nước ngoài của Telstra được giới hạn ở 35%, và mỗi nhà đầu tư nước ngoài chỉ được sở hữu tối đa 5%.
Hạn chế mua bán đất đai	Người nước ngoài không thuộc diện thường trú nhân chỉ có thể đầu tư bất động sản dân dụng nếu khoản đầu tư đó (trực tiếp) góp thêm và quỹ nhà xây mới – nói cách khác, họ không thể tham gia mua bán các bất động sản đã hoàn thiện.
	Người tạm trú chỉ có thể mua một bất động sản đã hoàn thiện nếu nó được sử dụng làm chỗ ở cho họ, và sẽ được bán đi khi họ rời Úc.
	Các nhà đầu tư nước ngoài muốn mua hoặc đầu tư vào bất động sản dân dụng tại bang Victoria (VIC), bang New South Wales (NSW), bang Queensland (QLD), bang Nam Úc (SA), bang Tây Úc (WA) và bang Tasmania (TAS) cần phải trả một khoản thuế chuyển nhượng đất. Khoản thuế này chỉ áp dụng khi mua đất dân dụng có gắn với nghĩa vụ thuế chuyển nhượng.

Nguồn: https://www.pc.gov.au/research/completed/foreign-investment; WTO Trade Policy Review

Tại Việt Nam, các nhà đầu tư cần có giấy phép đầu tư do các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp. Họ cần được cấp phép khi muốn đầu tư ra nước ngoài, trong đó có Úc. Xem khung bên dưới.

KHUNG: ĐẦU TƯ TỪ VIỆT NAM RA NƯỚC NGOÀI

Các nhà đầu tư Việt Nam cần được cấp phép khi muốn đầu tư ra nước ngoài, trong đó có Úc. Việt Nam quản lý các dự án đầu tư từ Việt Nam ra nước ngoài để "cân bằng các nguồn lực tài chính giữa các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài và nhu cầu cao về đầu tư nội địa trong khi bảo đảm rằng đầu tư ra nước ngoài phù hợp với những cam kết và quy định khác của quốc gia". Các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài phải tuân thủ theo Luật Đầu tư 2020 và Chương VI của Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ban hành ngày 26 Tháng 3 năm 2021, hướng dẫn thi hành một số điểm trong Luật Đầu tư.

Những quy trình cấp phép áp dụng cho việc triển khai đầu tư trực tiếp nước ngoài ở một quốc gia khác. Các nhà đầu tư cần có một giấy phép đăng ký đầu tư ra nước ngoài (OIRC) do Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) cấp, và tùy thuộc vào quy mô dự án, có thể cần được Thủ tướng hoặc Quốc hội Việt Nam phê duyệt. ▶

37 Khả năng nhà đầu tư nước ngoài đóng góp gián tiếp vào quỹ nhà xây mới (ví dụ, người bán một bất động sản đã hoàn thiện dùng tiền bán nhà làm vốn đầu tư vào một dự án nhà xây mới) không được chính sách của Chính phủ cân nhắc đến. https://www.pc.gov.au/research/completed/foreign-investment

Các dự án có vốn đầu tư ra nước ngoài trên 20 tỉ đồng Việt Nam (tương đương khoảng 864.000 đô-la Mỹ) và các dự án cần chính sách đặc biệt phải tuân thủ theo sự phê duyệt của Quốc hội, dựa trên báo cáo của một Hội đồng Thẩm định do Thủ tướng thành lập. Các dự án đầu tư ra nước ngoài trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán, báo chí, phát thanh, viễn thông, và bất động sản có giá trị trên 400 tỉ đồng Việt Nam (tương đương gần 17,2 triệu đô-la Mỹ) cần được Thủ tướng phê duyệt. Các cá nhân có thể đầu tư ra nước ngoài theo quy định trong Nghị định số 31/2021/NĐ-CP.

Ngoài giấy chứng nhận đăng ký đầu tư ở nước ngoài (OIRC), nhà đầu tư Việt Nam cũng phải mở một tài khoản vốn đầu tư trực tiếp tại một cơ sở tài chính được cấp phép tại Việt Nam, và các giao dịch đầu tư trực tiếp sẽ được thực hiện qua tài khoản này. Theo định kỳ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (SBV) quy định cung cấp các khoản vay ngoại tệ sẵn có cho các dự án đầu tư ra nước ngoài, theo các chính sách tiền tệ và quản lý ngoại tệ của Việt Nam. Các bản báo cáo hàng quý và hàng năm do các nhà đầu tư Việt Nam soạn thảo, theo Điều 73 của Luật Đầu tư, là phương tiện để giám sát quá trình triển khai đầu tư ra nước ngoài.

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam; (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp496_e.htm; https://www.vietnameselawblog.com/how-to-make-an-outward-investment-as-a-vietnamese-citizen/; https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33598/Vietnam-2019-Investment-Policy-and-Regulatory-Review.pdf?sequence=1&isAllowed=y

iii. Đẩy mạnh mạng lưới Các Hiệp định Thương mại Tự do chung

Úc và Việt Nam cùng tham gia vào các mạng lưới mậu dịch tự do (FTA) quy mô lớn trong khu vực. Cả hai đã ký kết nhiều hiệp định, trong đó có những hiệp định song phương. Việt Nam và Úc đều là thành viên của Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA), Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP).

Sự tham gia vào các hiệp định mậu dịch tự do mang lại thuận lợi cho các nhà xuất khẩu và đầu tư Việt Nam, tháo gỡ các rào cản thuế quan đối với xuất khẩu, mang lại môi trường đầu tư chắc chắn hơn, cải thiện tính linh hoạt trong kinh doanh, và tạo điều kiện cho những khuôn khổ pháp lý thuận lợi cho dịch vụ và thương mại số.
.

Lợi thế cho các nhà xuất khẩu

Các nhà xuất khẩu Việt Nam được hưởng lợi từ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) toàn diện với Úc. Úc có mạng lưới thương mại tự do (FTA) rộng lớn, bao gồm nhiều đối tác thương mại trong khu vực. Trong mạng lưới này có Việt Nam và cũng có cả những đối thủ cạnh tranh lớn trên thị trường Úc – trừ châu Âu và nước Anh, vì các hiệp định song phương với hai đối tác này vẫn còn đang trong giai đoạn bàn thảo.

Là một thành viên của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Việt Nam được hưởng lợi từ cơ chế tự do và cởi mở khi tiếp cận thị trường Úc ở mọi mặt toàn diện của hoạt động kinh tế, hỗ trợ thương mại – không chỉ tiếp cận thị trường cho các hàng hóa và dịch vụ xuyên biên giới, mà còn nâng cao tính linh động trong kinh doanh, mở rộng đầu tư và thương mại số. Mặc dù những điều kiện này cũng được dành cho các đối thủ cạnh tranh lớn là Singapore, Niu Di-lân, Nhật Bản và Malaysia[38], nhưng với tư cách thành viên của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Việt Nam đang ở vào một vị trí thuận lợi với Úc để có thể tận dụng được lợi thế, đẩy mạnh phát triển thương mại với Úc. Việt Nam cũng có thể hợp tác thương mại với Úc theo khuôn khổ Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA) và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP). Hiệp định Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA) hiện đang được nâng cấp và có thể mang lại nhiều lợi thế hơn trong tương lai.

38 Malaysia đã ký kết hiệp định này nhưng đến Tháng 9 2021 vẫn chưa phê chuẩn.

Indonesia, Nhật Bản, Trung Quốc và Mỹ đều hưởng lợi từ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) song phương với Úc: JAEPA, ChAFTA, AUSFTA, IACEPA. Các hiệp định khu vực – như Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA) và Đối tác Kinh tế Toàn diện Vùng (RCEP) – cũng có lợi cho Niu Di-lân, các nền kinh tế ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Nhìn chung, các hiệp định khu vực không có quy mô rộng và cam kết phục vụ sâu như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Ví dụ, Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA) không có điều khoản nào về tiếp cận thị trường đầu tư. Một số các hiệp định song phương lâu đời hơn - JAEPA, ChAFTA, AUSFTA – không có điều khoản nào về thương mại điện tử và/ hoặc tính linh động, khả năng di chuyển trong kinh doanh.

Đáng lưu ý, các nhà xuất khẩu lớn khác vào Úc – Anh và châu Âu – hiện không có hiệp định thương mại ưu đãi nào với thị trường nước Úc, dù các vòng đàm phán song phương đang diễn ra. Tại thời điểm thực hiện bản báo cáo này, hiệp định song phương với Anh đã được đồng thuận trên nguyên tắc. Anh cũng đã chính thức xin gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP).

Lợi thế của tất cả các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) khác nhau này tùy thuộc vào những cam kết được thực hiện.

KHUNG: THỊ THỰC CHO LAO ĐỘNG NÔNG NGHIỆP TỪ ASEAN

Vào Tháng 6 năm 2021, Chính phủ Úc đã tuyên bố một loại thị thực mới sẽ được ban hành, cho phéo lao động nông nghiệp từ các nước ASEAN tới Úc làm việc, góp phần giải quyết thực trạng khan hiếm lao động nông nghiệp đang ngày càng rõ rệt trong nước. Loại thị thực lao động nông nghiệp thời vụ này có thể sẽ có nhiều nét tương đồng với Chương trình Lao động Mùa vụ, bao gồm những điều khoản về tiền lương, y tế, việc làm và sự an toàn. Loại thị thực này cũng sẽ được áp dụng cho các lao động mùa vụ kết hợp đi du lịch từ Anh.

Chi tiết về loại thị thực này hiện còn đang trong quá trình soạn thảo. Dự kiến, loại thị thực này cho phép lao động mùa vụ từ ASEAN tới Úc và ở lại tối đa 9 tháng một năm – trở về quê nhà ít nhất 3 tháng mỗi năm – rồi có thể quay trở lại Úc, cứ như vậy trong tối đa 3 năm. Thỏa thuận song phương với Việt Nam được báo cáo đã đạt được vào Tháng 3, thỏa thuận đầu tiên theo chương trình thị thực.

Nguồn: https://minister.awe.gov.au/littleproud/media-releases/seasonal-agriculture-worker-visa

Lợi ích cho các nhà đầu tư

Các nhà đầu tư từ Việt Nam hưởng lợi từ Hiệp định Thương mại Tự do với Úc. Nhờ là thành viên của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), các nhà đầu tư từ Việt Nam hưởng lợi từ những ngưỡng thẩm định cao hơn cho một số loại hình đầu tư. Lợi thế trong những điều khoản áp dụng cho Việt Nam không lớn bằng một số đối tác đầu tư khác của Úc, trong đó có Mỹ, Niu Di-lân và Chi-lê, nhưng đã thuận lợi hơn những quy định dành cho dự án đầu tư từ các nước ngoài Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Theo khuôn khổ Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Mậu dịch Tự do ASEAN – Úc – Niu Di-lân (AANZFTA), các nhà đầu tư Việt Nam tại Úc cũng được hưởng quyền bảo vệ đầu tư (như tiêu chuẩn đầu tư tối thiểu, bồi thường khi dự án đầu tư phải đưa vào công quỹ, và giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và chính quyền bang). Những cam kết trong Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) thay thế hiệp ước đầu tư song phương trước đây giữa Úc và Việt Nam, vốn đã hết hiệu lực khi Việt Nam tham gia vào Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Những quy định về thẩm định áp dụng cho các nhà đầu tư từ Việt Nam được tóm tắt trong bảng dưới đây.

Thẩm Định Đầu Tư Từ Việt Nam – Các Ngưỡng Áp Dụng

Nhà đầu tư	Loại hình đầu tư	Ngưỡng thẩm định N (đô-la Úc)
Dự án ngoài đất đai		
Mọi nhà đầu tư	Các hoạt động an ninh quốc gia	0
	Hoạt động truyền thông của Úc	0
Nhà đầu tư tư nhân	Đầu tư vào các lĩnh vực không nhạy cảm	1.216 triệu (cũng áp dụng cho các thành viên khác của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)[39], Mỹ, Chi-lê, Trung Quốc, Hồng Kông Trung Quốc). 281 triệu cho tất cả các quốc gia khác
	Đầu tư vào các lĩnh vực nhạy cảm[40]	281 triệu
	Kinh doanh nông nghiệp	61 triệu[41] Ngoại trừ 1.216 triệu cho Chi-lê, Niu Di-lân và Mỹ
Nhà đầu tư chính phủ nước ngoài	Mọi loại hình đầu tư	0
Dự án liên quan tới đất đai		
Mọi nhà đầu tư	Đất an ninh quốc gia, đất dân dụng, đất thương mại chưa được sử dụng	0
Nhà đầu tư tư nhân	Đất nông nghiệp	15 triệu (lũy tích). Ngoại trừ: Chi-lê, Niu Di-lân và Mỹ 1.216 triệu và Thái Lan 50 triệu, nơi đất hoàn toàn và chỉ được dành cho hoạt động sản xuất sơ cấp
	Đất thương mại đã phát triển	1.216 triệu (cũng áp dụng cho các thành viên khác của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Chi-lê, Trung Quốc, Hồng Kông). 281 triệu cho các quốc gia khác, trừ khi đất nhạy cảm (như các mỏ khoáng và cơ sở hạ tầng trọng yếu) 61 triệu
	Khai khoáng và các cơ sở sản xuất	0 Ngoại trừ Chi-lê, Niu Di-lân, Mỹ 1.216 triệu
Nhà đầu tư chính phủ nước ngoài	Mọi loại hình đầu tư	0

Nguồn: https://firb.gov.au/sites/firb.gov.au/files/2021-01/Australias_foreign_investment_policy.pdf

iv. Mở rộng thương mại và đầu tư năng động, ngày càng phát triển

Quan hệ thương mại của Việt Nam với Úc – dù còn tương đối sơ khai trong tương quan với các đối tác thương mại chủ chốt khác – đã phát triển mạnh trong thập kỷ vừa qua. Thương mại ở tất cả các lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ và đầu tư đều đang tăng, một số trường hợp đã đạt tốc độ cao hơn so với phần còn lại của thế giới.

Có những cơ hội để Việt Nam mở rộng hơn nữa thương mại và đầu tư với Úc, ở các lĩnh vực "truyền thống" cũng như những lĩnh vực tăng trưởng mới và đang nổi lên. Cơ hội đặc biệt rõ rệt trong dịch vụ và đầu tư khi mà năng lực dịch vụ và xuất khẩu ngày càng lớn của Việt Nam kết hợp hài hòa và nhuần nhuyễn với nền kinh tế Úc.

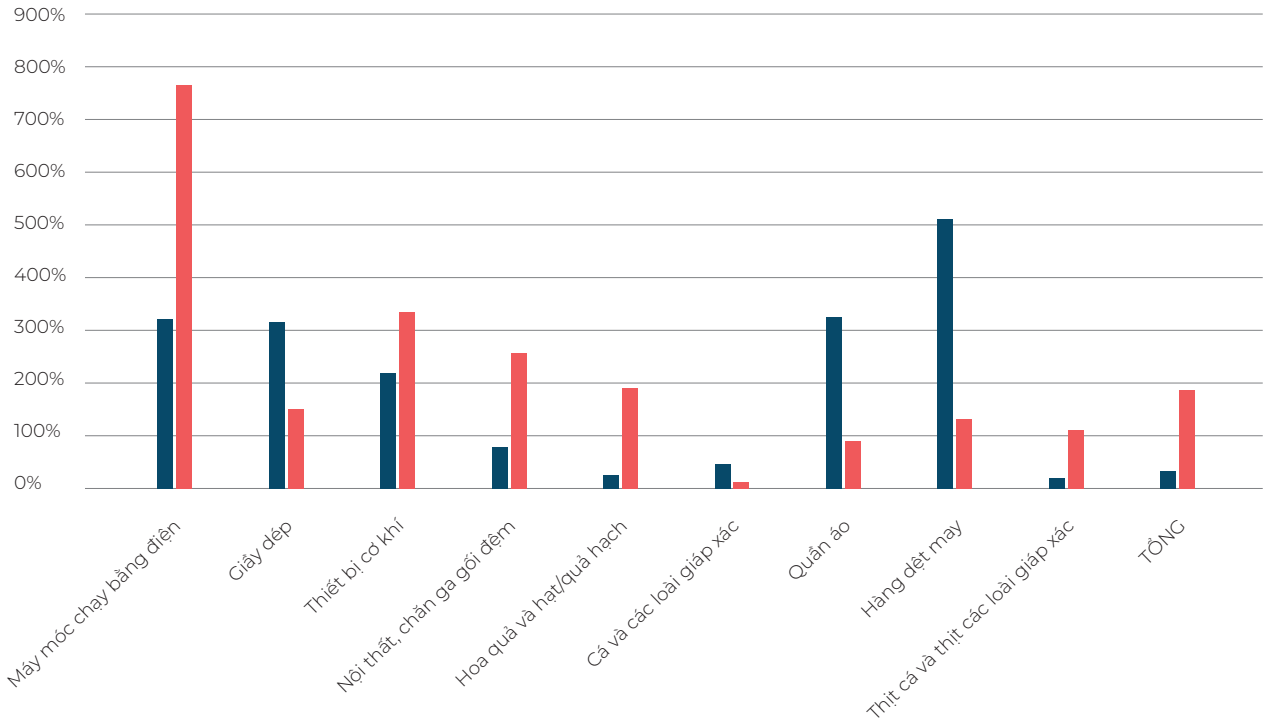
39 Theo đó hiệp định có hiệu lực.
40 Các lĩnh vực nhạy cảm gồm có viễn thông; vận tải; các ngành và hoạt động liên quan đến quốc phòng và quân sự; công nghệ mã hóa và an ninh mạng, các hệ thống truyền thông; và khai thác urani hoặc plutoni; hoặc vận hành các thiết bị hạt nhân.
41 Dựa trên giá trị của khoản đầu tư được cân nhắc và tổng giá trị các mối quan tâm khác của nhà đầu tư nước ngoài (với các cộng sự cùng tổ chức).
42 Bao gồm Hồng Kông và Pê-ru, nơi đất thương mại cũng là đất nhạy cảm.

Thương mại trong lĩnh vực hàng hóa

Tăng trưởng mạnh, với tiềm lực dồi dào. Phần lớn mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Úc đã tăng trưởng mạnh trong hơn 10 năm qua. Tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam tới Úc đã tăng thêm 39% từ năm 2011; trong cùng thời kỳ tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam ra thế giới đã tăng thêm 190%. Điều này phản ánh rõ năng lực cạnh tranh toàn cầu ngày càng cao của nhiều hàng hóa Việt Nam, và cho thấy các nhà sản xuất có năng lực cạnh tranh toàn cầu của Việt Nam có thể gia tăng đáng kể lượng xuất khẩu sang Úc ở một số nhóm sản phẩm chủ lực.

Biểu đồ bên dưới cho thấy tăng trưởng trong xuất khẩu hàng hóa chủ lực của Việt Nam từ 2012. Ở một số nhóm mặt hàng – gồm có máy móc điện tử, thiết bị và đồ nội thất – tăng trưởng trong xuất khẩu ra các thị trường còn lại trên thế giới là rất ấn tượng, vượt qua (khá đáng kể) tăng tưởng trong xuất khẩu tới Úc. Ví dụ, máy móc điện tử giá trị cao xuất đi toàn thế giới tăng mạnh 765% từ năm 2012, và xuất sang Úc tăng 331% trong cùng thời kỳ.

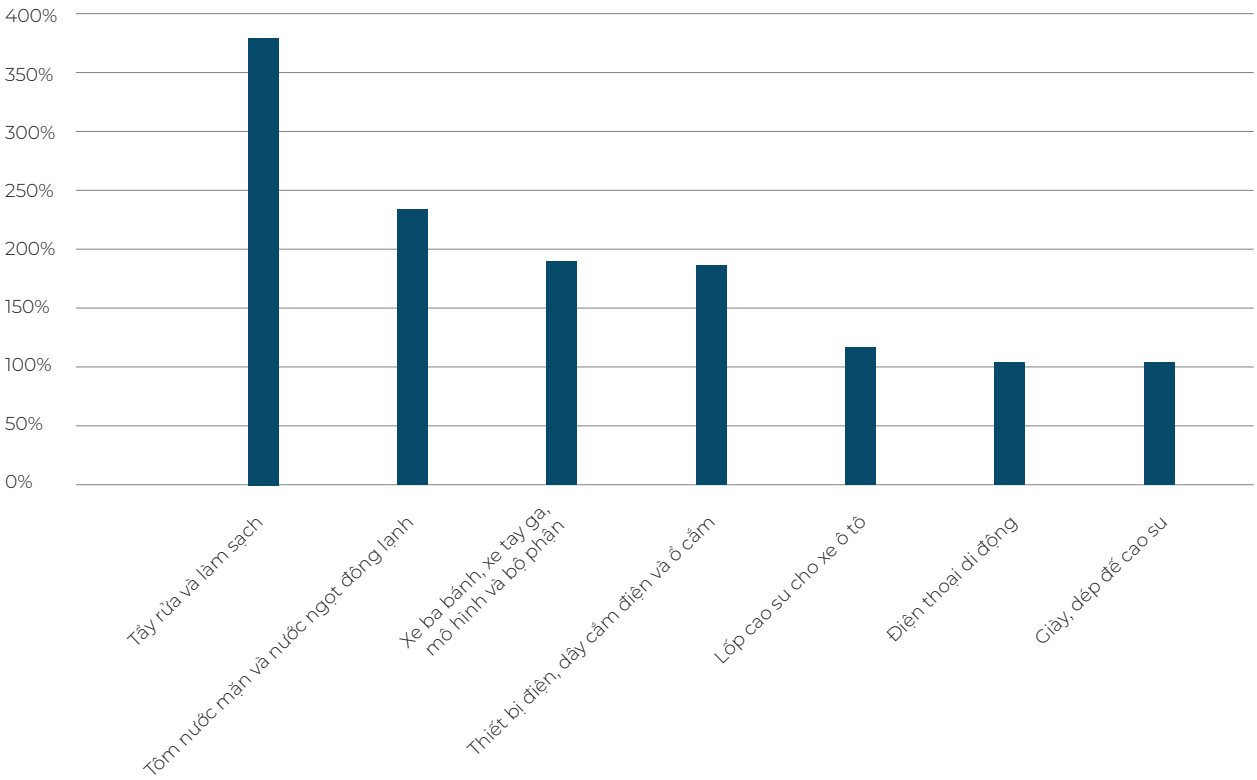
Tăng Trưởng Xuất Khẩu Của Việt Nam Giai Đoạn 2012 - 2020



Nguồn: Bản đồ Thương mại của Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ITC)

Tuy nhiên, ở một số sản phẩm khác, giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc đã vượt so với phần còn lại của thế giới. Hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc ở các lĩnh vực da giày, dệt may, cá và các loài giáp xác đã tăng trưởng nhanh hơn so với lượng xuất khẩu tương đương tới các thị trường còn lại trên thế giới. Xét trên từng sản phẩm (chứ không xét trên nhóm HS rộng), các mặt hàng xuất khẩu tăng mạnh gồm có giày, dép đế cao su (HS640419); tôm nước mặn và tôm nước ngọt đông lạnh (HS030617); điện thoại di động (HS851762) và dung dịch hóa chất tẩy rửa và làm sạch (HS340220)

Tăng Trưởng Về Giá Trị Trong Giai Đoạn 2016 - 2020 Của Một Số Mặt Hàng Xuất Khẩu Từ Việt Nam Sang Úc



Nguồn: Bản đồ Thương mại của Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ITC)

Các dịch vụ mới nổi

Xuất khẩu dịch vụ từ Việt Nam sang Úc còn ở quy mô nhỏ, nhưng đang tăng trưởng nhanh chóng, cho thấy tiềm lực phát triển lớn trong tương lai. Điều này bao gồm thương mại trong các lĩnh vực dịch vụ "mới", như công nghệ thông tin, truyền thông và công nghệ số, thương mại phân phối và dịch vụ kinh doanh.

Xuất khẩu dịch vụ xuyên biên giới từ Việt Nam sang Úc chiếm khoảng 1,5% tổng giá trị nhập khẩu dịch vụ của Úc – gần bằng một nửa tỉ lệ của Trung Quốc, và xấp xỉ một phần ba tỉ lệ của Indonesia.[43]

Tuy quy mô còn nhỏ, nhưng có sự tăng trưởng nhanh mạnh. Giá trị dịch vụ nhập khẩu vào Úc từ Việt Nam đã tăng 52,2% trong hơn 10 năm qua (2009 -2019) và tăng 31,5% từ năm 2015 (các mức năm 2019).[44] Mức tăng trưởng này nhìn chung đã vượt qua mức tăng trưởng xuất khẩu của các đối thủ cạnh tranh khác.[45] Ví dụ, nhập khẩu dịch vụ vào Úc từ Mỹ đã tăng 13%, từ Trung Quốc tăng 20,5%. Tỉ lệ của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu vào Úc cũng tăng nhẹ - từ 1,2% năm 2009 tới 1,5% năm 2019.

Sức tăng trưởng dài hạn của xuất khẩu xuyên biên giới này cũng theo đà tăng trưởng của xuất khẩu dịch vụ từ Việt Nam ra thế giới. Tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam đã tăng 36,8% từ năm 2015, các ngành dịch vụ đã phát triển và nền kinh tế đang ngày càng mở rộng.[46]

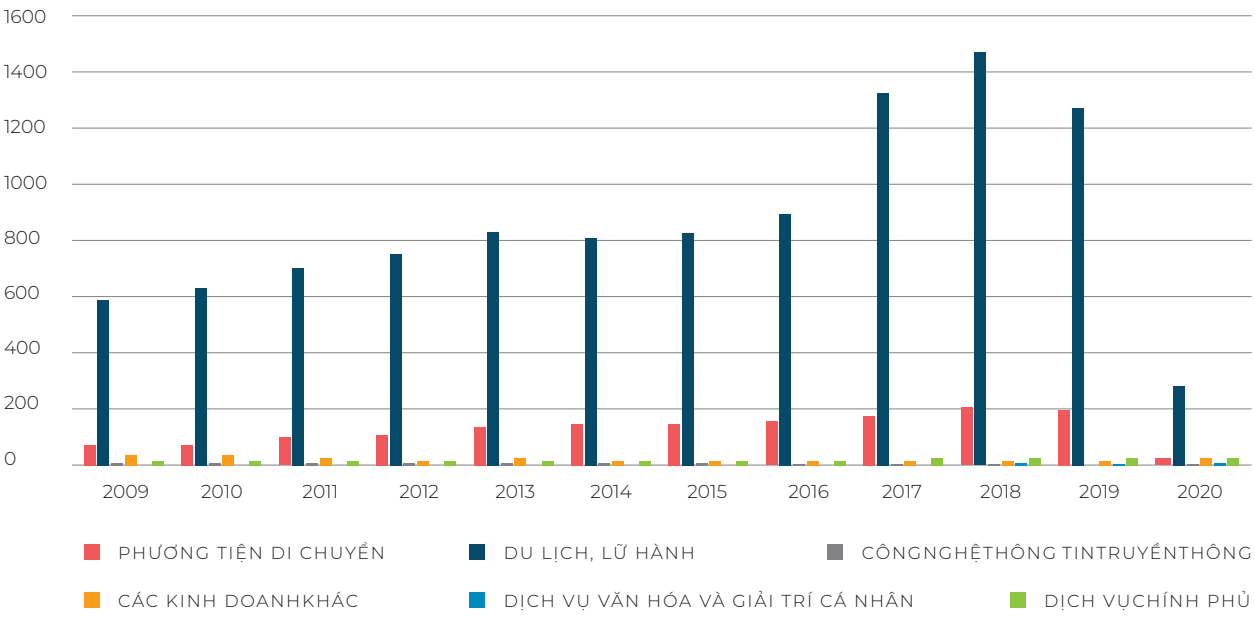
Một loạt nhóm dịch vụ đều đạt mức tăng tưởng ấn tượng, vượt qua tăng trưởng trong tổng xuất khẩu dịch vụ. Xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc đang gia tăng mạnh mẽ ở hầu hết tất cả các loại dịch vụ chủ lực.

43 Nhập khẩu vào Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 – Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo, 2019.
44 Các con số này giảm mạnh trong năm 2020 do hạn chế đi lại từ đại dịch.
45 Ngoại trừ Niu Di-lân 36% và Ấn Độ 35,5%.
46 Tổng cục Thống kê Việt Nam năm 2019 : https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist

Trong 5 năm vừa qua (2015 - 2019), xuất khẩu các dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí (PCR); lữ hành (cá nhân, với mục đích kinh doanh, và với mục đích giáo dục); vận tải và các dịch vụ chính phủ đều tăng hơn 24%. Tăng trưởng trong hơn 10 năm từ 2009 thậm chí còn ấn tượng hơn – dịch vụ vận tải tăng thêm 65%, các dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí (PCR) tăng thêm 75%, và lữ hành hơn 50%. Lữ hành với mục đích giáo dục tăng thêm 80%.

Xuất khẩu các dịch vụ công nghệ thông tin truyền thông và kinh doanh tăng chậm từ năm 2015, nhưng có bước tiến mạnh vào năm 2020, đi ngược lại xu thế giảm trong lĩnh vực lữ hành[47] và vận tải, lĩnh vực giảm hơn70% trong giai đoạn 2019 - 2020 do các hạn chế đi lại vì đại dịch.[48]

Úc Nhập Khẩu Dịch Vụ Từ Việt Nam Theo Các Lĩnh Vực Giai Đoạn 2009 – 2019 (Triệu Đô-la Úc)



Nguồn: Tổng cục Thống kê Úc

47 Lữ hành: 2009 – 2019 Lữ hành kinh doanh tăng 38,7%; Cá nhân 54,1%; Liên quan tới giáo dục 81,2%. 2015-2019 Cá nhân tăng 36,5%; Liên quan tới giáo dục 68,75%. Mọi hạng mục đều giảm trong giai đoạn 2019 – 2020 – Cá nhân giảm đi 343%; Liên quan tới giáo dục 340% và Kinh doanh 544%. Nhập khẩu vào Úc. Xem ABS Cat 5368.0.55.004 - Thương mại Quốc tế: Thông tin tham khảo, 2020.

48 Xuất khẩu dịch vụ vận tải giảm đi 87% trong giai đoạn 2019-2020; Xuất khẩu lữ hành giảm đi 77%. Nhập khẩu vào Úc. Xem ABS Cat 5368.0.55.004 – Thương mại Quốc tế: Thông tin tham khảo, 2020

Những ngành này đang trên đà tăng trưởng tại Việt Nam và đang gia tăng khả năng xuất khẩu cũng như sự phổ biến trên thị trường. Ví dụ, xuất khẩu cá dịch vụ vận tải từ Việt Nam đã tăng 45% trong giai đoạn 2015 – 2019; bưu chính và viễn thông tăng thêm 30%; tài chính tăng thêm 51% và lữ hành thêm 38%.[49]

Xu hướng này càng trở nên rõ rệt khi Việt Nam đang nhanh chóng chuyển dịch sang nền kinh tế dịch vụ. Lĩnh vực dịch đã đóng góp 39% vào GDP năm 2015, và tăng lên 41% trong năm 2019[50], được thúc đẩy thêm nhờ sự tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ, nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) ngày càng cao, và quy mô dân số lớn hơn. Những ngành dịch vụ mới đang nổi lên và tăng trưởng nhanh chóng, như chuyển phát nhanh và khởi nghiệp trong dịch vụ tài chính, phương tiện trực tuyến, lữ hành và công nghiệp thực phẩm.

Ví dụ, thị trường dịch vụ chuyển phát nhanh của Việt Nam đang bùng bổ với giá trị 700,4 triệu đô-la Mỹ vào năm 2020 và ước tính sẽ đạt 1.655,96 triệu đô-la Mỹ cho tới năm 2028.[51] Việt Nam được mong đợi sẽ nổi lên trong năm 2022 trong vai trò hệ sinh thái khởi nghiệp lớn thứ ba trong khu vực Đông Nam Á, cùng với Singapore và Indonesia.[52]

Những cơ hội hậu đại dịch trong các lĩnh vực tăng trưởng dịch vụ. Có những cơ hội tiềm năng cho các nhà cung ứng dịch vụ ngày càng lớn mạnh của Việt Nam xúc tiến thương mại với quốc gia Úc. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể khai thác cơ hội thị trường ở những lĩnh vực đang tăng trưởng mạnh, đồng thời cũng đóng góp vào nền kinh tế nước Úc. Điều này đặc biệt khả thi khi các nhà cung ứng dịch vụ của Úc áp dụng những chiến lược và tìm kiếm thị trường mới để thúc đẩy tăng trưởng trong môi trường hậu đại dịch.

KHUNG: TẦM QUAN TRỌNG CỦA CÁC NGÀNH DỊCH VỤ CỦA ÚC

Nền kinh tế Úc vận hành trên nền tảng tổng hợp phong phú từ các ngành có tính cạnh tranh. Trong năm 2020, ngành dịch vụ chiếm 81% tổng giá trị gia tăng (GVA) của nền kinh tế Úc. Lĩnh vực khai khoáng của Úc đóng góp 11% vào tổng giá trị gia tăng (GVA), theo sau là dịch vụ tài chính (9,4%), sở hữu bất động sản (9,1%), y tế và hỗ trợ xã hội (8%).Các lĩnh vực định hướng công nghệ – bao gồm các dịch vụ chuyên nghiệp, khoa học và kỹ thuật, giáo dục và công nghệ thông tin – chiếm trên 15% tổng sản lượng kinh tế.[53]

Lĩnh vực dịch vụ của Úc đã tăng trưởng thêm 3,2% hàng năm trong ba thập kỷ, tính đến Tháng 12 năm 2020, vượt qua tăng trưởng trong lĩnh vực hàng hóa. Lĩnh vực thông tin, truyền thông và viễn thông tăng trưởng nhanh nhất, với tổng tỉ lệ tăng trưởng hàng năm đạt 5,1% trong 30 năm qua, theo sau là các dịch vụ chuyên môn, khoa học và kỹ thuật (4,7%), và y tế và hỗ trợ xã hội (4,4%).

Nguồn:: https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/10653/Why_Australia%20_Benchmark%20_Report_2021.pdf.aspx?embed=y

49 Cục Thống kê Việt Nam https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist

50 Tổng cục Thống kê Việt Nam https://www.gso.gov.vn/en/national-accounts/

51 https://vietnamnet.vn/en/business/Viet Nam-business-news-august-2-761876.html; https://vietnamnet.vn/en/business/Viet Nam-business-news-july-27-759733.html; https://vir.com.vn/make-in-Viet Nam-by-Viet Nam-for-a-fresh-digital-orientation-81780.html; https://e.vnexpress.net/news/business/industries/make-in-Viet Nam-campaign-targets-top-30-it-status-3920371.html

52 https://vietnamnet.vn/en/business/Viet Nam-business-news-august-2-761876.html; https://vietnamnet.vn/en/business/Viet Nam-business-news-july-27-759733.html; https://vir.com.vn/make-in-Viet Nam-by-Viet Nam-for-a-fresh-digital-orientation-81780.html; https://e.vnexpress.net/news/business/industries/make-in-Viet Nam-campaign-targets-top-30-it-status-3920371.html

53 https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/10653/Why_Australia%20_Benchmark%20_Report_2021.pdf.aspx?embed=y

Các doanh nghiệp dịch vụ của Úc còn phụ thuộc vào các đầu vào dịch vụ khác để tăng trưởng. Dịch vụ kinh doanh – vừa là một ngành đóng góp vào nền kinh tế Úc, vừa là đầu vào cho các ngành khác – đang tăng trưởng.[54] Các công ty đang liên tục hướng ra bên ngoài và tìm kiếm các dịch vụ kinh doanh như mạng cộng nghệ thông tin, tài chính và hậu cần, tạo điều kiện cho những nền kinh tế lớn hơn về quy mô và tính chuyên môn hóa.[55]

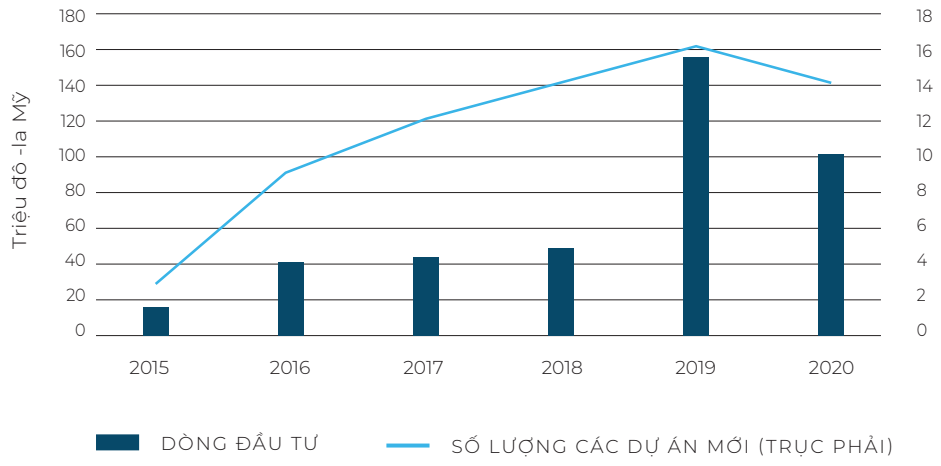
Ngoài ra, đại dịch đã buộc nhiều ngành phải thử nghiệm hoạt động từ xa (ví dụ như khám bệnh và học trực tuyến), mở ra nhu cầu đối với các nền tảng số, tiếp thị số, các dịch vụ công nghệ, hậu cần bên thứ ba, dịch vụ vận tải và giao hàng. Những dịch vụ này đang ngày càng trở nên quan trọng trong toàn ngành dịch vụ của Úc vì chúng đều rất thiết yếu cho giai đoạn chuyển đổi số.

Mở rộng đầu tư

Đầu tư của Việt Nam vào Úc đang tăng. Mức đầu tư hiện tại từ Việt Nam vào Úc còn thấp – đạt 722 triệu đô-la Mỹ vào năm 2020,[56] chưa đến 1% tổng giá trị đầu tư từ nước ngoài vào Úc.[57]

Dù xuất phát điểm thấp, nhưng hơn 10 năm qua (2010 - 2020), vốn đăng ký đầu tư từ Việt Nam vào Úc đã liên tục tăng, trung bình tăng thêm 3,7 triệu đô-la Mỹ trong giai đoạn 2010 – 2015, sau đó bật mạnh, trung bình tăng thêm 82 triệu đô-la Mỹ trong giai đoạn 2015 – 2020. Riêng 2019 là năm dòng vốn đầu tư trong một năm từ Việt Nam sang Úc đạt con số cao nhất – 154 triệu đô-la Mỹ.

Dòng Vốn Đầu Tư Trực Tiếp Nước Ngoài Có Đăng Ký Từ Việt Nam Vào Úc 2015-2020 (Triệu Đô-La Mỹ)



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

54 https://www.pc.gov.au/research/ongoing/productivity-insights/services/productivity-insights-2021-services.pdf
55 https://www.pc.gov.au/research/ongoing/productivity-insights/services/productivity-insights-2021-services.pdf
56 Tổng cục Thống kê Việt Nam, https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0420&theme=Investment
57 Đầu tư của Việt Nam trong năm 2020 đạt 785 triệu đô-la Úc, trong tổng lượng đầu tư của Úc đạt 3,9 nghìn tỉ đô-la Úc. Một phần nhỏ trong số này là từ đầu tư trực tiếp – khoảng 10 triệu – trong năm 2018. Không có dữ liệu về đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong các năm 2019, 2020. ABS CAT 5352.0.

Số lượng dự án đầu tư mới từ Việt Nam vào Úc cũng tăng mạnh trong 5 năm qua, từ 3 dự án năm 2015 lên 14 dự án năm 2018, 16 năm 2019 và 14 dự án năm 2020.[58]

Xu hướng này cho thấy mỗi năm Việt Nam đều có dự án đầu tư mới vào Úc và số lượng ngày càng tăng, phản ánh mối quan hệ đầu tư ngày càng phát triển.

v. Tăng cường đa dạng hóa

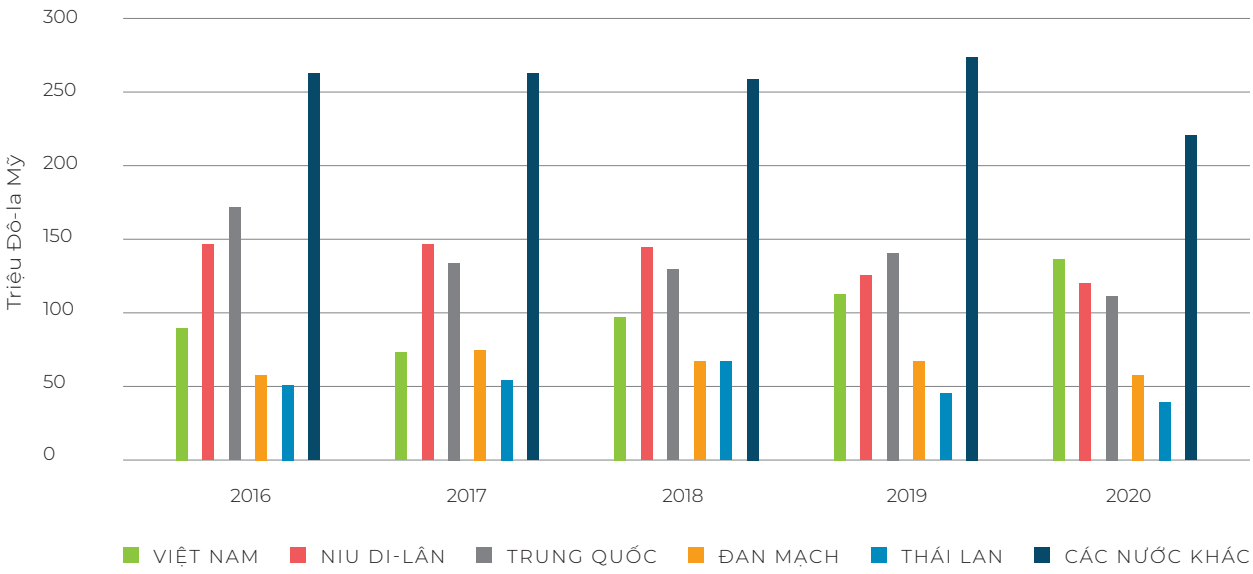
Việt Nam ở vị trí thuận lợi để phát triển từ nền móng quan hệ thương mại có tính tương hỗ cao và ngày càng gia tăng với Úc, từ đó tiếp tục tăng cường hoạt động xuất khẩu và đầu tư hai chiều. Môi trường kinh tế và chính trị hậu đại dịch tạo ra những cơ hội lớn tại thị trường Úc, khi mà các nhà nhập khẩu, xuất khẩu và đầu tư đều tìm kiếm cơ hội đa dạng hóa các mối quan hệ. Cả các khối ngành lẫn Chính phủ Úc đều đang chủ động tìm cách giảm phụ thuộc vào một số nguồn nhập khẩu chính, và mong muốn thắt chặt quan hệ với các đối tác như Việt Nam.Tăng cường quan hệ đối tác có thể góp phần đa dạng hóa thương mại và đầu tư một cách sâu sắc hơn cho cả hai nền kinh tế, hỗ trợ những chuỗi cung ứng vững mạnh hơn, và tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình hồi phục thương mại.

Việt Nam và Úc hiện đang là đối tác thương mại lớn thứ 14 của nhau, với mục tiêu trở thành một trong 10 đối tác thương mại hàng đầu của nhau, và tăng gấp đôi đầu tư song phương trong tương lai.[59] Các nhà xuất khẩu Việt Nam có thể thúc đẩy sự tăng trưởng này bằng cách tận dụng đà hướng tới đa dạng hóa hậu đại dịch.

Gia tăng thị phần

Xuất khẩu từ Việt Nam sang Úc đã bắt đầu cạnh tranh thị phần với các đối thủ chính. Thậm chí từ trước đại dịch, một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đã từ từ xâm chiếm thị phần của các nhà cung ứng lớn tại Úc. Về cá và các loài giáp xác, Việt Nam đã gia tăng xuất khẩu vào Úc, vươn từ vị trí nhà cung ứng thứ ba lên thứ nhất trong giai đoạn 2016 – 2020 (không tính thị phần của Trung Quốc và Niu Di-lân). Xem biểu đồ sau.

Việt Nam Xuất Khẩu Cá và Các Loài Giáp Xác (HS03) Sang Úc



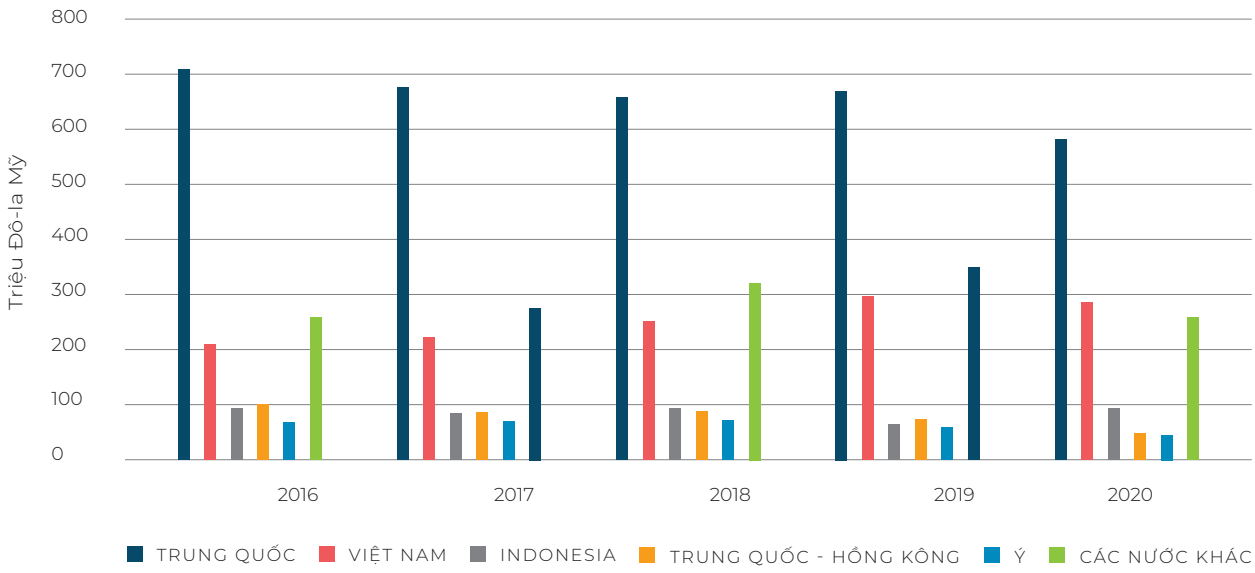
Nguồn: UN Comtrade

58 Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam

59 https://www.dfat.gov.au/geo/Viet Nam/Pages/Viet Nam-country-brief

Xuất khẩu da giày từ Việt Nam cũng tăng mạnh, chiếm lĩnh một phần thị phần trước đây thuộc về Trung Quốc, quốc gia ở vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực này. Xem biểu đồ bên dưới.

Việt Nam Xuất Khẩu Giày Dép (HS64) Sang Úc



Nguồn: UN Comtrade

Môi trường hậu đại dịch COVID-19 – và mong muốn của Úc nhằm đa dạng hóa quan hệ thương mại bằng cách gắn kết hơn nữa với các đối tác như Việt Nam – đã đặt ra cơ hội thúc đẩy tăng trưởng những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Các dịch vụ và đầu tư phong phú hơn

Việt Nam có cơ hội trở thành một nhà cung ứng dịch vụ quan trọng cho nước Úc, với thương mại ở các lĩnh vực cả truyền thống lẫn mới và đang nổi lên. Nhập khẩu dịch vụ vào nước Úc nhìn chung được chiếm lĩnh bởi các nền kinh tế của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) (chủ yếu là châu Âu, Mỹ, Anh, Niu Di-lân, và Nhật Bản), cũng như Trung Quốc, Ấn Độ, và một số thành viên ASEAN. Trong khu vực ASEAN, Việt Nam cạnh tranh với Indonesia và Thái Lan, cũng như Malaysia và Philippines.

Cụ thể, xuất khẩu dịch vụ từ Việt Nam sang Úc năm 2019 chiếm 1,5% tổng lượng nhập khẩu của Úc, khá thấp so với các nhà xuất khẩu hàng đầu, và xấp xỉ bằng một phần ba tỉ lệ của Indonesia (4,4%), nhưng gần bằng một nửa của Trung Quốc.

Trong các lĩnh vực xuất khẩu chủ lực của Việt Nam – lữ hành và vận tải – có những khả năng cho Việt Nam mở rộng hơn nữa thị phần xuất khẩu vào Úc, qua đó đóng góp vào quá trình đa dạng hóa mạnh mẽ các nguồn nhập khẩu dịch vụ của Úc từ cả ASEAN và các nền kinh tế của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Trường hợp tương tự có thể xảy ra trong các lĩnh vực đang gia tăng xuất khẩu dịch vụ - công nghệ thông tin và truyền thông; dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí; và dịch vụ kinh doanh - trong đó năng lực dịch vụ của Việt Nam đang ngày càng mạnh lên, và Úc có nhu cầu ngày càng cao đối với các dịch vụ này.

Những Lĩnh Vực Dịch Vụ Được Xuất Khẩu Nhiều Nhất Sang Úc, Theo Loại Hình Dịch Vụ Chính, 2019 (Triệu Đô-La Úc)

Lĩnh vực dịch vụ	Nguồn nhập khẩu/ đối thủ cạnh tranh hàng đầu	Đối thủ cạnh tranh trong ASEAN
Du lịch	Mỹ, Anh, Niu Di-lân, Indonesia, Nhật Bản	Thái Lan, Malaysia, Philippines
Vận tải	Singapore, Đức, Hồng Kông, Nhật Bản	Malaysia, Indonesia, Thái Lan
Các dịch vụ khác	Mỹ, theo sau là Singapore, Anh	Thái Lan, Philippines, Indonesia, Malaysia
Dịch vụ cá nhân, văn hóa và giải trí (PCR)	Mỹ, Anh	Nhật Bản, Philippines, Malaysia, Thái Lan, Indonesia
Công nghệ thông tin và truyền thông	Mỹ, Ấn Độ, Thụy Điển, Anh	Philippines, Singapore, Thái Lan, Indonesia
Dịch vụ chính phủ	Mỹ, Indonesia, Anh, Trung Quốc	Philippines, Singapore, Thái Lan, Malaysia

Nguồn: Tổng cục Thống kê Úc, Nhập khẩu vào Úc

Tương tự, xuất khẩu dịch vụ ngày càng tăng sang Úc sẽ giúp đa dạng hóa nền tảng xuất khẩu của Việt Nam, trong khi lĩnh vực dịch vụ phát triển và các khả năng ngày càng phong phú hơn. Xuất khẩu sang Úc chiếm gần 5,3% tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ xuyên biên giới của Việt Nam trong năm 2019.[60]

vi. Gia tăng giá trị và lợi ích chung

Các lĩnh vực hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam xuất khẩu sang Úc không chỉ qua thương mại và giao dịch xuyên biên giới, mà còn qua gia tăng giá trị cho nhu cầu cuối cùng trong nền kinh tế Úc, và cho hàng hóa Úc xuất khẩu ra thế giới. Việt Nam đã đóng góp phần giá trị tăng thêm đáng kể cho đất nước Úc nói chung và cho thương mại Úc nói riêng.

Nhận diện và mở rộng những liên kết chuỗi giá trị này – ở những lĩnh vực hiện có và lĩnh vực mới – sẽ cho phép Việt Nam tận dụng được các cơ hội tăng trăng và cho phép cả hai quốc gia cùng tối đa hóa những lợi ích bắt nguồn từ hoạt động kinh tế hai chiều ngày càng sôi nổi. Lợi ích có thể được tăng cường thông qua quan hệ đối tác đầu tư, liên kết giữa các doanh nghiệp, và sự hợp tác kinh tế chặt chẽ hơn.

Lợi ích chung

Việt Nam gia tăng giá trị cho các hàng hóa, dịch vụ và xuất khẩu của Úc. Việt Nam "xuất khẩu" sang Úc không chỉ là thương mại và những giao dịch xuyên biên giới. Thương mại Úc cũng được bổ sung "giá trị tăng thêm" từ hoạt động kinh tế của Việt Nam, và những giá trị tăng thêm này đã đóng góp vào nền kinh tế và xuất khẩu của Úc. Tính giá trị được thêm vào ở mỗi bước trong chuỗi giá trị - chứ không chỉ tính giá trị tổng của sản phẩm cuối cùng – cho phép ta hiểu được thấu đáo hơn lĩnh vực nào và nền kinh tế nào đóng góp vào và hưởng lợi từ thương mại.

60 Xuất khẩu xuyên biên giới của Việt Nam ra thế giới đạt khoảng 20,4 tỉ đô-la Mỹ vào năm 2019. https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist

KHUNG: VÍ DỤ CÁC LIÊN KẾT "GIÁ TRỊ TĂNG THÊM" GIỮA ÚC VÀ VIỆT NAM

- Ngân hàng Quốc gia Úc (NAB) đã đầu tư vào một trung tâm phát triển phần mềm tại Việt Nam,[61] tạo việc làm cho hơn 300 kỹ sư và chuyên gia tư vấn. Các sản phẩm kỹ thuật số được sản xuất từ sự hợp tác này và được NAB dùng để phục vụ các khách hàng Úc cho thấy giá trị tăng thêm từ lĩnh vực dịch vụ công nghệ của Việt Nam đã được tiêu thụ tại Úc (còn được mô tả là "nhu cầu cuối cùng" của Úc).
- Một doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các bộ phận điện tử sang một nhà sản xuất chế tạo Úc. Nhà sản xuất chế tạo này dùng hàng nhập khẩu đó làm nguyên liệu đầu vào để chế tạo máy móc y tế, sau đó được xuất khẩu đi khắp thế giới. Như vậy lĩnh vực sản xuất chế tạo của Việt Nam đã đóng góp giá trị tăng thêm vào ngành xuất khẩu hàng chế tạo của Úc.
- Một nhà xuất khẩu hạt và quả khô của Việt Nam bán sản phẩm cho một doanh nghiệp chế biến thực phẩm Úc. Doanh nghiệp này dùng quả, hạt khô đó làm thành các thanh ngũ cốc được bán rộng rãi ở Úc và khu vực châu Á – Thái Bình Dương. Trong ví dụ này, một phần giá trị của quả và hạt Việt Nam đã được tiêu thụ bởi nhu cầu cuối cùng tại Úc, và một phần đã đóng góp vào tổng giá trị xuất khẩu của Úc.

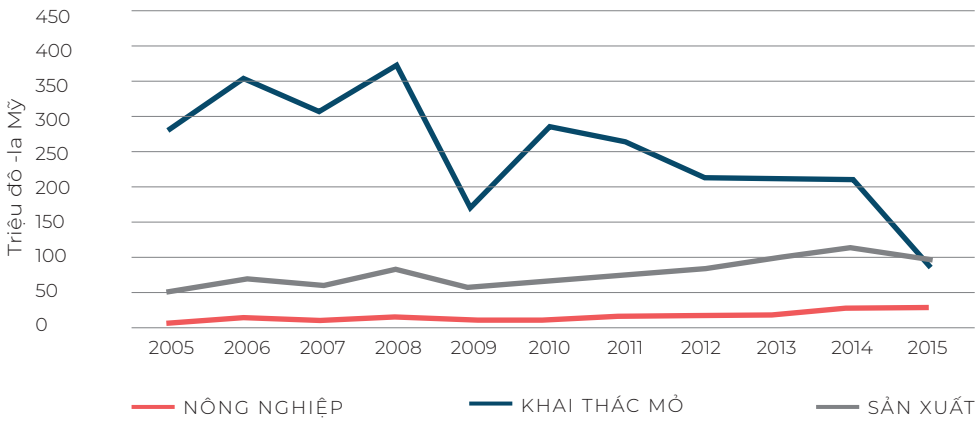
Nguồn: Công ty Tư vấn thương mại quốc tế Article Three

Ngành nông nghiệp và thực phẩm của Việt Nam đã là một nguồn giá trị tăng thêm rất có ý nghĩa đối với hàng hóa Úc, đứng thứ 8 trong những nguồn giá trị nhập khẩu quan trọng nhất đối với nhu cầu cuối cùng tại Úc (200 triệu đô-la Mỹ), và thứ 8 trong những nguồn giá trị quan trọng nhất đối với tổng giá trị xuất khẩu của Úc (27 triệu đô-la Mỹ).[62]

Lĩnh vực khai khoáng và khai thác đá của Việt Nam cũng đóng góp lớn vào nhu cầu cuối cùng tại Úc (433 triệu đô-la Mỹ) và tổng giá trị xuất khẩu (90 triệu đô-la Mỹ), đứng thứ 8 và 9 tương ứng khi so sánh với các quốc gia khác.

Nguồn đóng góp này đã tiến triển trong suốt một thập kỷ rưỡi qua. Năm 2005, nguồn giá trị chính của Việt Nam là từ khai khoáng và khai thác đá, đặc biệt các hàng hóa năng lượng như các sản phẩm từ dầu mỏ. Đóng góp của ngành khai khoáng bắt đầu giảm mạnh trong khoảng thời gian 2012-2015,[63] ekhoảng cùng với sự suy giảm tầm quan trọng của ngành xuất khẩu dầu mỏ của Việt Nam. Cũng trong thời kỳ này, giá trị tăng thêm từ các ngành chế biến và nông nghiệp của Việt Nam đã tăng lên. Nguồn giá trị tăng thêm chính mà Việt Nam đã đóng góp vào nhu cầu cuối cùng và tổng xuất khẩu của Úc hiện giờ là từ ngành sản xuất chế tạo, cho thấy khả năng bổ sông cho nhau rất cao của quan hệ thương mại giữa hai nước, và tầm quan trọng ngày càng nổi bật của Việt Nam trong vai trò là một nguồn năng lực sản xuất chế tạo. Xem biểu đồ sau:

Giá Trị Đóng Góp Vào Tổng Xuất Khẩu Của Úc, Từ Các Lĩnh Vực Hàng Hóa Của Việt Nam



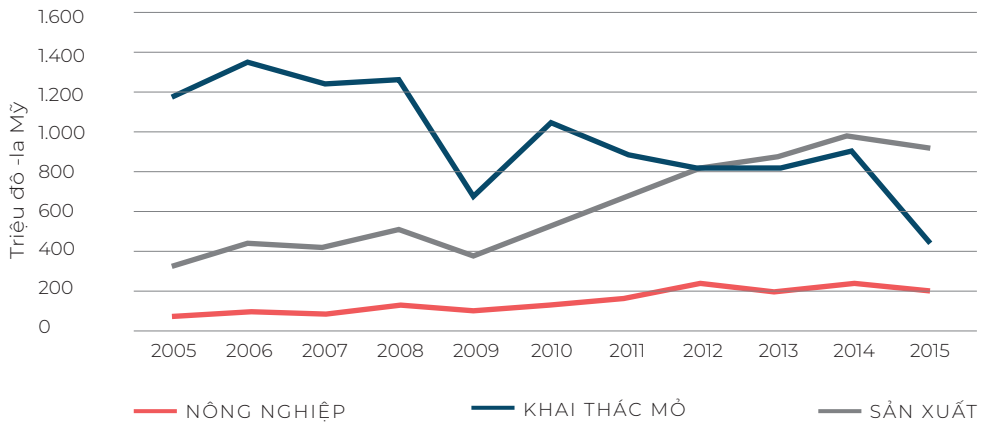
Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)

61 https://positivethinking.tech/news/proud-b-o-t-collaboration-with-nab/

62 Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)

63 2015 là năm gần đây nhất có dữ liệu theo thời gian trong Thương mại giá trị gia tăng (TiVA). Quá trình chuẩn bị các bảng tổng hợp đầu vào – đầu ra làm dữ liệu dự án của TiVa tốn rất nhiều thời gian, do đó các mốc thời gian được nêu trong quá khứ luôn cách nhau ít nhất vài năm.

Giá Trị Đóng Góp Vào Nhu Cầu Cuối Cùng Tại Úc, Từ Các Lĩnh Vực Hàng Hóa Của Việt Nam



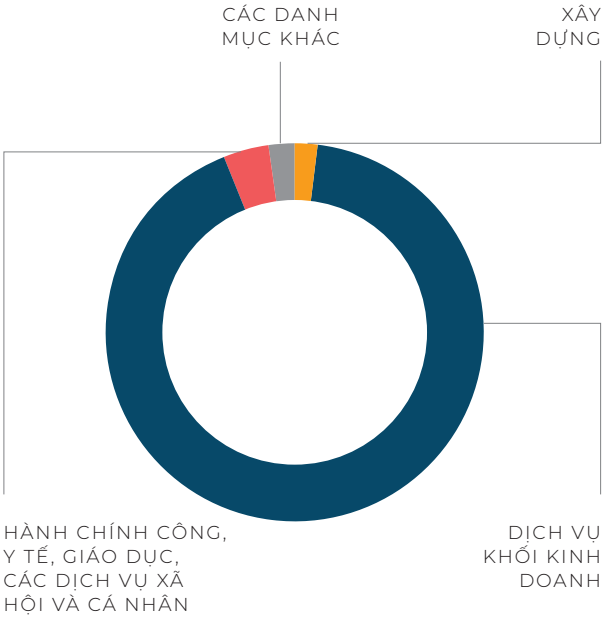
Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)

Xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam cũng đóng góp giá trị vào nền kinh tế Úc. Theo dữ liệu của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD),[64] xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam đóng góp 569,7 triệu đô-la Mỹ trong hoạt động giá trị tăng thêm vào nền kinh tế Úc năm 2015.[65] Phần lớn giá trị này được "thêm" vào các ngành dịch vụ Úc (68%). Các dịch vụ khối kinh doanh[66] tại Úc được hưởng lợi nhiều nhất - chủ yếu là thương mại bán sỉ và bán lẻ, vận tải, dịch vụ nhà ở và thực phẩm, theo sau là hành chính công, y tế, giáo dục, các dịch vụ xã hội và cá nhân, và xây dựng.

Dù giá trị này còn khiêm tốn so với các đối thủ cạnh tranh,[67] nó đã tăng thêm 64% trong 10 năm từ 2005, phản ánh tố chất phát triển và quy mô năng lực xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam.

Các ngành dịch vụ của riêng Việt Nam đang thúc đẩy sự đóng góp giá trị tăng thêm này vào Úc – chủ yếu với dịch vụ khối kinh doanh[68] - trong đó có thương mại phân phối, vận tải, dịch vụ nhà ở và thực phẩm; dịch vụ tài chính và bảo hiểm; và dịch vụ thông tin và truyền thông. Xem biểu đồ sau đây. Nhiều loại hình dịch vụ này đang tăng trưởng tại Việt Nam và phát triển năng lực xuất khẩu của đất nước.

Các Ngành Dịch Vụ Của Việt Nam Đóng Góp Giá Trị Tăng Thêm Vào Nhu Cầu Cuối Cùng Tại Úc, Theo Giá Trị (Triệu Đô-La Mỹ), 2015



Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2015

Điều này cho thấy tính tương hỗ cao và cơ hội tiềm năng để tăng cường liên kết thương mại trong lĩnh vực dịch vụ giữa Việt Nam và Úc.

64 Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), dữ liệu cập nhật nhất cho năm 2015.
65 Được tính theo đóng góp vào nhu cầu cuối cùng – xem Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).
66 Dịch vụ khối kinh doanh gồm: Thương mại phân phối, vận tải, dịch vụ nhà ở và thực phẩm – 193,5 triệu; Dịch vụ thông tin và truyền thông – 18,3 triệu; Dịch vụ tài chính và bảo hiểm – 10 triệu; Dịch vụ bất động sản – 28 triệu.
67 Chủ yếu các nước trong Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) (châu Âu, Mỹ, Anh), Bắc Á, Ấn Độ, và ASEAN.
68 Dịch vụ khối kinh doanh gồm: Thương mại phân phối, vận tải, dịch vụ nhà ở và thực phẩm – 386,4 triệu; Dịch vụ thông tin và truyền thông – 31,8 triệu; Dịch vụ tài chính và bảo hiểm – 63,8 triệu; Dịch vụ bất động sản – 25 triệu; Các dịch vụ khác – 30,2 triệu. Xem Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).

KHUNG: XUẤT KHẨU CÁC DỊCH VỤ TỪ VIỆT NAM GIÚP GIA TĂNG XUẤT KHẨU TỪ ÚC RA THẾ GIỚI

Các dịch vụ của Việt Nam cũng giúp gia tăng xuất khẩu từ Úc ra thế giới, ở các lĩnh vực chế tạo, khai khoáng và dịch vụ. Nhìn chung, các dịch vụ chiếm 35% tổng xuất khẩu của Úc, nhưng chúng có thể chiếm tới 49% xuất khẩu giá trị tăng thêm, cho thấy hàng hóa xuất khẩu từ Úc dựa rất nhiều vào dịch vụ đầu vào.[69] Giá trị tăng thêm của xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam trong tổng xuất khẩu của Úc (xét trên mọi ngành) là 61,8 triệu đô-la Mỹ (2015), tập trung ở lĩnh vực chế tạo và dịch vụ.

Giá trị tăng thêm từ xuất khẩu của Việt Nam trong tổng xuất khẩu của Úc, giá trị đô-la Mỹ, theo lĩnh vực, 2015

Nguồn: Cơ sở dữ liệu Thương mại giá trị gia tăng (TiVA) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2015

Cơ hội từ các liên kết ngày càng gia tăng

Quan hệ đối tác đầu tư sâu rộng hơn, liên kết mạnh mẽ hơn giữa các doanh nghiệp, và sự hợp tác chặt chẽ hơn có thể giúp Việt Nam hiện thực hóa những cơ hội có được từ các liên kết chuỗi giá trị, mở rộng thương mại và đầu tư, và gắn bó sâu sắc hơn về mặt kinh tế với Úc.

Các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu và các tổ chức khác có thể: theo đuổi cơ hội thị trường mới; khám phá quan hệ đối tác nghiên cứu và phát triển; chia sẻ thông tin nghiên cứu và phân tích thị trường; và phát triển các chiến lược để củng cố các chuỗi giá trị chung trong khuôn khổ thương mại vùng.

Các chính phủ có thể cân nhắc đưa ra chính sách để: thúc đẩy hợp tác kinh tế chặt chẽ hơn; giảm các biện pháp phi thuế quan tác động đến xuất khẩu; xúc tiến đầu tư hai chiều; và phổ biến kiến thức về những cơ hội hợp tác giữa các ngành trong yếu của cả hai nền kinh tế.

KHUNG: HỢP TÁC KINH TẾ

Sự hợp tác có thể được thúc đẩy ở cả cấp trung ương và dưới trung ương, với sự tham gia của chính quyền, khối doanh nghiệp và các nhà nghiên cứu. Ví dụ, một liên kết cấp tỉnh gần đây đã được thiết lập nhằm thắt chặt quan hệ hợp tác. Biên bản Ghi nhớ có trọng tâm là hợp tác kinh tế và đã được chính thức ký kết vào Tháng 9 năm ngoái giữa chính quyền bang Tây Úc và tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. Biên bản Ghi nhớ đó là một phần của Chiến lược Hợp tác với châu Á giai đoạn 2019 – 2030 của chính quyền bang.

Đồng thời, Chính phủ Úc đã hợp tác với Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam, công bố gói quỹ gần 1,4 triệu đô-la Úc (khoảng 1 triệu đô-la Mỹ) cho bốn dự án ứng dụng công nghệ cao trong lĩnh vực chuyển đổi số. Các dự án sẽ được triển khai thông qua sự hợp tác lâu bền giữa các trường đại học hàng đầu ở cả Úc và Việt Nam, cùng với các đối tác công nghiệp và các cơ quan chính quyền địa phương.

.

Nguồn: http://hanoitimes.vn/australia-funds-us1-million-for-vietnams-digital-transformation-projects-318671.html; https://www.mediastatements.wa.gov.au/Pages/McGowan/2020/09/Viet Nam-MoU-to-boost-trade-and-investment-with-Western-Australia.aspx

69 Chỉ số Hạn chế Thương mại Dịch vụ (STRI) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD): Úc 2019 tại https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

vi. Đánh giá các cơ hội cho tăng trưởng thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Úc

Các phân tích trên đã chỉ ra những cơ hội cho cả Việt Nam và Úc cùng mở rộng thương mại và đầu tư, đồng thoài xây dựng quan hệ hợp tác kinh tế sâu rộng trên hàng loạt lĩnh vực. Những cơ hội này là rõ ràng ở mọi lĩnh vực của nền kinh tế, trong đó có tài nguyên và năng lượng, nông nghiệp, chế tạo và dịch vụ.
Bảng bên dưới đánh giá tổng kết các cơ hội mà các phân tích và tham vấn của bản báo cáo này đã chỉ ra. Bảng này không mang tính loại trừ các khả năng khác, mà nhằm mục đích minh họa các lĩnh vực sâu rộng, có tiềm năng phát triển thương mại và quan hệ đối tác cùng có lợi.

Lĩnh vực	Ngành	Khả năng sẵn sàng xuất khẩu của Việt Nam		Cơ hội tại Úc		
		Xuất khẩu tăng/ quan trọng	Năng lực của Việt Nam	Ít rào cảo thương mại và đầu tư	Thị trường/ tiềm năng tăng trưởng	Khả năng bổ sung cho nhau của hai nền kinh tế
Tài nguyên và năng lượng	Xăng dầu	T	T	C	T	C
	Năng lượng tái tạo được	TB	TB/C	C	C	C
Nông nghiệp	Hải sản	C	C	TB	TB	TB
Chế tạo	Chế tạo điện tử	C	C	C	TB	C
	Dệt may, vải và da giày	C	C	TB	TB	C
	Đồ nội thất	C	C	TB	C	C
	Thực phẩm đã qua chế biến	T	TB	C	TB	TB
Dịch vụ	Kỹ thuật số (SAAS – phần mềm dạng dịch vụ)	T	TB	C	C	TB
	Thương mại phân phối	TB/C	C	TB	TB/C	C
	Lữ hành/ du lịch	C	C	C	TB	C
	Giáo dục	C	C	C	TB	C

Màu đỏ – cơ hội thấp (T). Màu xanh da trời – cơ hội trung bình (TB). Màu da cam – cơ hội trung bình/cao (TB/C). Màu xanh lá cây – cơ hội cao (C).

Phụ lục 2 - Tổng hợp các nguồn tài liệu hữu ích

Bản Tổng hợp này lược thuật một số nguồn tài liệu mà các doanh nghiệp có thể nghiên cứu, tham khảo thêm. Đây cũng là những thông tin thiết thực, giúp mở ra con đường thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận thị trường nước Úc.

Sau đây là những điều doanh nghiệp cần biết để xúc tiến hoạt động kể cả khi chưa đặt chân tới nước Úc:

- thông tin về các thị trường và xu hướng ngành tại Úc để hỗ trợ xây dựng kế hoạch xuất khẩu hoặc đầu tư.
- tiếp cận các cơ quan chính phủ để có được thông tin tổng quan về các quy định, và thông tin chi tiết về thị trường.
- được giới thiệu với các đối tác, bạn hàng quốc tế và tiềm năng, cũng như các mối liên hệ với thị trường sở tại.
- được giới thiệu tiếp với các nhà cung ứng dịch vụ để tham vấn ý kiến chuyên gia về quy trình thành lập một doanh nghiệp tại Úc.
- được hỗ trợ để nhìn nhận, đánh giá các cơ hội thị trường, quảng bá và marketing tại Úc, v.v...

Cơ cấu, hệ thống các dịch vụ tư vấn hỗ trợ thường ít được các doanh nghiệp biết đến một cách thấu đáo; do vậy doanh nghiệp thường thấy khó hiểu, bị mất nhiều thời gian, và thậm chí không tiếp cận được thông tin cần thiết. Các doanh nghiệp muốn xuất khẩu sang Úc có thể:

- tiếp cận các cơ quan xúc tiến thương mại và xuất khẩu, các bộ, ban ngành chính phủ Việt Nam để được hỗ trợ tại Việt Nam.
- tiếp cận Đại sứ quán Việt Nam và các đại diện của Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc để được hỗ trợ tại thị trường nước Úc.
- tiếp cận thông tin tổng quan và trực tuyến qua các kênh chính thức của Chính phủ Úc về các quy định sở tại.
- làm việc với các nhà cung cấp dịch vụ tư vấn chuyên môn về các quy trình thực tế (các đại lý nhập khẩu và hải quan).

Các nhà đầu tư tiềm năng quan tâm đến Úc có thể:

- điều phối với các cơ quan lãnh đạo có liên quan tại Việt Nam.
- tiếp cận sự hỗ trợ từ Bộ Ngoại giao, Cơ quan Thương mại và Đầu tư của Chính phủ nước Úc (Austrade), và các cơ quan thuận lợi hóa đầu tư thuộc chính quyền các Bang và các vùng Lãnh thổ.
- hợp tác với các chuyên gia tư vấn khối tư nhân để định hình kế hoạch đầu tư, và hướng dẫn họ hoàn thành các quy trình, thủ tục tại Úc.

Nguồn tài liệu từ Việt Nam: Trong quá trình nghiên cứu, thực hiện bản báo cáo này, các chính sách, cổng thông tin và dịch vụ sau đã được xác định và đánh giá là có thể hỗ trợ doanh nghiệp sẵn sàng kinh doanh hơn, cũng như cân nhắc những cơ hội đầu tư từ nước ngoài chứ không nhất thiết phải trực tiếp có mặt tại Úc.

Bộ Công Thương (MoIT) mở một cổng thông tin về Hiệp định Thương mại Tự do (FTA). Đây là nguồn tin cho các nhà xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ đang quan tâm tìm hiểu những lợi ích từ các hiệp định mậu dịch tự do hiện hành của Việt Nam, cũng như cách nộp đơn xin được trao quy chế ưu đãi trong khuôn khổ những hiệp định mậu dịch tự do trên. Cổng thông tin này cho phép tiếp cận trực tuyến những cam kết thuế quan, quy định về nguồn gốc, dịch vụ và đầu tư trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại Tự do (FTA); dữ liệu và đặc điểm thị trường cùng tham gia vào một Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) với Việt Nam, những quy trình, thủ tục cần thiết đối với xuất/nhập khẩu, cấp phép; kế hoạch hành động để triển khai Hiệp định Thương mại Tự do (FTA); những văn bản pháp lý được cơ quan chức năng ban hành; các hội nghị, hội thảo, khóa tập huấn, và các tài liệu in ấn để hỗ trợ doanh nghiệp. (https://fta.moit.gov.vn/)

Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam (VIETRADE) chịu trách nhiệm với các quy định về xúc tiến thương mại và đầu tư, cũng như cung ứng các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam và nước ngoài. (http://www.vietrade.gov.vn/)

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) (www.mpi.gov.vn) quản lý chung các quy định về đầu tư từ Việt Nam ra nước ngoài. Các nhà đầu tư Việt Nam cần được cấp phép để đầu tư ở nước ngoài, trong đó có Úc. Việt Nam điều tiết đầu tư từ trong nước ra nước ngoài để 'cân bằng các nguồn lực tài chính giữa doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài và nhu cầu đầu tư nội địa cao, trong khi đảm bảo rằng đầu tư ra nước ngoài gắn liền với những quy định và cam kết khác của Nhà nước.'

Đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp đặt tại Việt Nam phải tuân thủ theo Luật Đầu tư năm 2020 và Chương VI của Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ban hành ngày 26 tháng 3 năm 2021, quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư. Các quy trình cấp phép áp dụng cho quá trình tiến hành đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) ở một quốc gia khác. Các nhà đầu tư cần được Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp giấy chứng nhận đăng ký đầu tư ở nước ngoài (OIRC), và, tùy thuộc vào quy mô dự án, có thể cần được Thủ tướng hoặc Quốc hội Việt Nam phê duyệt.

Các dự án có vốn đầu tư ra nước ngoài trên 20 tỉ đồng Việt Nam (tương đương khoảng 864.000 đô-la Mỹ) và các dự án cần chính sách đặc biệt phải tuân thủ theo sự phê duyệt của Quốc hội dựa trên báo cáo của một Hội đồng Thẩm định do Thủ tướng thành lập. Các dự án đầu tư ra nước ngoài trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán, báo chí, phát thanh, truyền thông, và bất động sản có giá trị trên 400 tỉ đồng Việt Nam (tương đương gần 17,2 triệu đô-la Mỹ) cần được Thủ tướng phê duyệt. Các cá nhân có thể đầu tư ra nước ngoài theo quy định của Nghị định số 31/2021/NĐ-CP.

Ngoài giấy chứng nhận đăng ký đầu tư ở nước ngoài (OIRC), nhà đầu tư Việt Nam cũng phải mở một tài khoản vốn đầu tư trực tiếp tại một cơ sở tài chính được cấp phép tại Việt Nam, và các giao dịch đầu tư trực tiếp sẽ được thực hiện qua tài khoản này. Theo định kỳ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (SBV) quy định cung cấp các khoản vay ngoại tệ sẵn có cho các dự án đầu tư ra nước ngoài, theo các chính sách tiền tệ và quản lý ngoại tệ của Việt Nam. Các bản báo cáo hàng quý và hàng năm do các nhà đầu tư Việt Nam soạn thảo, theo Điều 73 của Luật Đầu tư, là phương tiện để giám sát quá trình triển khai đầu tư ra nước ngoài.

Hoạt động thương mại của các doanh nghiệp Việt Nam tại Úc nhận được sự hỗ trợ từ Đại sứ quán và các Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc:

Đại sứ quán Việt Nam tại nước Úc
Đại sứ:
Ngài Nguyễn Tất Thành.
Đại sứ của Việt Nam
6 Timbarra Crescent, O'Malley, ACT, 2606,
số điện thoại (61-2) 61694916, vembassy@iinet.net.au,
https://vietnamembassy.org.au

Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại nước Úc:
9 Poate Road, Centennial Park, bang NSW 2021,
số điện thoại (61 2) 9356-4869,
vntrade@bigpond.net.au / au@moit.gov.vn
Liên hệ – Nguyễn Phú Hoà, Phó Tổng Lãnh sự Việt Nam tại thành phố Sydney, Trưởng Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc.
https://moit.gov.vn/en/trade-office/asia-pacific-market/vietnam-trade-office-in-australia-concurrently-vanuatu-marsh
Tài liệu gồm có video hướng dẫn, thông tin và lưu ý, những sự kiện xúc tiến thương mại, giới thiệu đối tác, và các công cụ, trong đó có các ứng dụng trên điện thoại thông minh.
http://vietnamtradeoffice.net/lien-he/

Tổng Lãnh sự quán nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam tại Perth, Úc, Ông Bùi Quốc Thành
Level 8, No. 16 St Georges Terrace, Perth, bang WA 6000,
số điện thoại: 08-92211158 / 93253642 / 93253645
Số điên thoại di động: 0470 111 668
Email: vnconsulate.perth@gmail.com www.mofa.gov.vn/vnconsulate.perth

Nguồn tài liệu từ quốc gia Úc

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận, hợp tác với nhiều cấp chính quyền tại Úc.

Dành cho các nhà xuất khẩu, những website hữu ích nhất về Úc gồm có:

- Australia.gov.au là cổng thông tin và dịch vụ tổng hợp về Úc cho doanh nghiệp nước ngoài.
- Bộ Nội vụ Úc cung cấp những hướng dẫn chung về nhập khẩu hàng hóa vào nước Úc.
- **Nhập khẩu vào Úc**: Những quy định và luật – luật xuất khẩu. Nhập khẩu và công việc kinh doanh của bạn | business.gov.au
- **Công cụ BICON** – Cơ sở dữ liệu của Chính phủ Úc về những điều kiện an ninh sinh học đối với hơn 20.000 loài cây, động vật, khoáng sản và sản phẩm sinh học. Các doanh nghiệp tự xác định được những yêu cầu cụ thể đối với hàng nhập khẩu, và tìm hiểu xem liệu doanh nghiệp của mình có phải xin giấy phép nhập khẩu hay không.
- Bộ Nông nghiệp, Nguồn nước và Môi trường Nhập khẩu vào Úc cung cấp thêm thông tin về BICON.
- Thỏa thuận về luật **chuỗi cung ứng** đảm bảo tôn trọng quyền con người và bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.
- Nhãn mác: Các loại thực phẩm được sản xuất hoặc nhập khẩu để tiêu dùng tại Úc, trong đó có thực phẩm hữu cơ, phải được dán nhãn theo quy định của Mã tiêu chuẩn thực phẩm do Cơ quan tiêu chuẩn thực phẩm Úc Niu Di-Lân (FSANZ) ban hành.
- Hướng dẫn về nhập khẩu hàng khóa nông nghiệp https://www.agriculture.gov.au/import/before/how-to-import
- Hướng dẫn về nhập khẩu gỗ https://www.agriculture.gov.au/import/goods/timber
- Tiêu chuẩn Úc (AS) 6000–2015 về các sản phẩm hữu cơ và sinh động học: tiêu chuẩn tự nguyện dành cho nhà vườn và **nhà chế tạo** các sản phẩm có dán nhãn "hữu cơ" và/hoặc "sinh động học" tại **Úc**. https://www.standards.org.au/standards-catalogue/sa-snz/agriculture/ft-032/as--6000-colon-2015
- Thị thực - https://immi.homeaffairs.gov.au/visas/getting-a-visa/visa-listing/business-innovation-and-investment-188
- Thị thực đầu tư quan trọng https://immi.homeaffairs.gov.au/visas/getting-a-visa/visa-listing/business-innovation-and-investment-888/significant-investor-stream
- Cơ chế làm việc của Nghị viện https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/three-levels-of-government/three-levels-of-government-governing-australia/
- Austrade Tìm hiểu luật và các quy định về kinh doanh https://www.austrade.gov.au/international/invest/guide-to-investing/running-a-business/understanding-australian-business-regulation
- Kiến thức pháp luật cần thiết trong kinh doanh https://business.gov.au/planning/new-businesses/legal-essentials-for-business
- https://www.transparency.gov.au/ - Cổng thông tin Minh bạch (Transparency) là cơ sở dữ liệu mới được hình thành, gồm các thông tin công khai về Khối thịnh vượng chung. Trong tương lai, đây sẽ là nguồn chính, cung cấp thông tin về doanh nghiệp của Khối thịnh vượng chung.
- COVID thông tin lữ hành https://www.australia.gov.au/
- Cổng thông tin Chính phủ giúp nghiên cứu thị trường tại Úc – https://business.gov.au/marketing/research-your-market
- Tổng quan về nông nghiệp trong năm 2021 https://www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australian-agriculture-2021
- Tổng quan về ngành thủy hải sản thương mại https://www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australias-commercial-fisheries-and-aquaculture
- Ngành du lịch Úc www.tra.gov.au và quản lý đầu tư www.tra.gov.au/data-and-research/reports/tourism-investment-monitor-2019-20/tourism-investment-monitor-2019-20
- Ngành năng lượng sạch www.cleanenergycouncil.org.au/resources/resources-hub/clean-energy-australia-report
- Các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế Úc www.asbfeo.gov.au/sites/default/files/Small_Business_Statistical_Report-Final.pdf
- Giới thiệu thị trường nước Úc Food & Beverage Industry market overview Australia (flandersinvestmentandtrade.com)
- Export guides for international seafood markets — Sea fish
- Nhập khẩu đồ đạc vào Úc https://www.icecargo.com.au/import-furniture-australia/

Dành cho các nhà đầu tư: Nhìn chung, đất nước Úc quản lý các dự án đầu tư nước ngoài vào nội địa Úc thông qua các một loạt các cơ chế, để cân bằng giữa lợi ích kinh tế và rủi ro của đầu tư nước ngoài, và để duy trì lòng tin của cộng đồng rằng đầu tư nước ngoài là lợi ích quốc dân.

Nước Úc có chế độ tầm soát đầu tư nước ngoài, được áp dụng cho các dự án đầu tư vượt ngưỡng giá trị tiền tệ. Chính sách này yêu cầu nhà đầu tư nước ngoài phải báo cáo với Bộ trưởng Bộ Ngân khố về dự án đầu tư nước ngoài dự kiến đã đạt các tiêu chí nhất định. Bộ trưởng Bộ Ngân khố có thể yêu cầu dừng dự án, hoặc áp dụng những điều kiện giới hạn cách thức triển khai dự án, để đảm bảo rằng những dự án này không đi ngược lại lợi ích quốc dân và an ninh quốc gia (nếu thích hợp).

Mọi thỏa thuận thu mua vượt ngưỡng tiền tệ đã quy định sẽ phải trải qua giai đoạn tầm soát trong khuôn khổ "đánh giá lợi ích quốc dân" và ở phạm vi hẹp hơn, "đánh gia an ninh quốc gia". Đa phần các dự án đầu tư sẽ được đánh giá theo tiêu chí lợi ích quốc dân, miễn là họ đảm bảo được các ngưỡng tiền tệ và kiểm soát được nêu ở trên. Những dự án đầu tư không đạt được những ngưỡng trên, bất kể có đặt ra nguy cơ nào đối với an ninh quốc gia hay không, vẫn phải trải qua tầm soát đánh giá an ninh quốc gia.

Bộ trưởng Bộ Ngân khố cân nhắc liệu có bằng chứng cho thấy dự án đầu tư đang được tầm soát đi ngược lại "lợi ích quốc dân" của Úc, hoặc an ninh quốc gia, hoặc nếu Bộ trưởng không có hành động can thiệp, những dự án này sẽ được cho là đã được duyệt sau khi kết thúc thời hiệu xem xét. Nếu Bộ trưởng Bộ Ngân khố cho rằng dự án đầu tư nước ngoài nào đó là đi ngược lại lợi ích quốc dân hoặc an ninh quốc gia, thì Bộ trưởng có thể:

- ra lệnh cấm thực hiện dự án
- cho phép đầu tư, nhưng đưa ra các điều kiện phải thực thi
- ra lệnh hủy khoản đầu tư, nếu dự án đã được tiến hành.

Tuy nhiên giả định chung cho rằng các dự án đầu tư nước ngoài là có lợi, vì đầu tư nước ngoài đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Úc. Với lý do này, khi đã xác định được rủi ro đối với lợi ích quốc dân hoặc an ninh quốc gia, thì hướng tiếp cận thường là phê duyệt dự án theo những yêu cầu được đặt ra nhằm bảo vệ lợi ích quốc dân và an ninh quốc gia.

Khái niệm lợi ích quốc dân không được pháp luật định nghĩa, nhưng các văn bản chính sách chỉ ra rằng, khi đánh giá lợi ích quốc gia, Chính phủ thường cân nhắc các yếu tố sau:

- an ninh quốc gia, dựa trên đánh giá từ các cơ quan an ninh
- tính cạnh tranh, đặc biệt trong trường hợp giao dịch thu mua có thể cho phép kiểm soát nguồn cung một sản phẩm nào đó cho thị trường nội địa
- thuế và các tác động môi trường của các dự án đầu tư
- tác động lên nền kinh tế và cộng đồng, trong đó có người lao động, người cho vay và các bên liên quan khác.
- bản chất của nhà đầu tư, bao gồm liệu họ có hoạt động trên cơ sở thương mại minh bạch hay không, và có tuân thủ với các nguyên tắc minh bạch và sự quản lý tại đất nước quê hương của họ hay không.

.

Trong tầm soát về an ninh quốc gia, Chính phủ cân nhắc mức độ dự án đầu tư ảnh hưởng đến khả năng bảo vệ những lợi ích chiến lược và an ninh của Úc. Sự cân nhắc này dự trên ý kiến tham vấn từ các cơ quan an ninh quốc gia có liên quan để đánh giá liệu một dự án có đặt ra những vấn đề nguy hại tới an ninh quốc gia hay không. Từ năm 2015, Cơ quan Thuế vụ Úc (ATO) chịu trách nhiệm quản lý đánh giá bất động sản dân sinh. Theo Đạo luật Áp đặt Chi phí, các nhà đầu tư nước ngoài phải trả phí xét đơn khi báo cáo với Bộ trưởng Bộ Ngân khố về khoản đầu tư mà họ dự kiến.

Bên cạnh chế độ tầm soát đầu tư nước ngoài, có một số hình thức kiểm soát đầu tư tại Úc ở cấp trung ương. Các biện pháp chính sách ảnh hưởng đến đầu tư gồm có một số hạn chế nhất định về sở hữu nước ngoài trong một số lĩnh vực và quyền kiểm soát về đất đai và thu mua tài sản đối với nhà đầu tư nước ngoài. Xin xem Phụ lục 1 để biết thêm chi tiết về những biện pháp chính sách này. Một số khá cụ thể, như: Đạo luật Sân bay 1996 giới hạn sở hữu nước ngoài đối với một số sân bay là tối đa 49%, với sở hữu hãng hàng không là 5%, và giới hạn sở hữu chéo (khi một nhà đầu tư nước ngoài sở hữu hơn 15% sân bay Sydney) giữa sân bay Sydney và các sân bay ở Melbourne, hoặc Brisbane, hoặc Perth.

Hỗ trợ của nước Úc cho những nhà đầu tư tiềm năng từ Việt Nam

Các đại diện của Chính phủ Úc tại Việt Nam từ Bộ Ngoại giao và thương mại có thể hỗ trợ các nhà đầu tư tiềm năng đang quan tâm đến cơ hội tại Úc.

Thông tin liên hệ của Đại sứ quán và các Lãnh sự quán Úc tại Việt Nam:

- Đại sứ quán Úc tại Việt Nam: https://vietnam.embassy.gov.au/
- Tổng lãnh sự quán Úc tại Thành phố Hồ Chí Minh: https://hcmc.vietnam.embassy.gov.au/

Austrade có mạng lưới các chuyên gia đầu tư có thể tư vấn kín, hỗ trợ các nhà đầu tư tiềm năng xác định dự án tiềm năng, các liên minh chiến lược và đưa ra lời khuyên về quá trình phê duyệt đầu tư. **Nơi điều phối ban đầu mọi yêu cầu và sự hỗ trợ dành cho mọi dự án** – Austrade là cầu nối trung gian, luôn sẵn lòng giúp tìm kiếm các dịch vụ đầu tư tại Úc, và với những đại diện ở Việt Nam, có thể hướng dẫn cho cộng đồng trong nước bằng tiếng Việt.

Các văn phòng của Austrade tại Việt Nam

- Austrade Hanoi - Tòa nhà Đại sứ quán
  Số 8 Phố Đào Tấn, Quận Ba Đình, Hà Nội
  Số điện thoại: +84 24 3774 0300
- Austrade Ho Chi Minh - Tầng 20 Tòa nhà Vincom Centre 47 Phố Lý Tự Trọng, Quận 1,
  thành phố Hồ Chí Minh
  Số điện thoại: +84 28 3827 0600

Thông tin về kinh doanh và môi trường quản lý tại Úc – Austrade thể giúp các doanh nghiệp Việt Nam hiểu cách thức tiến hành kinh doanh tại Úc, bao gồm:

- Hướng dẫn ban đầu về quá trình đưa ra quyết định đầu tư.
- Thông tin về những vấn đề như các yếu tố kinh tế, chi phí kinh doanh, chế độ thuế, thuận lợi trong kinh doanh, quy định về đầu tư, các kỹ năng hiện có và tình hình nhập cư.
- Tư vấn về các hoạt động kinh doanh và phong tục văn hóa tại Úc.
- Hỗ trợ và giới thiệu để thiết lập hoạt động tại Úc.

Thông tin thị trường và cơ hội đầu tư – Austrade có thể tư vấn cho các doanh nghiệp Việt Nam về những cơ hội đầu tư tại Úc, qua các cách sau:

- Nghiên cứu chuyên sâu các khả năng và cơ hội của từng ngành.
- Tư vấn phát triển thị trường, xu hướng và dự đoán.
- Thông tin về các đối tác và đối thủ tại thị trường Úc.
- Hỗ trợ giới thiệu đề cương kinh doanh con của Úc với các cơ quan đầu não toàn cầu.

Xác định những vị trí và đối tác thích hợp để đầu tư tại Úc – Austrade có thể làm việc với chính quyền các bang và vùng lãnh thổ của Úc để xác định các đối tác và địa điểm thích hợp cho với các nhà đầu tư quốc tế, thông qua:

- Thông tin đối sánh về những nơi khác nhau trong khu vực châu Á
- Xác định vị trí, địa điểm cụ thể, dựa trên các yêu cầu của nhà đầu tư
- Tổ chức các chuyến đi thăm và lập kế hoạch làm việc tại Úc
- Giới thiệu các chuyên gia và đối tác tiềm năng, trong đó có các chuyên gia về thị trường sở tại, về ngành, và các nhà cung ứng dịch vụ chuyên ngành (ví dụ, Luật và Thuế); các cơ quan chính quyền địa phương, bang và Liên bang có liên quan, các cơ quan chức trách và có thẩm quyền; và các cơ hội hợp tác phát triển và nghiên cứu với các đối tác tiềm năng.

Tư vấn về các chương trình và quy trình phê duyệt của Chính phủ Úc – Austrade có thể kết nối các nhà đầu tư Việt Nam với các chương trình của Chính phủ để tối đa hóa đầu tư, thông qua:

- Tư vấn cho các chương trình phát triển của chính phủ, có thể áp dụng được cho doanh nghiệp của bạn, trong đó có hỗ trợ để phát triển kỹ năng, nghiên cứu và các hoạt động đổi mới sáng tạo.
- Tư vấn về những thủ tục, giấy phép chính phủ cần có để tiến hành kinh doanh, và góp phần tạo thuận lợi cho các quá trình tương ứng
- Tư vấn về xuất khẩu sang các thị trường thứ ba thông qua các dịch vụ thương mại của Austrade với các hãng bán lẻ ở trong nước.

Thông tin trực tuyến từ Austrade để hỗ trợ các nhà đầu tư tiềm năng vào Úc

- https://www.austrade.gov.au/benchmark-report/home/home
- https://www.austrade.gov.au/international/invest
- https://www.austrade.gov.au/international/invest/investor-guide
- https://www.austrade.gov.au/international/invest/opportunities
- https://www.austrade.gov.au/international/invest/investment-specialists
- https://www.austrade.gov.au/international/invest/guide-to-investing/running-a-business
- https://www.austrade.gov.au/international/buy/australian-industry-capabilities

Cơ quan thuế vụ Úc (ATO) có quy trình tham gia sớm để cung cấp cho các nhà đầu tư những thông tin rõ ràng và chắc chắn về nghĩ vụ thuế của các khoản đầu tư lớn. Dịch vụ này sẽ giúp các nhà đầu tư cảm thấy an tâm sau khi hiểu rõ luật thuế của Úc và hiểu rằng luật thuế Úc sẽ được áp dụng, cân đối và điều chỉnh dựa theo nhu cầu cụ thể của mỗi nhà đầu tư.

Bộ Công nghiệp cung cấp thông tin về Hệ thống Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo của nước Úc – **Hướng dẫn Hợp tác với Úc trong lĩnh vực Đổi mới Sáng tạo, Khoa học và Tài nguyen 2019**, https://www.industry.gov.au/sites/default/files/2018-10/partnering-with-australia-on-science-innovation-and-research.pdf

Chính quyền các Bang và Vùng lãnh thổ của Úc cũng có những cơ quan chuyên tách đầu tư vào nội địa Úc, đóng vai trò thu hút và thuận lợi hóa đầu tư. Họ cung cấp thông tin về từng ngành và các thông tin khác cho các nhà đầu tư.

Bang New South Wales (NSW)

- **Giới thiệu chung:** https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/nsw-cef.pdf
- Bang NSW: Chiến lược ASEAN http://www.business.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0003/258519/ASEAN-strategy.pdf
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại bang NSW**: Advanced manufacturing Advanced technologies Agribusiness and food Arts, culture and creative Cyber security Defence NSW Education Financial and professional services Infrastructure and construction Medical technology Mining and resources Renewable energy and sustainability Space Tourism
- **Bang NSW Thuận lợi hóa đầu tư** https://www.investment.nsw.gov.au/
- **Văn phòng đại diện của chính quyền bang NSW tại Việt Nam** - Văn phòng Thương mại & Đầu tư NSW, Tổng lãnh sự quán Úc tại thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, Tầng 20 Tòa nhà Trung tâm Vincom, 47 Phố Lý Tự Trọng, Quận 1, thành phố Hồ Chí Minh, +84 9021 50773 kien.nguyen@austrade.gov.au

Bang Victoria

- **Giới thiệu chung**: https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/vic-cef.pdf
- Bang Victoria: SChiến lược Thương mại và Đầu tư Đông Nam Á https://global.vic.gov.au/__data/assets/pdf_file/0009/327519/12111-DJPR-GV-Southeast-Asia-Strategy_V2-WEB.pdf
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại bang Victoria**: Các công nghệ xây dựng Các ngành sáng tạo Công nghệ quốc phòng Công nghệ số Lương thực và sợi Giáo dục quốc tế Công nghệ y và dược học Nghiên cứu y học Dịch vụ chuyên ngành Bán lẻ, phân phối giao thông, hậu cần và bưu chính Công nghệ không gian Kinh tế du lịch Ngành đua ngựa tại bang Victoria
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại bang Victoria**: https://www.invest.vic.gov.au/
- **Các văn phòng đại diện của chính quyền bang Victoria tại Việt Nam** - Global Victoria Đơn 4616, Tầng 46 Tháp tài chính Bitexco, 2 Đường Hải Triều, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, +84 975 042 055 https://global.vic.gov.au/all-offices/se-asia/vietnam

Bang Queensland

- **Giới thiệu chung**: https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/qld-cef.pdf
- Bang Queensland: Chiến lược Thương mại và Đầu tư https://documents.parliament.qld.gov.au/TableOffice/TabledPapers/2017/5517T703.pdf
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại bang Queensland**: https://www.business.qld.gov.au/industries/invest : ngành nông nghiệp và thực phẩm ngành thịt bò khai khoáng và tài nguyên ngành du lịch chuỗi cung ứng năng lượng tái tạo được ngành chế tạo tiên tiến ngành quốc phòng ngành công nghệ thông tin, truyền thông và nền tảng số ngành y tế điện tử
- Ngành khoa học tại Queensland – Các cơ hội đầu tư khoa học
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại bang Queensland**: http://www.tiq.qld.gov.au/invest/

Bang Nam Úc (SA)

- **Giới thiệu chung**: https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/sa-cef.pdf
- https://www.stategrowth.tas.gov.au/__data/assets/pdf_file/0004/186502/Tasmanian_Trade_Strategy.pdf
- https://www.dpc.sa.gov.au/__data/assets/pdf_file/0007/47887/South-Australian-Government-International-and-Interstate-Engagement-Bodies-and-Functions-Review.pdf
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại bang Nam Úc**: Các ngành sáng tạo Giáo dục Thực phẩm và đồ uống Y tế Chế tạo Khai khoáng Du lịch. Hàng không không gian Chế tạo tiên tiến Công nghệ dùng trong nông nghiệp Không gian Cơ sở hạ tầng số Công nghệ y tế và y học Học máy và dữ liệu hơn Năng lượng tái tạo được VFX, VR và AR. . https://invest.sa.gov.au/sectors
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại bang Nam Úc:** : https://invest.sa.gov.au/

Bang Tasmania

- **Giới thiệu chung**: https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/tas-cef.pdf

- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại bang Tasmania:** https://www.stategrowth.tas.gov.au/business/sectors Chế tạo tiên tiến Biển phía nam và Nam Băng Dương Xây dựng và kiến thiết Phát triển lĩnh vực văn hóa và du lịch Quốc phòng Thực phẩm và kinh doanh nông nghiệp Lâm nghiệp Công nghệ thông tin và truyền thông Giáo dục quốc tế Khai khoáng và xử lý khoáng sản Năng lượng tái tạo được Khoa học
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại bang Tasmania**: https://www.cg.tas.gov.au/home/investment_attraction

Bang Tây Úc (WA)

- **Giới thiệu chung:** https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/wa-cef.pdf
- Chiến lược Hợp tác với châu Á https://www.wa.gov.au/sites/default/files/2020-11/asian-engagement-strategy-2019-2030.pdf
- https://www.wa.gov.au/government/publications các xuyết bản của chính quyền bàng WA, bao gồm báo cáo hàng năm, báo cáo doanh nghiệp và báo cáo độc lập, chính sách công, các quy định, tiêu chuẩn, hướng dẫn, nghiên cứu và phân tích.
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại WA:** www.wa.gov.au
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại WA:** https://www.investandtrade.wa.gov.au/

Lãnh thổ phía Bắc (NT)

- **Giới thiệu chung:** https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/nt-cef.pdf
- https://business.nt.gov.au/publications/strategies/international-engagement-trade-and-investment-strategic-plan-2018-2021
- **Tổng quan về các ngành trọng điểm tại NT:** Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản Xây dựng Quốc phòngDefence Dịch vụ chính phủ và cộng đồng Khai khoáng và chế tạo Thương mại bán buôn và bán lẻ Ngành dịch vụ Du lịch
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại NT:** https://theterritory.com.au/invest

Lãnh thổ Thủ đô nước Úc (ACT)

- **Giới thiệu chung:** https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/act-cef.pdf
- ACT: Chiến lược Hợp tác Quốc tế https://www.cmtedd.act.gov.au/__data/assets/pdf_file/0006/1541643/CMD-39335-Interntional-City-Strategy_AccPDF.pdf
- ACT Tổng quan các ngành trọng điểm: https://www.cmtedd.act.gov.au/economic-development/innovation-industry-investment/key-sectors Không gian, Quốc phòng, An ninh mạng và Năng lượng tái tạo được
- **Thuận lợi hóa đầu tư tại ACT:** https://canberra.com.au/business/

Các doanh nghiệp cân nhắc thương mại và đầu tư vào Úc có thể tìm kiếm thông tin về rất nhiều vấn đề, từ quy định pháp luật, chính sách thuế, sở hữu trí tuệ, việc làm và quan hệ với ngành, nhập cư, bảo mật thông tin, trách nhiệm của lãnh đạo, lựa chọn để tái cơ cấu doanh nghiệp, sát nhập và thu mua, cũng như các yêu cầu về xuất nhập khẩu. Bản báo cáo này không nhằm mục đích trở thành cẩm nang thương mại, nhưng một số nguồn đầu ngành, có chuyên môn cao trong cách lĩnh vực trên sẽ được nêu ra dưới đây, trong đó có các dịch vụ miến phí và có trả phí từ các chuyên gia tư pháp và ở các lĩnh vực khác, các hãng tư vấn tại Úc, như:

Minter Ellison: *Cẩm nang Kinh doanh tại Úc*: Tổng quan về những nguyên tắc kinh doanh, từ hướng dẫn đầu tư nước ngoài tới chính sách thuế, bảo vệ sản phẩm, sở hữu trí tuệ và hệ thống luật pháp về việc làm. https://www.minterellison.com/articles/doing-business-in-australia-guide

Baker McKenzie Việt Nam: Kinh doanh tại Úc hướng dẫn các doanh nghiệp hoạt động hoặc đang cân nhắc đầu tư vào đất nước Úc. Ấn bản có bổ sung năm 2020 trình bày tổng quan hệ thống pháp luật và những quy định trong hệ thống tư pháp về kinh doanh, gồn 17 chủ đề. https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/guides/doing-business-in-australia

Hãng Price Waterhouse Coopers: https://www.pwc.de/de/internationale-maerkte/assets/doing-business-in-australia.pdf

Các báo cáo nghiên cứu thị trường được các tổ chức thương mại thực hiện, bao gồm nghiên cứu thực chứng và thường có chi phí cao. Một số báo cáo tập trung vào một phân khúc ngành hoặc nhóm sản phẩm rất đặc thù. Các báo cáo khác tập trung vào các ngành khác nhau. Đa phần các nhà xuất bản yêu cầu người đọc phải trả phí thông qua website cửa họ để được tiếp cận các báo cáo. Ví dụ Báo cáo Ngành tại Úc của IBISWorld có 950 lĩnh vực hẹp hơn tại Úc. Báo cáo chuyên ngành đặc biệt tại Úc của IBISWorld cho thấy các ngành mới nổi lên tại nước Úc, trong đó có xác suất thống kê, phân tích thị trường, nhân vật có ảnh hưởng trong ngành, hoạt động hiện tại và trong quá khứ, và dự báo năm năm tiếp theo.

Chú thích

[a] Thủ tướng Morrison, 2019, *Diễn văn tại Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam*, (www.pm.gov.au)
[b] Chiến lược Tăng cường hợp tác kinh tế Úc – Việt Nam
1 Dữ liệu thống kê từ Tổng cục Thống kê (Việt Nam) và Bộ Kế hoạch và Đầu tư
2 Austrade, 2021. *Tại sao chọn Úc? Báo cáo chuẩn đối sánh, thanh phố Canberra*
3 Các nguồn tài nguyên gồm các mỏ quặng có giá trị như bô xít, than, quặng sắt, đồng, thiếc, bạc, vàng, uranium, niken, vonfram, cát khoáng sản, đất hiếm, chì, kẽm, kim cương, khí tự nhiên, và dầu mỏ.
4 Tập đoàn Công nghiệp Úc AIGroup, 2019. *Ngành chế tạo Úc trong năm 2019: Những cơ hội ở trong nước và trên thế giới,* Sydney, Úc. Bộ Công nghiệp, www.industry.gov.au/data-and-publications. Trung tâm Đổi mới sáng tạo trong ngành chế tạo.
5 Austrade, 2017. *Đầu tư Nhật Bản tại Úc*. Canberra Úc. https://thehealthygrain.com
6 Bộ Nông nghiệp, Kinh tế học tài nguyên và Khoa học Úc (ABARES) và Cơ quan Bộ tại các bang và vùng lãnh thổ cung cấp báo cái về nông nghiệp Úc. ABARES 2021. *Tổng quan nền nông nghiệp* Úc. Canberra. (www.awe.gov.au/abares)
7 Deloitte, 2019. *Đầu tư vào ngành nông nghiệp Úc: Thu hẹp khoảng cách giữa thực trạng và tham vọng, Úc*
8 Website của Tập đoàn Nhóm Olam
9 Baosteeel, 2020. *Trung tâm Hợp tác nghiên cứu và phát triển Baosteel - Úc* (www.bajc.org.au)
10 Bộ Năng lượng, 2021. *Ngành năng lượng tái tạo được tại Úc*, Trade.gov.au 2019.*Nghiên cứu thị trường về ngành năng lượng tái tạo được tại Úc.*
11 *Phát biểu của Bộ Ngân khố Úc 2018. Trung Quốc đầu tư vào Úc. https://treasury.gov.au/speech/chinese-investment-and-australia-forum*
12 Reuters. *Tesla sẽ mua 1 tỷ đô-la Mỹ khoáng chất sản xuất pin của Úc. 2* Tháng 6 năm 2021 Forbes. *Thỏa thuận về Lithi giữa Trung Quốc và & Úc* 16 03 2021
13 Xem các báo cáo của Chính quyền bang trong Phụ lục 2 Tổng hợp các nguồn tài liệu hữu ích
14 Thông tin từ Bộ Công nghiệp và Khoa học về hệ thống đổi mới sáng tại của Úc, các tổ chức tiên phong, năng lực của họ và các ví dụ tiêu biểu về hợp tác công nghiệp quốc tế trong các lĩnh vực trọng điểm. (www.industry.gov.au)
15 Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) Thông tin sơ lược về hợp tác phát triển với Việt Nam
16 Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) Tuyên bố chung về Quan hệ đối tác toàn diện Úc – Việt Nam
17 Cơ quan chuyển đổi số Úc 2021. Thông cáo báo chí Úc *và Việt Nam hợp tác*
18 Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2017. Úc *hợp tác với các nước đang phát triển – Sơ lược quan hệ song phương*
19 Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) Thông tin sơ lược về hợp tác phát triển với Việt Nam
20 Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Chương trình Phát triển của Úc dành cho Việt Nam*
21 Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) 2020. *Việt Nam nằm trong nhóm 50 nền kinh tế GII đã có tiến bộ nổi bật nhất về chỉ số đổi mới sáng tạo... với tiềm năng thực sự để thay đổi tình hình đổi mới sáng tạo toàn cầu... các nước khác có thể học hỏi từ Việt Nam để tham gia vào nhóm các quốc gia đang đổi mới sáng tạo mạnh mẽ.*
22 Bộ Khoa học và Công nghệ & Ngân hàng Thế giới, 2021. "Báo cáo Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo", Bộ Khoa học và Công nghệ & Tổ chức nghiên cứu khoa học & công nghiệp của khối thịnh vượng chung (CSIRO), 2021 "Chuyển đổi công nghệ tại Việt Nam: Đóng góp của công nghệ vào tăng trưởng kinh tế"
23 Bộ trưởng Huỳnh Thành Đạt bày tỏ sự trân trọng những hỗ trợ của Úc và Ngân hàng Thế giới trong quá trình thực hiện Báo cáo Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, và nhận định những sáng kiến tiềm năng có thể triển khai trong tương lai. (Đại sứ quán Úc, tháng 11)
24 https://www.theclimakers.org/vietnam-technology-and-science-as-drivers-of-farming-activities-in-vietnam/
25 https://opengovasia.com/vietnam-australia-launch-ai-cooperation-network/
26 https://www.beanstalkagtech.com/ausvietnam-agtech-report, https://research.csiro.au/aus4innovation/new-cool-chain-is-a-key-to-scaling-up-safe-vegetables-value-chain-in-son-la/, https://vietnam.embassy.gov.au/hnoi/MR200917.html, https://news.griffith.edu.au/2020/09/11/developing-an-energy-efficient-sensor-network-for-real-time-flood-monitoring/,
27 https://en.dangcongsan.vn/economics/australia-supports-vietnam-s-green-recovery-with-6-5-million-aud-586769.html
28 https://vietnamtimes.org.vn/hcm-city-australias-victoria-state-to-establish-twinning-relations-20041.html
29 https /2020/09/Vietnam-MoU-to-boost-trade-and-investment-with-Western-Australia.aspx
30 https://vietnamtimes.org.vn/da-nang-australias-coastal-city-sign-mou-to-step-up-bilateral-cooperation-21316.html
31 Năm 2020, xét thị phần của ASEAN trong thương mại hai chiều với Úc, Vietnam đứng thứ tư, chiếm 15% tổng thương mại hai chiều, xếp sau Singapore (24%), Thái Lan (22%) và Malaysia (20%). Indonesia chiếm 13%. Philippines chiếm 3%. Trung tâm Perth USAsia / Dự thảo thống kê kinh doanh 2020.

32 https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/australias-goods-and-services-by-top-15-partners-2020.pdf
33 https://www.channelnews.com.au/oz-phone-suppliers-look-to-dump-chinese-manufacturing-move-to-vietnam/
34 https://vietfishmagazine.com/markets/shrimp-export-to-australia-rose-significantly.html https://vietfishmagazine.com/markets/shrimp-export-to-australia-rose-by-over-80.html
35 Tổng cục Thống kê Úc *Phân loại chuẩn các nhóm văn hóa và sắc tộc tại Úc (ASCCEG)* ghi nhận trong cuộc điều tra dân số năm 2016, có 3550882 người nhận mình có gốc gác Đông Á, Đông Nam Á và Trung-Nam Á.
36 https://theculturetrip.com/asia/vietnam/articles/made-in-vietnam-the-countrys-top-10-exports/
37 http://vietnamaustraliatrade.net/kymdan-latex-mattress-endorsed-by-osteopathy-australia/ https://www.kymdan.com.au/en/doctor-recommended https://www.kymdan.com.au/en/natural-latex https://www.kymdan.com/bai-viet/bang-gia-san-pham-kymdan https://www.furninfo.com/Furniture-Industry-News/7945
38 Tổng cục Thống kê Việt Nam https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0820&theme=Trade%2C%20Price%20and%20Tourist
39 Nhập khẩu tại Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 - *Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo*, 2020, Nhập khẩu tại Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 - *Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo*, 2019
40 Số liệu giảm trong năm 2020 do các hạn chế đi lại dưới tác động của đại dịch. Tỉ lệ tăng trưởng kinh tế của Niu Di-lân (36%) và Ấn Độ (35.5%) đã vượt qua Việt Nam. Úc gia tăng nhập khẩu từ Mỹ (13%) và từ Trung Quốc (20.5%).
41 Nhập khẩu tại Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 – Thương mại Quốc tế: Thông tin tham khảo, 2019.
42 Xuất khẩu dịch vụ giao thông giảm đi 87% trong giai đoạn 2019-2020; Xuất khẩu lữ hành giảm đi 77%. Nhập khẩu tại Úc. Xem ABS Cat 5368.0.55.004 - Thương mại Quốc tế: Thông tin tham khảo, 2020.
43 Linfox là tập đoàn hàng đầu tại Úc về hàng không, phát triển bất động sản, vận tải và ngân hàng, đã đầu tư mạnh mẽ vào Việt Nam, và là chủ sở hữu sân bay Avalon tại Úc.
44 Lữ hành cá nhân đạt giá trị 1228 tỉ đô-la Úc trong năm 2019 (tương đương 96%), lữ hành công vụ 49 triệu (3,8%) và đi lại với mục đích giáo dục 16 triệu. 5368.0.55.004 – Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo, 2020.
45 https://www.oag.com
46 https://simpleflying.com/bamboo-airways-australia-flights/
47 Lữ hành 2009–19: Công vụ tăng 38.7%; Cá nhân 54.1%; Liên quan tới giáo dục 81,2%. 2015-19 Cá nhân tăng 36,5%; Liên quan tới giáo dục 68,75%. Tất cả đều suy giảm trong giai đoạn 2019–20: Cá nhân 343%; Liên quan tới giáo dục 340%; Công vụ 544%. ABS Cat 5368.0.55.004 – Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo, 2020.
48 https://www.fpt-software.com/fpt-launches-new-office-in-australias-manufacturing-and-mining-hub/#:~:text=FPT%20Launches%20New%20Office%20in%20Australia%E2%80%99s%20Manufacturing%20and,to%20extend%20its%20presence%20in%20the%20Australasia%20region. https://www.channelasia.tech/article/689160/fpt-software-takes-rpa-offering-world-wem-apac-deal/
49 https://vietnamcredit.com.vn/news/a-glance-at-vietnams-instant-noodle-market_14535. The Australian. https://www.theaustralian.com.au/subscribe/news/1/?sourceCode=TAWEB_WRE170_a&dest=https%3A%2F%2Fwww.theaustralian.com.au%2Fbusiness%2Faustralian-wheat-exports-to-asia-soar-as-tastes-change%2Fnews-story%2F2eae51ca0326da845403f966f33ab097&memtype=anonymous&mode=premium&v21=dynamic-cold-control-score&V21spcbehaviour=append#:~:text=In%20Vietnam%2C%20the%20humble%20local%20baguette%20or%20banh,Vietnam%20are%20almost%20exclusively%20made%20from%20Australian%20wheat. https://vir.com.vn/vietnams-instant-noodle-giants-54058.html
50 https://www.graincentral.com/markets/australian-malting-barley-in-demand-for-vietnamese-beer/#:~:text=Australian%20malting%20barley%20in%20demand%20for%20Vietnamese%20beer,to%20ensure%20Australia%20maintains%20a%20significant%20market%20share.
51 www.austrade.gov.au/international/invest/investor-updates/2020/australian-green-hydrogen-attracts-major-investment-from-japanese-giants www.austrade.gov.au/international/invest/investor-updates/2021/foreign-investment-helping-australia-transition-to-a-green-future www.afr.com/companies/energy/foreign-firms-flock-to-australian-renewable-energy-20200618-p553zj
52 Comtrade Liên hợp quốc (UN Comtrade)
53 Nghiên cứu Khoa học Địa lý Geoscience Úc, 2019, Các nguồn tài nguyên khoáng sản đã được xác định tại Úc (www.ga.gov.au)
54 https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/5572/Australian_Critical_Minerals_Prospectus.pdf.aspx
55 https://www.pm.gov.au/media/backing-australias-critical-minerals-sector
56 Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) TiVA
57 Cơ sở dữ liệu TiVA của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), số liệu cập nhật nhất năm 2015.
58 Được tính bằng đóng góp vào nhu cầu sau cùng – Cơ sở dữ liệu TiVA của Cơ sở dữ liệu TiVA của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).

59 Các dịch vụ của khối kinh doanh bao gồm thương mại phân phối, giao thông, nhà ở, và dịch vụ ăn uống – 193,5 triệu; dịch vụ công nghệ thông tin và truyền thông – 18,3 triệu; dịch vụ tài chính và bảo hiểm – 10 triệu; dịch vụ bất động sản – 28 triệu.

60 Phần lớn thuộc Cơ sở dữ liệu TiVA của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) (Liên minh châu Âu, Mỹ, Anh), Bắc Á, Ấn Độ, và ASEAN.

61 Các dịch vụ của khối kinh doanh: thương mại phân phối, giao thông, nhà ở, và dịch vụ ăn uống – 386,4 triệu; công nghệ thông tin và truyền thông – 31,8 triệu; tài chính và bảo hiểm – 63,8 triệu; bất động sản – 25 triệu; các dịch vụ khác – 30,2 triệu. Cơ sở dữ liệu TiVa của Cơ sở dữ liệu TiVA của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).

62 https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/documents/oecd-stri-country-note-australia.pdf

63 Tích lũy vốn đầu tư ra nước ngoài có đăng ký. Bộ Kế hoạch và đầu tư Việt Nam. https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?pxid=E0420&theme=Investment. Tổng tích lũy vốn đầu tư ra nước ngoài tính tới 20 Tháng 9 năm 2021, là 21,821 triệu đô-la Mỹ. Bộ Kế hoạch và đầu tư Việt Nam.

64 Thông tin qua trao đổi với Bộ Kế hoạch và đầu tư Việt Nam.

65 https://vietnamnews.vn/economy/770029/vietnamese-firms-increase-overseas-investment.html Mỹ đạt 690 triệu đô-la Mỹ còn Úc thu hút được 400 triệu đô-la Mỹ.

66 Bộ Kế hoạch và đầu tư Việt Nam.

67 https://www.hoaphat.com.vn/tin-tuc/hoa-phat-exports-steel-to-australian-market.html, https://www.hoaphat.com.vn/tin-tuc/hoa-phat-exports-steel-to-australian-market.html https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat-group-imported-13-000-of-australian-cows-to-vietnam.html https://www.argusmedia.com/en/news/2220618-vietnams-hoa-phat-buys-australian-iron-ore-mine https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat---australia--s-largest-trade-partner-in-viet-nam.html https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat-is-the-largest-partner-accounting-for-16-of-australian-exports-to-vietnam.html
https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat-co-operates-with-four-worlds-largest-iron-ore-mining-companies-in-australia.html
https://www.reuters.com/article/vietnam-hoa-phat-group-iron-idUSL2N2NI08B
https://www.hoaphat.com.vn/news/harmony-hoa-phat-vessel-completed-the-first-voyage-carrying-80-000-tonnes-of-coal-to-the-dung-quat-port.html
https://www.argusmedia.com/en/news/2180571-australian-coal-supplies-to-vietnam-rise-amid-china-ban

68 http://vietnamaustraliatrade.net/vinamilk-imports-200-more-dairy-cows/

69 https://vimeo.com/580109010 https://vitadairy.vn/den-tasmania-thoa-thich-chiem-nguong-thien-duong-bo-sua-v13t115.html https://vir.com.vn/landscape-of-outbound-vietnamese-investment-ventures-83225.html

70 https://vitadairy.vn/en/products/for-baby/vitadairy-colos-fresh-milk

71 https://www.dairyreporter.com/Article/2019/11/25/PanTheryx-signs-deal-with-VitaDairy

72 ASIC nêu tên cổ đông chính của công ty là Phạm Nhật Vũ, Chủ tịch tập đoàn truyền thông An Viên, em trai ông Phạm Nhật Vượng, tỉ phú người Việt Nam duy nhất, Chủ tịch Tập đoàn Vingroup.

73 Ví dụ gồm có Kết Phát Thịnh (KPT) và công ty Sao Đỏ. https://www.abc.net.au/news/rural/2014-03-18/red-star-agriculture-complex-in-vietnam/5325596 https://www.abc.net.au/news/rural/2014-03-14/vietnamese-importers-spending-big-to-take-australian-cattle/5318012#:~:text=Importing%20company%20Ket%20Phat%20Thinh%20%28KPT%29%20owns%20five,hoping%20to%20take%20a%20lot%20more%20in%202014.

74 https://au.investing.com/equities/hoa-phat-group-jsc-company-profile, https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat-australia--s-first-cow-batch-on-the-way-to-vietnam.html, https://www.hoaphat.com.vn/news/hoa-phat-group-imported-13-000-of-australian-cows-to-vietnam.html

75 https://vietnambrief.com/economy/general/388646-th-group-aims-to-have-200000-cows-by-2025.html https://www.awe.gov.au/abares/research-topics/aboutmyregion

76 https://www.theaustralian.com.au/business/property/vietnams-vingroup...https://english.vietnamnet.vn/fms/business/151296/vingroup-pays-over--16-million-to-buy-land-in-sydney.html Colliers | Viet Nam floods Australia with a new wave of capital Vietnamese developer makes first Australian swoop with Kensington sale | CBRE

77 https://www.afr.com/wealth/people/refugee-turned-businessman-eyes-mega-prawn-farm-deal-20191125-p53dsz

78 Cameron A, Pham T H, Atherton J, Nguyen D H, Nguyen T P, Tran S T, Nguyen T N, Trinh H Y & Hajkowicz S (2019). Viet Nam's future digital economy – Towards 2030 and 2045. CSIRO, Brisbane. https://www.aquaculturealliance.org/advocate/collaboration-drives-innovations-in-super-intensive-indoor-shrimp-farming/

79 https://www.dpi.nsw.gov.au/about-us/media-centre/releases/2019/nsw-research-shows-vietnam-the-world-is-your-oyster#:~:text=NSW%20Research%20Shows%20Vietnam%20the%20world%20is%20your,economic%20and%20employment%20contribution%20boost%20to%20the%20country.

80 https://blueeconomycrc.com.au/partners/

81 https://internationaleducation.gov.au/International-network/vietnam/publications/Documents/Inspired%20Potential%20-%20FINAL.pdf https://www.tmasolutions.com/TMA-Newsletter-2017.html

82 https://www.vingroup.net/en/news/detail/2196/grand-opening-of-vinfasts-office-in-australia

83 https://www.channelnews.com.au/oz-phone-suppliers-look-to-dump-chinese-manufacturing-move-to-vietnam/

84 https://www.homeaffairs.gov.au/research-and-stats/files/temporary-migration-2018-19.PDF https://immi.homeaffairs.gov.au/visas/getting-a-visa/visa-listing/maritime-crew-988/covid-19-requirements#:~:text=Holding%20a%20Maritime%20Crew%20visa%20%28MCV%29%20and%20a,days%20of%20your%20arrival%20your%20MCV%20will%20cease.

85 https://www.homeaffairs.gov.au/research-and-statistics/statistics/country-profiles/profiles/vietnam
86 Các danh mục thay thế thị thực Nhà đầu tư cao cấp, Lịch sử kinh doanh quan trọng và Doanh nhân đầu tư mạo hiểm vào năm 2021
87 https://global.vic.gov.au/news/2021/february/vitamin-business-booms-for-melbourne-vietnamese-migrant
88 https://migration.qld.gov.au/success-stories/business/meet-thi-giang-pham-%E2%80%93-vegetable-farming https://migration.qld.gov.au/success-stories/videos
89 https://www.globalaustralia.gov.au/recent-arrivals
90 https://minister.awe.gov.au/littleproud/media-releases/seasonal-agriculture-worker-visa
91 Thông tin về COVID và đi lại https://www.australia.gov.au/
92 Viet-Aus Trade App App trao đổi Việt-Úc https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vntrade.vntoapp
93 WTO, *Báo cáo chính sách thương mại* – Úc 2020 (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp496_e.htm) Australian Border Force (ABF), 2021 Integrated Cargo System (ICS) https://www.abf.gov.au/help-and-support/ics/integrated-cargo-system-(ics)
94 Lực lượng Bảo vệ biên giới Úc (ABF), 2021 Hệ thống Hàng hóa tích hợp (ICS) https://www.abf.gov.au/help-and-support/ics/integrated-cargo-system-(ics)
95 Lực lượng Bảo vệ biên giới Úc (ABF), 2021. *Bảng danh mục doanh nghiệp khả tín của Úc* https://www.abf.gov.au/about-us/what-we-do/trustedtrader
96 MinterEllison, 2021. *Kinh doanh tại Úc. Hướng dẫn cơ bản* (www.minterellison.com)
97 Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam (AusCham Viet Nam) (www.auscham.org)
98 Bộ Nội vụ Úc, 2021. Nghiên cứu và thống kê: Người nhập cư gốc Việt Nam (www.homeaffairs.gov.au)
99 Website của Ezyremit: giới thiệu. (www.ezyremit.com). Fintech Úc (www.fintechaustralia.org.au)
100 www.austrade.gov.au/news/economic-analysis/global-fintech-rankings-2021-au
101 https://en.vietnamplus.vn/local-foundation-to-assist-startups-in-australia/173309.vnp
102 https://vietnamnet.vn/en/sci-tech-environment/students-develop-e-portal-to-bring-vn-agricultural-products-to-the-world-777198.html
103 Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài của Bộ Ngoại giao Việt Nam (SCOV) ra mắt cổng thông tin https://scov.gov.vn
104 https://vietnamnet.vn/en/feature/vietnamese-phd-holder-recognized-as-leading-young-scientist-in-australia-732760.html
105 Nguyễn Thúy Quỳnh, giảng viên gốc Việt tại Trường Đại học RMIT, Úc đã được tờ báo The Australian năm 2021 vinh danh là nhà nghiên cứu đầu ngành trong lĩnh vực vật liệu composite, nhờ dự án bà triển khai về chế tạo vật liệu chống cháy nhằm bảo vệ các tòa nhà khỏi bị phá hủy khi gặp cháy rừng. https://www.aninews.in/news/world/others/vietnamese-lecturer-honoured-in-australia-for-developing-fireproof-material20211116224003/ Tiến sĩ Diệp N. Nguyễn, thành viên tham gia dự án nghiên cứu của Đại học Công nghệ Sydney về các hệ thống nước bền vững ở Việt Nam, do quỹ Đổi mới sáng tạo Aus4Innovation tài trợ. Tiến sĩ Nông Ngọc Duy, nhà khoa học trẻ xuất sắc tại CSIRO, nghiên cứu lĩnh vực năng lượng và an ninh lương thực. https://research.csiro.au/aus4innovation/vietnamese-australian-scientists-stepping-up-innovation-in-the-face-of-covid-19/ https://vietnamnet.vn/en/feature/vietnamese-phd-holder-recognized-as-leading-young-scientist-in-australia-732760.html https://en.vietnamplus.vn/vietnamese-scientist-in-australia-honoured-with-sciencetechnology-prize/218283.vnp
106 Mạng lưới cựu sinh viên Úc tại Việt Nam, Chiến lược 2016-2021, và Chiến lược Hợp tác cựu sinh viên Úc toàn cầu giai đoạn 2016-2020

Tài liệu tham khảo

Cơ quan Chuyển đổi Số Úc 2021. Thông cáo báo chí Úc và *Việt Nam hợp tác*

Aaditya Mattoo, Kinh tế gia trưởng của Ngân hàng Thế giới *Việt Nam sẽ có lộ trình hồi phục hình chữ V để kiểm soát* COVID

Tiến bộ Toàn cầu tại Úc (Advance Global Australia), 2021 website: *Chân dung những người Úc gốc Việt đoạt giải* 2019-2021

Asia Link, 2019. *Việt Nam: Thông tin cho người bắt đầu*, thành phố Melbourne, Úc

Asia Society, 2020. *Những webcasts giới thiệu về châu Á*, thành phố Melbourne, Úc

Ngân hàng Phát triển châu Á, 2020. *Việt Nam, những chỉ số chính*

Bộ trưởng Tư pháp Úc, 2020. *Học phần giới thiệu Tình trạng hối lộ ở nước ngoài dành cho các doanh nghiệp*, Canberra

Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam (AusCham Viet Nam), 2020. *Danh bạ thành viên và website*, (online)

Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade), 2017. *Đầu tư Nhật Bản tại Úc*. Canberra, Úc

Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade), 2019, *Thương mại điện tử tại ASEAN*, Canberra, Úc

Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade), 2020. *Cập nhật tình hình đầu tư quốc tế*

Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade), 2021. *Tại sao lựa chọn Úc? Báo cáo chuẩn đối sánh 2021*

Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc tại Việt Nam (Austrade), 2019. *Con hổ đã thức giấc: Thương mại điện tử tại Việt Nam*

Cơ quan Chuyển đổi Số Úc 2021. Thông cáo báo chí Úc *và Việt Nam hợp tác*

Australia Unlimited, 2017. *ASEAN ngày nay. Quan hệ đầu tư và thương mại với ASEAN*

Hội đồng Kinh doanh Úc Việt Nam, 2020. *Danh bạ thành viên*

Website của Trung tâm Đổi mới sáng tạo tiên tiến trong chế tạo của Úc

Lực lượng Bảo vệ biên giới Úc (ABF), 2021. *Hệ thống hàng hóa tích hợp (ICS) và Bảng danh mục doanh nghiệp khả tín của Úc*

Bộ Nông nghiệp, Kinh tế học tài nguyên và Khoa học Úc (ABARES) 2021. *Tổng quan nền nông nghiệp Úc*

Tổng cục Thống kê Úc (ABS), 2017. *Phân loại chuẩn các nhóm văn hóa và sắc tộc tại Úc (ASCCEG)*

Tổng cục Thống kê Úc (ABS), 2019. *Cat 5368.0.55.004 – Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo, 2019*

Tổng cục Thống kê Úc (ABS) Cat 5368.0.55.004 - *Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo 2020*

Trung tâm nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế của Úc, 2017. *Hợp tác nông nghiệp với Việt Nam 2017–27*

Hội đồng Các cơ quan nghiên cứu của Úc (ACOLA), 2017. *Cộng đồng người Úc trên thế giới: Mạng lưới kinh doanh xuyên quốc gia với châu Á*

Thông tin về COVID và lữ hành của Úc (www.australia.gov.au)

Báo The Australian CRC, 2021. Kinh tế biển

Bộ Nông nghiệp, Thủy lợi và Năng lượng Úc, 2019. Cơ sở dữ liệu MiCOR

Bộ Giáo dục, Kỹ năng và Việc làm Úc, 2019-21. *Dữ liệu về sinh viên quốc tế & Tổng kết cuối năm về tình hình sinh viên quốc tế: Báo cáo nghiên cứu (2019)*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT). *Tổng quan về đầu tư và thương mại, (2019-2021)*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2017. *Hợp tác với Úc – Sơ lược về quan hệ song phương*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2019. *Chương trình học bổng Úc (Australia Awards): Việt Nam*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2019. *Số liệu thống kê các khu vực Úc đầu tư*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2020. *Giới thiệu quốc gia Việt Nam 2020: Nhìn nhận sâu về thị trường*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Kế hoạch thực hiện Chiến lược Tăng cường hợp tác kinh tế Úc – Việt Nam 2021-2025,* Canberra

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Chương trình phát triển của Úc tại Việt Nam*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Giới thiệu quốc gia Việt Nam,* Canberra

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) *Thông tin vắn tắt về hợp tác phát triển với Việt Nam (nhiều năm)*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2020. *Bảng dữ liệu then chốt theo bang/quốc gia 2008-19*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2020. *Cổng thông tin về các lợi ích từ Hiệp định Mậu dịch tự do với Úc*.

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Chiến lược Tăng cường hợp tác kinh tế Úc – Việt Nam (EEES)*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2021. *Chương trình quỹ Tăng cường hợp tác kinh tế Úc – Việt Nam*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) *Tuyên bố chung về Tăng cường quan hệ đối tác toàn diện Úc – Việt Nam*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2020. *Nhóm 15 nước đối tác hàng đầu với Úc về hàng hóa và dịch vụ*

Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) 2020. *Chiến lược hợp tác cựu sinh viên toàn cầu, & Hội Cựu sinh viên Úc toàn cầu (LinkedIn)*

Đại sứ quán Úc tại Việt Nam, 2017. *Cựu sinh viên Úc trong chiến lược Việt Nam 2016 - 2021*, Hà Nội

Đại sứ quán Úc tại Việt Nam, 2016. *Cựu sinh viên Úc toàn cầu: Cựu du học sinh Úc tại Việt Nam 2016-2021*, Hà Nội

Đại sứ quán Úc tại Việt Nam, 2019. Úc tại Việt Nam: Chiến lược nông nghiệp, Hà Nội

Tập đoàn Bảo hiểm tài chính xuất khẩu Úc, 2021. *Giới thiệu quốc gia: Việt Nam*

Ngân sách Liên bang Úc, 2021. *Ngân sách 2021–22*

Bộ Nội vụ Úc, 2021. Thống kê về nhập cư: Số liệu về Việt Nam

Nhập khẩu tại Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 – *Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo*, 2020

Nhập khẩu tại Úc. ABS Cat 5368.0.55.004 - *Thương mại quốc tế: Thông tin tham khảo*, 2020

Tập đoàn Công nghiệp Úc AIGroup, 2019. *Ngành chế tạo Úc trong năm 2019: Những cơ hội ở trong nước và trên thế giới*, Sydney

Tập đoàn Công nghiệp Úc, 2019. *Giới thiệu về Việt Nam và các lĩnh vực kinh doanh cho doanh nghiệp Úc*, Sydney, Úc

Truyền thông Úc: Các nhà báo ABC, *The Australian, The Land, The Sydney Morning Herald, The Age, Australian Financial Review*
Đối thoại lãnh đạo trẻ Úc – Viêtt Nam, 2021
Website Hãng hàng không Tre (Bamboo Airways)
Baosteel, 2020. *Trung tâm Nghiên cứu & Phát triển Chung Baosteel-Úc (online)*
Website Tập đoàn Beanstalk Agtech và báo cáo AVEEEG
Hội đồng Kinh doanh Úc, Asia Society, PwC, Trường Đại học Sydney, 2020. *Tận dụng người Úc gốc Việt: Báo cáo của nhóm chuyên trách*
Hội đồng Kinh doanh Úc, Asia Society, PwC, Trường Đại học Sydney, 2020. *Báo cáo của nhóm chuyên trách: Quản lý hối lộ và tham nhũng*
Cameron A, Pham T H, Atherton J, Nguyen D H, Nguyen T P, Tran S T, Nguyen T N, Trinh H Y & Hajkowicz S (2019). Nền kinh tế số trong tương lai tại Việt Nam – Hướng tới 2030 & 2045. CSIRO, Brisbane
Colliers Úc, 2020. *Việt Nam đầu tư mạnh tài chính mạnh mẽ vào Úc Australia*
CSIRO, 2021. *Tiếng nói của các nhà khoa học Úc gốc Việt trong đại dịch*
Data61 (CSIRO) & Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 2019. *Nền kinh tế số trong tương lai tại Việt Nam*
Deloitte, 2021 Lộ diện đường hồi phục kinh tế hình chữ V của Úc (online)
Deloitte, 2019. *Đầu tư vào nông nghiệp Úc: thu hẹp khoảng cách giữa thực trạng và tham vọng*
Bộ Năng lượng Úc, 2021. *Lĩnh vực năng lượng tái tạo được tại ÚC*
Bộ Công nghiệp và Khoa học Úc, *Báo cáo về Hệ thống đổi mới sáng tạo của Úc, các tổ chức tiên phong, năng lực và hợp tác công nghiệp quốc tế* (online)
Liên minh châu Âu & Việt Nam. Hiệp định Mậu dịch tự do giữa Liên minh châu Âu & Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (Được ký ngày 30 Tháng 6 năm 2019)
Website của Ezyremit
Website của Fintech Úc
Forbes. *Thỏa thuận về Lithi giữa Trung Quốc và & Úc*
Website của Tập đoàn FPT
G. Earl, 2020. *Ngoại giao kinh tế: Tổng quan các xu hướng đầu tư ở nước ngoài. Viện nghiên cứu Lowy*
Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê Việt Nam & Bộ Kế hoạch và đầu tư
Nghiên cứa Địa lý Khoáng sản Geoscience Úc, 2019, *Các nguồn tài nguyên khoáng sản đã được xác định tại Úc* (www.ga.gov.au)
Nhóm chuyên trách về Thu hút kinh doanh và tài năng toàn cầu, 2021. *Tại sao lựa chọn Úc?* Canberra
Liên minh Hải sản toàn cầu, 2020. Hợp tác thúc đẩy đổi mới sáng tạo ở các trại thâm canh tôm, Việt Nam
Global Victoria, 2018. *Chiến lược Thương mại và đầu tư ASEAN*
Global Victoria, 2021. *Bùng nổ kinh doanh vitamin trong người nhập cư gốc Việt tại Melbourne*
Website của Tập đoàn Hạt giống Lành Mạnh (Healthy Grain)
Website của Tập đoàn Hòa Phát
Lê Thu Hường, 2021. *Úc và Việt Nam – Duy trì đà tích cực*, Viện nghiên cứu Chính sách chiến lược ÚC, Canberra
Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), 2020. *Về Việt Nam*
Trung tâm Thương mại Quốc tế, 2021. *Bản đồ tiềm năng xuất khẩu*
Viện nghiên cứu ISEAS–Yusof Ishak, 2017. *Đầu tư ra nước ngoài tại ASEAN: Trường hợp Việt Nam*, trang 180-221
ITC, 2020. *Bản đồ tiềm năng xuất khẩu: ÚC – Việt Nam*
J. Wilson (chủ biên) (2018). Việt Nam trong khu vực Ấn Độ - Thái Bình Dương: Những thách thức và cơ hội trong bối cảnh vùng, Perth USAsia Centre
K. Springer, 2018. Việt Nam trong vai trò một nước G20: Hướng tới quan hệ đối tác kinh tế Úc – Việt Nam, Perth USAsia Centre
K. Springer, 2020. *Úc & Việt Nam: Hợp tác kinh tế trong kỷ nguyên biến đổi địa chiến lược*. Perth USAsia Centre
Website của Tập đoàn Đệm Kymdan, 2021. Đệm Kymdan Mattress được Cơ quan Quản lý và điều hành Bác sĩ Chỉnh xương Úc (Osteopathy Australia) phê duyệt
Website của Tập đoàn Linfox Group
Viện nghiên cứu Lowy, 2020. *Chỉ số sức mạnh châu Á: Việt Nam*
Website về những câu chuyện thành công trong nhập cư tại Queensland (online và Youtube)
MinterEllison, 2021. *Kinh doanh tại Úc: Hướng dẫn căn bản*
Bộ Khoa học và Công nghệ & CSIRO, 2021. *Chuyển đổi công nghệ tại Việt Nam: Đóng góp của công nghệ vào tăng trưởng kinh tế*
Bộ Khoa học và Công nghệ & Ngân hàng Thế giới, 2021. *Các báo cáo khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo*
Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam (NOIP).
Bộ Công nghiệp bang New South Wales, 2018. ASEAN *ngày nay: Chiến lược phát triển thương mại và đầu tư của New South Wales với ASEAN*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) 2020. *Chỉ số giới hạn thương mại dịch vụ*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) *Dữ liệu thống kê về thương mại quốc tế trong lĩnh vực dịch vụ*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) *cơ sở dữ liệu TiVA*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2018. *Cơ sở dữ liệu Thương mại trong lĩnh vực giá trị gia tăng, STI*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2019. *Chỉ số bảo hộ và hỗ trợ nhà sản xuất*

Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2020. *Báo cáo về Viet Nam: Hướng tới một nền kinh tế hội nhập, minh bạch và bền vững*
Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), 2020. *Chỉ số hạn chế đầu tư trực tiếp nước ngoài. doi: 10.1787/c176b7fa-en*
Website của Tập đoàn Nhóm Olam
Open Government Asia, 2021. *Việt Nam và Úc ra mắt mạng lưới hợp tác về trí tuệ nhân tạo*
Diễn văn của Thủ tướng, 2019. *Phòng Thương mại Úc tại Việt Nam*
Thông cáo báo chí của Thủ tướng, 2019. *Tuyên bố chung giữa Việt Nam và Úc*
PwC, 2019. *Tương lai của khối ASEAN: Triển vọng Việt Nam*
Reuters. *Tesla sẽ mua 1 tỷ USD khoáng chất sản xuất pin của Úc. 2 Tháng 6 năm 2021*
Mạng lưới Cựu sinh viên Việt Nam từng học tại Đại học RMIT
Website của Savvy.com
Website của Tập đoàn Sovico
Website của Tập đoàn TH Group
UN Comtrade, 2020. *Cơ sở dữ liệu thống kê về thương mại quốc tế của Liên Hợp Quốc*
Hội nghị Liên Hợp Quốc về Thương mại và Phát triển UNCTAD *Báo cáo Đầu tư Thế giới 2020*
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), 2019. *Khảo sát các cơ hội tại Úc*
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), 2020. *Diễn đàn Kinh doanh Việt Nam*
Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam, 2020. *Báo cáo đầu tư của Việt Nam*
Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam, Cổn thông tin điện tử: *Các quy trình đầu tư nước ngoài*
Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam (VIETRADE), ứng dụng *Trao đổi Việt Úc (Viet-Aus Trade)* trên Google play
Website của Vietcombank
Văn phòng thương mại Việt Nam Úc, 2020-21 Các tin tức và bài báo trực tuyến
Truyền thông Việt Nam: Vietnam News, Vietnam Times, Vietam Investment Review, Vietnam Fish Magazine
Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam
Tổng cục Thống kê Việt Nam: *Các luồng du lịch giai đoạn 2015 – 2019*, Hà Nội
Phòng Thương mại Việt Nam, 2021. *Thị trường Úc: Hướng dẫn xuất khẩu, Sydney (bản tiếng Việt và tiếng Anh)*
Bộ Ngoại giao Việt Nam *Trang điện tử người Việt ở nước ngoài*
Website của Công ty Vinfast
Website của Tập đoàn Vingroup
Website của Công ty Vinmilk
Website của Công ty VitaDairy
Chính quyền bang Tây Úc, 2019. *Chiến lược tăng cường gắn kết với châu Á 2019-2030*
Ngân hàng Thế giới, 2017. *Báo cáo phát triển Việt Nam 2016, Đổi mới nông nghiệp Việt Nam*
Ngân hàng Thế giới, 2014. *Đánh giá khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo tại Việt Nam*
Ngân hàng Thế giới, 2015, *Việt Nam 2035: Hướng tới thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*
Ngân hàng Thế giới, 2020, *Việt Nam năng động: Tạo nền tảng cho một nền kinh tế thu nhập cao*
Tổ chức Sở hữu trí tuệ Thế giới (WIPO), *2020*
Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), *2020. Đánh giá Chính sách thương mại – Úc 2020*
Ying Zhu, Shuang Ren, Ngan Collins, M. Warner, 2018. *Nhà lãnh đạo và khả năng lãnh đạo kinh doanh tại châu Á, Routledge*

THE AUSTRALIAN
APEC STUDY CENTRE

Asia-Pacific
Economic Cooperation

Hợp tác cùng

RMIT
UNIVERSITY

Australian Government
Department of Foreign Affairs and Trade

ASIA
SOCIETY
AUSTRALIA