

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU**



**BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY**
CAP SAINT JACQUES

HÀ MINH TUẤN

**VAI TRÒ NGƯỜI HOA TRONG
QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ
CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 - 2022**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Bà Rịa - Vũng Tàu, tháng 5 năm 2024

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU**



**BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY**
CAP SAINT JACQUES

HÀ MINH TUẤN

**VAI TRÒ NGƯỜI HOA TRONG QUÁ
TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA
VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 - 2022**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Ngành: Đông Phương Học

Mã ngành: 8310608

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

TS. VÕ MINH HÙNG

Bà Rịa - Vũng Tàu, tháng 5 năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên là Hà Minh Tuấn, là học viên cao học chuyên ngành Đông phương học, của Trường đại học Bà Rịa – Vũng Tàu; MSSV: 21116418.

Tôi xin cam đoan luận văn tốt nghiệp, với đề tài “Vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2022” là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện với sự hướng dẫn của TS. Võ Minh Hùng.

Học viên



Hà Minh Tuấn

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban giám hiệu trường Đại học Bà Rịa Vũng Tàu – Viện đào tạo sau Đại học đã tạo điều kiện về cơ sở vật chất với hệ thống thư viện hiện đại, đa dạng các loại sách, tài liệu thuận lợi cho việc tìm kiếm, nghiên cứu thông tin.

Xin cảm ơn TS. Võ Minh Hùng đã giảng dạy tận tình hướng dẫn tôi hoàn thành luận văn này.

Trân trọng cảm ơn!

Học viên



Hà Minh Tuấn

Mục lục

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	v
MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Lịch sử nghiên cứu vấn đề.....	3
6. Đóng góp của luận văn	15
7. Cấu trúc của luận văn	15
NỘI DUNG	17
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN.....	17
1.1. Cơ sở lý luận và cách tiếp cận	17
1.1.1. Khái niệm Hội nhập kinh tế quốc tế.....	17
1.1.2. Khái quát về cộng đồng người Hoa ở Việt Nam.....	19
1.2. Bối cảnh người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc.....	21
1.2.1. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (thế kỉ 15 - 16).....	21
1.2.2. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (thế kỉ 17 - 19).....	22
1.2.3. Người Hoa ở Việt Nam trong thời kì Pháp xâm lược Việt Nam (1859 – 1945).....	23
1.2.4. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1945 - 1975).....	24
1.2.5. Người Hoa tại Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1975 - 1979).....	25
1.2.6. Người Hoa tại Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1980 - 2007).....	26

1.3. Những dấu ấn tiêu biểu trong hoạt động kinh tế của người Hoa qua tiến trình lịch sử của dân tộc Việt Nam.....	27
1.3.1. Vân Đồn	28
1.3.2. Phố Hiến	28
1.3.3. Hội An	28
1.3.4. Nông Nại Đại Phố	29
1.3.5. Mỹ Tho Đại Phố	29
1.3.6. Thương cảng Hà Tiên.....	30
1.3.7. Sài Gòn – Chợ Lớn.....	31
1.4. Tiểu kết	31
CHƯƠNG 2. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG VÀ NHỮNG ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG THỂ HIỆN VAI TRÒ CỦA NGƯỜI HOA TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 – 2022.....	33
2.1. Các yếu tố tác động tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022	33
2.1.1. Tác động của bối cảnh quốc tế	33
2.1.2. Tự do hóa thương mại và cạnh tranh toàn cầu	35
2.1.3. Chính sách bảo hộ với các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu.....	35
2.1.4. Hạn chế về nhận thức tư tưởng, kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế	36
2.1.5. Chính sách, pháp luật đang trong quá trình hoàn thiện.....	37
2.1.6. Năng lực cạnh tranh còn yếu	38
2.1.7. Năng lực xuất khẩu còn hạn chế	39
2.1.8. Chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra	39
2.2. Những đóng góp quan trọng thể hiện vai trò của người Hoa trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022.....	40
2.2.1. Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước có ảnh hưởng đến quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của người Hoa ở Việt Nam.....	40
2.2.2. Những đóng góp quan trọng thể hiện vai trò của người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam	43

2.3. Tiểu kết	53
CHƯƠNG 3. NHẬN XÉT VAI TRÒ NGƯỜI HOA TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM VÀ KHUYẾN NGHỊ.....	55
3.1. Nhận xét về vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2022	55
3.1.1. Trong sản xuất, kinh doanh của người Hoa ở Việt Nam.....	55
3.1.2. Xúc tiến thương mại	58
3.1.3. Thu hút chuyên gia	60
3.1.4. Về “hội nhập”, “lợi ích” của cộng đồng người Hoa tại Việt Nam.....	63
3.1.5. Kinh nghiệm thành công	65
3.1.6. Một số hạn chế bất cập	67
3.2. KHUYẾN NGHỊ	69
3.2.1. Đoàn kết dân tộc.....	69
3.2.2. Khuyến nghị giải pháp về khoa học và chuyển giao công nghệ nhằm tạo điều kiện cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế.....	71
3.2.3. Về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.....	72
3.2.4. Khuyến nghị chính sách vốn nhằm tạo điều kiện cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế.....	74
KẾT LUẬN	76
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	1
Phụ lục 01: Bảng thống kê dân số người Hoa tại Việt Nam	10
Phụ lục 02: Người Hoa phân bố theo Ngữ hệ tại Việt Nam	10
Phụ lục 03: Danh sách các công ty người Hoa tiêu biểu ở Việt Nam.....	12

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

<i>STT</i>	<i>CHỮ VIẾT TẮT</i>	<i>TIẾNG ANH</i>	<i>TIẾNG VIỆT</i>
1	AEC	ASEAN Economic Community	Cộng đồng kinh tế ASEAN
2	AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN
3	APEC	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á Thái Bình Dương	Asia Pacific Economic Cooperation
4	ASEAN	Association of South East Asian Nations	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
5	CA-TBD	-	Châu Á – Thái Bình Dương
6	CHLB	-	Cộng hòa liên bang
7	CM	Common Market	Thị trường Chung
8	CP		Cổ phần
9	CNXH	-	Chủ nghĩa xã hội
10	CPTPP	Comprehensive and Progressive Agreement for Trans Pacific Partnership	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
11	CU	Custom Union	Liên minh Thuế quan
12	EFTA	European Free Trade Association	Khu vực mậu dịch Tự do Châu Âu
13	EU	Economic Union	Liên minh Kinh tế
14	EVFTA	European Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam

			và Liên minh châu Âu
15	FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
16	FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
17	ISO	International Organization for Standardization	Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế
18	GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp định chung về thuế quan và thương mại
19	GRDP	Gross Regional Domestic Product	Tổng sản phẩm trên địa bàn
20	HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points	Tổ chức kiểm soát giới hạn các mối nguy hình thành trong quá trình sản xuất chế biến thực phẩm.
21	HNKTQT	-	Hội nhập kinh tế quốc tế
22	HTX	-	Hợp tác xã
23	KH-CN	-	Khoa học – Công nghệ
24	KCN		Khu công nghiệp
25	KCX		Khu chế xuất
26	NAFTA	North American Free Trade Agreement	Khu vực mậu dịch tự do bắc Mỹ
27	NATO	North Atlantic Treaty Organization	Tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương
28	NXB	-	Nhà xuất bản

29	ODA	Official Development Assistance	Hỗ trợ Phát triển Chính thức
30	OHSAS	Occupational Health and Safety Assessment Series	Tiêu chuẩn về Hệ thống quản lý an toàn sức khỏe nghề nghiệp
31	PTA	Preferential Trade Arrangement	Thỏa thuận Thương mại ưu đãi
32	R&D	Research and Development	hoạt động nghiên cứu và phát triển
33	TBCN	-	Tư bản chủ nghĩa
34	TP.HCM		Thành phố Hồ Chí Minh
35	TNHH		Trách nhiệm hữu hạn
36	UBND	-	Ủy ban nhân dân
37	VKFTA	Viet Nam – Korea Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Hàn Quốc
38	WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
39	XHCN	-	Xã hội chủ nghĩa

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

So với các nước trong khu vực Đông Nam Á, người Hoa di cư vào Việt Nam khá sớm và đã trở thành một cộng đồng ổn định và phát triển. Đến nay, dù đến từ các tầng lớp khác nhau nhưng người Hoa ở Việt Nam đã xem Việt Nam như là tổ quốc của họ, cùng với các dân tộc khác, họ đã có những đóng góp rất quan trọng cho đất nước, được xem như một bộ phận cư dân của cộng đồng dân tộc Việt Nam và hiện diện khắp cả ba miền Bắc, Trung, Nam. Vai trò của cộng đồng người Hoa tại Việt Nam ngày càng được khẳng định, nhất là trong lĩnh vực kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế.

Hội nhập kinh tế quốc tế là một hoạt động không chỉ huy động các thành phần kinh tế tham gia mà còn thể hiện sức mạnh của Việt Nam về việc phát triển kinh tế do đó cần có những phân tích về sự tham gia tích cực của các đối tượng khác nhau trong quá trình phát triển kinh tế quốc tế trong đó có cộng đồng người Hoa tại Việt Nam.

Kể từ giai đoạn đổi mới đến hiện tại, đặc biệt trong quá trình triển khai hội nhập kinh tế quốc tế từ năm 2007 đến nay, sau khi Việt Nam gia nhập vào Tổ chức Thương Mại Thế Giới (WTO), cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã có những đóng góp hết sức quan trọng thể hiện rõ vai trò của mình. Cho nên rất cần những nghiên cứu để đánh giá, đúc kết kinh nghiệm, ghi nhận những đóng góp, thành tựu của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam; đồng thời rút ra được những bài học, kinh nghiệm quý báu trong quá trình đổi mới và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Do vậy, nghiên cứu “Các yếu tố nào tác động tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam? Cộng đồng người Hoa có những đóng góp quan trọng gì thể hiện vai trò của họ trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022?” là một chủ đề có ý nghĩa khoa học và thực tiễn sâu sắc.

Đây cũng là một chủ đề học viên yêu thích, mong muốn được thực hiện nghiên cứu này thông qua luận văn tốt nghiệp thạc sĩ tại Trường Đại học Bà Rịa Vũng Tàu.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu tổng quát

- Nghiên cứu lịch sử hình thành và phát triển cộng đồng người Hoa ở Việt Nam.

- Phân tích các yếu tố tác động tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam và những đóng góp quan trọng của người Hoa.

Mục tiêu nghiên cứu cụ thể

Để làm rõ vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2022, luận văn đặt ra các mục tiêu nghiên cứu, cụ thể:

- Làm rõ vai trò của người Hoa trong lĩnh vực kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn từ năm 2007 (sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO)) đến năm 2022.

- Đưa ra kết quả nghiên cứu và nhận xét về vai trò của người Hoa trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

- Hoạt động kinh tế của người Hoa ở Việt Nam

- Vai trò của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu

- Không gian: toàn lãnh thổ Việt Nam và những nơi mà cộng đồng người Hoa có quan hệ, hợp tác trong hội nhập kinh tế quốc tế.

- Thời gian: chủ yếu tập trung từ năm 2007 (sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO)) đến năm 2022.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở bối cảnh lịch sử trong và ngoài nước, luận văn tiếp cận theo hướng thông qua việc phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến vai trò người Hoa ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế giai đoạn 2007-2022, từ đó rút ra được kết luận về những sự hạn chế và thành quả, đúc kết một số kinh nghiệm nhằm phát huy vai trò người Hoa ở Việt Nam trong việc phát triển kinh tế - xã hội cũng như hội nhập quốc tế.

Tác giả nghiên cứu, lý giải các vấn đề của đề tài trên cơ sở phương pháp luận của tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam (chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước). Đồng thời, sử dụng phương pháp lịch sử và phương pháp logic để tiếp cận; bên cạnh phương pháp phân tích, tổng hợp, diễn giải, quy nạp, so sánh làm sáng tỏ mục tiêu nghiên cứu.

5. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Người Hoa và vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam được nhiều học giả trong và ngoài nước quan tâm nghiên cứu. Về hội nhập kinh tế quốc tế, trong phạm vi đề tài này học viên xin phép chỉ đề cập một vài nghiên cứu tiêu biểu về chính sách, thành quả và những khó khăn thử thách, trong hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong những năm gần đây.

Tình hình nghiên cứu trong nước

Những năm gần đây, nhiều nghiên cứu về người Hoa được quan tâm thực hiện, trong xu thế về hội nhập quốc tế của Việt Nam và vai trò người Hoa trong hội nhập kinh tế.

Đào Trinh Nhất cùng công trình “Thế lực khách trú và vấn đề di dân vào Nam Kỳ” phản ánh khá sinh động các hoạt động buôn bán, giáo dục, y tế của người Hoa (Đào Trinh Nhất, 1924).

“Vai trò người Hoa trong nền kinh tế các nước Đông Nam Á” (Trần Khánh, 1992) đã lý giải quyền lực kinh tế của người Hoa ở Đông Nam Á với tư cách là một cộng đồng có tiềm lực kinh tế lớn và chi phối nền thương mại trong khu vực,

lại có quan hệ với nền văn hóa Trung Quốc, ảnh hưởng đến giải quyết vấn đề quan hệ với Trung Quốc của các quốc gia Đông Nam Á.

“Tín ngưỡng và tôn giáo của người Hoa Quảng Đông ở thành phố Hồ Chí Minh” nghiên cứu hoạt động của người Hoa tại Việt Nam từ góc độ tín ngưỡng, tôn giáo (Nguyễn Thị Hoa Xinh, 1997).

“Hoạt động kinh tế của người Hoa từ Sài Gòn đến Thành phố Hồ Chí Minh” phản ánh hoạt động kinh tế người Hoa tại thành phố Hồ Chí Minh sau 1975, phác họa một bức tranh hết sức sinh động về tình hình hoạt động kinh tế, sản xuất của người Hoa với những thăng trầm theo thời cuộc. Đây là tài liệu quan trọng để học viên tham khảo đánh giá vai trò của người Hoa lên quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn trước năm 2007 (Trần Hồi Sinh, 1998).

“Người Hoa ở Việt Nam – Thành phố Hồ Chí Minh” đã phản ánh tình hình của người Hoa ở thành phố Hồ Chí Minh và Việt Nam nói chung; đúc kết kinh nghiệm trong công tác Hoa vận (Nghị Đoàn, 1999).

“Định cư của người Hoa trên đất Nam Bộ từ thế kỷ XVII đến năm 1945” phản ánh lịch sử làn sóng di cư người Hoa vào Việt Nam và Nam Bộ, đồng thời đề cập đến các hoạt động về kinh tế, tổ chức chính trị xã hội cũng như tín ngưỡng văn hoá của người Hoa (Nguyễn Cẩm Thúy, 2000).

“Người Hoa trong xã hội Việt Nam (thời Pháp thuộc và dưới chế độ Sài Gòn)” (Trần Khánh, 2002) đề cập toàn diện các mặt hoạt động cũng như đời sống của người Hoa ở Việt Nam (từ nửa sau thế kỷ 19 đến 1954 ở miền Bắc và đến năm 1975 ở miền Nam).

Những công bố khoa học của nhà khoa học Trần Khánh có giá trị về mặt học thuật, vừa giúp người học về mặt tài liệu tham khảo, vừa làm căn cứ để so sánh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế với người Hoa Việt Nam hiện nay và người Hoa ở các nước khác trên thế giới, đặc biệt là ở các nước láng giềng Đông Nam Á.

“Người Hoa ở Nam Bộ” đề cập đến lịch sử hình thành, chế độ hôn nhân và hoạt động kinh tế của người Hoa trong điều kiện văn hoá, kinh tế, xã hội ở Nam Bộ (Ngô Văn Lệ - Nguyễn Duy Bình, 2005).

Tác phẩm “Người Hoa ở Nam Bộ” của Phan An đã phản ánh những đóng góp của người Minh Hương và Hoa từ xưa đến nay về kinh tế, văn hóa, trong đó có những danh nhân có gốc Minh hương, từ Trịnh Hoài Đức, Ngô Nhân Tịnh, Võ Tánh, Ngô Tùng Châu, Châu Văn Tiếp, Phan Thanh Giản, Phan Xích Long... đến những nhân vật có tên tuổi trong văn hóa nghệ thuật gần đây như Hồ Dzếnh, Trịnh Công Sơn, Vương Hồng Sển, Lý Lan... Công trình giúp cho học viên có cái nhìn toàn diện hơn về cộng đồng người Hoa ở Việt Nam (Phan An, 2005).

“Những yếu tố tác động đến tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam” đã phân tích những tác động như: sự cạnh tranh toàn cầu và gia tăng tự do hoá thương mại, sự tăng cường chính sách bảo hộ đến các rào cản thương mại với hàng hoá xuất khẩu và tác động của bối cảnh quốc tế đến tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (Trịnh Minh Anh, 2007).

Trần Thanh Huyền với tập sách “Những đóng góp của đồng bào người Hoa tại TPHCM trên lĩnh vực kinh tế và văn hóa” đã khái quát khá toàn diện về lịch trình tiến triển của người Hoa từ khi di cư, lập nghiệp, hình thành và phát triển qua 3 thế kỷ. Nội dung tập sách phản ánh khá đậm nét những đóng góp của Người Hoa ở Việt Nam trong kháng chiến và trong thời kỳ đổi mới, hội nhập. Người Hoa đã đem trí tuệ, bầu nhiệt huyết đóng góp trong quá trình phát triển, xây dựng đất nước phồn vinh, giàu đẹp. Cuốn sách dành hai chương quan trọng phân tích, giới thiệu các doanh nhân tiêu biểu, các doanh nghiệp hoạt động xuất sắc trong lĩnh vực kinh tế (Trần Thanh Huyền, 2007).

Trần Hồng Liên với công trình “Văn hoá người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh” đã nghiên cứu những nét riêng biệt, đặc thù, mang tính khu vực của cộng đồng tộc người Hoa tại thành phố Hồ Chí Minh, cư trú trên 3 thế kỷ qua lại tại vùng đất Nam Bộ. Trong quá trình định cư sinh sống, người Hoa đã thể hiện nét riêng của mình trên nhiều lĩnh vực, từ đường nét kiến trúc độc đáo của các ngôi

miếu, hội quán, chùa chiền của từng nhóm ngôn ngữ như nhóm Hoa Quảng Đông, Triều Châu... Văn hoá của người Hoa cũng thể hiện qua nghệ thuật diễn xướng, múa lân... Cuốn sách không chỉ góp phần tìm hiểu đặc trưng của văn hoá người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh qua các dạng thức văn hoá vật thể và văn hoá phi vật thể, biểu hiện trên nhiều lĩnh vực như văn hoá - nghệ thuật, tín ngưỡng – tôn giáo, thể thao, giáo dục, hội hoạ mà còn giúp cho người đọc nhận diện bản sắc, bản lĩnh và những giá trị khác của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam trong hoạt động sản xuất kinh doanh và hội nhập quốc tế (Trần Hồng Liên, 2007).

Huỳnh Ngọc Đáng với công trình “Người Hoa ở Bình Dương” phác họa những đóng góp của họ với nền văn hoá, kinh tế và đặc biệt là sự tham gia của họ thời kỳ kháng chiến chống Pháp và Mỹ cũng như công cuộc kiến tạo đất nước hôm nay. Tập sách cung cấp thêm nhiều tư liệu lịch sử và văn hóa của cộng đồng người Hoa ở Nam bộ, làm rõ những đóng góp cụ thể trong quá trình bảo vệ và phát triển vùng đất Nam bộ từ quá khứ đến hiện đại của cộng đồng người Hoa. Ngoài ra, công trình còn góp thêm nhiều tư liệu khác đáng chú ý như quá trình hình thành và phát triển nghề làm gốm, làm thuốc bắc, làm chao... của người Hoa, những ngôi miếu, ngôi chùa nổi tiếng khác được người Hoa xây dựng. Những thương hiệu nổi tiếng của người Hoa trên vùng đất Thủ. Hay các tập tục, văn hóa truyền thống khác đặc trưng của người Hoa cũng được giới thiệu trong tập sách này (Huỳnh Ngọc Đáng, 2012).

“Đặc khảo văn hoá người Hoa ở Nam Bộ” phản ánh khá sinh động những nét văn hoá của người Hoa vùng Nam Bộ trên các khía cạnh về kinh tế, xã hội, tôn giáo, nghệ thuật và chính trị... Tập sách cung cấp cho độc giả những kiến thức hữu ích về những đặc điểm kinh tế, xã hội, văn hoá của người Hoa ở Nam Bộ nói riêng và người Hoa ở Việt Nam nói chung (Huỳnh Ngọc Trảng, 2012).

“Bàn thêm về khái niệm và nội hàm “hội nhập quốc tế” của Việt Nam trong giai đoạn mới” đã phản ánh quá trình “hội nhập quốc tế” với thành tựu quan trọng trên các lĩnh vực văn hoá, kinh tế, xã hội (Đặng Đình Quý, 2012).

“Văn hoá người Hoa Nam Bộ” giới thiệu một vài văn hoá của người Hoa trên những lĩnh vực: hoạt động kinh tế, đời sống xã hội, hoạt động văn hóa vật thể và phi vật thể... nhất là thười gian sau khi thống nhất Đất nước (Hội Văn học Nghệ thuật các dân tộc thiểu số Thành phố Hồ Chí Minh, 2016).

“Xử lý tốt mối quan hệ giữa độc lập, tự chủ và hội nhập quốc tế của Việt Nam trong bối cảnh mới” đã hệ thống hóa những nguyên tắc, quan điểm hội nhập quốc tế của Việt Nam, khẳng định quá trình đổi mới và hội nhập quốc tế đã đóng góp cho việc phát triển kinh tế xã hội (Nguyễn Xuân Thắng, 2017).

Trần Anh Vũ với công trình “Đời sống kinh tế người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh” đã phản ánh sự nhạy bén tiếp cận công nghệ...góp phần to lớn cho phát triển kinh tế, xã hội của cộng đồng doanh nhân người Hoa Thành phố Hồ Chí Minh. Họ cũng là cầu nối quan trọng của Việt Nam với các quốc gia ở Đông Nam Á có đông người Hoa sinh sống cho quan hệ kinh tế, thương mại, đầu tư. (Trần Anh Vũ, 2018).

Châu Thị Hải “Người Hoa Việt Nam và Đông Nam Á” đã hệ thống quá trình xuất hiện và vận động của cộng đồng người Hoa tại đây. Tác giả lý giải những thành công đáng khâm phục trong hoạt động kinh doanh của người Hoa Việt Nam và Đông Nam Á. Tập sách đã đúc kết những thành công và những bài học cho quá trình phát triển kinh tế của khu vực nói chung và Việt Nam nói riêng trong xu thế khu vực hóa và toàn cầu hóa hiện nay (Châu Thị Hải, 2018).

“Chính sách của các vương triều Việt Nam đối với người Hoa” của Huỳnh Ngọc Đáng đã tổng kết, phân tích đặc điểm, tính chất chính sách đối với người Hoa, dưới thời các vương triều Việt Nam; một cách có hệ thống. Mỗi một triều đại tùy vào tình hình lịch sử cụ thể, lại có sự ứng xử cho tương thích, và triều đại sau, hầu như bao giờ cũng có sự kế thừa, phát triển chính sách đã được thực hiện từ triều đại trước theo hướng ngày càng quy củ hơn, chặt chẽ hơn để góp phần trở thành một trong những yếu tố quan trọng làm cho người Hoa luôn gắn bó với cộng đồng các dân tộc Việt Nam, có sự đóng góp nhất định về văn hoá, xã hội, kinh tế... vào phát triển chung của quốc gia (Huỳnh Ngọc Đáng, 2018).

Nguyễn Ngọc Thơ với tập sách “Người Hoa, người Minh Hương với văn hóa Hội An” đã khảo sát quá trình hình thành và phát triển cảng thị Hội An trên nền tảng giao lưu kinh tế - văn hóa quốc tế, trong đó có vai trò của người Hoa, người Nhật và người phương Tây. Tại Hội An dấu ấn văn hóa người Hoa và hậu duệ của họ biểu hiện rất đậm đặc từ kiến trúc đền miếu, nhà phố, tín ngưỡng – tôn giáo, phong tục – lễ hội, ẩm thực, cho đến nghề truyền thống và hoạt động kinh tế. Tác phẩm giúp cho học viên hiểu sâu sắc hơn về hoạt động kinh tế, hội nhập và những giá trị văn hóa vật chất và tinh thần mà cộng đồng người Hoa ở Hội An nói riêng, ở Việt Nam nói chung, đã tạo dựng qua bao thế hệ (Nguyễn Ngọc Thơ, 2018).

“Hội quán người Hoa ở Nam Bộ từ cuối XVIII đến giữa XX” của Lê Thụy Hồng Yến đã phản ánh hoạt động của hội quán người Hoa thời kỳ này, đúc kết một số đặc điểm, tính chất, vai trò của hội quán đối với cộng đồng người Hoa (Lê Thụy Hồng Yến, 2019).

“Thực trạng kinh tế - xã hội của dân tộc Hoa ở Việt Nam hiện nay và hàm ý chính sách” đã phác họa tính đặc thù và những tiêu biểu của người Hoa. Bài báo rất có ý nghĩa, tham khảo để phục vụ luận án của các học viên sau này (Nguyễn Công Trí, 2020).

Tác giả Cao Xuân Tùng với cuốn sách *Văn Hóa Trung Hoa: Lịch Sử Và Hiện Tại* giúp cho học viên có thêm tài liệu và cái nhìn tổng thể về đất nước và văn hóa Trung Quốc, từ đó hiểu thêm về văn hoá, lịch sử, tính cộng đồng, sự đoàn kết trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của người Hoa ở Việt Nam (Cao Xuân Tùng, 2021).

Nguyễn Ngọc Thơ (chủ biên) trong công trình “Lạc địa sinh căn: Bảo tồn và biến đổi văn hóa lễ tục người Hoa Nam Bộ” đã phân tích những chuyển đổi của hoạt động lễ tục truyền thống người Hoa về tín ngưỡng, phong tục, lễ hội, tập quán, truyền thống gia đình... qua đó tìm hiểu những động năng văn hóa và trí tuệ cộng đồng người Hoa Việt Nam trong việc ứng biến, thích nghi với hoàn cảnh sống Việt Nam đương đại. Theo đó, nhóm tác giả đánh giá rằng vận động văn hóa để hòa nhập xã hội Việt Nam, áp dụng chiến lược linh hoạt hai “vành đai”

văn hóa trong ngoài, người Hoa đã khá thành công trong việc thực hiện nhiệm vụ kép: vừa bảo vệ văn hóa nghi lễ truyền thống vừa thúc đẩy giao lưu văn hóa đa tộc người vì mục đích hội nhập và phát triển (Nguyễn Ngọc Thơ, 2022).

“Hội nhập quốc tế như một định hướng then chốt trong chính sách đối ngoại của Đảng cộng sản Việt Nam giai đoạn 2016-2021: Thành tựu, thách thức và triển vọng” phân tích quan điểm mở rộng quan hệ đối ngoại, hội nhập với khu vực và thế giới của Việt Nam diễn ra trên nhiều lĩnh vực và ở nhiều cấp độ khác nhau, từ song phương, tiểu khu vực, khu vực, liên khu vực và toàn cầu (Vũ Thụy Trang, 2022).

Dương Văn Huy với công trình “Người Hoa ở Việt Nam thời kỳ Nhà Nguyễn trước Pháp thuộc” đã trình bày một cách sâu sắc về cộng đồng người Hoa tại Việt Nam trong thời kỳ nhà Nguyễn trước Pháp thuộc. Cuốn sách cung cấp một bức tranh khá toàn diện về sự biến đổi lượng và chất của cộng đồng dân nhập cư này, nhất là sự gia tăng vai trò trong nền thương mại và hội nhập xã hội Việt Nam ở nửa đầu thế kỷ XIX. Đồng thời trình bày chi tiết về mối quan hệ giữa người Hoa với dân tộc Việt và hệ thống chính trị Việt Nam đương thời, đặc biệt là các triều đại Lý – Trần – Lê – Nguyễn đối với người Hoa. Cuốn sách được viết dựa trên nghiên cứu từ nhiều nguồn tài liệu gốc, chính văn của triều Nguyễn, tạo dựng nên những luận điểm, luận giải có độ tin cậy rất cao và phản ánh một cách chân thực về tình hình thời kỳ đó (Dương Văn Huy, 2023).

Nhìn chung, những công trình nghiên cứu về người Hoa ở Việt Nam rất phong phú, đa dạng, trải dài trên rất nhiều lĩnh vực, từ văn hóa, xã hội kinh tế, đến lĩnh vực chuyên sâu như hôn nhân, tín ngưỡng, tôn giáo, vấn đề tộc người,... được xuất bản ở các nhà xuất bản uy tín, các tạp chí khoa học.

Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Chen Ching Ho, *Mấy điều nhận xét về Minh Hương xã và các cổ tích tại Hội An* (Chen Ching Ho, 1960).

Chen Jinghe (Chen Ching-ho) từ nghiên cứu “A Brief Study of the Family Register of the Trans, a Ming Refugee Family in Minh – Huong – Xa, Thua

Thien (Central Vietnam)” (Sơ lược hộ khẩu họ Trần, một gia đình người Minh ty nạn ở Minh – Hương – Xá, Thừa Thiên (Miền Trung)) đã phản ánh hoạt động của cộng đồng người Hoa trong khu vực miền Trung (Chen Jinghe, 1964).

Tsai Maw Kuey nghiên cứu khá toàn diện về người Hoa ở miền Nam Việt Nam, đặc biệt là các hoạt động kinh tế (Tsai Maw Kuey, 1968). Công trình của Tsai Maw Kuey giúp cho học viên có những nhận thức về lịch sử hoạt động kinh tế hết sức sinh động của người Hoa ở Việt Nam và vận dụng vào nghiên cứu, lý giải vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

C.P. FitzGerald với đề tài “The Southern Expansion of the Chinese People” (Sự mở rộng về phía Nam của người Trung Quốc) đã đi sâu, phân tích sự mở rộng về phía Nam của người Trung Quốc, từ đó lý giải sự gia tăng mạnh mẽ của người Hoa trên phạm vi toàn thế giới (C. P. FitzGerald, 1972).

Fujinawa Riichiro, *Chính sách đối với dân Trung Hoa di cư của các triều đại Việt Nam* (Fujinawa Riichiro, 1974).

Ly Singko đã phân tích về quan hệ tầm quốc tế của cộng đồng người Hoa, trong đó có người Hoa ở Việt Nam thông qua tác phẩm “Hanoi, Peking and the Overseas Chinese” (Hà Nội, Bắc Kinh và Hoa kiều) (Ly Singko, 1978).

Luong Nhi Ky, trong luận án tiến sĩ “The Chinese in Vietnam: a study of Vietnamese – Chinese relations with special Attention to the Period 1862 - 1961” (Người Hoa ở Việt Nam: nghiên cứu quan hệ Việt – Trung, đặc biệt chú ý đến giai đoạn 1862 – 1961) đi sâu phân tích mối quan hệ Việt – Trung ở thời kỳ 1862–1961 làm rõ sự phát triển ở Việt Nam của cộng đồng người Hoa (Luong Nhi Ky, 1987).

Học viên tham khảo một số bài báo, sách của Wang Gungwu với công trình “The Study of Chinese Identities in Southeast Asia” (Nghiên cứu bản sắc Trung Hoa ở Đông Nam Á) đã lý giải những thay đổi quan trọng về tính cách, bản sắc của người Trung Quốc ở Đông Nam Á kể từ Thế chiến thứ hai (Wang Gungwu, 1988).

Chen Da-zhe trong công trình “Overview of Vietnam’s Overseas Chinese” (Tổng quan về Hoa kiều ở Việt Nam) xuất bản ở Đài Loan năm 1989 đã nghiên cứu khá toàn diện về cộng đồng người Hoa ở Việt Nam. Công trình phản ánh lịch sử hình thành và phát triển của cộng đồng người Hoa qua các giai đoạn trong quá khứ; giải thích các dạng di trú và nguyên nhân di trú; xem xét các đặc điểm, xu hướng đầu tư, các hoạt động kinh doanh, dịch vụ thương mại, tài chính, sản xuất công nghiệp (Chen Da-zhe, 1989).

Wang Gungwu trong công trình “China and the Chinese Overseas” (Trung Quốc và người Hoa ở nước ngoài) phản ánh hoạt động và mối quan hệ người Hoa hải ngoại với Trung Quốc (Wang Gungwu, 1991).

Alain G. Marsot, với nghiên cứu “The Chinese Community in Vietnam under the French” (Cộng đồng người Hoa ở Việt Nam thời Pháp thuộc) đã dựng lại bức tranh lịch sử khá sinh động, phản ánh toàn diện các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam thời Pháp thuộc (Alain G. Marsot, 1993).

Amer Rames, trong bài viết “The Sino-Vietnamese Conflict in 1978-1979 and the Ethnic Chinese in Vietnam” (Xung đột Trung - Việt năm 1978-1979 và người Hoa ở Việt Nam) đã lý giải tình hình xung đột Trung - Việt năm 1978-1979 và người Hoa ở Việt Nam. Qua đó đề xuất một số cách giải quyết xung đột ở khu vực Châu Á-Thái Bình Dương (Amer Rames, 1994).

Phuong Kim Anh với công trình “Sự hình thành và phát triển vấn đề người Hoa Đông Nam Á - nghiên cứu tại các nước Thái Lan, Philippines, Malaysia, Indonesia” đã cung cấp một cái nhìn toàn diện về người Hoa ở các nước Đông Nam Á (Phuong Kim Anh, 2001). Tuy nhiên, công trình lại ít đề cập đến hoạt động kinh tế của người Hoa tại Việt Nam.

Amer Rames, Phó giáo sư, tiến sĩ, đại học Uppsala Thụy Điển trong tham luận “Nghiên cứu về người Hoa ở Việt Nam các khuynh hướng, vấn đề và thách thức” tại Hội thảo khoa học quốc tế Việt Nam học lần thứ nhất, năm 2002 đã đánh giá tổng quát nghiên cứu cộng đồng người Hoa tại Việt Nam và nêu rõ các khuynh hướng và trọng tâm của vấn đề này vào các thời kỳ khác nhau trong lịch

sử Việt Nam. Đồng thời, so sánh việc nghiên cứu người Hoa ở Việt Nam và người Hoa ở các nước ASEAN khác; lý giải quá trình hội nhập (đang tiếp diễn) của người Hoa và những diễn biến tình hình người Hoa ở Việt Nam (Amer Rames, 2002).

Leo Suryadinata (chủ biên) “Ethnic Chinese in Singapore and Malaysia – A Dialogue between Tradition and Modernity” với 19 bài viết trong tập này nghiên cứu về người Hoa ở Singapore, trình bày sự so sánh hấp dẫn xuyên quốc gia giữa quá khứ và hiện tại. Trong khi một số vấn đề đề cập đến khía cạnh giữa truyền thống và hiện đại, những vấn đề khác lại theo dõi quá trình thay đổi, đặc biệt là sự thay đổi kinh tế, xã hội và văn hóa về mặt xã hội, chính trị, bản sắc, kinh doanh và văn học của người Hoa ở hai quốc gia này. Tập sách giúp cho học viên có sự đối sánh với người Hoa ở Việt Nam (Leo Suryadinata, 2002).

Leo Suryadinata trong công trình “Southeast Asia's Chinese Businesses in an Era of Globalization: Coping with the Rise of China” (Doanh nghiệp Trung Quốc ở Đông Nam Á trong kỷ nguyên toàn cầu hóa: sự trỗi dậy của Trung Quốc) đề cập đến sự trỗi dậy của Trung Quốc và tác động đối với các nền kinh tế và doanh nghiệp ở Đông Nam Á, đặc biệt là đối với những người gốc Hoa. Công trình cũng thảo luận về các chính sách của chính phủ Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam, đặc biệt là chính sách hoạt động kinh doanh, kinh tế của họ, đối với các doanh nghiệp Trung Quốc địa phương và Đông Nam Á, cả các doanh nghiệp tập đoàn vừa và nhỏ, trong kỷ nguyên toàn cầu hóa. Tập sách lý giải sự thống trị liên tục của người gốc Hoa trong kinh doanh và thương mại – một hiện tượng phức tạp và gây tranh cãi về mặt chính trị ở Đông Nam Á (Leo Suryadinata, 2006).

Về hội nhập kinh tế quốc tế, trong công trình “Trade and Development: Lessons from Vietnam’s Past Trade Agreements (Thương mại và Phát triển: Bài học từ các Hiệp định Thương mại mới nhất của Việt Nam), Abbott P, Bentzen J, Tarp F đã phân tích những kinh nghiệm của Việt Nam, quan hệ giữa thương mại và phát triển với các hiệp định thương mại song phương, rút ra những cải cách chính sách mới quyết định sự phát triển (Abbott P, Bentzen J, Tarp F, 2009)

Charles Wheeler, trong bài báo “Identity and Function in Sino – Vietnamese Piacy: Where are the Minh Huong?” (Danh tính và chức năng trong tiếng Hán – Việt: Minh Hương ở đâu?) đã lý giải bản sắc và những hoạt động của cộng đồng người “Minh Hương” miền Trung Việt Nam (Charles Wheeler, 2012).

Vấn về chủ đề kinh tế, nhưng nghiên cứu Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee đi sâu về quan hệ kinh doanh của người Hoa, với xu hướng cá nhân hóa cao độ dựa trên lòng tin cá nhân vào sự kiểm soát cá nhân đối với doanh nghiệp – đây cũng là nguyên nhân lý giải sự thành công của người Hoa trên lĩnh vực kinh doanh (Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee, 2014).

Vấn chủ đề về “Minh Hương”, trong bài “Interests, Institutions, and Identity: Strategic Adaptation and the Ethno – evolution of Minh Huong (Central Vietnam)” (Lợi ích, thể chế và bản sắc: Thích ứng chiến lược và dân tộc – sự phát triển của Minh Hương (Miền Trung Việt Nam)) Charles Wheeler tiếp tục nghiên cứu về lợi ích, thể chế và bản sắc trong quá trình “Minh Hương” thích ứng và biến đổi trong 4 thế kỷ (16 – 19) (Charles Wheeler, 2015).

Hollweg, Claire Honore, Tanya Smith, and Daria Taglioni, eds trong nghiên cứu : Vietnam at a Crossroads: Engaging in the next generation of global value chains” (Việt Nam trước ngã ba đường: Tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu thế hệ tiếp theo) đã phân tích sự tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, hình dung vị trí của Việt Nam trong bối cảnh môi trường toàn cầu đang thay đổi trong thời điểm năm 2035 và xác định các định hướng chính sách cần thiết để đạt được mục tiêu “Thúc đẩy hiện đại hóa kinh tế và phát triển khu vực tư nhân” của Việt Nam năm 2035” (Hollweg, Claire Honore, Tanya Smith, and Daria Taglioni, eds, 2017).

Dựa trên phân tích định hướng hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong bối cảnh tham gia các hiệp định thương mại quốc tế để đảm bảo lợi ích và an toàn quốc gia giúp tăng trưởng nền kinh tế, Sophie Deprez trong công trình “The Strategic Vision behind Vietnam’s International Trade Integration” (Tầm nhìn chiến lược đằng sau hội nhập thương mại quốc tế của Việt Nam) đưa ra những

đánh giá về vị thế của Việt Nam trong bối cảnh thương mại quốc tế. Thông qua lựa chọn kỹ lưỡng các hiệp định thương mại, Việt Nam nhằm định vị mình ở một vị trí có lợi về mặt chiến lược so với các nền kinh tế khác của AEC, để đảm bảo tăng trưởng kinh tế liên tục từ việc tiếp cận ưu đãi vào các thị trường và thúc đẩy một số những cải cách kinh tế trong nước (Sophie Deprez, 2018).

Nghiên cứu của World Bank với đề tài “Vietnam: Deepening International Integration and Implementing the EVFTA” (Việt Nam: Hội nhập quốc tế sâu rộng và thực thi EVFTA) đã phân tích các vấn đề về toàn cầu hóa và hội nhập của Việt Nam vào nền kinh tế toàn cầu, khi Việt Nam tiến hành phê chuẩn và thực thi các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới như CPTPP và EVFTA (World Bank, 2020).

Van Huy Duong với nghiên cứu “The “Minh Hương” of Vietnam: A Perspective of the Change in Ethnic Identity of the Chinese Diaspora in Vietnam” (“Minh Hương” của Việt Nam: Một góc nhìn về sự thay đổi bản sắc dân tộc của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam) đã lý giải sự thay đổi bản sắc dân tộc của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam thông qua việc phân tích hiện tượng hội nhập của cộng đồng người Hoa từ góc độ các chính sách hội nhập được chính quyền Việt Nam áp dụng qua các thời đại (Van Huy Duong, 2023).

Nhìn chung, các công trình của các học giả nước ngoài giúp cho học viên có cái nhìn tham chiếu, đối sánh về xã hội, văn hoá, lịch sử... để vận dụng vào luận văn, đặc biệt là những hoạt động kinh tế và vị thế của người Hoa trong hội nhập kinh tế quốc tế.

*

Tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy những nghiên cứu liên quan về “Vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn (2007-2022)” học viên nhận thấy phần lớn các nghiên cứu: 1/Tập trung lý giải qua trình di cư và định cư tại Việt Nam của người Hoa; 2/Các hình thức tổ chức liên kết người Hoa (Làng (xã) Minh Hương, tổ chức bang, hội; 3/Hoạt động và vị thế kinh tế của người Hoa; 4/Tôn giáo tín ngưỡng, văn hóa xã hội. Các nghiên cứu về hội nhập quốc tế đã sâu phân tích bối

cảnh quốc tế, trong nước; tiền đề, chính sách, kết quả và những khó khăn thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế, nhất là hội nhập về kinh tế.

Học tập và kế thừa những kết quả nghiên cứu từ các công trình trước đây, học viên nhận thức đầy đủ hơn văn hoá và truyền thống, cũng như những giá trị thông qua các hình thức liên kết trong hoạt động kinh tế, tôn giáo, tín ngưỡng của người Hoa. Học viên đặc biệt chú ý những nghiên cứu và lý giải các hoạt động kinh tế, sản xuất tiểu thủ công nghiệp, thương mại dịch vụ của người Hoa để giải đáp cho câu hỏi tại sao người Hoa vẫn đảm bảo vị thế kinh tế của mình ở Việt Nam trước những biến động lịch sử. Trong đó, đặc biệt có vai trò của “chữ tín” luôn được đề cao chú trọng trong các hoạt động kinh tế.

Tuy vậy, việc tổng hợp các tài liệu cho thấy chưa có sự nghiên cứu chuyên sâu nào về “Vai trò của người Hoa trong lĩnh vực kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn từ năm 2007 (sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO)) đến năm 2022” điều đó cho thấy tính mới mẻ của đề tài.

6. Đóng góp của luận văn

Từ những nhận thức như đã phân tích ở trên, luận văn góp phần làm sáng tỏ vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022. Qua đó xác định những yếu tố tích cực cần trân trọng phát huy, thấy được những chiến lược thích ứng của cộng đồng người Hoa và những hạn chế cần khắc phục.

7. Cấu trúc của luận văn

Để giải quyết những vấn đề đặt ra, cấu trúc luận văn ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phần nội dung chính được trình bày trong 3 chương như sau:

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

Đề cập đến những nét chính về khái niệm về hội nhập kinh tế quốc tế, khái quát lịch sử hình thành và phát triển cộng đồng người Hoa ở Việt Nam,

những dấu ấn tiêu biểu trong hoạt động kinh tế của người Hoa qua tiến trình lịch sử của dân tộc Việt Nam.

CHƯƠNG 2. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG VÀ NHỮNG ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG THỂ HIỆN VAI TRÒ CỦA NGƯỜI HOA TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 – 2022

Chương này đề cập tới các yếu tố tác động tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022, những đóng góp quan trọng thể hiện vai trò của người Hoa trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022

CHƯƠNG 3. NHẬN XÉT VAI TRÒ NGƯỜI HOA TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM VÀ KHUYẾN NGHỊ

Chương này nhận xét về vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2022 và đưa ra các khuyến nghị.

NỘI DUNG

Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

1.1. Cơ sở lý luận và cách tiếp cận

1.1.1. Khái niệm Hội nhập kinh tế quốc tế

Hội nhập là gì?

Về ngữ nghĩa, “hội nhập” có nguồn gốc từ “liên kết” (integration) với nghĩa chung nhất là hành động hoặc quá trình gắn kết các phần tử riêng rẽ với nhau; hợp chung các bộ phận vào một chỉnh thể (nhất thể, hợp nhất) và kết hợp các thành tố khác nhau lại (tụ hội, tụ nhóm).

Về mặt lý luận, có nhiều cách tiếp cận về hội nhập quốc tế. Các lý thuyết về hội nhập được phát triển ban đầu chủ yếu để giải thích quá trình hội nhập của các nước châu Âu, do đây là khu vực bắt đầu hội nhập rất sớm. Lý thuyết về hội nhập kinh tế cho rằng, hội nhập kinh tế là quá trình gắn kết mang tính thể chế giữa các nền kinh tế lại với nhau; và lập luận rằng, các thị trường chung siêu quốc gia với việc di chuyển tự do các nhân tố kinh tế giữa các nước sẽ tạo ra nhu cầu tự nhiên phải hội nhập sâu hơn, không chỉ về kinh tế, mà còn cả chính trị (Balassa B, 1967).

Như vậy hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình gắn kết, giao lưu, hợp tác giữa nền kinh tế quốc gia vào nền kinh tế quốc gia khác hay tổ chức kinh tế khu vực và toàn cầu. Hội nhập kinh tế quốc tế là một trong những xu thế lớn và tất yếu trong quá trình phát triển của mỗi quốc gia cũng như toàn thế giới.

Về mặt lý thuyết, hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã được nhiều nhà nghiên cứu đề cập như: tác giả Trịnh Minh Anh đã phân tích những tác động như: sự cạnh tranh toàn cầu và gia tăng tự do hoá thương mại, sự tăng cường chính sách bảo hộ đến các rào cản thương mại với hàng hoá xuất khẩu và tác động của bối cảnh quốc tế đến tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007); tác giả Đặng Đình Quý đã phản ánh quá trình “hội nhập quốc tế” với thành tựu quan trọng trên các lĩnh vực văn hoá, kinh tế, xã hội (2012); nhà nghiên cứu Nguyễn Xuân Thắng đã hệ thống hóa những nguyên tắc, quan điểm

hội nhập quốc tế của Việt Nam, khẳng định quá trình đổi mới và hội nhập quốc tế đã đóng góp cho việc phát triển kinh tế xã hội (2017).

Theo nhà nghiên cứu Vũ Thụy Trang: “Hội nhập quốc tế như một định hướng then chốt trong chính sách đối ngoại của Đảng cộng sản Việt Nam giai đoạn 2016-2021” tác giả đã phân tích quan điểm mở rộng quan hệ đối ngoại, hội nhập với khu vực và thế giới của Việt Nam diễn ra trên nhiều lĩnh vực và ở nhiều cấp độ khác nhau, từ song phương, tiểu khu vực, khu vực, liên khu vực và toàn cầu (2022).

Khái niệm hội nhập quốc tế của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay như thế nào?

Những khảo sát về hội nhập trên thế giới và ở nước ta thời gian qua cho thấy có những điểm chung cả về quan niệm lẫn hành động của các chủ thể. Từ góc độ nhà nước, hội nhập quốc tế là quá trình một quốc gia tham gia các hoạt động chung của cộng đồng quốc tế theo các nguyên tắc, chuẩn mực mà cộng đồng quốc tế thừa nhận. Hội nhập quốc tế là yêu cầu có tính khách quan, theo đó các quốc gia tham gia các hoạt động của đời sống quốc tế trên hầu hết các lĩnh vực và ở các mức độ khác nhau do tác động của quá trình toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng. Nhưng việc lựa chọn lĩnh vực, mức độ và lộ trình hội nhập lại là quyết định chủ quan của từng quốc gia phù hợp với lợi ích và hoàn cảnh cụ thể mình.

Xét từ hành động của các chủ thể tham gia hội nhập, hai yếu tố quan trọng nhất là: những hoạt động chung của cộng đồng quốc tế (các sân chơi chung) và những nguyên tắc, chuẩn mực của các hoạt động chung đó (các luật chơi chung). Nếu chỉ tham gia các hoạt động chung mà không tuân thủ các nguyên tắc, chuẩn mực chung thì chưa được gọi là hội nhập. Ví dụ, khi mới gia nhập Hiệp ước Thuế quan có hiệu lực chung trong ASEAN (CEPT), Việt Nam chưa phải tuân thủ ngay và đầy đủ các điều khoản của Hiệp ước này, do vậy Việt Nam chưa thể được xem là đã hội nhập ASEAN. Ngược lại, một quốc gia thường phải tuân thủ các “luật chơi” của cộng đồng quốc tế khi đã tham gia các “sân chơi” mà cộng đồng quốc tế thiết lập, cũng như tham gia quá trình thay đổi, điều chỉnh “luật

chơi” khi hoàn cảnh đòi hỏi. Có rất ít trường hợp ngoại lệ, theo đó các quốc gia tự hội nhập, chấp nhận hoàn toàn hoặc bị áp đặt “luật chơi” dù luật đó không có lợi cho họ.

Ít nhất trong vòng 1 thập niên tới, công việc chính trong quá trình hội nhập quốc tế của nước ta vẫn là thực hiện các cam kết quốc tế, trong đó chủ yếu là các cam kết về thực hiện những chuẩn mực mà chúng ta đã chấp nhận khi gia nhập. Song song với quá trình này là các hoạt động cùng các nước thành viên xây dựng các chuẩn mực mới. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân, nhất là hạn chế về thể và lực, mức độ tham gia của nước ta trong các hoạt động này sẽ tiếp tục ở mức thấp. Để góp phần làm rõ các nhiệm vụ phải làm trong quá trình hội nhập quốc tế, có thể hiểu thực chất hội nhập quốc tế của nước ta trong thời gian tới như sau: “Hội nhập quốc tế là hình thức phát triển cao của hợp tác quốc tế, là quá trình chủ động chấp nhận, áp dụng và tham gia xây dựng các luật lệ và chuẩn mực quốc tế nhằm phục vụ tối đa lợi ích quốc gia, dân tộc” (Đặng Đình Quý, 2012).

1.1.2. Khái quát về cộng đồng người Hoa ở Việt Nam

Cộng đồng dân cư người Hoa được hình thành phát triển cùng quá trình dựng nước và giữ nước, tạo nên một dân tộc Việt Nam thống nhất. Đó là “những người gốc Hán và những người thuộc dân tộc ít người ở Trung Quốc đã Hán hoá và di cư sang Việt Nam và con cháu họ đã sinh ra, lớn lên tại Việt Nam, nhưng vẫn còn giữ được những đặc trưng văn hoá, chủ yếu là ngôn ngữ, phong tục tập quán của dân tộc Hán và tự nhận mình là người Hán” (Ban Bí thư, 1995).

Người Hoa đến Việt Nam từ khá sớm, họ chủ yếu di cư từ phía Nam Trung Hoa. “Theo nguồn thư tịch cổ Việt Nam và Trung Quốc, người Hoa có mặt ở Việt Nam từ khoảng thế kỷ III trước Công nguyên. Không kể binh lính và các quân đội xâm lược, người Hoa di cư với số lượng lớn vào Việt Nam” (Nguyễn Đình Phúc, 2013, tr. 61). Lý do di cư của người Hoa đến Việt Nam chủ yếu vì hai yếu tố chính trị và kinh tế, với nhiều thành phần khác nhau như nho sĩ, quan binh, dân chúng. Trong đó đại đa số là dân nghèo họ di cư vì trốn tránh sự cai trị

hà khắc của chính quyền sở tại đương thời, hy vọng tìm một vùng quê mới để an cư lạc nghiệp.

Trong lịch sử cũng như ngày nay, người Hoa có nhiều hình thức liên kết tộc người thông qua những tổ chức xã hội khác nhau, đó là những Làng, Bang, Hội...

Trên tinh thần đó, cộng đồng người Hoa là những tổ chức quần chúng hình thành trên cơ sở tham gia tự nguyện của các thành viên, mỗi người có quyền tự chọn để tham gia sinh hoạt hay không sinh hoạt trong một tổ chức và xã hội là hiện tượng khá phổ biến.

Do vậy, để nhìn rõ được nét đặc trưng về tổ chức xã hội của tộc người Hoa, cách tiếp cận ở đây là theo tiến trình lịch sử, không chỉ là về quan hệ nội tại của các tổ chức mà còn đặt nó trong không gian văn hóa, xã hội chung của Việt Nam, không chỉ chú ý về mục đích, chức năng cấu trúc, phương thức nội dung hoạt động của tổ chức mà còn ở mối quan hệ giữa các tổ chức, giữa tổ chức với chính quyền và biến đổi của nó để thích ứng hòa nhập qua các thời kỳ lịch sử.

Trên thực tế thì tổ chức xã hội của người Hoa không phải hoạt động trong môi trường văn hóa – xã hội thuần Hoa mà có quá trình gắn bó với cộng đồng dân tộc của quốc gia đa dân tộc Việt Nam. Bản thân các tổ chức xã hội của người Hoa chịu tác động từ nhiều phía. Bên cạnh tính chất khép kín nhằm lưu giữ những yếu tố văn hóa truyền thống của tộc người, còn có tính chất mở nhằm tiếp nhận, điều chỉnh nội dung, phương thức, hành vi hoạt của các thành viên để hòa nhập thích ứng với môi trường văn hóa – xã hội và phát triển qua từng giai đoạn cụ thể của cộng đồng dân tộc Việt Nam.

Ngày nay, vai trò của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã được nhiều học giả quan tâm nghiên cứu như Trần Thanh Huyền với tập sách “Những đóng góp của đồng bào người Hoa tại TPHCM trên lĩnh vực kinh tế và văn hóa” đã khái quát khá toàn diện về lịch trình tiến triển của người Hoa từ khi di cư, lập nghiệp, hình thành và phát triển qua 3 thế kỷ. Nội dung tập sách phản ánh khá đậm nét những đóng góp của Người Hoa ở Việt Nam trong kháng chiến và trong thời kỳ đổi mới, hội nhập. Người Hoa đã đem trí tuệ, bầu nhiệt huyết đóng góp

trong quá trình phát triển, xây dựng đất nước phồn vinh, giàu đẹp; hay của Trần Hồng Liên với công trình “Văn hoá người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh” đã nghiên cứu những nét riêng biệt, đặc thù, mang tính khu vực của cộng đồng tộc người Hoa tại thành phố Hồ Chí Minh, cư trú trên 3 thế kỷ qua lại tại vùng đất Nam Bộ.

Người Hoa ở Việt Nam còn được gọi bằng nhiều tên gọi như Khách, Hán, Tàu; hoặc gọi theo nhóm địa phương: Họ, Triều Châu, Quảng Đông, Quảng Tây, Hải Nam, Phúc Kiến, Sang Phang, Xì Phóng, Thờng Nhần, Minh Hương... Hiện nay, dân số người Hoa ở Việt Nam có 749.466 người, phần lớn sống tập trung tại các đô thị (chiếm hơn 70%) (Tổng cục Thống kê, 2020, tr.43). Đông Nam là khu vực có số lượng người Hoa đông nhất 506.947 người (chiếm 68%); trong đó TPHCM có 382.826 người, Đồng Nai 87.497 người, Bình Dương 17.993 người (Tổng cục Thống kê, 2020, tr. 43-210).

Trải qua nhiều thế kỉ sinh sống, làm ăn lâu dài người Hoa đã có mặt khắp cả nước, họ tạo lập làng phố, hình thành những cộng đồng người Hoa phát triển, ổn định và trở thành một bộ phận dân tộc Việt Nam. Quá trình hình thành và phát triển của cộng đồng người Hoa gắn liền cùng sự phát triển, xuất hiện nhiều khu trung tâm thương mại và đô thị sầm uất.

“Những đô thị này đã góp phần không nhỏ vào sự phát triển của nền kinh tế nước ta trong nhiều thế kỷ. Một số đô thị như: Thanh Hà, Bao Vinh, Cù Lao Phố, Hội An, Chợ Lớn... đã trở thành những trung tâm buôn bán, trung chuyên hàng hoá quan trọng trong khu vực và quốc tế” (Tổng Thị Quỳnh Hương, 2012).

1.2. Bối cảnh người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc

1.2.1. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (thế kỉ 15 - 16)

Từ năm 1567 triều đình nhà Minh (Trung Quốc) ban hành chính sách xóa bỏ lệnh *Hải cấm* đã thi hành suốt trong gần 200 năm, chuyển từ việc kiểm soát ngoại thương chặt chẽ sang cho phép dân buôn được sang buôn bán ở các nước Đông Nam Á, tạo cơ hội cho một số thương nhân người Hoa sang Việt Nam buôn bán, làm ăn.

Sau khi kháng chiến chống quân Minh thắng lợi, nhà nước phong kiến Đại Việt vừa giữ vững độc lập, an ninh, chủ quyền, vừa đẩy mạnh phát triển kinh tế hàng hóa, tạo điều kiện cho thương thuyền các nước qua lại, thúc đẩy quan hệ giao thương Việt – Trung, buôn bán, trao đổi hàng hóa tại các cảng biển Vạn Ninh (Quảng Ninh), Vân Đồn, Hội Thống (Nghệ An), Càn Hải (Trương Hữu Quýnh, 1998, tr. 330), trong thời kỳ này các thương nhân người Hoa có điều kiện vào Việt Nam làm ăn buôn bán nhiều hơn, tuy nhiên do sự kiểm soát khá chặt chẽ của nhà nước Đại Việt (đặt các trạm kiểm soát ở các cửa khẩu) nên vấn đề di dân thời kỳ này còn diễn ra hạn chế.

Những năm (1627 - 1672) - thời kỳ Trịnh - Nguyễn phân tranh - trong khi chính quyền Đàng Ngoài thận trọng với hoạt động buôn bán của thương nhân người Hoa, thì chính quyền Chúa Nguyễn ở Đàng Trong tạo điều kiện cho người Hoa thuận lợi sinh sống và buôn bán.

1.2.2. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (thế kỉ 17 - 19)

Từ năm 1644, vương triều Mãn Thanh thôn tính nhà Minh dẫn đến phong trào kháng chiến phản Thanh, hàng vạn người Hoa ra đi theo phong trào “phản Thanh phục Minh”, chạy sang Việt Nam để xin tị nạn - địa bàn tị nạn chủ yếu là Đàng Trong, hình thành những trung tâm kinh tế tại Hà Tiên, Chợ Lớn, Hội An, Gia Định... Nhà nước phong kiến Việt Nam thực hiện phương châm “Dương nhân bất nhưong” (không từ chối, xua đuổi những người đến từ phương xa) đến chính sách “Nhu viễn” (giúp đỡ, mềm mỏng và trân trọng những người từ phương xa). Nhờ vậy, cộng đồng người Hoa gặp nhiều thuận lợi trong việc mưu sinh cũng như xây dựng các Bang, Hội quán và sinh hoạt cộng đồng; thuyền buôn của người Hoa chỉ phải nộp 2000-3000 quan tiền thuế khi nhập cảng tại Việt Nam, trong khi tàu thuyền của Châu Âu phải đóng tới 8000 quan (Trịnh Hoài Đức, 2005, tr.220).

Triều đình nhà Nguyễn cho phép người Hoa lập Bang Hội và thực hiện quản lý sinh hoạt, hoạt động kinh tế và đi lại của người Hoa (Trần Khánh, 1992, tr. 70). Nhờ vậy, cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã có cơ hội tạo dựng vững

chắc cơ nghiệp. Góp phần đáng kể vào việc thu hút thêm những làn sóng di cư mới vào Việt Nam và thúc đẩy các hoạt động thương mại, dịch vụ của người Hoa ngày càng phát triển, hình thành những đô thị sầm uất và trung tâm buôn bán tại nơi họ sinh sống .

1.2.3. Người Hoa ở Việt Nam trong thời kì Pháp xâm lược Việt Nam (1859 – 1945)

Sau khi xâm chiếm nước ta, trong chiến lược khai thác thuộc địa, thực dân Pháp lợi dụng lực lượng di dân đông đảo người Hoa. Năm 1862 thực dân Pháp chiếm được ba tỉnh miền Đông Nam Kỳ, ba năm sau, 1865, trong khi công cuộc chinh phục bằng quân sự ở Nam Kỳ còn chưa xong thì một cơ sở nhập cư được thiết lập trên bến sông Sài Gòn để đón nhận người Hoa nhập cư (Tsai Maw Kuey, 1968, tr. 42).

Hệ thống các bang hội người Hoa tại Việt Nam được thành lập từ thời Nguyễn vẫn được tiếp tục phát huy, trong việc bảo lãnh cho người Hoa mới đến bằng cách họ gia nhập vào một bang và bang đó chịu trách nhiệm về hạnh kiểm, khả năng đóng thuế là được. Tình hình đó làm cho người Hoa nhập cư vào Việt Nam tăng nhanh trong những năm cuối thế kỉ 19. Tính đến năm 1900, dân số người Hoa ở Việt Nam có 100.000 người (Lý Trường Phó, 1929, tr. 117), dân số người Hoa ở Nam Bộ là 55.876 người chiếm hơn 59% người Hoa cả nước, chiếm 2,85% dân số Nam Bộ (1.960.032 người) (Baurac J.C, 1894, tr. 47). 10 năm sau, năm 1910 dân số người Hoa tại Việt Nam có 232.000 người (tăng hơn năm 1900: 132.000 người); đến năm 1945 dân số người Hoa tại Việt Nam là 698.000 người (Lý Trường Phó, 1929, tr. 117).

Như vậy, trong suốt tiến trình lịch sử, số lượng người Hoa ở Việt Nam không ngừng gia tăng. Đông Nam Bộ, nhất là TP HCM là nơi tập trung nhiều người Hoa nhất trong cả nước. Kể từ khi Pháp chiếm Nam Kỳ lục tỉnh, việc tập trung đầu tư vào Sài Gòn, nhằm biến nơi này thành một đô thị theo mô hình của phương Tây, hiện đại giữa lòng phương Đông, đã khiến cho khu vực miền Nam Việt Nam trở thành một miền “đất hứa” cực kỳ hấp dẫn đối với di dân người Hoa. “Làn sóng di cư vẫn liên tục xảy ra với cường độ cao thậm chí cả khi cuộc

chiến tranh Trung Pháp xảy ra. Bằng chứng là, trong khoảng thời gian từ 1884 đến 1919, số dân người Hoa ở Nam Kỳ tăng đột biến, từ 40.000 tăng lên 300.000, nhưng số Hoa kiều ở Lào, Campuchia hầu như không tăng” (Nguyễn Đình Phúc, 2013, tr. 66).

1.2.4. Người Hoa ở Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1945 - 1975)

Sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, quân đội Tưởng Giới Thạch chiếm đóng miền Bắc Việt Nam đã góp phần củng cố và nâng cao vị thế của người Hoa ở miền Bắc Việt Nam. Thông qua một thỏa thuận Trung – Pháp được ký kết vào năm 1948, các lãnh sự Trung Hoa Dân quốc có quyền phủ quyết đối với các ứng viên cho chức vụ lãnh đạo cộng đồng người Hoa tại địa phương. Thỏa thuận cũng tuyên bố Hoa kiều tại Việt Nam có quyền tự do đi lại và giao thương, đồng thời duy trì địa vị cá nhân và gia đình theo tập quán của người Hoa (Victor Purcell, 1952, tr. 230).

Sau năm 1954, Bộ Nội vụ ban hành Nghị định số 641-NV, ngày 30-12-1959 cho phép Tổng hội Liên hiệp Hoa kiều Việt Nam được thành lập hoạt động; khẳng định người Hoa ở miền Bắc Việt Nam được hưởng quyền lợi tương tự công dân Bắc Việt Nam và được khuyến khích tự nguyện nhập quốc tịch Việt Nam.

Bên cạnh Luật Quốc tịch (6-9-1956), chính quyền miền Nam ban hành chính sách hạn chế người Hoa ở miền Nam không được tham gia 11 nghề, vốn là thế mạnh của họ trong hoạt động kinh doanh ở miền Nam, nhằm triệt hạ quyền lực kinh tế của người Hoa: 1/thịt cá; 2/chạp phô; 3/than củi; 4/xăng dầu; 5/đồ cũ; 6/vải vóc (lượng dưới 10.000 mét); 7/sắt vụn; 8/thóc gạo; 9/chuyên vận hàng hóa và hành khách; 10/xay lúa; 10/môi giới ăn hoa hồng. Những nghề này phần lớn do người Hoa ở miền Nam nắm giữ nên họ phản đối dữ dội, đồng loạt rút tiền khỏi ngân hàng làm giảm đáng kể lượng tiền mặt lưu thông trên thị trường, hối suất tiền Việt sụt giảm từ 35 đồng: 1 đô la xuống 90 rồi 105 đồng (Schrock, Joann, et al, 1966, tr. 986-987).

Việc ban hành Luật Quốc tịch và triển khai chính sách triệt hạ quyền lực kinh tế của chính quyền Ngô Đình Diệm đã đẩy lên một làn sóng phản đối mạnh mẽ cả trong và ngoài nước. Tình hình đó ở miền Nam làm cho số lượng người Hoa di cư đến rất ít, thậm chí còn giảm do nhiều người muốn hồi hương (qua Đài Loan) hay đi sang các nước khác định cư. Số lượng người Hoa ở miền Nam Việt Nam còn lại 620.858 người, trong đó riêng Sài Gòn - Chợ Lớn là 440.350 người, các tỉnh khác là 180.508 người (Victor Purcell, 1974, tr. 289, 302)

1.2.5. Người Hoa tại Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1975 - 1979)

Sau 1975, nhà cầm quyền đương thời của Trung Quốc cho rằng Việt Nam thay đổi công thương nghiệp, tăng cường xây dựng chủ nghĩa xã hội như là chống lại chính sách của Trung Quốc bảo hộ Hoa Kiều. Trung Quốc thực hiện “đoàn kết với giai cấp tư sản Hoa kiều”, châm ngòi chiến tranh Việt Nam - Trung Quốc làm mối quan hệ Việt Trung năm 1975 căng thẳng. Tuy nhiên, Chính phủ Việt Nam vẫn kiên trì quan điểm bảo vệ hòa bình, và nỗ lực giải quyết vấn đề người Hoa.

Vấn đề người Hoa giai đoạn 1978-1979 luôn được Đảng và Nhà nước Việt Nam ưu tiên giải quyết trên cơ sở bảo vệ chủ quyền dân tộc và gìn giữ tình hữu nghị giữa hai nước. Việc cải tạo XHCN và quốc hữu hoá các doanh nghiệp sau năm 1975 đã làm căng thẳng tình hình lên cộng đồng người Hoa tại Sài Gòn – Chợ Lớn, một cộng đồng hết sức to lớn và gắn bó mạnh mẽ. Vì vậy xảy ra vấn đề “nạn kiều”.

Từ sau vụ “nạn kiều” (năm 1979), số lượng người Hoa ở Việt Nam giảm chỉ còn 935.074 người (Tổng cục thống kê, 2020). Tuy nhiên theo thống kê ở một số công trình khác, số lượng người Hoa ở Việt Nam chỉ có 867.450 người (thống kê thiếu Lạng Sơn) trong đó TPHCM có 378,739 người, Hà Nội 3.817 người (Chu Hoàng Nguyên, 1994, tr. 259). Đây là thời kỳ khủng hoảng trong mối quan hệ Việt – Trung, vấn đề người Việt gốc Hoa đã khoét sâu những rạn nứt giữa hai nước.

1.2.6. Người Hoa tại Việt Nam trong tiến trình lịch sử dân tộc (1980 - 2007)

Ngay sau khi cuộc chiến tranh biên giới Việt – Trung lắng dịu, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã chủ trương đoàn kết, bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của người Hoa ở Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi để họ ổn định cuộc sống và tập trung sản xuất. Trung ương chủ trương và xác định người Hoa là công dân Việt Nam, là một trong 54 dân tộc, sinh sống bình đẳng, đoàn kết trong cộng đồng các dân tộc Việt Nam (Ban Bí thư, 1982).

Dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước ta với mục tiêu nâng cao đời sống mọi mặt và bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của người Hoa, các cấp uỷ đảng, chính quyền, Mặt trận và đoàn thể địa phương thường xuyên quan tâm, thực hiện chính sách cho vay vốn để phát triển sản xuất, kinh doanh để tạo điều kiện thuận lợi cho người Hoa ổn định cuộc sống. Các cuộc vận động, nhất là vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hoá ở khu dân cư” đã giúp đồng bào người Hoa ổn định tư tưởng, động viên, khuyến khích người Hoa yên tâm xây dựng cuộc sống mới, tích cực tham gia phát triển kinh tế - xã hội ở nơi mình cư trú để phát triển xây dựng đất nước.

Với chính sách cởi mở, thông thoáng ở những năm đầu của Đảng và Nhà nước Việt Nam đã giúp phát huy tiềm năng, lợi thế của người Hoa trong lĩnh vực kinh tế, một bộ phận người Hoa, nhất là khu vực đô thị đã mạnh dạn chuyển đổi đầu tư mở rộng sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh các hoạt động liên kết các thành phần kinh tế, không những ở tại địa phương mà ngày càng gắn kết với Hoa kiều và các tổ chức kinh tế ngoài nước phát triển nhiều ngành nghề, nhất là trong hoạt động thương mại và dịch vụ, làm cho hoạt động này trở nên sôi động.

Về dân số, năm 1999, lúc này quan hệ Việt Trung đã bình thường hóa, theo Tổng cục Thống kê, số lượng người Hoa ở Việt Nam là 862.371, trong đó có 433.676 nam và 428.695 nữ; có nghĩa là số lượng người Hoa đã tiếp tục giảm do nhiều nguyên nhân. Tính đến năm 2009, theo số liệu của cuộc thống kê dân số vào cuối năm, cả nước có 823.071 người Hoa. Hiện nay Việt Nam có 749 466 người Hoa (Tổng cục thống kê, 2020).

Tại thời kỳ đổi mới, cộng đồng người Hoa tại Việt Nam luôn năng động sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, hình thành nhiều tập đoàn lớn như Kinh Đô, Hữu Liên Á Châu, Thiên Long, Ngân hàng Á Châu, Ngân hàng Sacombank, Bitis, Bình Tiên, bánh ngọt Đức Phát, gấm Thái Tuấn, Công ty cổ phần Việt Hương ... Trong những năm đầu thế kỉ 21, cả nước có hơn 15.000 doanh nghiệp tư nhân người Hoa, có hơn 1.000 doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam liên kết với Trung Quốc, Đài Loan. Chỉ riêng tại Quận 5 (TPHCM) – có 32% dân số là người Hoa – trong năm 2003 giá trị sản xuất công nghiệp toàn quận đạt 2.920 tỉ đồng, tăng 15,4% so với năm 2002; trong đó đóng góp kinh tế của người Hoa chiếm tỉ trọng từ 55%-60%. Một số doanh nghiệp người Hoa (TPHCM) đầu tư mở rộng nhà xưởng sản xuất sang các tỉnh phụ cận Thành phố như Đồng Nai, Bình Dương, Long An, như Công ty TNHH Kiên Năng tập trung mở rộng nhà xưởng về Bình Dương; doanh nghiệp tư nhân Tiến Thành mở rộng sản xuất tại Bến Lức (Long An); Công ty TNHH Tân Cường Thành xây dựng nhà máy tại Đồng Nai (Ban Hoa vận Quận 5, 2023).

Tóm lại, trong những năm (1980 – 2007) hoạt động kinh tế của người Hoa tập trung trong thành phần kinh tế tư nhân, ở ngành thương nghiệp dịch vụ và sản xuất tiểu thủ công. Người Hoa ở Việt Nam đã có những đóng góp tích cực vào sự tăng trưởng của đất nước giúp giải quyết các yêu cầu vốn, thay đổi công nghệ, tìm thị trường tiêu thụ sản phẩm... Người Hoa nhanh nhạy, nắm bắt cơ hội, mở rộng thị trường, gọi vốn, góp phần vào công cuộc phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

1.3. Những dấu ấn tiêu biểu trong hoạt động kinh tế của người Hoa qua tiến trình lịch sử của dân tộc Việt Nam

Hoạt động kinh tế của người Hoa ở Việt Nam trải đều ở nhiều lĩnh vực: công - nông nghiệp và thương mại, nhưng nổi bật hơn cả là trên lĩnh vực thương mại và công nghiệp. Xuyên suốt trong nhiều thế kỉ, việc hình thành và phát triển các trung tâm thương mại ở Việt Nam có sự đóng góp quan trọng của hoạt động kinh tế của người Hoa ở Việt Nam.

Phần lớn cộng đồng người Hoa tập trung sinh sống ở những nơi thuận tiện buôn bán đã góp phần thành lập trung tâm thương mại kinh tế như: Vân Đồn (thế kỉ 15), Phố Hiến (thế kỉ 16), Hội An (thế kỉ 17), Sài Gòn - Chợ Lớn (thế kỉ 18, 19).

1.3.1. Vân Đồn

Vân Đồn thành lập năm 1149, là thương cảng đầu tiên của nước Đại Việt; hoạt động buôn bán của người Hoa tại đây khá phát triển. Đến cuối thế kỷ 17, các phố thị phát triển mạnh mẽ: Phố Hiến (Hưng Yên), Kẻ Chợ (Thăng Long), Hội An (Quảng Nam) vai trò giao thương của thương cảng Vân Đồn phai mờ dần.

1.3.2. Phố Hiến

Suốt trong hai thế kỉ 16, 17 cộng đồng người Hoa ở Phố Hiến buôn bán tập lập quanh năm góp phần đáng kể vào việc hình thành nên một Phố Hiến nổi danh đã đi vào câu “Thứ nhất kinh kỳ, thứ nhì Phố Hiến”. Phố Hiến là nơi giao lưu kinh tế của các thợ thủ công và thương nhân người Việt, người Hoa...

Từ thế kỷ 19, khi kinh đô chuyển vào Huế, việc buôn bán sa sút thì các thương nhân người Hoa ở Phố Hiến di cư ngược trở lại Thăng Long - Hà Nội, Phố Hiến đã mất dần đi vai trò giao thương của vùng đồng bằng sông Hồng.

1.3.3. Hội An

Hội An là cảng khẩu, trung tâm thương mại của Việt Nam trong các thế kỉ 17, 18.

Cộng đồng người Hoa đến đây từ đầu thế kỉ 17, dân số khoảng 6.000 người, tổ chức thành 5 bang: Phúc Kiến Quảng Đông, Triều Châu, Gia Ứng và Hải Nam.

Người Hoa hoạt động buôn bán ngày càng phát triển tại Hội An và là đầu mối kinh tế giữa Trung Quốc với Hội An hoặc các nước. Thương nhân người Hoa ở Hội An không chỉ là lực lượng kinh doanh chính mà còn là môi giới quan trọng trong quá trình giao lưu thương mại giữa Việt Nam với các nước, khu vực

trên thế giới; đóng góp quan trọng trong việc hình thành phát triển khu đô thị, thương mại Hội An.

1.3.4. Nông Nại Đại Phố

Nông Nại Đại Phố - nay là Cù Lao Phố thuộc thành phố Biên Hoà, tỉnh Đồng Nai. Năm 1679, nhóm lưu dân người Hoa (do Trần Thượng Xuyên dẫn đầu) được sự cho phép của Chúa Nguyễn đã tụ hội tại đây để sinh sống, kinh doanh và biến vùng đất hoang vu Nông Nại thành một thương cảng sầm uất bậc nhất miền Nam Việt Nam thời bấy giờ.

“Trần Thượng Xuyên chiêu tập lái buôn người Trung Quốc lập ra phố xá, nhà ngói tường vôi, lầu cao chót vót, quán mấy tầng rực rỡ bên sông dưới ánh sáng mặt trời, liên tục năm dặm mở ba vạch đường phố. Phố lớn lát đường đá trắng, phố ngang lát đường đá ong, phố nhỏ lát đường đá xanh bằng phẳng như đá mài. Khách buôn tụ họp đông, thuyền biển, thuyền sông, tránh gió bão neo, lớn nhỏ sát nhau, là một nơi đô hội. Nhà buôn to giàu tập trung ở đây nhiều nhất” (Trịnh Hoài Đức, 2005, tr.194).

Nông Nại Đại Phố là một trung tâm mua bán phồn thịnh gần một thế kỉ (1679 - 1776). Sản phẩm giao thương chính ở là cá khô, sừng tê, gạo, gạo nai, ngà voi, các loại thảo dược, vải bố, tơ lụa, sứ men, gạch ngói, nhang đèn, đá xây cột chùa, giấy tiền vàng bạc ... Nông Nại Đại Phố còn là một trung tâm dịch vụ của người Hoa ở phía Nam, du khách, thương nhân đến đây không chỉ mua bán đơn thuần mà còn được nghỉ ngơi giải trí. Sự đóng góp to lớn của cộng đồng người Hoa tại Nông Nại Đại Phố đã góp phần hình thành và phát triển nơi này.

1.3.5. Mỹ Tho Đại Phố

Năm 1679, Chúa Nguyễn cho phép một nhóm khoảng 1000 người Minh Hương do Dương Ngạn Địch dẫn đầu định cư và hình thành Mỹ Tho Đại Phố.

Người Hoa định cư tại Mỹ Tho sống chủ yếu bằng nghề làm tiểu thủ công nghiệp, sản xuất thuốc đông y và buôn bán. Bằng truyền thống buôn bán kinh doanh lâu đời, người Hoa ở Mỹ Tho đã khai hoang và thành lập phố xá, thu hút các thương nhân từ nhiều nơi đến buôn bán, đóng góp nhiều trong việc biến Mỹ

Tho Đại Phố trở thành một trong hai trung tâm thương mại lớn nhất miền Nam thời đó.

Hoạt động buôn bán diễn ra ở Mỹ Tho đại phố rất tập nập, các thuyền buôn có thể ngược dòng sông Tiền lên Cai Lậy, Cái Bè đến Cao Miên; hoặc dọc theo sông Tiền đến các khu vực Chợ Gạo, Gò Công, chợ Sài Gòn hay ra Phú Xuân - Huế; hoặc di chuyển theo kênh Bảo Định đến Vàm Cỏ Tây, Bến Lức, chợ Sài Gòn. “Tính đến năm 1781, trải qua hơn 100 năm hoạt động nhộn nhịp, Mỹ Tho đại phố đã có sự phát triển mạnh mẽ, vừa là trung tâm kinh tế - thương mại, vừa là trung tâm chính trị - hành chính nổi bật của dinh Trấn Định nói riêng và cả vùng đồng bằng sông Cửu Long nói chung” (Fujiwara Riichiro, 1974, tr.144).

1.3.6. Thương cảng Hà Tiên

Thường cảng này được hình thành từ năm 1680, do cộng đồng người Hoa (đứng đầu là Mạc Cửu – Mạc Kính Cửu) ở Quảng Đông di cư đến (Trịnh Hoài Đức, 2005, tr. 162).

Năm 1680, Mạc Cửu rời Quảng Đông đến Hà Tiên lập nghiệp cùng gia đình và các người thân tín để phát triển công cuộc kinh doanh buôn bán, đặc biệt là buôn bán với người nước ngoài, xây dựng thành quách và mở mang phố chợ. Năm 1708, Mạc Cửu dâng đất Hà Tiên cho chúa Nguyễn Phúc Chu.

Nhằm thu hút tàu buôn nước ngoài đến giao dịch, Mạc Cửu áp dụng chính sách thuế khoá ưu đãi. Nhờ vậy mà hoạt động kinh doanh ở Hà Tiên được thúc đẩy và nơi đây trở thành thương cảng sầm uất, nhiều thuyền buôn các nước đến giao thương và trao đổi hàng hoá.

Tiếp nối truyền thống của các thế hệ cha anh đi trước, những năm 1735 – 1742, cộng đồng người Hoa ở Hà Tiên tiếp tục phát triển hoạt động giao thương, và “được phép đúc tiền” (Quốc sử quán triều Nguyễn, 2007), tr.321), xây dựng thành quách, thành lập quân ngũ, nha thuộc, phát triển phố chợ và công cuộc giao thương với nước ngoài, giúp tàu thuyền buôn bán ngoại lai tới lui càng đông.

Sự đóng góp của cộng đồng người Hoa vào sự hình thành và phát triển thương cảng Hà Tiên, một thương cảng trù phú bậc nhất Đông Nam Á vào thế kỉ 18, chứng tỏ thương cảng Hà Tiên là một quyền lực thương mại của con đường buôn bán Đông – Tây trên biển, qua vịnh Thái Lan, giữ vai trò quan trọng trong nền thương mại Việt Nam và thế giới ở thế kỉ 18, trước khi vai trò này được chuyển giao cho thương cảng Sài Gòn vào giữa thế kỉ 19.

1.3.7. Sài Gòn – Chợ Lớn

Từ cuối thế kỉ 18, người Hoa ở Chợ Lớn là những “đầu nậu” cúng cấp hàng hoá cho cả khu vực, làm xay xát, xuất cảng lúa gạo và các loại nông phẩm khác. Sau đó, tiếp tục phát triển, chủ động phân phối nhiều mặt hàng nhu yếu phẩm phục vụ tiêu dùng hàng ngày.

Yếu tố hội nhập quốc tế cũng được hình thành khá sớm trong cộng đồng người Hoa Sài Gòn Chợ Lớn. Họ thường xuyên có những hoạt động giao lưu buôn bán với Thái Lan, Campuchia Đài Loan; đón thuyền buôn nước ngoài cập bến Sài Gòn – Chợ Lớn.

“Hoa kiều là những người duy nhất có đủ sức mua và có đủ tư cách mua những hàng hoá của Pháp để dùng ở khu vực thành thị, họ trở thành những người trung gian tuyệt vời giữa người ngoại quốc và người bản xứ. Tất cả những đặc điểm đó đã làm cho người Pháp kiêng nể họ. Các vị Toàn quyền Pháp ở Đông Dương đã thừa nhận vai trò, vị trí của người Hoa, không bao giờ thấy Hội đồng dân biểu Đông Dương đòi hỏi chính quyền phải có những biện pháp hạn chế đối với họ, không những thế, trong phiên họp ngày 3/8 1900, Hội đồng thuộc địa Nam Kỳ còn ra quyết nghị miễn cho người Hoa nộp khoản tiền đăng bạ năm đầu khi họ mới đến” (Pierre - Richard Ferey, 1979, tr..45).

1.4. Tiểu kết

Cộng đồng người Hoa ở Việt Nam phần lớn sống tập trung tại các đô thị và sống bằng nghề kinh doanh. Từ đầu thế kỉ 20, người Hoa định cư ở Việt Nam làm nghề buôn bán và một số người nắm độc quyền một số ngành nghề: buôn bán lúa gạo, vận chuyển, chế biến thực phẩm. Người Hoa ở Việt Nam làm chủ ngành kinh doanh lúa gạo, phát triển mạnh nghề làm giấy, đóng thuyền, nghề sản

xuất sơn, kỹ nghệ làm guốc gỗ, nghề mộc, sản xuất than củi, lấy nhựa cây, làm nhà gỗ, công nghệ dệt tơ, chế tạo các vật dụng bằng nhôm, gò sửa phụ tùng máy móc, sản xuất xà phòng... (Tsai Maw Key, 1968).

Nhiều nhà nghiên cứu khác như Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee, Van Huy Duong, Alain G. Marsot, Chen Da-zhe, Trần Khánh, Trần Anh Vũ, Châu Thị Hải... đều thống nhất cho rằng kinh doanh là định hướng giá trị quan trọng nhất của người Hoa ở Việt Nam. Trong tư duy *phi thương bất phú*, của cộng đồng người Hoa, kinh doanh là hoạt động quan trọng. Vì vậy kinh doanh đã trở thành nghề truyền thống của người Hoa, được truyền qua nhiều thế hệ, là định hướng giá trị quan trọng nhất của người Hoa ở Việt Nam.

Từ tiến trình lịch sử dân tộc cho thấy cộng đồng người Hoa ở Việt Nam là những người có ý chí và nỗ lực cao trên con đường lập thân, lập nghiệp. Hoạt động kinh tế của người Hoa đã góp phần quan trọng vào việc hình thành, phát triển các trung tâm thương mại ở Việt Nam trong nhiều thế kỷ. Điểm nổi bật của cộng đồng người Hoa là họ đặc biệt đề cao “chữ tín” để giải quyết các hợp đồng nóng khi thời cơ đến. Khả năng tự huy động nguồn vốn tín dụng gia đình hiệu quả là một trong những yếu tố thành công của họ trong việc buôn bán kinh doanh, và phát triển các trung tâm thương mại của Việt Nam qua các thời kỳ lịch sử.

CHƯƠNG 2. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG VÀ NHỮNG ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG THỂ HIỆN VAI TRÒ CỦA NGƯỜI HOA TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 – 2022

2.1. Các yếu tố tác động tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022

2.1.1. Tác động của bối cảnh quốc tế

Để hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã có nhiều nỗ lực vượt bậc để khắc phục những tồn đọng trong quan hệ quốc tế, tận dụng các điều kiện quốc tế để phát triển đất nước nhanh chóng, bền vững, bảo vệ lãnh thổ, độc lập, tạo nên môi trường hoà bình và nâng cao đời sống cho người dân. “Thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, mở rộng, đa phương hoá, đa dạng hoá các quan hệ quốc tế. Việt Nam sẵn sàng là bạn, là đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng thế giới, phấn đấu vì hoà bình, độc lập và phát triển” với phương châm: “Việt Nam sẵn sàng là bạn, là đối tác tin cậy trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì hòa bình, độc lập và phát triển” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2011, tr.119).

Vấn đề nổi bật trong hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong thời kỳ này là Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) và tổ chức thành công Hội nghị APEC tại Hà Nội (12/11/2006-19/11/2006).

Chính sách hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam từ đầu thế kỷ 21 trở đi là *chủ động* và *tích cực* đã nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Thực hiện chính sách hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam tiếp tục củng cố mối quan hệ hữu nghị đặc biệt với Lào và Campuchia, nâng cao hoạt động giao thương với các nước ASEAN và điều quan trọng là đạt được nhiều bước ngoặt tích cực về phát triển mối quan hệ chiến lược với Trung Quốc và Mỹ.

Quan hệ kinh tế, thương mại đầu tư giữa Mỹ và Việt Nam phát triển liên tục ở năm 2007. Nhiều công ty, tập đoàn lớn của Mỹ tìm cơ hội kinh doanh đến Việt Nam (Phạm Gia Khiêm, 2007).

Hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam tại Trung Quốc cũng được ghi nhận có bước phát triển mới và toàn diện hơn trong những năm đổi mới. Việc lãnh đạo cấp cao hai nước tiến hành các chuyến thăm song phương; thành lập Ủy ban chỉ đạo hợp tác song phương Việt Nam – Trung Quốc thúc đẩy hợp tác đầu tư, cải thiện cơ cấu trao đổi thương mại; trọng điểm các dự án lớn trong lĩnh vực công nghiệp, cơ sở hạ tầng, hoá chất, phân bón... thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Đầu thế kỉ 21, mối quan hệ giữa Việt Nam và Nhật Bản được nâng lên một bước tiến mới, tạo điều kiện cơ bản để Việt Nam đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế với Nhật Bản – “Đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á”. Nhật Bản thực hiện gia tăng đầu tư và bắt đầu khảo sát, hợp tác với Việt Nam thực hiện 3 dự án xây dựng tuyến đường sắt cao tốc Bắc Nam, đường bộ cao tốc Bắc Nam và phát triển khu công nghệ cao Hoà Lạc.

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam ở khu vực châu Âu (EU), Nga, Trung Đông, Mỹ Latinh và châu Phi... trong thời kỳ đổi mới, tiếp tục mở rộng, đặc biệt là kinh tế, du lịch, lao động, đầu tư và thương mại.

Trong bối cảnh tình hình cạnh tranh chiến lược liên quan nhiều lĩnh vực ngày càng căng thẳng giữa các nước lớn, trong đó cạnh tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc ảnh hưởng sự phát triển nền kinh tế toàn cầu.

“Theo Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), các xung đột thương mại sẽ khiến giao dịch thương mại toàn cầu chịu thiệt hại nặng nề, dự báo giảm khoảng 3% và 5% lần lượt vào năm 2018 và 2019” (Bùi Thanh Sơn, 2019).

Từ những tình hình đó, áp lực cạnh tranh kinh tế với Việt Nam nhất là từ phía Trung Quốc, Ấn Độ và phần lớn các nước ASEAN sẽ gia tăng mạnh hơn. “Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực hiện nay sẽ tạo ra sức ép buộc Việt Nam phải tiến hành tự do hoá, mở cửa để hội nhập mạnh hơn và nhanh hơn. Nếu không cố gắng đi cùng nhịp với các nước trong khu vực thì Việt Nam có nguy cơ bị tụt hậu và chịu những thua thiệt của người đi sau” (Trịnh Minh Anh, 2007).

2.1.2. Tự do hóa thương mại và cạnh tranh toàn cầu

Tự do hóa thương mại là quy luật phát triển chung, diễn ra ngày càng sôi động, mạnh mẽ cuốn hút hầu hết các nền kinh tế lớn trên thế giới, hình thành các Khu vực Thương mại Tự do (FTAs) và các Thỏa thuận Thương mại Khu vực (RTAs).

“Tính đến tháng 5/2023 đã có khoảng 250 Hiệp định thương mại tự do song phương (BTAs) và khu vực đã được thông báo cho WTO, trong đó 130 hiệp định được thông báo sau tháng 1/1995. Đến cuối 2005, nếu tính các hiệp định thương mại tự do (song phương và khu vực) đang được đàm phán, hoặc đã được ký kết thì tổng số có hiệu lực có thể lên đến 300 hiệp định” (Trịnh Minh Anh, 2007).

Ở Việt Nam, tự do hóa thương mại và cạnh tranh toàn cầu là một xu thế khách quan. Khai thác mặt tích cực, đi đôi với hạn chế tiêu cực cạnh tranh toàn cầu và tự do hoá thương mại nhằm bảo đảm lợi ích quốc gia, hội nhập với thế giới bên ngoài, nhưng vẫn giữ được bản sắc của mình là rất cần thiết.

2.1.3. Chính sách bảo hộ với các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu

Chính sách bảo hộ với các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu, bảo vệ ngành sản xuất hàng hóa (hay dịch vụ) của quốc gia bằng cách nâng cao tiêu chuẩn như chất lượng, vệ sinh, an toàn, lao động, môi trường, xuất xứ... hoặc áp đặt thuế nhập khẩu cao đối với một số mặt hàng; được sử dụng trong quan hệ thương mại giữa các nước.

Bản chất của chính sách này là việc chính phủ một nước muốn bảo vệ sản phẩm trong nước bằng cách đánh thuế ở mức cao đối với các sản phẩm cùng loại nhập khẩu từ bên ngoài. Tại Trung Quốc – cường quốc kinh tế số hai thế giới – luôn đeo đuổi chính sách bảo hộ thương mại thông qua các biện pháp bảo hộ những mặt hàng, sản phẩm được sản xuất nội địa.

“Các nước phát triển áp dụng chính sách bảo hộ nông nghiệp của mình với mức trợ cấp trung bình 1 tỉ USD/ngày cộng với các hàng rào kỹ thuật về an toàn thực phẩm, môi trường, lạm dụng luật chống bán phá giá, tự vệ, chống trợ cấp, thủ tục hải quan, ghi nhãn mác... kết hợp với các biến động chính trị đã làm cho

thương mại toàn cầu năm 2002 chỉ tăng 2,5% so với 6,5% của những năm 90 thế kỷ XX” (Trịnh Minh Anh, 2007).

Chính sách bảo hộ với các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu tác động sâu sắc hoạt động xuất khẩu. Theo Bộ Công Thương, hàng loạt mặt hàng Việt Nam xuất khẩu bị đánh thuế cao bao gồm: nhôm, gỗ, lâm sản, túi dệt LWS, thép, pin năng lượng, máy giặt, ống thép hàn carbon... Trong khi đó, khối Liên minh châu Âu (EU) lại áp thuế lên các mặt hàng như xe tay nâng, thép... của Việt Nam. Các mặt hàng kim loại và chế phẩm kim loại của Việt Nam cũng bị đánh thuế cao tại thị trường các nước EU, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Thái Lan, Malaysia, Brazil... Cuối quý 1 năm 2018, chính phủ Ấn Độ đã ngưng nhập khẩu hồ tiêu của Việt Nam nhằm bảo vệ lợi ích và việc làm cho nông dân của họ. Năm 2018, Bộ Thương mại Mỹ (DOC) đã áp dụng thuế đối với mặt hàng cá tra Việt Nam lên 3,87 USD/kg cá tra (Bộ Công Thương, 2018).

Như vậy, trong bối cảnh toàn cầu hóa những tác động do chính sách bảo hộ với các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Đòi hỏi Việt Nam phải tiếp tục xây dựng pháp luật và cả chính sách trong nhiều lĩnh vực, không ngừng nâng cao kiến thức, vốn hiểu biết nhằm gia tăng khả năng tiếp cận hệ thống thương mại toàn cầu; nắm rõ các hiệp định về ưu đãi thuế; các tiêu chuẩn chất lượng của các nước nhập khẩu để đáp ứng các quy định và yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm phục vụ các yêu cầu của chuỗi cung ứng toàn cầu.

2.1.4. Hạn chế về nhận thức tư tưởng, kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế

Mặc dù chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam thể hiện qua nhiều nghị quyết của Đảng và Chính phủ. Nhưng nhận thức về nội dung, lộ trình, tính chất hội nhập kinh tế quốc tế của các doanh nghiệp và cấp ngành vẫn còn hạn chế. Một số chính sách, cơ chế chưa đổi mới phù hợp với yêu cầu của hội nhập; chưa tạo ra được sức mạnh cho hội nhập quốc tế.

Đa số quần chúng nhân dân và doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp nhiều giới hạn về nhận thức tư tưởng, kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế. Giới doanh

nhân người Việt chưa nhận thức đầy đủ về các yêu cầu của hội nhập cũng như lộ trình cụ thể. Họ chưa tự giác trang bị thêm về thông tin thị trường, pháp luật cũng như các kiến thức và thông lệ quốc tế trong thương mại, kinh doanh. Tâm lý y lại, “dựa dẫm”, vào việc nhà nước bảo hộ hiện đang là tình trạng chung của giới doanh nhân Việt Nam.

Những yếu tố trên là rào cản trong việc chủ động hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Cho nên, rất cần thiết phải phổ biến hội nhập kinh tế quốc tế cho mọi tầng lớp nhân dân và các doanh nghiệp nhằm chấn chỉnh những hạn chế về nhận thức tư tưởng, kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

2.1.5. Chính sách, pháp luật đang trong quá trình hoàn thiện

Về căn bản, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đổi mới của Việt Nam là quá trình hoàn thiện hệ thống pháp luật, nhất là pháp luật về kinh tế - thương mại.

Hiện nay, Việt Nam có chính sách nghiêm ngặt đối với quản lý Internet và kiểm soát thông tin trên mạng - điều này không thể giống với quy định về tự do thông tin của một số tổ chức quốc tế; hoặc về quản lý môi trường, một số chính sách có thể không hoàn toàn phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

Mặc dù, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế Việt Nam đã tiến hành nhiều cải cách và áp dụng các chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thương mại, nhưng vẫn còn nhiều việc cần làm để tạo ra hành lang pháp lý, hệ thống pháp luật và môi trường kinh doanh, thương mại cần sự rõ ràng hơn và tính khả thi cao hơn trong việc thi hành luật pháp liên quan thương mại, giúp đảm bảo sự công bằng, minh bạch và hiệu quả trong giao dịch thương mại. Việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, đặc biệt là bảo hộ về sáng chế và quyền tác giả, cần được củng cố để khuyến khích sáng tạo và đầu tư vào nghiên cứu phát triển. Quản lý chất lượng và tuân thủ tiêu chuẩn cũng là yếu tố quan trọng để thúc đẩy hội nhập quốc tế về kinh tế. Việc nâng cao năng lực sản xuất và đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu. Cần tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh bằng cách giảm bớt thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thành lập và hoạt

động doanh nghiệp, cũng như tăng cường minh bạch và dễ dàng tiếp cận thông tin.

Việc liên tục cải tiến các chính sách thuận lợi và bảo hộ thương mại là một quá trình không ngừng, nhất là trong tình hình hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Do đó, Việt Nam cần ban hành đầy đủ các chính sách nhằm tạo lập những hành lang pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi, bảo hộ thương mại như hạn ngạch thuế quan, chống trợ cấp, bán phá giá ...; đồng thời sớm điều chỉnh các biện pháp, chính sách nhằm phù hợp các nguyên tắc của các tổ chức quốc tế.

2.1.6. Năng lực cạnh tranh còn yếu

Là đất nước có nền kinh tế nông nghiệp lâu đời, hơn ¾ dân số là nông dân, nên chất lượng nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, năng lực công nghệ và sáng tạo là những yếu điểm cần được cải thiện để gia tăng năng lực cạnh tranh.

Mặc dù đã có sự đầu tư, nhưng vận tải và cơ sở hạ tầng vẫn còn nhiều hạn chế, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn và khu vực xa xôi. Nền sản xuất công nghiệp Việt Nam vừa yếu kém, vừa lạc hậu so với các nước khác trong khu vực. Việc cải thiện hạ tầng này sẽ giúp nâng cao hiệu quả vận chuyển hàng hóa và giảm chi phí logistics.

Nguồn nhân lực chất lượng cao và năng lực công nghệ và sáng tạo nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh đáp ứng yêu cầu của thị trường là rất quan trọng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Do vậy, Việt Nam cần tiếp tục chú trọng đầu tư phát triển công nghệ và nghiên cứu, đặc biệt là trong các lĩnh vực đột phá. Sự sáng tạo và ứng dụng công nghệ mới sẽ giúp nâng cao năng lực cạnh tranh. Cải thiện chất lượng đào tạo nguồn nhân công chất lượng cao và có kỹ năng phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động quốc tế.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh Việt Nam cần liên tục cải tiến môi trường thông qua việc đổi mới thể chế kinh doanh, tăng cường minh bạch, và giảm bớt thủ tục hành chính. Đồng thời, cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng quốc tế ... là điều kiện để tăng sức cạnh tranh, giúp Việt Nam tận dụng tốt cơ hội từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

2.1.7. Năng lực xuất khẩu còn hạn chế

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế giai đoạn vừa qua có nhiều tiến bộ vượt trội, nhưng so với yêu cầu vẫn còn nhiều hạn chế. Việt Nam chưa đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu, khiến nền kinh tế dễ bị tác động bởi thay đổi trong thị trường quốc tế. Chất lượng sản phẩm nhìn chung vẫn chưa đạt tiêu chuẩn cao, hạn chế cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Việc đầu tư vào hạ tầng và công nghệ mới để cải thiện quá trình sản xuất và vận chuyển sản phẩm vẫn còn khó khăn. Công cuộc tiếp cận và quản lý thị trường quốc tế cũng còn nhiều hạn chế, đòi hỏi Việt Nam phải nâng cao kỹ năng tiếp thị và quản lý thị trường để tăng cường hiệu quả xuất khẩu. Chính sách thương mại và quy định liên quan vấn đề xuất khẩu chưa đổi mới kịp thời gây ảnh hưởng năng lực xuất khẩu của đất nước. Do đó, cải thiện và thích ứng các chính sách sẽ giúp tăng sự cạnh tranh.

Những hạn chế nói trên đang yêu cầu sự đổi mới, đầu tư, và cải thiện trên nhiều lĩnh vực khác nhau để nâng cao năng lực xuất khẩu của Việt Nam. Cần tiến hành đồng bộ và hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại đối với các thị trường mà Việt Nam đang có thế mạnh (EU, Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản...) chú trọng việc giới thiệu cơ hội, khai thác thông tin thị trường, tư vấn pháp lý về các lĩnh vực liên quan đến thương mại quốc tế.

2.1.8. Chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra

Việt Nam “mở cửa”, hội nhập quốc tế trong bối cảnh “vừa chạy, vừa xếp hàng”, đối mặt với nhiều thách thức, rào cản, sự bỡ ngỡ khi gia nhập một thị trường mới và lớn, thêm việc thiếu hụt đội ngũ cán bộ có trình độ làm kinh tế đối ngoại, giỏi ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu của môi trường làm việc quốc tế. Sự sáng tạo và khả năng đổi mới không chỉ ở mức độ cá nhân mà còn trong các doanh nghiệp và tổ chức còn hạn chế, là “rào cản” quan trọng để thích ứng và cạnh tranh khi kinh doanh toàn cầu.

Vấn đề về tiêu chuẩn nguồn lực con người còn chịu thách thức khi hội nhập kinh tế quốc tế như cơ sở hạ tầng giáo dục và đào tạo, chất lượng giáo viên và các chương trình đào tạo chưa cập nhật với yêu cầu hội nhập và các xu hướng quốc tế. Điều đó, đòi hỏi đào tạo nhân lực phải liên tục cải thiện và đáp ứng yêu

cầu thị trường; chú trọng xây dựng quy trình bồi dưỡng, đào tạo đội ngũ cán bộ về kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ, hệ thống pháp luật trong và ngoài nước để sử dụng làm công tác hội nhập kinh tế quốc tế trong công cuộc đàm phán cũng như triển khai cam kết trong nước.

*

Việt Nam là nền kinh tế có độ mở cao trong khu vực Đông Nam Á, và ngày càng gắn kết sâu rộng hơn với thế giới, đóng vai trò như một mắt xích quan trọng trong liên kết quốc tế khu vực, cũng là thành viên của nhiều diễn đàn khu vực và toàn cầu lớn. Do đó, những biến động trong tình hình kinh tế và chính trị thế giới đã, đang và sẽ có tác động lớn và ngay lập tức đến tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta; đồng thời cũng đem lại những cơ hội và thách thức mới.

Những cơ hội tiêu biểu như: các doanh nghiệp được hưởng lợi ích từ việc xoá bỏ thuế khi Việt Nam hội nhập; Việt Nam có cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước để các doanh nghiệp Việt cải thiện, phát triển, nên cấp bản thân và đương đầu với những sân chơi khó, mới mẻ để hoàn thiện hơn những công đoạn có giá trị cao hơn trong chuỗi cung ứng phân phối trên toàn cầu.

Việt Nam cũng sẽ gặp khó khăn, rào cản trong việc xây dựng sửa đổi pháp luật, chính sách trên nhiều lĩnh vực khác nhau; đặc biệt là vấn đề về bảo vệ môi trường, sở hữu trí tuệ và bảo hộ lao động; những yêu cầu và quy định khắt khe này nhằm nâng cao các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm và thúc đẩy các nguyên tắc phát triển bền vững cơ bản.

2.2. Những đóng góp quan trọng thể hiện vai trò của người Hoa trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022

2.2.1. Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước có ảnh hưởng đến quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của người Hoa ở Việt Nam

Hội nhập là chỉ việc tham gia và phát triển cộng đồng ấy. Hội nhập thường chỉ sự hợp chung các bộ phận và một chỉnh thể (nhất thể, hợp nhất) và kết hợp các thành tố lại với nhau (tụ hội, tụ nhóm) trong quan hệ giữa các dân tộc, các quốc gia.

Do sự phát triển của mối quan hệ con người, cuộc sống, sản xuất đòi hỏi sự hội nhập, nên đây là xu thế tất yếu, khách quan, phản ánh bản chất xã hội. Hội nhập ra đời và kinh tế thị trường trở thành động lực quan trọng có vai trò thúc đẩy quá trình hội nhập.

Tại Đại hội VII, năm 1991, từ thực tế tình hình đồng bào người Hoa, Đảng ta đã nêu những quan điểm hết sức cụ thể, thể hiện tầm nhìn chiến lược và tư duy đổi mới của Đảng trong bối cảnh, tình hình trong nước và quốc tế có nhiều chuyển biến, thay đổi.

“Hội nhập” lần đầu tiên được đề cập trong văn kiện của Đảng là năm 1996, tại Đại hội lần thứ VIII của Đảng:

“Xây dựng một nền kinh tế mở, hội nhập với khu vực và thế giới, hướng mạnh về xuất khẩu, đồng thời thay thế nhập khẩu bằng những sản phẩm trong nước sản xuất có hiệu quả”. Đến Đại hội lần thứ IX, năm 2001, Đảng ta tiếp tục chủ trương: “Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, bảo đảm độc lập tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo vệ lợi ích dân tộc, an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc, bảo vệ môi trường”. Tại Đại hội lần thứ X, năm 2006, Đảng ta định hướng chủ trương chủ động và hội nhập kinh tế quốc tế: “mở rộng hợp tác trên các lĩnh vực” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2008, tr. 342, 483, 651).

Nhằm thực hiện hiệu quả chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế, khi Việt Nam là thành viên của tổ chức Thương mại thế giới, Chính phủ đã ban hành các chủ trương lớn hướng đến kinh tế phát triển bền vững và nhanh chóng (Ban Chấp hành Trung ương Đảng, 2007).

“Bảo đảm cho người Hoa quyền và nghĩa vụ công dân, tôn trọng văn hoá, chữ viết, tạo điều kiện để bà con người Hoa yên tâm làm ăn, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam và vun đắp quan hệ hữu nghị giữa nhân dân hai nước Việt - Trung” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2008, tr. 204).

Bộ Chính trị cũng chỉ đạo quyết liệt về hội nhập quốc tế (Bộ Chính trị, 2013). Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chiến lược tổng thể hội nhập quốc tế

đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Việt Nam (Thủ tướng Chính phủ, 2016).

Những văn kiện của Đảng và Nhà nước nêu trên giúp thống nhất nhận thức trong toàn Đảng, toàn dân và có ý nghĩa chiến lược về hội nhập quốc tế trong tình hình mới. Chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam cho thấy hội nhập kinh tế quốc tế là yêu cầu khách quan, xuất phát từ nội tại nền kinh tế đất nước. Hội nhập kinh tế quốc tế là nhiệm vụ chung của cả nước, nhằm tranh thủ các nguồn lực để phát triển, khai thác các mặt có lợi từ nền kinh tế thế giới phục vụ cho quá trình sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Bên cạnh những chủ trương lớn về hội nhập kinh tế quốc tế, những chính sách chung và chính sách dân tộc của Đảng và nhà nước cũng tác động quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đối với người Hoa ở Việt Nam. Chính sách dân tộc đối với người Hoa ở Việt Nam cũng được quán triệt và thực hiện theo nguyên tắc: bình đẳng, đoàn kết, tương trợ trên tinh thần tôn trọng, giúp đỡ lẫn nhau, hướng tới mục tiêu đại đoàn kết dân tộc.

Trong thời kỳ đổi mới hội nhập, ngoài các chính sách chung về hội nhập kinh tế quốc tế, Chính phủ Việt Nam đã ban hành một số chính sách đối với người Hoa, nhằm gia tăng tiềm năng phát triển kinh tế xã hội và hạn chế âm mưu thủ đoạn của các thế lực lợi dụng vấn đề người Hoa để gây bất lợi cách mạng Việt Nam. Các cấp chính quyền cũng tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về vấn đề dân tộc, công tác dân tộc, như Nghị quyết Hội nghị Trung ương 7 khóa IX, “Về công tác dân tộc” (Ban Chấp hành Trung ương, 2003); Kết luận của Bộ Chính trị, về “Tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 24-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về công tác dân tộc trong tình hình mới” (Bộ Chính trị, 2019) và Nghị định của Chính phủ, “Về công tác dân tộc” (Chính phủ, 2011). Bồi dưỡng, nâng cao nhận thức cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam tích cực thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về vấn đề dân tộc, công tác dân tộc, phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế.

Với những chính sách tiến bộ nêu trên, chúng tôi Đảng ta luôn quan tâm xây dựng khối đại đoàn kết toàn dân tộc, coi đó là nhân tố quan trọng, có ý nghĩa then chốt đối với sự phát triển, hội nhập kinh tế quốc tế, hướng tới mục tiêu xây dựng đất nước Việt Nam “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”.

Nhìn chung, đất nước ta đã đạt được những thành tựu quan trọng và tiến bộ mới trên nhiều lĩnh vực; đời sống nhân dân tiếp tục được cải thiện; tiềm lực quốc gia được tăng cường; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được nâng cao; tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã gặt hái được nhiều thành tựu quan trọng; trong đó có sự đóng góp của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam.

2.2.2. Những đóng góp quan trọng thể hiện vai trò của người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam

2.2.2.1. Trên lĩnh vực công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp và xây dựng

Theo thống kê của Văn phòng Chính phủ, cả nước có 14.115 doanh nghiệp người Hoa (Văn phòng Chính phủ, 2007). Tuy nhiên, theo số liệu của TPHCM “Năm 1995, thành phố có 1.380 doanh nghiệp người Hoa được cấp phép kinh doanh, thì đến năm 2006, đã có khoảng 24.000 doanh nghiệp người Hoa đăng ký sản xuất - kinh doanh, chiếm trên 94% doanh nghiệp người Hoa cả nước” (Các Ngọc, 2007).

Về số liệu, mặc dù chưa có sự thống nhất, do tiêu chí thống kê của các đơn vị có sự khác biệt, nhưng một điều chắc chắn là sự tăng trưởng số lượng các công ty của người Hoa trong cả nước, phản ánh nhu cầu phát triển và hội nhập của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam. Trong bối cảnh đổi mới và hội nhập, trên lĩnh vực công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp và xây dựng cộng đồng doanh nghiệp người Hoa đã đẩy mạnh thu hút chuyên gia giỏi trong, ngoài nước; sản xuất, kinh doanh; tái đào tạo nguồn nhân lực chuyên môn kỹ thuật trong giai đoạn tái cấu trúc và chuyển đổi do biến động về thị trường, ngành nghề dưới tác động của hội nhập.

Các ngành nghề trên lĩnh vực công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp và xây dựng mà người Hoa tham gia như: khai thác quặng, chế phẩm hoá học, thực phẩm, gia công, may mặc, thiết bị xe hơi, chế tạo linh kiện điện tử, gang thép,

nội thất, thầu xây dựng ... Trong bối cảnh sự phát triển nền kinh tế thị trường, các hoạt động công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp và xây dựng của người Hoa được tiến hành dưới nhiều hình thức, mô hình tổ chức khác nhau, rất phong phú, đa dạng như hợp tác xã, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần ... Họ thường khởi nghiệp với những cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng quy mô vừa và nhỏ. Khi thời cơ cho phép thì họ sẵn sàng chuyển thành những công ty, tập đoàn quy mô lớn và rất lớn, tiêu biểu như giày dép Biti's, văn phòng phẩm Thiên Long, thực phẩm chế biến Cholimex, nhựa gia dụng Đại Đồng Tiến, gia vị Vianco, găm Thái Tuấn, gốm sứ Minh Long...

Ở lĩnh vực công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, doanh thu của doanh nghiệp người Hoa TPHCM trong nước 69,4 tỉ đồng (tương ứng 70%); doanh thu xuất khẩu 35,7 tỉ đồng (tương ứng 30%). Hàng xuất khẩu của doanh nghiệp người Hoa tiêu thụ chính tại thị trường các nước trong khu vực ASEAN 15,36%; Châu Âu 3,57%; Đông Bắc Á 1,43% (Viện kinh tế TPHCM, 2007). Phần lớn các doanh nghiệp người Hoa hoạt động trên lĩnh vực công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp nhờ hội nhập kinh tế, mở rộng mối quan hệ làm ăn, hợp tác với các doanh nghiệp trên thế giới, nhất là các doanh nghiệp đồng tộc – người Hoa. 92,85% doanh nghiệp người Hoa cho rằng từ mối quan hệ hợp tác giúp họ bành trướng tiêu thụ trên thế giới; 75% doanh nghiệp cho rằng mối quan hệ hợp tác giúp giúp doanh nghiệp hiểu được thị hiếu, nhu cầu tiêu dùng của thị trường mới trên thế giới; 92,86% doanh nghiệp cho rằng nhờ vào mối quan hệ hợp tác mà họ tạo ra được sản phẩm, dịch vụ đa dạng; trên 60% doanh nghiệp cho rằng các đối tác người Hoa ở khu vực Đông Nam Á đã giúp họ quản bá và phân phối sản phẩm ở thị trường nước ngoài ... giúp cho doanh nghiệp ngày càng hội nhập sâu hơn nền kinh tế quốc tế.

Các hoạt động xây dựng, công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp của các doanh nghiệp người Hoa rất nhanh nhạy, năng động, đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Nhiều doanh nghiệp người Hoa mở rộng cơ sở sản xuất, kinh doanh thu hút hàng vạn lao động, giải quyết vấn đề lao động trên cả nước. Công ty gốm sứ Minh Long có gần 2.000 nhân công; Công ty Cổ phần Đại Đồng Tiến có hơn 1.000 nhân công; Công ty Cổ phần thực phẩm Cholimex gần 1.500 nhân công;

Công ty Cổ phần Kinh Đô đã có 4 nhà máy, 5 công ty thực phẩm, 300 nhà phân phối, 200.000 điểm bán lẻ và 8.000 lao động.

Trong lĩnh vực xây dựng, các doanh nghiệp người Hoa Việt Nam có mối quan hệ hợp tác kinh doanh khá tốt giữa người Hoa ở Việt Nam và người Hoa ở khu vực Đông Nam Á. Mối quan hệ hợp tác kinh doanh đã giúp doanh nghiệp xây dựng mở rộng thị trường tiêu thụ, đa dạng hóa sản phẩm, đưa doanh thu của doanh nghiệp người Hoa tăng đều trong những năm gần đây. Từ sau năm 2007, các doanh nghiệp người Hoa cũng tiếp cận một số thị trường như Đông Nam Á, các nước Châu Âu, Bắc Mỹ và một số nước Châu Á khác... Cụ thể, tỷ trọng của thị trường Đông Nam Á chiếm 2,5%, trong khi thị trường Châu Âu chỉ chiếm 0,5%, thị trường Bắc Mỹ chiếm 1% và thị trường các nước Châu Á khác chiếm 0,5%. Sở dĩ thị trường Đông Nam Á chiếm tỷ trọng cao hơn các thị trường nước ngoài khác là nhờ vào mối quan hệ với các đồng tộc (Viện kinh tế TPHCM, 2007).

Nhìn chung, trên lĩnh vực công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp và xây dựng thì hầu hết các doanh nghiệp người Hoa Việt Nam đều nhờ vào mối quan hệ với đồng tộc mà họ có thể mở rộng được thị trường tiêu thụ, hiểu được thị hiếu nhu cầu tiêu dùng của thị trường mới, tạo ra những sản phẩm dịch vụ đa dạng; giúp cho doanh nghiệp mở rộng quảng bá phân phối sản phẩm và hiểu được những luật lệ qui định ở thị trường mới, phát huy tác dụng mối quan hệ hợp tác với cộng đồng doanh nghiệp người Hoa trên thế giới và Đông Nam Á. Số liệu khảo sát cho thấy, chỉ có 20 - 30% doanh nghiệp cho rằng mối quan hệ hợp tác giúp họ phân phối và quảng bá và sản phẩm dịch vụ ở thị trường nước ngoài; 20% doanh nghiệp cho rằng nhờ vào mối quan hệ hợp tác mà họ nắm được những qui định, luật lệ ở thị trường tiêu thụ. Hầu hết các doanh nghiệp đều đạt mục tiêu về doanh thu, thị phần và lợi nhuận; 100% doanh nghiệp đạt mục tiêu doanh thu, 90% doanh nghiệp đạt mục tiêu thị phần và 90% doanh nghiệp đạt mục tiêu lợi nhuận (Viện kinh tế TPHCM, 2007).

Tự sự phát triển của doanh nghiệp người Hoa trên lĩnh vực công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp và xây dựng ở thời kỳ đổi mới hội nhập (2007 – 2022) một

số doanh nhân và doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam đã “tỏa sáng” như những minh chứng sinh động thể hiện sâu sắc vai trò cộng đồng người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 - 2022).

Các doanh nghiệp người Hoa luôn xác định sản xuất và hội nhập là vấn đề sống còn của mình. Với triết lý “bốn không – bốn có” (Bốn không: không thời gian, không biên giới, không giới tính, không tuổi tác; Bốn có: có văn hóa, có nghệ thuật, có phong cách, có hồn) gồm sứ Minh Long không ngừng đổi mới công nghệ, cải thiện chất lượng sản phẩm, “xông pha” vào các thị trường “khó tính”. Khi xuất khẩu, Minh Long “chọn các thị trường khó tính nhất để chinh phục. Ở châu Âu, Pháp là quốc gia yêu cầu cao nhất trong đồ gốm sứ. Từ năm 1995 đến nay, Minh Long vẫn là nước xuất khẩu lớn nhất vào Pháp. 6 tháng đầu năm 2017, Minh Long đã nhận được đơn hàng 32 triệu USD từ Pháp” (Thái Anh, 2017).

Từ một người bán bút bi dạo (năm 1981), trong bối cảnh đổi mới và hội nhập của đất nước, Cô Gia Thọ - người Hoa tại TPHCM - đã mạnh dạn thành lập cơ sở sản xuất bút bi Thiên Long (năm 1996). Nhờ đoán đúng nhu cầu, bút bi Thiên Long dần chiếm lĩnh thị trường, trở thành doanh nghiệp đầu ngành về văn phòng phẩm của Việt Nam và khu vực. “Theo báo cáo tài chính hợp nhất quý IV/2013, doanh thu thuần từ hoạt động kinh doanh của công ty tăng 24,3%, lợi nhuận sau thuế 2013 đạt 116,1 tỷ đồng, tăng 16% so với 2012” (Hồng Châu, 2014); 40% sản phẩm của Thiên Long là xuất khẩu. Để mở rộng hoạt động ra thị trường thế giới, năm 2019 thành lập Công ty Thương mại tại Singapore là FlexOffice Pte. Ltd. Vốn điều lệ tăng lên 778 tỷ đồng (Thiên Long, 2022).

Biti's của Vưu Khải Thành - doanh nhân người Hoa - khởi nghiệp từ một tổ hợp tác nhỏ vào năm 1982. Hiện nay, Biti's đã có 7 chi nhánh, 2 trung tâm thương mại, 2 cơ sở kinh doanh, 156 điểm bán tiếp thị và hơn 1.500 đại lý trên cả nước và xuất khẩu sản phẩm sang 40 quốc gia trong đó có thể kể đến các thị trường như: Ý, Pháp, Anh, Mỹ, Nga, Nhật, Mỹ, Nga, Ukraina, (UAE (Các tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất), Bahrain, Mexico...

Tập đoàn Kinh Đô (doanh nghiệp của Trần Kim Thành và Trần Lê Nguyên – người Hoa ở TPHCM) thành lập năm 1993 sản xuất Snack (bim bim), sau đó mở rộng ra nhiều ngành hàng khác nhau. Năm 2003, Kinh Đô mua lại nhà máy kem Wall của Unilever. Đến năm 2013, Kinh Đô sở hữu 5 công ty thực phẩm, 4 nhà máy sản xuất, 300 đại lý phân phối, 200.000 điểm bán lẻ trên toàn quốc và 8.000 lao động. Năm 2013, lợi nhuận sau thuế tăng so với cùng kỳ 40% (đạt hơn 500 tỷ đồng). Trong 2013, hai anh em họ Trần này cũng đã lọt vào top 100 người giàu trên sàn chứng khoán (Hồng Châu, 2014).

Nhìn chung, trên lĩnh vực công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp và xây dựng, quá trình sản xuất và hội nhập của các doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam trong những năm (2007 - 2022) khá sôi động và tích cực. Cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã có nhiều đóng góp đáng kể vào mức tăng trưởng kinh tế, góp phần giải quyết vấn đề công ăn việc làm cho hàng chục ngàn lao động. Trong thời kỳ hội nhập đổi mới, người Hoa nhờ biết kết hợp các yếu tố nội tại với các yếu tố bên ngoài trên tất cả các phương diện; kết hợp giữa sản xuất công nghiệp, nội thương, ngân hàng, dịch vụ thông tin và giao thông vận tải mà hoạt động kinh doanh và hội nhập trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Sự kết hợp đó đã thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Qua đó, vị thế của người Hoa được nâng lên rõ rệt ở các lĩnh vực xã hội, văn hoá, kinh tế, chính trị trong bối cảnh mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế hiện nay – đây là một lợi thế của người Hoa trong hội nhập kinh tế quốc tế.

2.2.2.2. Trên lĩnh vực thương mại – dịch vụ

Đầu thế kỉ 21, Đảng Cộng sản Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh phát triển các thành phần kinh tế theo cơ chế thị trường nhằm khai thác mọi tiềm năng của đất nước, trong đó có việc mở rộng các hoạt động kinh tế - xã hội, văn hóa của người Hoa, động viên người Hoa góp phần tích cực vào xây dựng đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế.

Tính đến năm 2007 có 17.375 doanh nghiệp do người Hoa làm chủ (Văn phòng Chính phủ, 2007). Hoạt động kinh doanh người Hoa ở Việt Nam trong

thời kỳ đổi mới và hội nhập, thường tập trung vào hai mảng chính là sản xuất thương mại – dịch vụ thông qua hai hình thức bán (buôn) sỉ và lẻ. Phần lớn các doanh nhân người Hoa ở Việt Nam thành đạt đều xuất phát (khởi nghiệp) từ bán lẻ, thậm chí là bán dạo - trường hợp Cô Gia Thọ, ông chủ tập đoàn Thiên Long từng đi bán bút bi dạo trong những năm 80 của thế kỉ 20.

Địa bàn cư trú của người Hoa ở Việt Nam phần lớn tập trung các đô thị, nơi tập trung dân cư đông đúc, nếu chưa có điều kiện để các loại hình kinh doanh hiện đại quy mô vốn lớn, thì kinh doanh nhỏ, buôn – bán lẻ là lựa chọn thích hợp nhất. Hiện nay hoạt động kinh doanh ở cả đô thị, cụm dân cư đông đúc chủ yếu là người Kinh và người Hoa. So với người Kinh, người Hoa có ưu thế hơn vì có truyền thống buôn bán khá lâu đời.

Hoạt động bán lẻ của người Hoa ở Việt Nam không chỉ tạo điều kiện thúc đẩy kinh tế, nâng cao thu nhập cho người dân mà còn tạo nên nhiều giá trị văn hóa độc đáo, thúc đẩy quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Chính hoạt động bán lẻ đã góp phần hình thành nên giá trị độc đáo của những con phố Tàu (Chinatown) ở Lạng Sơn, Hà Nội, Hội An, Biên Hòa, Chợ Lớn, Mỹ Tho... không chỉ góp phần đưa Việt Nam hội nhập về kinh tế mà còn hội nhập về văn hóa, xã hội.

Những con phố Tàu ở Chợ Lớn là những minh chứng hết sức sinh động về hoạt động bán lẻ, phản ánh vai trò người Hoa trong hội nhập kinh tế quốc tế. Ở đây, du khách trong và ngoài nước vừa được chiêm ngưỡng những giá trị văn hóa, kiến trúc và tôn giáo của hàng trăm năm trước, với những mái nhà lợp ngói ống ở dãy phố Tàu cùng với kiến trúc đặc trưng nổi bật lên một nét đẹp rất cổ điển, giữa nhịp sống đô thị hiện đại và sôi nổi; vừa tham quan, mua sắm trên những con phố đặc sắc phố lồng đèn Lương Nhữ Học; khu phố thuốc Bắc lớn và lâu đời ở Sài Gòn (đường Hải Thượng Lãn Ông - Quận 5, TP HCM) là trung tâm Đông y lớn nhất miền Nam, gồm những cửa hiệu chuyên buôn bán các loại thảo dược và thực phẩm chức năng từ thiên nhiên.

Song có lẽ ấn tượng nhất trong hoạt động bán lẻ của người Hoa ở Việt Nam là ẩm thực - được xem là những nét văn hóa tinh túy - góp phần đáng kể vào việc

hội nhập quốc tế của Việt Nam về kinh tế và nhiều lĩnh vực khác. Hiện nay, tại Quận 5, TP HCM đã hình thành nhiều khu phố ẩm thực nổi tiếng của người Hoa.

Trong thời kì đổi mới và hội nhập các doanh nghiệp lớn của người Hoa ở Việt Nam chủ yếu là bán sỉ. Người Hoa có lợi thế về kinh nghiệm, sự năng động và liên kết chặt chẽ với nhau tạo ra mạng lưới phân phối hàng hoá nhanh chóng. Bán sỉ là hoạt động kinh doanh mang lại kinh tế cao cho người Hoa ở Việt Nam.

Nhiều doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam thường khởi nghiệp từ những cơ sở nhỏ, trải qua nhiều sóng gió trên thị trường, dần dần họ đã khẳng định được vị trí trong lĩnh vực mà họ nắm giữ tại thị trường Việt Nam. Tiêu biểu như cơ sở sản xuất bút bi Thiên Long, bánh Kinh Đô, gôm sứ Minh Long; những người Hoa chủ các doanh nghiệp này đã rất thành đạt trong thời kì Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế.

Trong hoạt động kinh doanh của người Hoa luôn đề cao chữ “tín”. Nhờ vậy, các thủ tục giao dịch trong buôn bán của người Hoa rất đơn giản, nhanh, gọn; chỉ cần lời hứa, “giao kèo” miệng hay một tờ giấy viết tay là giữa người mua và người bán đã tin tưởng nhau. Thường những hoạt động buôn bán của người Hoa ít diễn ra tranh chấp, kiện cáo ra tòa án.

Chữ “tín” còn được đảm bảo thông qua hình thức bán nợ “gói đầu” - giao hàng trước, nhận tiền đợt giao hàng sau, là một phương thức kinh doanh đã được người Hoa sử dụng trong quan hệ bán hàng hóa cho những mối mua hàng thường xuyên, số lượng lớn, tồn tại trên cơ sở uy tín. Về giá cả, người Hoa cũng luôn giữ uy tín.

Trên cơ sở chữ “tín” mối quan hệ kinh doanh của người Hoa được xác lập, dựa trên sự tin tưởng lẫn nhau, nghĩa vụ chung và sự chia sẻ kinh nghiệm. Một số nhà nghiên cứu cho rằng đây là nguồn vốn, tài nguyên, tài sản của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam: “Hoạt động kinh doanh của người Hoa dựa trên những mối quan hệ được xem là “vốn xã hội”, là “tài sản chính” của các doanh nghiệp” (Trần Thị Anh Vũ, 2018, tr.70)

Do đó, người Hoa chú trọng xây dựng các mối quan hệ và thích làm ăn, buôn bán với những người quen, hoặc là bạn của bạn. Họ tỏ ra khôn khéo, dễ

dàng thích nghi với hoàn cảnh; thường tránh những xung đột không đáng có; cố gắng thiết lập các mối quan hệ thân thiện với chính quyền, cộng đồng và những người chung quanh. Dĩ nhiên để đảo bảo duy trì các mối quan hệ tốt đẹp người Hoa phải dựa vào một số mối quan hệ cốt lõi như huyết thống, thân tộc và các hội mang tính chất cố kết cộng đồng. Hiện nay, tại TP.HCM, các hội quán người Hoa (Hội quán Tuệ Thành của người Quảng Đông; Hội quán Nghĩa An của người Triều Châu; Hội quán Nhị Phủ của người Phúc Kiến; Hội quán Nam Hải của người Hải Nam; Hội quán Sùng Chính của người Hẹ ...) tiếp tục phát huy nhiều giá trị tốt đẹp trong việc đoàn kết, tương thân tương ái giúp đỡ trong hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội của cộng đồng người Hoa.

“Người Hoa có tầm nhìn kinh doanh rất dài hơi. Họ luôn nhạy bén, có khát vọng đột phá, đi đâu và làm ăn lớn. Chữ “tín” cũng xuất phát từ chỗ này... Những đặc trưng về văn hóa kinh doanh của người Hoa: Nền tảng gia đình và chữ “tín” là báu vật; Đề cao vai trò của tổ chức xã hội, nghiệp đoàn truyền thống; Chấp nhận mạo hiểm và quyết đoán trong kinh doanh, được sự giúp đỡ đặc lực của tập thể, gia đình và bạn bè; Đa dạng hóa, đa phương hóa hoạt động đầu tư; Kết hợp giữa cách làm truyền thống với kiến thức và thực tiễn kinh doanh hiện đại” (Trần Khánh, 2007).

*

Quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam trên lĩnh vực thương mại – dịch vụ đã đóng góp quan trọng vào sự tăng trưởng GDP. Năm 2007, Việt Nam xuất khẩu trên 39 tỷ USD, lượng vốn FDI lên đến trên 70 tỷ USD; năm 2016, xuất khẩu đạt trên 170 triệu USD. Điều đó, cho thấy hoạt động thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và mức độ mở cửa thị trường là một trong những động lực chính cho phát triển kinh tế của Việt Nam.

Trên lĩnh vực thương mại dịch vụ trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế (2007 - 2022), cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã có những đóng góp quan trọng. Theo Ngô Bích Phượng, TPHCM đã có đóng góp khoảng 30% tổng thu ngân sách quốc gia, chiếm tỷ trọng 23-25% GDP của cả nước, mỗi năm tăng trưởng kinh tế trên 7%, GDP đầu người 7.500USD ... chứng tỏ TPHCM xứng

đáng được gọi là đầu tàu phát triển nền kinh tế của cả nước. Các doanh nghiệp người Hoa là tên tuổi hàng đầu trong lĩnh vực thương mại dịch vụ có thể kể đến như Công ty Thiên Long, Thái Tuấn, Vạn Thành, Vĩnh Tiến, Kinh Đô, Tân Cường Thành, Hữu Liên – Á Châu, Biti's, ABC... Tuy người Hoa chỉ chiếm 7% dân số TPHCM nhưng sở hữu đến 30% số doanh nghiệp trên địa bàn cho thấy tác động to lớn vào nền kinh tế của họ.

2.2.2.3. Một số điển hình về hội nhập kinh tế quốc tế của doanh nghiệp người Hoa

Công ty Nệm Vạn Thành của doanh nhân Trương Ty xuất thân là một cơ sở sản xuất dây thun, giày dép rồi tập trung sản xuất nệm cao su, nệm lò xo và nệm các loại. Đến nay sau 43 năm hình thành phát triển, công ty sở hữu ba nhà máy tại TPHCM, Đà Nẵng, Hưng Yên, có 43 chi nhánh, 4.500 đại lý trên cả nước và chi nhánh tại Trung Quốc, sản phẩm của công ty xuất khẩu sang Úc, Mỹ, Campuchia.

Công ty Biti's của ông Vu Khôi Thành là doanh nghiệp Việt Nam đang giữ vị trí hàng đầu về sản phẩm xuất khẩu, tạo sự thành công nhất trong việc quảng bá nhận diện thương hiệu ra thế giới, lọt top 100 sản phẩm nổi tiếng Đông Nam á, nổi bật là Biti's Hunter và hiện có mặt trên 40 quốc gia.

Doanh nghiệp Bút bi Thiên Long của Cổ Gia Thọ cũng có lịch sử thành lập hơn 40 năm. Năm 2019, công ty đạt doanh thu 3.256 tỷ đồng và xuất khẩu hàng hóa ra 61 nước.

Một doanh nghiệp người Hoa khá nổi tiếng là dệt Thái Tuấn. Gần 30 năm thành lập phát triển, Thái Tuấn đã trở thành thương hiệu cung cấp sản phẩm dệt may uy tín cho thị trường trong và ngoài nước, xuất khẩu sang Trung Đông và các nước châu Á.

Công ty Kinh Đô của Trần Kim Thành – Trần Lệ Nguyên xuất phát từ một cơ sở sản xuất bánh kẹo nhỏ đã trở thành một tập đoàn thực phẩm chiếm hơn 28% thị phần bánh kẹo trong nước và niêm yết trên sàn chứng khoán. Năm 2014, Kinh Đô sở hữu 4 nhà máy, 5 công ty thực phẩm, 150 nhà phân phối và 40.000 điểm bán lẻ và hơn 8.000 lao động, sản phẩm bánh trung thu bán tại 30 quốc gia.

Công ty CP Việt Hương của Hàng Vay Chi (một doanh nghiệp người Hoa), khởi nghiệp từ cơ sở sản xuất bột canh với 200 USD, sau đó là mì ăn liền Việt Hương. Năm 1995, Việt Hương là một tổ chức tư nhân đầu tiên xây dựng khu công nghiệp với đầy đủ hệ thống kiểm soát và xử lý nước thải, chất thải. KCN Việt Hương tọa lạc tại Km 11, Đại lộ Bình Dương, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương, tổng vốn đầu tư: 56,4 tỷ đồng; diện tích đất công nghiệp cho thuê: 25,07 ha; nhà máy xử lý nước thải tập trung, tổng công suất 1.000 m³/ngày đêm.

Hiện nay, sau hơn 30 năm phát triển Việt Hương Group đã có những đổi thay lớn lao cả về quy mô, tầm vóc lẫn vị thế của Công ty về việc đầu tư phát triển khu công nghiệp (KCN), bất động sản. Trong hành trình hơn 3 thập niên dựng xây và phát triển ấy, "quả ngọt" Việt Hương gặt hái được chính là 2 KCN tại Bình Dương (Việt Hương 1 và 2), Nhà máy Dệt jeans Việt Hồng và một số nhà hàng, khách sạn ở TPHCM.

Việt Hồng trong lĩnh vực vải jeans nhờ đội ngũ chuyên gia và kỹ thuật tiên tiến đã đủ tiêu chuẩn xuất khẩu vải vào những thị trường khó tính nhất. Thu lại ngoại tệ đóng góp vào ngân sách, đáp ứng nguyên liệu ngành may mặc cho các doanh nghiệp trong nước, góp phần vào thành tựu của Việt Nam trong hội nhập.

Năm 1993, Công ty New Toyo thành lập và kinh doanh sản xuất giấy nhôm, giải quyết được khó khăn phải mua sản phẩm bằng ngoại tệ và cân đối hàng hoá, dòng tiền cho các khách hàng trong nước. Sau 5 năm hoạt động với nhà xưởng 1.000m² tại Khu công nghiệp Bình Chiểu, Thủ Đức. Công ty mở rộng ngành nghề sang lĩnh vực ống giấy công nghiệp và in ấn bao bì giấy. Năm 2003 mở rộng quy mô nhà máy lên 20.000m². Từ năm 2007, trong bối cảnh hội nhập, New Toyo Việt Nam thuê tư vấn để đào tạo và cấp chứng chỉ hệ thống quản lý chất lượng ISO cho doanh nghiệp - được cấp chứng chỉ: ISO 9001:2000; OHSAS, HACCP... Hiện nay, New Toyo Việt Nam đã đổi mới thiết bị, công nghệ ngày càng hiện đại, giúp cho việc kiểm soát chất lượng sản phẩm được tốt hơn.

TTC Group tiền thân là cơ sở sản xuất cồn do ông Đặng Văn Thành (người Việt gốc Hoa) và vợ Huỳnh Bích Ngọc thành lập năm 1979. Sau hơn 40 năm phát triển, TTC Group trở thành tập đoàn kinh doanh đa ngành, hoạt động trong

nhiều lĩnh vực: nông nghiệp, năng lượng, bất động sản, du lịch... Từ năm 2007, khi Việt Nam đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, TTC Group tham gia chương trình cổ phần hóa và tăng vốn điều lệ lên 500 tỷ đồng, rồi lần lượt 1.000 tỷ đồng (năm 2011), 14.378 tỉ đồng (năm 2017). Đến năm 2022, TTC Group đã hoàn thiện quá trình chuyển đổi và chính thức vận hành theo mô hình Tổng Công ty, với hơn 150 đơn vị trực thuộc trong và ngoài nước, trên 10.000 cán bộ nhân viên; vốn điều lệ toàn Tập đoàn đạt 20.269 tỷ đồng; vốn chủ sở hữu đạt 25.480 tỷ đồng; tổng tài sản đạt 80.349 tỷ đồng; doanh thu thuần đạt 33.774 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 1.898 tỷ đồng và tổng mức đóng góp ngân sách nhà nước đạt 1.006 tỷ đồng (TTC Group, 2024).

Trong lĩnh vực vật liệu xây dựng, công ty CP Hữu Liên Á Châu của gia đình ông Trần Xảo Cơ (người Hoa) nằm trong nhóm 10 thương hiệu hàng đầu ngành thép Việt Nam. Năm 2008 cổ phiếu Hữu Liên Á Châu chính thức giao dịch nâng vốn điều lệ từ năm 2007 là 183 tỷ đồng và đến năm tài chính 2011 là 344,5 tỷ đồng. Công ty triển khai xây dựng nhà máy thép Hữu Liên tại KCN Phú An Thạnh, Long An. Hữu Liên Á mở rộng thị phần xuất khẩu sang các nước khu vực Đông Nam Á (Lào, Myanmar, Campuchia,...) và các nước thuộc khu vực khác (Hoài Lương, 2012).

Nhìn chung Tại Việt Nam, cộng đồng doanh nhân người Hoa có những nỗ lực trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, thương mại, dịch vụ ... có những đóng góp đáng kể vào sự nghiệp xây dựng đất nước. Sản phẩm của khối doanh nghiệp này tạo ra ngày càng nâng cao chất lượng và cạnh tranh giá cả trong nước dẫn đến giảm dần khối lượng hàng hoá nhập khẩu, giải quyết được tình trạng chảy máu ngoại tệ. Doanh nghiệp người Hoa giúp cải thiện môi trường kinh doanh và phát triển nguồn lực lao động, thu hút đầu tư nước ngoài mạnh mẽ, khẳng định vị thế và vai trò của cộng đồng người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 – 2022).

2.3. Tiểu kết

Nắm vững thời cơ, vượt qua thách thức, chủ động trong quá trình hội nhập quốc tế về kinh tế vừa là bài học lớn, vừa là sự thể hiện vai trò cộng đồng người

Hoa ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 – 2022).

Thứ nhất, sở dĩ, người Hoa ở Việt Nam có những đóng góp quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 – 2022) vì họ có tiềm năng lớn về vốn, kỹ thuật, tay nghề; có khả năng tổ chức, quản lý sản xuất, kinh doanh, thương mại, dịch vụ. Họ có kinh nghiệm kinh doanh, kỹ năng thương mại, và mạng lưới liên kết rộng lớn ở nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm sản xuất, kinh doanh (cả buôn lẻ và buôn sỉ), dịch vụ và thậm chí cả công nghệ.

Thứ hai, họ sớm ý thức việc đảm bảo chất lượng sản phẩm, hàng hóa và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ... thông qua hệ thống quản lý chất lượng ISO, kiểm soát giới hạn các mối nguy hình thành trong quá trình sản xuất chế biến thực phẩm HACCP, v.v... Họ đã thể hiện khả năng thích ứng trong việc điều chỉnh theo nhu cầu thị trường và những thay đổi của nền kinh tế. Nhưng phổ biến hơn cả, họ thường mở các cửa hàng, cửa hàng thực phẩm, nhà hàng, và doanh nghiệp sản xuất, đóng góp vào sự phong phú đa dạng của thị trường.

Thứ ba, các doanh nghiệp và hộ kinh doanh người Hoa ở Việt Nam đều do gia đình sở hữu. Họ thích làm ăn với những người quen, với bạn của bạn, chú trọng mở rộng quan hệ buôn bán, liên kết cộng đồng. Từ việc vận động nội tại ấy, mở rộng thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ là xu hướng mà là nhu cầu tất yếu trong quá trình phát triển của các doanh nghiệp và hộ kinh doanh người Hoa ở Việt Nam. Trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp và hộ kinh doanh người Hoa ở Việt Nam có vai trò quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Đồng thời, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam thúc đẩy sự phát triển các doanh nghiệp và hộ kinh doanh người Hoa. Đây là sự tác động biện chứng hai mặt của một vấn đề, tạo ra sự vận động của sự vật, thúc đẩy tiến bộ xã hội.

Thứ tư, cạnh tranh và độc quyền luôn hiện hữu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của người Hoa ở Việt Nam, nhất là trong hoạt động bán lẻ và bán sỉ. Ở góc độ cạnh tranh, cạnh tranh diễn ra ngay trong nội bộ người Hoa, giữa các nhóm và ngay trên từng con phố (phố Tàu), có lúc rất quyết liệt. Nhưng mỗi khi

cần, thì họ sẵn sàng thỏa hiệp, gác lại những cạnh tranh nội bộ, đoàn kết chống lại sự cạnh tranh từ bên ngoài giữ vững thế độc quyền trong sản xuất kinh doanh.

Thứ năm, các doanh nghiệp người Hoa không ngừng đổi mới công nghệ, tiếp cận kỹ thuật tiên tiến. Thông qua quan hệ thân tộc ở nhiều nơi trên toàn cầu, đặc biệt nơi có công nghệ và kỹ thuật phát triển. Họ đầu tư máy móc, dây chuyền công nghệ, mở rộng kinh doanh sản xuất trên nhiều khu vực và lĩnh vực.

CHƯƠNG 3. NHẬN XÉT VAI TRÒ NGƯỜI HOA TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM VÀ KHUYẾN NGHỊ

3.1. Nhận xét về vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2022

Trong chương này học viên xin được phép trình bày một số nhận xét được đúc kết trong 7 vấn đề: (1) Trong sản xuất, kinh doanh; (2) Hoạt động xúc tiến thương mại; (3) Thu hút chuyên gia; (5) Về vấn đề "Hội nhập", "lợi ích"; (6) Kinh nghiệm thành công; (7) Một số hạn chế bất cập.

3.1.1. Trong sản xuất, kinh doanh của người Hoa ở Việt Nam

Người Hoa đóng góp đáng kể vào kinh doanh, sản xuất tại Việt Nam, nhất là lĩnh vực thương mại, dịch vụ, công nghiệp. Một số kinh nghiệm mà người Hoa thường áp dụng trong quá trình kinh doanh và sản xuất tại Việt Nam:

Mạng lưới quan hệ đối tác

Người Hoa thường xây dựng mạng lưới quan hệ đối tác mạnh mẽ, không chỉ giữa họ và các đối tác kinh doanh mà còn giữa các doanh nghiệp trong cộng đồng người Hoa. Mối quan hệ này thường được xem là quan trọng để hỗ trợ nhau và tạo ra các cơ hội kinh doanh mới.

Chiến lược giá cạnh tranh

Nhiều doanh nghiệp người Hoa thường áp dụng chiến lược giá cạnh tranh để thu hút khách hàng. Điều này thường bao gồm việc cung cấp dịch vụ và sản phẩm giá thấp, tích hợp quy trình sản xuất hiệu quả.

Linh hoạt và thích ứng

Sự linh hoạt và khả năng thích ứng nhanh chóng là một đặc điểm quan trọng của người Hoa trong kinh doanh. Họ thường có khả năng đổi mới và điều chỉnh chiến lược kinh doanh của mình dựa trên biến động môi trường và thị trường.

Chú trọng vào chất lượng sản phẩm

Mặc dù chiến lược giá cạnh tranh thường được áp dụng, nhưng nhiều doanh nghiệp người Hoa cũng nhận thức về tầm quan trọng của chất lượng sản phẩm. Việc cải thiện chất lượng giúp củng cố niềm tin của khách hàng và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Hợp tác với đối tác địa phương

Mối quan hệ hợp tác với các đối tác địa phương, bao gồm cả các doanh nghiệp Việt Nam và các cơ quan chính phủ, thường được xem là quan trọng để hiểu rõ hơn về thị trường địa phương, giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa cơ hội kinh doanh.

Quản lý chi phí và hiệu suất

Doanh nghiệp người Hoa thường chú trọng đến quản lý chi phí hiệu quả và tối ưu hóa hiệu suất. Điều này thường bao gồm việc áp dụng các phương pháp quản lý sản xuất hiệu quả, giảm thiểu lãng phí và tối đa hóa hiệu quả chuỗi cung ứng.

Chú trọng vào thị trường xuất khẩu

Nhiều doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam thường chú trọng xuất khẩu sản phẩm của mình. Điều này giúp mở rộng thị trường và hạn chế tác động của sự thay đổi trong thị trường nội địa.

Chăm sóc và xây dựng mối quan hệ với khách hàng

Người Hoa thường coi trọng sự kết nối với khách hàng. Việc chăm sóc và xây dựng sự trung thành với doanh nghiệp từ phía khách hàng có thể tạo ra các cơ hội kinh doanh lâu dài.

Sử dụng công nghệ và tiên tiến hóa: Sự đầu tư vào công nghệ và tiên tiến hóa quy trình sản xuất là một kinh nghiệm quan trọng để cải tiến sản phẩm và nâng cao năng suất.

Tuân thủ pháp luật và đạo đức kinh doanh

Doanh nghiệp người Hoa thường tuân thủ các quy định pháp luật và đạo đức kinh doanh để duy trì uy tín và đồng thời tạo ra một môi trường kinh doanh ổn định.

Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển

Một số doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam có xu hướng đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ độc đáo và cạnh tranh trên thị trường.

Phát triển thương hiệu mạnh mẽ

Việc xây dựng và quản lý một thương hiệu mạnh mẽ giúp doanh nghiệp người Hoa tạo ra ấn tượng tích cực và tăng sự nhận thức của khách hàng.

Áp dụng chính sách tiếp thị số

Người Hoa thường sử dụng các chính sách tiếp thị số, bao gồm quảng cáo trực tuyến, tiếp thị trên mạng xã hội và thương mại điện tử để tiếp cận và tương tác với khách hàng hiệu quả.

Xây dựng đội ngũ nhân sự đa dạng và có kỹ năng

Đối với nhiều doanh nghiệp người Hoa, việc có một đội ngũ nhân sự đa dạng về kỹ năng và chuyên môn là quan trọng để đáp ứng đa dạng các yêu cầu sản xuất và kinh doanh.

Tối đa hoá mạng lưới cung ứng

Người Hoa thường chú trọng vào việc tối đa hoá mạng lưới cung ứng để giảm chi phí, tăng hiệu suất và đảm bảo sự ổn định trong kinh doanh và sản xuất.

Đề cao vào bảo vệ môi trường

Một số doanh nghiệp người Hoa có thể hướng tới việc sản xuất và kinh doanh theo hướng bền vững và thân thiện với môi trường để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về bảo vệ môi trường.

Chăm sóc nhân viên và phát triển nguồn nhân công

Đề cao việc phát triển nguồn nhân công, đào tạo và chăm sóc nhân viên để tạo ra một môi trường làm việc tích cực và giữ chân nhân sự tài năng.

Tham gia vào các cộng đồng kinh doanh

Đối với một số doanh nghiệp, việc tham gia vào các cộng đồng kinh doanh, liên hiệp và tổ chức ngành nghề giúp tạo ra cơ hội hợp tác và làm tăng uy tín trong ngành.

Hợp tác với đối tác quốc tế

Nhiều doanh nghiệp người Hoa tại Việt Nam hợp tác chặt chẽ với đối tác quốc tế để mở rộng thị trường xuất khẩu và học hỏi từ các tiêu chuẩn quốc tế.

Tận dụng kinh nghiệm quốc tế

Các doanh nghiệp người Hoa có thể chuyển giao kinh nghiệm quốc tế và vận dụng chính sách quản lý và công nghệ hiện đại vào hoạt động của họ tại Việt Nam.

*

Những kinh nghiệm sản xuất, kinh doanh nêu trên không chỉ áp dụng cho người Hoa mà còn có thể là nguồn cảm hứng cho nhiều doanh nghiệp khác tại Việt Nam gia tăng khả năng thành công với thị trường ngày càng cạnh tranh. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp có thể có chiến lược và phong cách quản lý khác nhau tùy thuộc vào ngành nghề và môi trường kinh doanh cụ thể.

3.1.2. Xúc tiến thương mại

Xúc tiến thương mại (Trade Promotion) là các hoạt động được thực hiện để tăng cường việc tiếp thị và quảng bá nhằm tăng doanh số bán hàng và mở rộng thị trường. Đây là một phần quan trọng của chiến lược tiếp thị và quảng cáo của một doanh nghiệp để làm tăng cường nhận thức về thương hiệu và tạo ra động lực mua sắm.

Các hành vi xúc tiến thương mại như khuyến mãi, giảm giá, quà tặng kèm, quảng cáo ngoài trời, tiếp thị trực tuyến và triển lãm thương mại và các chiến dịch quảng bá đặc biệt như thiết lập gian hàng trong các cửa hàng lớn. Mục tiêu chính của xúc tiến thương mại là tạo ra một tác động tích cực đối với quyết định mua sắm của khách hàng, nâng cao doanh số và tăng cường vị thế thương hiệu trên thị trường. Ở Việt Nam, hoạt động xúc tiến thương mại đóng vai trò quan trọng trong chiến lược tiếp thị của nhiều doanh nghiệp và tổ chức. Các hoạt động xúc tiến thương mại này giúp doanh nghiệp tạo ra sự chú ý, thu hút khách hàng, và nâng cao doanh số trên thị trường Việt Nam.

Các công ty của người Hoa góp phần lớn vào nền kinh tế Việt Nam và thường thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường và củng cố vị thế của họ, thông qua các hoạt động: triển lãm và hội chợ thương mại; áp dụng chiến lược giá cạnh tranh; quảng cáo trực tuyến; xây dựng mối quan hệ với đối tác địa phương; tổ chức sự kiện và chương trình khuyến mãi ...

Hoạt động xúc tiến thương mại của người Hoa tại các triển lãm và hội chợ thương mại là trưng bày sản phẩm, tìm kiếm đối tác và xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Để xúc tiến thương mại, người Hoa thường áp dụng chiến lược giá cạnh tranh để thu hút khách hàng, bao gồm giảm giá, khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt. Các doanh nghiệp người Hoa thường xây dựng mối quan hệ với các đối tác địa phương, bao gồm cả các nhà phân phối và đại lý, để mở rộng phạm vi phân phối và tăng mức độ nhận diện thương hiệu. Các sự kiện, hội thảo, và chương trình khuyến mãi giúp doanh nghiệp người Hoa tương tác trực tiếp với người tiêu dùng, tăng cường nhận thức về thương hiệu và nâng cao doanh số, nhanh chóng thích ứng và tận dụng cơ hội có sẵn với thị trường Việt Nam.

Công ty người Hoa ở Việt Nam xác định xúc tiến thương mại là một phần quan trọng của chiến lược tiếp thị và kinh doanh. Để hiểu rõ đối tượng khách hàng, họ khai thác thông tin chi tiết để tạo ra các chiến dịch xúc tiến thương mại hiệu quả. Điều này bao gồm việc nghiên cứu về nhu cầu, mong muốn, và hành vi mua sắm của người tiêu dùng. Họ sử dụng một loạt các kênh quảng cáo như truyền hình, radio, truyền thông xã hội, email marketing, và quảng cáo trực tuyến

để tiếp cận người mua và tối ưu hóa sự hiện diện trên thị trường. Họ cung cấp các ưu đãi, khuyến mãi, và quà tặng kèm để thu hút khách hàng, kích thích mua sắm.

Họ chú trọng xây dựng mối quan hệ với đối tác, đại lý và tham gia vào các sự kiện thương mại và triển lãm. Sự hợp tác với các đối tác và đại lý đã giúp cho nhiều doanh nghiệp người Hoa mở rộng phạm vi phân phối và tăng nhận diện thương hiệu. Mối quan hệ đối tác có thể đóng vai trò quan trọng trong việc đạt được mục tiêu xúc tiến thương mại. Việc tổ chức hoặc tham gia vào các sự kiện thương mại và triển lãm giúp trưng bày sản phẩm, tương tác trực tiếp với khách hàng, và tạo ra cơ hội kinh doanh mới.

Các doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam tận dụng quảng cáo trực tuyến và tối ưu hóa website dựa trên các nền tảng như Google Ads và Facebook Ads, Tik Tok ... Đây được xem là một phương tiện hiệu quả để tiếp cận đối tượng khách hàng trực tuyến; tối ưu hóa trang web để tăng cường trải nghiệm người dùng. Đồng thời, họ còn thiết lập các chỉ số hiệu suất quan trọng và sử dụng chúng để đo lường và phân tích hiệu suất của chiến dịch xúc tiến thương mại hoặc điều chỉnh chiến lược nếu nhận thấy cần thiết. Bên cạnh đó, doanh nghiệp người Hoa luôn cố gắng đảm bảo rằng mọi chiến dịch và hoạt động xúc tiến thương mại phải tuân thủ các quy định và luật lệ pháp luật, nhất là trong lĩnh vực quảng cáo.

Đối với cộng đồng doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam một yêu cầu hàng đầu trong phát triển là sử dụng tư duy sáng tạo. Họ luôn tìm kiếm cơ hội sáng tạo để làm nổi bật sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn trên thị trường. Tư duy sáng tạo giúp họ thu hút sự chú ý và tạo ra ấn tượng tích cực với khách hàng. Và họ coi chăm sóc khách hàng là một phần rất quan trọng, phản hồi từ khách hàng có thể giúp bạn cải thiện sản phẩm, dịch vụ, và chiến lược tiếp thị.

Tóm lại, kinh nghiệm xúc tiến thương mại đòi hỏi sự sáng tạo, linh hoạt và sự hiểu biết vững về thị trường và đối tượng khách hàng.

3.1.3. Thu hút chuyên gia

Việc thu hút chuyên gia rất quan trọng của sự phát triển doanh nghiệp của người Hoa tại Việt Nam. Do đó, họ luôn chú trọng đến chính sách lợi ích, môi

trường làm việc, tạo điều kiện làm việc linh hoạt ... nhằm giữ chân các chuyên gia giỏi.

Họ chú trọng việc đảm bảo lợi ích hấp dẫn cho đội ngũ chuyên gia, nguồn lao động chất lượng cao về sức khỏe, bảo hiểm, kế hoạch tiết kiệm hưu trí, hỗ trợ đào tạo giáo dục, và các ưu đãi khác về mức lương và thưởng hấp dẫn. Nhiều doanh nghiệp thực hiện cung cấp mức lương cạnh tranh và các hình thức thưởng hiệu suất để khuyến khích và giữ chân chuyên gia, kể cả việc chia lợi nhuận hoặc cổ phần. Đồng thời, tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp, môi trường làm việc để nâng cao kỹ năng chuyên môn; chuyên gia cảm thấy động viên và có thể phát huy tối đa khả năng của mình.

Phát triển và duy trì một thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh mẽ có thể thu hút sự chú ý của các chuyên gia là một kinh nghiệm quý báu được đúc kết từ thực tiễn hoạt động của nhiều doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam. Họ thường áp dụng các chiến dịch quảng bá, tham gia các sự kiện ngành và tương tác tích cực trên các nền tảng truyền thông xã hội. Ngoài ra, họ còn tạo điều kiện làm việc linh hoạt và hợp tác với các trường đại học và tổ chức đào tạo nhất là từ sau dịch COVID 19. Nhiều doanh nghiệp lựa chọn cách làm việc linh hoạt như làm việc từ xa, làm giảm giờ, hoặc các mô hình làm việc khác nhau thuận lợi cho chuyên gia. Kết nối mối quan hệ với các trường đại học và tổ chức đào tạo để tìm kiếm và tuyển dụng những người có tri thức và kỹ năng mới nhất từ các nguồn này.

Cộng đồng người Hoa tại Việt Nam thu hút chuyên gia thông qua các chiến lược và hoạt động xây dựng mạng lưới cộng đồng mạnh mẽ và tổ chức các hoạt động hỗ trợ giúp tạo ra một môi trường chia sẻ thông tin và kinh nghiệm giữa các chuyên gia trong cộng đồng. Tổ chức networking và hội thảo chuyên ngành để tạo cơ hội gặp gỡ, trao đổi ý kiến, và xây dựng mối quan hệ với những chuyên gia trong lĩnh vực cụ thể. Cung cấp các chương trình đào tạo chất lượng và học bổng để thu hút và giữ chân những người có tài năng trong cộng đồng người Hoa. Xây dựng các mối quan hệ hợp tác với doanh nghiệp và tổ chức địa phương để tạo cơ hội làm việc cho các chuyên gia và chia sẻ nguồn nhân lực tài năng. Xây

dựng hình ảnh tích cực về cộng đồng người Hoa, đặc biệt là về khả năng chuyên môn và sự đóng góp của họ vào sự phát triển của đất nước. Tạo cơ hội cho các chuyên gia người Hoa ở Việt Nam tham gia vào các mạng lưới và hoạt động quốc tế để mở rộng kiến thức và mối quan hệ đối tác. Chia sẻ câu chuyện thành công của những người chuyên gia trong cộng đồng để tạo động lực và khích lệ những người trẻ học tập và phát triển sự nghiệp. Tổ chức các chương trình cố vấn (mentor) và huấn luyện (coaching) giúp những người mới gia nhập cộng đồng có cơ hội học hỏi từ những người có kinh nghiệm, tăng cường sự phát triển cá nhân và nghề nghiệp. Tạo ra môi trường hỗ trợ cho những người muốn khởi nghiệp hoặc phát triển doanh nghiệp của mình thông qua cung cấp nguồn lực, mạng lưới kết nối, và hỗ trợ tư vấn. Tạo điều kiện để những chuyên gia chia sẻ kiến thức và kết quả nghiên cứu của họ, tăng cường uy tín của cộng đồng người Hoa trong lĩnh vực chuyên môn. Kiến tạo quan hệ với những tổ chức giáo dục, nghiên cứu để tìm kiếm cơ hội học thuật, tăng cường uy tín và độ chuyên nghiệp. Tổ chức các sự kiện văn hoá, nghệ thuật giúp tạo ra không gian gặp gỡ và giao lưu, làm tăng sự hấp dẫn của cộng đồng và sự chú ý từ chuyên gia. Kết kế các chương trình chăm sóc và hỗ trợ cộng đồng để tăng cường tình cảm hòa nhập và sự hỗ trợ giữa các thành viên, từ đó tạo nên một môi trường làm việc tích cực và hấp dẫn. Sử dụng truyền thông để chia sẻ câu chuyện thành công, giới thiệu những thành viên nổi bật trong cộng đồng, và tạo lập hình ảnh tích cực vào xã hội và kinh tế. Tìm cách hợp tác với chính phủ và các tổ chức phi chính phủ để tạo thuận lợi cho người nước ngoài làm việc và đầu tư.

Ta có thể thấy, thu hút chuyên gia là việc quan trọng và thách thức nhiều tổ chức và doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam trong quá trình phát triển và hội nhập. Từ thực tiễn hội nhập kinh tế quốc tế của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam giai đoạn 2007 – 2022 cho thấy một số kinh nghiệm quan trọng khi thực hiện chiến lược thu hút chuyên gia.

Trước hết, phải nắm bắt nhu cầu, mong muốn của chuyên gia để tạo ra một chương trình thu hút hiệu quả, có chính sách lợi ích hấp dẫn, bao gồm mức lương cạnh tranh, gói lợi nhuận, chế độ bảo hiểm, hỗ trợ giáo dục, và các ưu đãi khác như làm việc linh hoạt; tạo môi trường làm việc tích cực, linh hoạt và hỗ trợ giúp

thu hút chuyên gia, thể hiện sự tôn trọng đối với sự sáng tạo, đề xuất ý kiến, và phát triển nghề nghiệp. Tạo ra và duy trì một thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh mẽ có thể giúp thu hút chuyên gia, bao gồm việc quảng bá thông tin về cơ hội phát triển, môi trường làm việc, những thành công của tổ chức. Sử dụng các nền tảng trực tuyến như trang web tuyển dụng, mạng xã hội, và các diễn đàn ngành nghề để quảng cáo vị trí và tạo mối quan hệ với chuyên gia. Cung cấp các chương trình đào tạo và phát triển để chuyên gia có cơ hội rèn luyện kỹ năng và củng cố kiến thức của mình. Điều này không chỉ giúp thu hút mà còn giữ chân chuyên gia trong tổ chức. Chăm sóc nhân viên theo phương châm “hạnh phúc và hài lòng” có thể trở thành đại sứ tốt cho tổ chức và thu hút sự chú ý của chuyên gia. Chăm sóc và tạo điều kiện làm việc tích cực cho nhân viên hiện tại có thể tạo ra một hình ảnh tích cực. Liên tục đánh giá và điều chỉnh chiến lược thu hút chuyên gia dựa trên phản hồi từ nhân viên hiện tại và những người đã từng tham gia quá trình tuyển dụng.

Bằng cách này, cộng đồng người Hoa có thể tạo ra một môi trường thuận lợi để thu hút và giữ chân những chuyên gia xuất sắc, tạo nên một đội ngũ nhân sự đa dạng và tài năng, đóng góp tích cực vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong hai thập niên đầu thế kỉ 21.

3.1.4. Về “hội nhập”, “lợi ích” của cộng đồng người Hoa tại Việt Nam

Sự hội nhập của cộng đồng người Hoa tạo ra nhiều lợi ích, không chỉ cho cộng đồng này mà còn đóng góp vào sự phát triển và đa dạng hóa của xã hội Việt Nam.

Cộng đồng người Hoa đã tích hợp văn hoá hai dân tộc và tạo nên một môi trường đa văn hóa và đa dạng. Các doanh nghiệp do người Hoa sở hữu thường cộng tác với doanh nghiệp Việt Nam, thực hiện các dự án và cơ hội kinh doanh mới. Các sự kiện và hoạt động giao lưu văn hóa giữa cộng đồng người Hoa và cộng đồng Việt Nam đã tạo ra cơ hội để hiểu biết và tôn trọng lẫn nhau. Cộng đồng người Hoa thường đóng góp vào lĩnh vực giáo dục và đào tạo, mang lại những giá trị và tri thức mới cho xã hội. Sự hội nhập của cộng đồng người Hoa

đã tạo ra nhiều hoạt động xúc tiến thương mại, giúp phát triển kinh tế của địa phương.

Doanh nghiệp do người Hoa sở hữu thường tạo ra nhiều cơ hội việc làm, giúp giảm áp lực về thất nghiệp trong cộng đồng. Các doanh nghiệp người Hoa thường đóng góp vào nguồn thu ngân sách thông qua thuế và các loại phí khác, đóng góp cho sự phát triển địa phương. Những cộng đồng người Hoa cũng thường tạo ra các điểm du lịch và khu vui chơi, góp phần tăng cường ngành du lịch địa phương.

Sự hội nhập của cộng đồng người Hoa có thể kích thích đầu tư vào hạ tầng, như cảng biển, đường sắt, và cơ sở hạ tầng khác, tạo ra sự đa dạng về văn hóa, kỹ năng, và nguồn lực, làm phong phú hóa xã hội và kinh tế địa phương. Qua việc hợp tác với doanh nghiệp người Hoa, cộng đồng địa phương có thể thúc đẩy mối quan hệ quốc tế và tạo ra cơ hội xuất khẩu. Cộng đồng người Hoa thường mang theo những kinh nghiệm và kiến thức trong lĩnh vực kinh doanh và sản xuất, có thể chia sẻ với cộng đồng địa phương.

Cộng đồng người Hoa thường chia sẻ kỹ năng nghề nghiệp của họ, đặc biệt trong các lĩnh vực như thương mại, sản xuất, và kỹ thuật, góp phần nâng cao chất lượng và hiệu suất lao động địa phương. Sự hội nhập cũng mang lại cơ hội học tập và đào tạo, bao gồm cả việc học từ các mô hình kinh doanh thành công và ứng dụng kiến thức mới vào môi trường học tập. Cộng đồng người Hoa thường tổ chức các sự kiện văn hóa như lễ hội truyền thống, triển lãm nghệ thuật và văn hóa để chia sẻ và duy trì giữa bản sắc văn hóa của họ. Sự hội nhập tạo điều kiện thúc đẩy đổi mới trong quản lý kinh doanh, với việc áp dụng các phương thức tiên tiến và hiệu quả từ quốc tế.

Sự hội nhập của cộng đồng người Hoa không chỉ tạo ra lợi ích kinh tế mà còn đóng góp vào các dự án và chương trình xã hội, từ y tế đến giáo dục và phát triển cộng đồng, đoàn kết và hỗ trợ chung. Doanh nghiệp người Hoa tại Việt Nam thường làm cầu nối giữa Việt Nam và thị trường quốc tế, tăng cường quan hệ kinh tế toàn cầu. Sự hội nhập giúp cộng đồng người Hoa thúc đẩy đổi mới trong quá trình sản xuất, áp dụng công nghệ mới và tiếp cận các xu hướng thị

trường quốc tế. Các doanh nghiệp người Hoa thường chia sẻ kinh nghiệm doanh nghiệp của họ với doanh nghiệp địa phương, tạo ra một nguồn học hỏi và trao đổi kiến thức liên quan đến quản lý và kinh doanh. Nhiều doanh nghiệp người Hoa ở Việt Nam thực hiện các dự án xã hội, từ cơ sở hạ tầng đến các chương trình y tế, nhằm hỗ trợ cộng đồng và tăng cường trách nhiệm xã hội.

Tóm lại, sự hội nhập của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam mang lại nhiều lợi ích đa chiều, từ khía cạnh kinh tế đến văn hóa và xã hội. Điều quan trọng là tận dụng những lợi ích này một cách bền vững và tích cực để hỗ trợ sự phát triển toàn diện của xã hội Việt Nam.

3.1.5. Kinh nghiệm thành công

Sự thành công của cộng đồng người Hoa trong quá trình hội nhập thường phản ánh sự linh hoạt, sáng tạo và khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh và xã hội. Qua nghiên cứu vai trò người Hoa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 – 2022) cho thấy họ đã có nhiều kinh nghiệm thành công như: hợp tác quốc tế; giáo dục và đào tạo; xây dựng mạng lưới đối tác; chú trọng phát triển nguồn nhân sự; sáng tạo và xây dựng thương hiệu mạnh mẽ; tối đa hoá mạng lưới cung ứng; thực hiện chiến lược xuất khẩu; chăm sóc khách hàng tốt; tham gia hoạt động cộng đồng; chú trọng quản lý chất lượng; quản lý rủi ro.

Cộng đồng người Hoa thường đề cao giáo dục đào tạo, đặt nền tảng cho sự thành công ở các lĩnh vực khác nhau. Họ đầu tư vào việc rèn luyện kỹ năng và nâng cao kiến thức để thích ứng với thị trường lao động và kinh doanh mới. Việc xây dựng mạng lưới đối tác mạnh mẽ với các doanh nghiệp địa phương và quốc tế giúp cộng đồng người Hoa tận dụng cơ hội kinh doanh và hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình hội nhập. Chú trọng vào nguồn nhân sự có kỹ năng và năng lực, cộng đồng người Hoa thường hỗ trợ và phát triển nhân sự để tạo ra lực lượng lao động chất lượng và đa dạng. Sự sáng tạo và tiên tiến hóa trong sản xuất và kinh doanh giúp cộng đồng người Hoa tạo ra sản phẩm và dịch vụ cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Việc xây dựng và quản lý thương hiệu mạnh mẽ giúp cộng đồng người Hoa tạo ra niềm tin từ phía khách hàng và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Việc tối đa hoá mạng lưới cung ứng giúp cộng đồng người Hoa cung cấp sản phẩm và dịch vụ hiệu quả, từ việc cải thiện chất lượng đến tối ưu chi phí. Chú trọng vào xuất khẩu giúp cộng đồng người Hoa mở rộng thị phần và tận dụng cơ hội trong quan hệ thương mại quốc tế. Chăm sóc khách hàng tốt giúp xây dựng lòng trung thành và mối quan hệ lâu dài với khách hàng, là yếu tố quan trọng trong sự thành công kinh doanh.

Sự hội nhập còn được thể hiện qua việc cộng đồng người Hoa tham gia vào các hoạt động cộng đồng địa phương, tạo ra một hình ảnh tích cực và giao lưu văn hóa. Sự tuân thủ các quy định pháp luật và luật pháp kinh doanh giúp đảm bảo hoạt động ổn định và bền vững. Chú trọng ngành nghề thích hợp hoặc có nhu cầu đặc biệt giúp cộng đồng người Hoa tìm kiếm và khai thác cơ hội thị trường không đối thủ. Sự hợp tác với chính phủ và các cơ quan chính trị giúp cộng đồng người Hoa có thêm hỗ trợ và điều kiện thuận lợi trong quá trình kinh doanh.

Cộng đồng người Hoa thường đầu tư thời gian và nỗ lực để hiểu rõ về thị trường địa phương và quốc tế. Việc này giúp họ đưa ra các quyết định chiến lược dựa trên thông tin chính xác và chi tiết. Sự thành công thường đến từ khả năng quản lý rủi ro thông minh. Cộng đồng người Hoa thường thiết lập chính sách kinh doanh bền vững và đối mặt một cách linh hoạt với các thách thức. Một cộng đồng người Hoa đoàn kết và hỗ trợ lẫn nhau, đặc biệt là trong quá trình hội nhập.

Sự thành công thường đến từ việc có kế hoạch và một tầm nhìn chiến lược dài hạn. Cộng đồng người Hoa thường xây dựng chiến lược kinh doanh bền vững. Việc thiết lập và duy trì hệ thống quản lý chất lượng cao giúp cộng đồng người Hoa đạt được và duy trì chất lượng sản phẩm và dịch vụ tốt. Sự hội nhập thành công thường đến từ việc tuân thủ và đáp ứng yêu cầu quốc tế, từ quy trình sản xuất đến chất lượng sản phẩm. Việc đổi mới và cải tiến thường đến từ việc đầu tư vào phát triển nghiên cứu. Cộng đồng người Hoa thường coi trọng việc áp dụng công nghệ mới và cải thiện quy trình sản xuất. Sự tuân thủ các chính sách và quy định của quốc gia là quan trọng để xây dựng lòng tin và hỗ trợ từ chính phủ địa phương cộng đồng dân cư. Mối quan hệ là một yếu tố quan trọng trong kinh

doanh. Cộng đồng người Hoa thường có khả năng xây dựng và duy trì mối quan hệ đối tác lâu dài, từ đối tác kinh doanh đến cơ quan chính phủ. Sự tập trung vào thị trường xuất khẩu và nỗ lực đảm bảo yêu cầu thị trường quốc tế là chìa khóa của sự thành công trong hội nhập.

Những kinh nghiệm trên không chỉ mang lại sự thành công cho cộng đồng người Hoa mà còn có thể là nguồn cảm hứng cho nhiều doanh nghiệp và cộng đồng khác trong quá trình hội nhập và phát triển kinh tế. Đây là những bài học quý giá cho các doanh nghiệp và cộng đồng khác muốn đạt được sự thành công trong môi trường kinh doanh và hội nhập quốc tế.

3.1.6. Một số hạn chế bất cập

Mặc dù cộng đồng người Hoa ở Việt Nam có nhiều kinh nghiệm thành công trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nhưng cũng tồn tại một số bất cập, thách thức về ngôn ngữ; vấn đề về tích lũy vốn; đối mặt với thách thức cạnh tranh quốc tế và địa phương; thách thức của công nghệ và cách tiếp cận thị trường kỹ thuật số ... Những thách thức và hạn chế này không chỉ riêng của người Hoa mà còn có thể là chung của nhiều doanh nghiệp và cộng đồng trong quá trình hội nhập và phát triển.

Đối với cộng đồng người Hoa ở Việt Nam, trong một số trường hợp ngôn ngữ là một rào cản đối với sự giao tiếp và tương tác trong cộng đồng. Vì đối với cộng đồng người Hoa ở Việt Nam phần lớn tập trung ở các thành phố lớn của miền Nam Việt Nam (đặc biệt là TP HCM) họ nói tiếng Quảng Đông và một số ít nói tiếng Tiều Châu. Trong khi đó, đa số người Hoa ở phương Tây và nhiều khu vực của châu Á bên cạnh tiếng Quảng Đông, tiếng Quan thoại ngày càng phổ biến, mặc dù vẫn không phải là ngôn ngữ chi phối. Sự khác biệt ngôn ngữ có thể gây hiểu lầm và hạn chế khả năng tham gia trong các hoạt động kinh doanh và xã hội.

Một số doanh nghiệp người Hoa có thể gặp khó khăn về tích lũy vốn và tiếp cận tài trợ tài chính, đặc biệt là khi thị trường địa phương yêu cầu vốn lớn. Việc quản lý nhân sự có thách thức, đặc biệt là khi có sự khác biệt văn hóa. Do sự cạnh tranh khốc liệt, cộng đồng người Hoa còn gặp áp lực từ các đối thủ trong

các ngành công nghiệp quốc tế. Một số doanh nghiệp và cá nhân người Hoa gặp khó khăn trong việc thích ứng nhanh chóng với các thay đổi trong môi trường kinh doanh và xã hội mới. Cộng đồng người Hoa đôi khi phải đối mặt với thách thức về hình ảnh và quan điểm từ cộng đồng địa phương, đặc biệt là khi xuất hiện các tranh cãi hoặc vấn đề nhạy cảm. Điển hình như vụ án “đế chế Vạn Thịnh Phát” của vợ chồng doanh nhân người Hoa Trương Mỹ Lan và Chu Lập Cơ, gây thiệt hại gần 484.000 tỉ đồng, phần nào cũng đã ảnh hưởng “hình ảnh” cộng đồng người Hoa ở Việt Nam.

Thực tiễn cũng cho thấy, sự xuất hiện của cộng đồng người Hoa trong một số lĩnh vực có thể gây ra sự phản đối từ phía các cộng đồng địa phương, đặc biệt là khi họ chiếm một phần lớn thị trường hoặc tài nguyên. Việc xây dựng mối quan hệ đối tác với doanh nghiệp và cộng đồng địa phương có thể đôi khi đối mặt với khó khăn vì sự khác biệt văn hóa và quan điểm. Sự hiểu biết và chấp nhận văn hóa, phong cách sống, và giáo dục của địa phương có thể đôi khi là một thách thức, đặc biệt là trong việc quảng bá thương hiệu và tương tác với khách hàng địa phương. Một số doanh nghiệp người Hoa đối mặt với thử thách về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững; hoặc gặp rủi ro tài chính, đặc biệt là khi phải đối mặt với biến động tài chính thế giới. Việc chuyển mình sang thị trường kỹ thuật số và ứng dụng công nghệ mới cũng là một thách thức, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp người Hoa không nắm bắt được xu hướng này một cách nhanh chóng.

Do sự hội nhập mạnh mẽ kinh tế quốc tế, nên việc thay đổi chính sách thương mại quốc tế có thể tạo ra rủi ro và thách thức cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam, đặc biệt là nếu có các biện pháp bảo vệ thương mại hoặc thuế quan tăng. Khi đối mặt với hệ thống pháp luật và quản lý khác nhau của từng quốc gia cũng tạo ra khó khăn lên cộng đồng người Hoa trong việc điều hành doanh nghiệp. Biến động thị trường thế giới đã làm cho cộng đồng người Hoa gặp khó khăn trong việc điều chỉnh chiến lược kinh doanh của họ và thích ứng với thay đổi. Đồng thời, họ còn phải đối mặt với thách thức về việc đảm bảo chất lượng và an toàn của sản phẩm và dịch vụ của họ để đáp ứng yêu cầu địa phương và quốc tế. Quá trình hội nhập còn đòi hỏi cộng đồng doanh nghiệp người Hoa gia

tăng đào tạo lao động và cải tiến năng lực công nghệ, đặc biệt là trong các lĩnh vực yêu cầu sự chuyên môn cao.

Những thách thức và hạn chế này không chỉ của người Hoa mà còn có thể là vấn đề chung của nhiều doanh nghiệp và cộng đồng trong quá trình hội nhập và phát triển. Đối mặt với những thách thức nêu trên, cộng đồng người Hoa ở Việt Nam thường cần tìm cách vượt qua rủi ro và tận dụng cơ hội trong quá trình hội nhập.

3.2. KHUYẾN NGHỊ

3.2.1. Đoàn kết dân tộc

Chính sách đoàn kết dân tộc đối với cộng đồng người Hoa ở Việt Nam giúp tạo ra môi trường hài hòa, và tích cực cho tất cả các thành viên của xã hội. Căn cứ chủ trương chung của Đảng, phải “Tạo mọi điều kiện để các dân tộc cùng phát triển” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2008, tr.741) được cụ thể hóa tại Nghị quyết Hội nghị Trung ương 7 khóa IX, “Về công tác dân tộc” (Ban Chấp hành Trung ương, 2003) ... giúp cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam tích cực thực hiện phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế.

Để thực hiện hiệu quả tinh thần đại đoàn kết dân tộc, giữ gìn và phát huy truyền thống quý báu của cộng đồng người Hoa trong dân tộc Việt Nam, tạo thành sức mạnh tổng hợp của toàn dân tộc, cần tổ chức và khuyến khích tổ chức các sự kiện văn hóa, festival, và hoạt động giao lưu giữa cộng đồng người Hoa và các cộng đồng dân tộc khác. Tạo điều kiện để mọi người có thể chia sẻ và hiểu biết về các truyền thống văn hóa đa dạng. Hỗ trợ và tổ chức các dự án nghiên cứu về văn hóa, lịch sử của cộng đồng người Hoa.

Trong chính sách hỗ trợ kinh tế, cần hỗ trợ để doanh nghiệp của người Hoa phát triển và đầu tư. Cung cấp các chính sách hỗ trợ về tài chính và vay vốn để khuyến khích sự phát triển kinh tế của cộng đồng. Tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp người Hoa tham gia vào các ngành công nghiệp chiến lược của quốc gia. Đảm bảo công bằng trong quy trình cấp phép kinh doanh và đối xử với doanh nghiệp. Khuyến khích sự đa dạng trong tuyển dụng và thăng tiến trong công việc. Hỗ trợ đào tạo nghề và phát triển kỹ năng cho cộng đồng người Hoa

để tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động. Tạo điều kiện để cộng đồng người Hoa tham gia vào các dự án phát triển nông thôn. Hỗ trợ tài chính và chính sách cho nông dân người Hoa. Khuyến khích và hỗ trợ hộ sản xuất trong việc áp dụng phương pháp nông nghiệp hiện đại và bền vững. Tạo ra các chính sách hỗ trợ, khuyến khích áp dụng công nghệ, sản xuất sạch để bảo vệ tài nguyên tự nhiên cho cộng đồng người Hoa trong việc bảo vệ môi trường và tham gia vào các dự án bền vững.

Trong chính sách văn hóa – xã hội đảm bảo cho cộng đồng người Hoa được hưởng đầy đủ quyền lợi từ hệ thống an sinh xã hội y tế và giáo dục. Hỗ trợ các chương trình y tế, phòng bệnh trong cộng đồng. Tạo các chương trình khuyến khích cộng đồng người Hoa tham gia vào các hoạt động xã hội và cộng đồng. Hỗ trợ giáo dục đa ngôn ngữ và bảo tồn ngôn ngữ và văn hóa của cộng đồng người Hoa; có chính sách đảm bảo cung cấp môi trường học tập công bằng và tôn trọng đa dạng văn hóa. Phát triển chính sách giáo dục giúp học sinh hiểu và tôn trọng đa dạng văn hóa, lịch sử của cộng đồng người Hoa. Hỗ trợ nghệ sĩ và nhóm văn hóa người Hoa để duy trì và phát triển nghệ thuật và văn hóa truyền thống. Tạo cơ hội để cộng đồng người Hoa tham gia vào các sự kiện nghệ thuật và văn hóa.

Hỗ trợ giải quyết các vấn đề pháp lý một cách công bằng và hiệu quả để đảm bảo rằng cộng đồng người Hoa không bị đối mặt với sự không công bằng. Giúp người Hoa hội nhập văn hóa và tham gia vào các sự kiện và hoạt động xã hội. Khuyến khích doanh nghiệp của cộng đồng người Hoa tham gia vào các hoạt động xã hội và trách nhiệm xã hội. Tạo điều kiện cho những doanh nghiệp xã hội và các dự án mang lại lợi ích cho cộng đồng. Khuyến khích phát triển du lịch văn hóa để giới thiệu và trùng tu di sản văn hóa người Hoa; hỗ trợ các sự kiện và lễ hội văn hóa để thu hút du khách và tạo nguồn thu nhập cho cộng đồng. Khuyến khích việc tạo ra môi trường làm việc đa văn hóa trong các tổ chức và doanh nghiệp. Hỗ trợ đào tạo và phát triển kỹ năng cho nhân sự trong việc làm việc với đội ngũ đa văn hóa. Hỗ trợ hòa nhập cho người mới di cư từ cộng đồng người Hoa. Tổ chức các chương trình hướng dẫn về văn hóa và qui định pháp luật để giúp nhanh chóng hòa nhập. Cải thiện mở rộng hạ tầng giao thông giúp kết nối các người Hoa với các khu vực khác.

Những chính sách nói trên có thể giúp tăng cường đoàn kết dân tộc và tạo ra một môi trường đa văn hóa, tôn trọng và đầy đủ cơ hội cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam, giúp đất nước phát triển bền vững.

3.2.2. Khuyến nghị giải pháp về khoa học và chuyển giao công nghệ nhằm tạo điều kiện cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế

Để tạo điều kiện thuận lợi cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế - từ góc độ khoa học và chuyển giao công nghệ - cần bổ sung, hoàn thiện chính sách phát triển và nghiên cứu; đào tạo nhân lực; hợp tác quốc tế; hỗ trợ doanh nghiệp start-up, nhỏ và vừa...

Trước mắt, cần có chính sách cung cấp kinh phí và nguồn lực để khuyến khích hoạt động nghiên cứu và phát triển trong cộng đồng người Hoa. Thúc đẩy sự hợp tác giữa doanh nghiệp, trường đại học và tổ chức nghiên cứu. Đầu tư vào cơ sở hạ tầng nghiên cứu và phát triển chuyên sâu để tạo điều kiện cho sự sáng tạo. Thiết lập cơ chế thuế hấp dẫn để thu hút đầu tư từ những doanh nghiệp người Hoa. Giảm bớt các rủi ro và thách thức pháp lý cho doanh nghiệp và nhà đầu tư. Đẩy mạnh chia sẻ kỹ năng, kiến thức chuyển giao công nghệ từ các tổ chức nghiên cứu đến doanh nghiệp. Hỗ trợ doanh nghiệp người Hoa trong việc áp dụng công nghệ tiên tiến vào sản xuất và kinh doanh. Khuyến khích sự đổi mới và học tập liên tục. Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và tiếp cận nguồn lực toàn cầu. Tăng cường đối thoại với doanh nghiệp để đảm bảo sự hỗ trợ và hiểu biết. Cung cấp các chương trình hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho công ty mới và những công ty nhỏ nhằm thúc đẩy sự sáng tạo. Tổ chức các sự kiện thiết thực để tạo cơ hội networking và học hỏi. Thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng công nghệ xanh để giảm tác động tiêu cực lên môi trường. Ưu tiên các doanh nghiệp và dự án hỗ trợ phát triển bền vững.

Chính phủ thực hiện hỗ trợ xuất khẩu, mở rộng thị trường, đồng hành cùng doanh nghiệp người Hoa trong việc xây dựng chiến lược xuất khẩu và mở rộng thị trường, quy định thương mại quốc tế. Xây dựng và phát triển các trung tâm chuyển giao công nghệ để liên kết doanh nghiệp với các nguồn lực phát triển

ngiên cứu. Khuyến khích tạo ra giá trị gia tăng từ sự hợp tác giữa các ngành công nghiệp khác nhau; kế thừa những nghiên cứu, tổ chức hội nghị quốc tế để kết nối doanh nghiệp với đối tác và khách hàng toàn cầu.

Những chính sách nêu trên có thể góp phần vào việc xây dựng một môi trường thuận lợi và hỗ trợ cộng đồng người Hoa ở Việt Nam tham gia tích cực vào kinh tế quốc tế.

3.2.3. Về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Nhà nước cần bổ sung và hoàn thiện các chính sách liên quan nhằm tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao; cung cấp các chính sách an sinh xã hội và giáo dục để nâng cao chất lượng cuộc sống và năng lực lao động người Hoa; khuyến khích sự học hỏi và chia sẻ kiến thức để tạo ra lực lượng lao động có kỹ năng cao; hỗ trợ doanh nghiệp người Hoa áp dụng và phát triển công nghệ 4.0 trong quá trình sản xuất và quản lý; xây dựng các chương trình đào tạo về Công nghệ 4.0 để nâng cao kỹ năng của nguồn nhân lực, để tạo điều kiện thuận lợi cho cộng đồng người Hoa tại Việt Nam.

Trong đào tạo nghề và kỹ năng đối với cộng đồng người Hoa cần các biện pháp nhằm phát triển đào tạo nghề, kỹ năng để đáp ứng nhu cầu thị trường lao động quốc tế; tăng cường hỗ trợ cho các khóa học chuyên sâu trong các lĩnh vực. Chính phủ và các cơ quan ban ngành đoàn thể cần có chính sách và biện pháp thường xuyên khuyến khích việc cung cấp học bổng và tài trợ cho người Hoa để họ có thể theo học chương trình đào tạo cao cấp, đặc biệt là trong các ngành có tầm quan trọng cho kinh tế quốc tế; xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp để đảm bảo rằng chương trình đào tạo phản ánh nhu cầu thực tế của thị trường lao động quốc tế; tổ chức thực tập thực tế để sinh viên có cơ hội áp dụng kiến thức trong môi trường thực tế.

Đối với các chương trình đào tạo quốc tế với người Hoa cần mở rộng cơ hội đào tạo quốc tế, gia tăng tiếp xúc nền giáo dục toàn cầu và phát triển kỹ năng quốc tế. Khuyến khích trao đổi sinh viên và giáo viên với các trường đại học quốc tế. Phát triển chương trình học liên kết với doanh nghiệp để giúp sinh viên nhận được kiến thức, kỹ năng. Hỗ trợ người Hoa trong việc học tiếng nước

ngoài nhằm tăng khả năng giao tiếp, tương tác trong môi trường quốc tế. Cung cấp các khóa học tiếng nước ngoài chuyên sâu về ngôn ngữ chuyên ngành. Phát triển học tập trực tuyến qua các nền tảng để tạo cơ hội đào tạo linh hoạt cho người Hoa, nhất là những người đang làm việc.

Khuyến nghị chính sách đào tạo, phát triển nguồn nhân lực nhằm tạo điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế cho cộng đồng người Hoa, chúng tôi nhận thấy cần thiết lập các chương trình mentoring (cố vấn) và coaching (huấn luyện) giữa những người có kinh nghiệm trong người Hoa và những người đang mới bắt đầu sự nghiệp, tạo môi trường chia sẻ kinh nghiệm và kiến thức về quy tắc kinh doanh quốc tế. Hỗ trợ nguồn nhân lực người Hoa trong việc tham gia vào các dự án nghiên cứu và phát triển công nghệ tiên tiến. Tổ chức các khóa đào tạo và hội thảo để nắm bắt thông tin công nghệ mới và xu hướng quốc tế. Thúc đẩy mô hình giáo dục linh hoạt, khuyến khích học hỏi suốt đời và đào tạo nghề. Đảm bảo rằng chương trình giáo dục tập trung vào việc phát triển kỹ năng mềm như sáng tạo, tư duy phê phán, và giao tiếp hiệu quả.

Cần có những chính sách tích hợp văn hóa, như hỗ trợ các chương trình giáo dục về hiểu biết văn hóa và kỹ năng giao tiếp quốc tế để cộng đồng người Hoa có thể dễ dàng làm việc trong môi trường đa văn hóa; khuyến khích sự đa dạng trong các môi trường đào tạo và làm việc. Trong chính sách hỗ trợ nữ doanh nhân khuyến khích phụ nữ người Hoa tham gia vào các chương trình phát triển, đào tạo doanh nghiệp. Hỗ trợ mạng lưới và cộng đồng kinh doanh nữ để tăng cường vai trò của phụ nữ trong hoạt động kinh tế. Tăng cường học các ngôn ngữ quốc tế để người Hoa có thể giao tiếp hiệu quả trong kinh doanh quốc tế; khuyến khích sử dụng công nghệ để cải thiện kỹ năng giao tiếp trực tuyến.

Đối với chính sách phát triển năng lực quản lý và lãnh đạo cần cung cấp chương trình đào tạo về quản lý và lãnh đạo để phát triển lãnh đạo trong cộng đồng người Hoa; khuyến khích sự tham gia vào các khóa học và sự kiện về quản lý và lãnh đạo.

Những chính sách nêu trên sẽ hỗ trợ người Hoa tại Việt Nam phát triển nguồn nhân công có năng lực và tư duy phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động quốc tế.

3.2.4. Khuyến nghị chính sách vốn nhằm tạo điều kiện cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế

Để tạo điều kiện thuận lợi cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế chúng tôi khuyến nghị một số chính sách vốn tài trợ và hỗ trợ tài chính; hỗ trợ xuất khẩu; đầu tư; vay ưu đãi và lãi suất thấp; rủi ro và bảo hiểm; hỗ trợ doanh nghiệp cộng đồng ... thiết lập quỹ hỗ trợ và khuyến khích các tổ chức tài trợ quốc tế hỗ trợ doanh nghiệp người Hoa, tạo các chương trình vốn tài trợ để hỗ trợ doanh nghiệp người Hoa, đặc biệt là các doanh nghiệp khởi nghiệp và nhỏ vừa.

Chính sách vay ưu đãi và lãi suất thấp để khuyến khích doanh nghiệp người Hoa đầu tư vào các dự án hội nhập kinh tế quốc tế. Tổ chức các chương trình tư vấn để doanh nghiệp nắm rõ hơn các lựa chọn vay và đầu tư. Khuyến khích cộng đồng người Hoa chú trọng vào dự án quốc tế thông qua việc tạo ra các kênh đầu tư hoặc cung cấp chính sách khuyến khích đặc biệt. Tổ chức giới thiệu các sự kiện về cơ hội đầu tư nước ngoài. Cung cấp hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp người Hoa để mở rộng xuất khẩu. Tổ chức những khóa đào tạo về quy trình xuất khẩu và thủ tục quốc tế.

Trong chính sách quản trị rủi ro và bảo hiểm nên tạo ra các chương trình bảo hiểm và giảm rủi ro để hỗ trợ doanh nghiệp người Hoa. Đồng thời, hỗ trợ trong việc thiết lập chính sách quản lý rủi ro và phòng tránh khủng hoảng tài chính. Tạo quỹ hỗ trợ đặc biệt cho các doanh nghiệp người Hoa để gia tăng phát triển cộng đồng. Khuyến khích sự hợp tác và chia sẻ nguồn lực giữa các doanh nghiệp. Khuyến khích cộng đồng người Hoa đầu tư vào các dự án phát triển đất nước. Thúc đẩy hợp tác giữa doanh nghiệp người Hoa và doanh nghiệp Việt Nam trong việc phát triển các dự án cùng có lợi. Khuyến khích cộng đồng người Hoa đầu tư vào công nghệ và đổi mới. Cung cấp các chính sách thuận lợi, như giảm thuế và hỗ trợ tài chính, cho các doanh nghiệp người Hoa tham gia vào các dự án nghiên

cứu và phát triển công nghệ tiên tiến. Xác định và quảng bá các lĩnh vực chiến lược mà cộng đồng người Hoa có thể đóng góp nhiều nhất và tạo cơ hội đầu tư ưu đãi. Tổ chức các sự kiện để giới thiệu những dự án có tiềm năng trong những lĩnh vực này. Cung cấp, hỗ trợ ưu đãi cho các dự án tích cực với cộng đồng và môi trường.

Đối với chính sách tài chính dựa vào hiệu suất kinh tế, xã hội cần thiết lập các tiêu chí đánh giá để xác định việc cấp vốn và hỗ trợ tài chính. Tổ chức các đợt đánh giá định kỳ để đảm bảo sự minh bạch và tính minh bạch trong việc sử dụng vốn. Hỗ trợ tài chính và thuận lợi về thuế, tư vấn cho các doanh nghiệp người Hoa để thúc đẩy xuất khẩu và hội nhập vào mạng lưới cung ứng trên thế giới. Giúp xây dựng mối quan hệ thương mại quốc tế và tham gia vào các thị trường mới.

Đối với chính sách khuyến khích đầu tư xanh, khuyến khích đầu tư, cung cấp vốn ưu đãi vào các dự án và công ty hướng tới phát triển bền vững, ảnh hưởng tích cực, thân thiện môi trường.

Những đề xuất chính sách ở trên có thể giúp tạo điều kiện thuận lợi cho cộng đồng người Hoa ở Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế và đồng thời thúc đẩy phát triển bền vững và tích cực trong cộng đồng.

KẾT LUẬN

Người Hoa đã di cư đến Việt Nam từ nhiều thế kỷ trước và lập nghiệp ở đây. Họ đã mang theo kinh nghiệm kinh doanh, kỹ năng thương mại, và mạng lưới liên kết rộng lớn, đóng góp quan trọng vào nền kinh tế. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế (2007 – 2022) cộng đồng người Hoa tại Việt Nam, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, đã đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Yếu tố quan trọng trong sự thành công của người Hoa trong hội nhập kinh tế là cộng đồng chặt chẽ và mạng lưới hỗ trợ lẫn nhau. Họ thường giúp đỡ nhau trong việc thiết lập và mở rộng doanh nghiệp. Tại nhiều thành phố ở Việt Nam, có những khu vực thương mại do người Hoa sở hữu và quản lý, nổi tiếng với các cửa hàng, nhà hàng, và dịch vụ đa dạng. Trong hội nhập kinh tế quốc tế, doanh nghiệp của người Hoa ở Việt Nam thường có mối quan hệ mạnh mẽ với Trung Quốc và các cộng đồng người Hoa khác trên thế giới, điều này giúp họ trong việc mở rộng thị trường và hợp tác quốc tế. Do đó, doanh nghiệp của người Hoa đã và đang đóng góp đáng kể vào GDP của Việt Nam, thông qua việc tạo ra công ăn việc làm, thu hút đầu tư, và thúc đẩy xuất khẩu.

Nét nổi bật trong văn hóa kinh doanh của người Hoa thường nhấn mạnh vào mối quan hệ lâu dài, sự tin cậy, và tôn trọng lẫn nhau. Họ cũng rất coi trọng việc giữ gìn uy tín và danh tiếng. Chính điều đó tạo nên bản sắc độc đáo của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam, giúp họ đối mặt và vượt qua nhiều thách thức để hội nhập và tiếp tục đóng góp phát triển đất nước.

Nhìn chung, vai trò, vị thế của cộng đồng người Hoa trong sản xuất kinh doanh và thương mại luôn đi cùng với lịch sử, sự phát triển kinh tế của đất nước, góp phần vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong những năm 2007 – 2022. Cộng đồng người Hoa đã xây dựng mạng lưới kinh doanh rộng lớn và linh hoạt, chú trọng vào thương mại, sản xuất và dịch vụ. Mạng lưới này giúp họ nắm bắt cơ hội thị trường quốc tế và tạo ra các liên kết có ích. Nhiều doanh nghiệp người Hoa nhận được sự giúp đỡ từ tổ chức như Hiệp hội Doanh nhân Người Hoa Việt Nam, giúp họ vượt qua khó khăn khi tham gia kinh doanh quốc

tế. Những doanh nghiệp người Hoa đã tỏ ra linh hoạt trong việc chuyển giao công nghệ và thay đổi tích cực trong sản xuất kinh doanh. Họ nhận thức rõ giá trị của việc áp dụng công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường cạnh tranh quốc tế. Họ không chỉ chú trọng vào một ngành công nghiệp duy nhất mà còn đa dạng các loại thu nhập. Điều này giúp họ giảm rủi ro từ biến động thị trường và kích thích sự đổi mới trong các mô hình kinh tế.

Các công ty người Hoa ở Việt Nam đã làm khá hiệu quả vấn đề quản trị rủi ro trong môi trường kinh doanh quốc tế, đặc biệt là trong bối cảnh biến động toàn cầu và thách thức từ các yếu tố như chiến tranh thương mại và đại dịch COVID-19. Sự linh hoạt và sẵn sàng thích nghi giúp họ đối mặt với những biến động khó lường. Họ đã hiểu rõ về văn hóa doanh nghiệp quốc tế và có khả năng hòa nhập và tương tác hiệu quả với đối tác và khách hàng toàn cầu. Sự linh hoạt về văn hóa giúp họ xây dựng mối quan hệ kinh doanh lâu dài. Họ tạo ra tinh thần đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Các hội thảo, sự kiện, và các hoạt động xã hội giúp kích thích tương tác và chia sẻ kinh nghiệm trong cộng đồng.

Các doanh nghiệp người Hoa đã nhận thức về yếu tố hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng quan trọng trong thị trường. Họ chú trọng vào chất lượng sản phẩm, dịch vụ và tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế để xây dựng lòng tin từ phía khách hàng. Họ đã học được rằng hợp tác chặt chẽ với đối tác địa phương là chìa khóa để thành công trong môi trường kinh doanh quốc tế. Việc hiểu rõ về thị trường và có mối quan hệ đối tác địa phương mạnh mẽ giúp họ tận dụng tối đa cơ hội.

Sự đầu tư vào nghiên cứu thị trường là một bài học quan trọng. Cộng đồng người Hoa đã học cách đánh giá đúng nhu cầu và xu hướng thị trường, giúp họ phát triển bền vững. Họ đã chủ động tham gia vào chuỗi cung ứng và mở rộng mạng lưới cung ứng và tìm kiếm đối tác chiến lược trên toàn cầu, giúp họ tối ưu hóa nguồn lực và giảm rủi ro. Sự hiểu biết về ngôn ngữ và văn hóa quốc tế đã khiến cộng đồng người Hoa tạo ra một yếu tố lợi thế khi làm việc và giao tiếp

với đối tác quốc tế. Kỹ năng giao tiếp linh hoạt và đa ngôn ngữ là chìa khóa để xây dựng mối quan hệ hiệu quả.

Cộng đồng người Hoa ở Việt Nam đã tỏ ra linh hoạt khi đối mặt với biến động thị trường và thay đổi về chính trị, kinh tế, và xã hội. Họ ngày càng quan tâm đề cao thực hành kinh doanh bền vững và bảo vệ môi trường, giúp tạo ra giá trị thêm cho thương hiệu. Các doanh nghiệp người Hoa hiểu rằng nguồn nhân lực chất lượng là chìa khóa cho sự thành công. Việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có kỹ năng cao giúp họ duy trì sự cạnh tranh và sẵn sàng đối diện khó khăn của thị trường quốc tế.

Các thành tựu nêu trên, một mặt, phản ánh kết quả của sự nỗ lực, linh hoạt, và khả năng học hỏi liên tục khi hội nhập kinh tế quốc tế của cộng đồng người Hoa; mặt khác, phản ánh vai trò của họ trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam (2007 – 2022).

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

- [1] Hội đồng Bộ trưởng. (1986). Chỉ thị số 256/1986/CT-HĐBT ngày 11/10/1986.
- [2] Văn phòng Chính phủ, (2007). *Thông báo số 125/TB-VPCP*, ngày 13-6-2007 (Tlđd)
- [3] Bộ Chính trị. (2019). Kết luận số 65-KL/TW ngày 30/10/2019. Về “*Tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 24-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về công tác dân tộc trong tình hình mới.*”
- [4] Chính phủ. (2011). Nghị định số 05/2011/NĐ-CP. Về công tác dân tộc. (14/1/2011).
- [5] Thủ tướng Chính phủ, (1996). *Chỉ thị 501/TTg*, ngày 8/3/1996, về thực hiện một số chính sách đối với người Hoa, nhằm phát huy tiềm năng của người Hoa trong phát triển kinh tế - xã hội và ngăn chặn âm mưu thủ đoạn của các thế lực thù địch lợi dụng vấn đề người Hoa để chống phá cách mạng Việt Nam.
- [6] Ban Bí thư. (1995). Chỉ thị 62-CT/TU ngày 08/11/1995.
- [7] Ban Bí thư. (1982). Chỉ thị số 10/CT-TW ngày 17/11/1982. *Chính sách đối với người Hoa trong tình hình mới.*
- [8] Bộ Chính trị. (2013). Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10/04/2013. Về hội nhập quốc tế.
- [9] Ban Chấp hành Trung ương Đảng. (2003). Nghị quyết số 24-NQ/TW ngày 12/03/2003, của Hội nghị Trung ương 7 khóa IX. Về công tác dân tộc.
- [10] Ban Chấp hành Trung ương Đảng. (2007). Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 05/02/2007. Về một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới.
- [11] Ban Hoa vận Quận 5. (2023). *Báo cáo năm 2003*. Lưu tại VP UBND Q.5.

- [12] Báo Nhân dân (1978). *Tuyên bố của nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam về vấn đề người Hoa ở Việt Nam.*
- [13] Biti's. (2022). Về Biti's. từ <https://www.bitis.com.vn/pages/ve-biti-s>.
- [14] Bộ Công Thương. (2018). *Báo cáo phòng vệ thương mại năm 2018.*
- [15] Bùi Thanh Sơn. (2019). Những tác động tới tiến trình hội nhập của Việt Nam. *Tạp chí Tuyên giáo số 1/2019.*
- [16] Các Ngọc. (2007). *Doanh nghiệp người Hoa ở TP.HCM: Hợp lực phát triển, thu hút đầu tư nước ngoài*, từ <https://doanhnhansaigon.vn/doanh-nghiep-nguoi-hoa-o-tp-hcm-hop-luc-phat-trien-thu-hut-dau-tu-nuoc-ngoai-299809.html>
- [17] Cao Xuân Tùng. (2021). *Văn Hóa Trung Hoa: Lịch Sử Và Hiện Tại.* Việt Nam: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [18] Châu Thị Hải. (2018). *Người Hoa Việt Nam và Đông Nam Á.* Việt Nam: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [19] Chu Hoàng Nguyên (chủ biên). (1994). *Đông Nam Á Hoa nhân xã đoàn cấp kỳ văn hóa hoạt động chi nghiên cứu.* Đài Bắc: Trung ương nghiên cứu viện.
- [20] Đảng Cộng sản Việt Nam. (2008). *Văn kiện Đại hội Đảng thời kỳ đổi mới và hội nhập.* Việt Nam: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [21] Đảng Cộng sản Việt Nam. (2011). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI.* Việt Nam: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [22] Đặng Đình Quý. (2012). Bàn thêm về khái niệm và nội hàm “hội nhập quốc tế” của Việt Nam trong giai đoạn mới, *Nghiên cứu quốc tế*, số 4. tr91.
- [23] Đào Trinh Nhất. (1924). *Thế lực khách trú và vấn đề di dân vào Nam Kỳ.* Sài Gòn: Nhà xuất bản Nguyễn Đình Phàm.
- [24] Dương Văn Huy (2023). *Người Hoa Ở Việt Nam Thời Kỳ Nhà Nguyễn Trước Pháp Thuộc.* Việt Nam: Nhà xuất bản Khoa học xã hội.

- [25] Hoài Lương. (2012). *Hữu Liên Á Châu thương hiệu hàng đầu ngành thép Việt Nam*, từ <https://dantri.com.vn/doanh-nghiep/huu-lien-a-chau-thuong-hieu-hang-dau-nganh-thep-viet-nam-1331353887.htm>.
- [26] Hội Văn học Nghệ thuật các dân tộc thiểu số Thành phố Hồ Chí Minh. (2016). *Văn hóa người Hoa Nam Bộ*. Việt Nam: Nhà xuất bản Văn hóa – Văn nghệ.
- [27] Hồng Châu. (2014). *Bốn doanh nhân gốc Hoa thành đạt ở thị trường Việt*, từ <https://vnexpress.net/4-doanh-nhan-goc-hoa-thanh-dat-o-thi-truong-viet-2966943.html>.
- [28] Huỳnh Ngọc Đáng. (2012). *Người Hoa ở Bình Dương*. Việt Nam: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [29] Huỳnh Ngọc Đáng. (2018). *Chính sách của các vương triều Việt Nam đối với người Hoa*, Người Hoa ở Bình Dương. Việt Nam: Nhà xuất bản Tổng hợp TP.HCM.
- [30] Huỳnh Ngọc Trảng. (2012). *Đặc khảo văn hoá người Hoa ở Nam bộ*, Việt Nam: Nhà xuất bản Văn hóa dân tộc.
- [31] Lê Thụy Hồng Yên. (2019). *Hội quán người Hoa ở Nam Bộ từ cuối XVIII đến giữa XX* (Luận án tiến sĩ Lịch sử Việt Nam, Viện Khoa học xã hội Việt Nam).
- [32] Lê Xuân Diệm. (2002). *Bước đầu tìm hiểu sự hình thành & phát triển đô thị ở Nam Bộ*, in trong sách Nam Bộ đất và người. Việt Nam: Nhà xuất bản Tuổi Trẻ.
- [33] Lý Trường Phó. (1929). Nam Dương Hoa kiều sử. *Thượng Hải thư điểm*.
- [34] Nghị Đoàn. (1999). *Người Hoa ở Việt Nam – thành phố Hồ Chí Minh*. Việt Nam: Nhà xuất bản TP.HCM.
- [35] Phan Huy Lê. (2002). Nghiên cứu về người Hoa ở Việt Nam các khuynh hướng, vấn đề và thách thức. *Các nhà Việt Nam học nước ngoài viết về Việt Nam* (tr61-77). Hà Nội: Nhà xuất bản Thế Giới.
- [36] Ngô Bích Phương. (2020). *Dấu son doanh nhân gốc Hoa*, từ <https://doanhnhansaigon.vn/dau-son-doanh-nhan-goc-hoa> 216717.html

- [37] Ngô Văn Lệ & Nguyễn Duy Bình. (2005). *Người Hoa ở Nam Bộ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- [38] Nguyễn Cẩm Thúy. (2000). *Định cư của người Hoa trên đất Nam Bộ từ thế kỷ 17 đến năm 1945*. Việt Nam: Nhà xuất bản Khoa học xã hội.
- [39] Nguyễn Công Trí. (2020). Thực trạng kinh tế - xã hội của dân tộc Hoa ở Việt Nam hiện nay và hàm ý chính sách. *Khoa học chính trị*, số 9/2020. tr48-52
- [40] Nguyễn Đình Phúc. (2013). Vấn đề thống kê số lượng người Hoa ở Việt Nam. *Nghiên cứu và Phát triển*, số 4. tr102.
- [41] Nguyễn Ngọc Thơ (chủ biên). (2022). *Lạc địa sinh căn: bảo tồn và biến đổi văn hóa lễ tục người Hoa Nam Bộ* (落地生根 : 越南部華人禮俗文化的保存與遷移 Taking root wherever you land: Cultural preservation and transformation among the ethnic Chinese in Southern Vietnam). Việt Nam: Nhà xuất bản Trung tâm Nghiên cứu Việt Nam ĐH Thành Công & New Asia.
- [42] Nguyễn Ngọc Thơ. (2018). *Người Hoa, Người Minh Hương Với Văn Hóa Hội An*. Việt Nam: Nhà xuất bản Văn hóa – văn nghệ.
- [43] Nguyễn Thị Hoa Xinh. (1997). *Tín ngưỡng và tôn giáo của người Hoa Quảng Đông ở Thành phố Hồ Chí Minh* (Luận văn Phó Tiến Sĩ, Viện Khoa học Xã hội tại Thành phố Hồ Chí Minh).
- [44] Nguyễn Xuân Thắng. (2017). Xử lý tốt mối quan hệ giữa độc lập, tự chủ và hội nhập quốc tế của Việt Nam trong bối cảnh mới, *Cộng sản*, số 891 (tháng 1-2017). tr25-33
- [45] Phạm Gia Khiêm. (2007). Những dấu ấn ngoại giao Việt Nam năm 2006. *Tạp chí Cộng sản*, từ <https://tapchicongsan.org.vn/tin-tieu-diem-10-06/-/2018/4295/nhung-dau-an-ngoai-giao-viet-nam-nam-2006.aspx>
- [46] Phan An. (2005). *Người Hoa Ở Nam Bộ*. Việt Nam: NXB Khoa Học Xã Hội.

- [47] Phương Kim Anh. (2001). *Sự hình thành và phát triển vấn đề người Hoa Đông Nam Á – Nghiên cứu tại các nước Thái Lan, Philippines, Malaysia, Indonesia*, (Bùi Thị Kim Định dịch). Việt Nam: NXB Thời Sự.
- [48] Quốc sử quán triều Nguyễn. (2007). *Đại Nam thực lục*, tập 1. Viện Sử học dịch (tái bản lần thứ nhất). Việt Nam: NXB Giáo Dục.
- [49] Thái Anh. (2017). *Ông chủ Minh Long được vinh danh điển hình xuất sắc của thời kỳ đổi mới*, từ <https://dantri.com.vn/kinh-doanh/ong-chu-minh-long-duoc-vinh-danh-dien-hinh-xuat-sac-cua-thoi-ky-doi-moi-20170529092544208.htm>
- [50] Thiên Long. (2022). *Hình thành và phát triển*, từ <https://thienlonggroup.com/page/hinh-thanh-va-phat-trien>
- [51] Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Quyết định số 40/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược tổng thể hội nhập quốc tế đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Việt Nam*.
- [52] Tổng cục Thống kê. (2020). *Kết quả toàn bộ tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019*. Việt Nam: NXB Thống kê.
- [53] Tống Thị Quỳnh Hương. (2012). *Vai trò của người Hoa trong việc hình thành và phát triển các đô thị ở Trung và Nam bộ Việt Nam (thế kỷ xvii - xix)*, Kỷ yếu Hội thảo Quốc tế Việt Nam học lần thứ tư. ISBN: 978-604-73-7135.8
- [54] Trần Anh Vũ. (2018). *Đời Sống Kinh Tế Người Hoa Ở Thành Phố Hồ Chí Minh*. Việt Nam: NXB Văn hóa văn nghệ
- [55] Trần Hồi Sinh. (1998). *Hoạt động kinh tế người Hoa từ Sài Gòn đến TP.HCM*. Việt Nam: NXB Trẻ.
- [56] Trần Hồng Liên. (2007). *Văn hóa người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh*. Việt Nam: NXB Khoa học xã hội
- [57] Trần Khánh. (1992). *Vai trò người Hoa trong nền kinh tế các nước Đông Nam Á*. Việt Nam: NXB Đà Nẵng.
- [58] Trần Khánh. (2002). *Người Hoa trong xã hội Việt Nam (thời Pháp thuộc và dưới chế độ Sài Gòn)*. Việt Nam: NXB Khoa học xã hội.

- [59] Trần Khánh. (2007). *Người Hoa trong kinh doanh: Chữ tín là vốn quý nhất*, từ <https://vneconomy.vn/nguoi-hoa-trong-kinh-doanh-chu-tin-la-von-quy-nhat.htm>.
- [60] Trần Thanh Huyền. (2007). *Những đóng góp của đồng bào người Hoa tại TP HCM trên lĩnh vực kinh tế và văn hóa*. Việt Nam: NXB Trẻ.
- [61] Trần Thị Anh Vũ. (2018). *Kinh nghiệm thành công của người Hoa trên lĩnh vực kinh tế. Khoa học Chính trị*.
- [62] Trịnh Hoài Đức. (2005). *Gia Định thành thông chí* (bản dịch của Lý Việt Dũng). Việt Nam: NXB Tổng hợp Đồng Nai.
- [63] Trịnh Minh Anh. (2007). Những yếu tố tác động đến tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, *Cộng sản số 773* (tháng 3 năm 2007). tr 38-42.
- [64] Trương Hữu Quýnh (chủ biên). (1998). *Đại cương Lịch sử Việt Nam*, tập 1. Việt Nam: NXB Giáo dục.
- [65] TTC Group. (2024). *Lịch sử hình thành và phát triển*, từ <https://www.ttcgroup.vn/vi/gioi-thieu/lich-su-hinh-thanh-phat-trien/>
- [66] Viện kinh tế TP HCM. (2007). *Báo cáo kết quả khảo sát doanh nghiệp người Hoa tại TP HCM*. Phụ lục Báo cáo tổng hợp đề tài NCKH “Quan hệ giữa người Hoa ở TP HCM với người Hoa ở Đông Nam Á” (Chủ nhiệm đề tài: TS. Trần Hồi Sinh. Lưu tại Sở KHCN TP HCM).
- [67] Vũ Thụy Trang. (2022). Hội nhập quốc tế như một định hướng then chốt trong chính sách đối ngoại của Đảng Cộng sản Việt Nam trong giai đoạn 2016-2021: Thành tựu, thách thức và triển vọng. *Nghiên cứu Châu Âu*, số 6. tr.11-17

Tài liệu Nước ngoài

- [68] Abbott P, Bentzen J, Tarp F. (2009). Trade and Development: Lessons from Vietnam’s ast Trade Agreements. *World Development*, 37(2). 341-353.
- [69] Alain G. Marsot. (1993). *The Chinese Community in Vietnam under the French* (San Francisco: The Edwin Mellen Press)

- [70] Amer Rames. (1994). The Sino-Vietnamese Conflict in 1978-79 and the Ethnic Chinese in Vietnam (paper presented at conference on *Conflict Resolution in the Asia-Pacific Region: Culture, Problem-Solving and Peacemaking*, the Asia Foundation, Universiti Sains Malaysia, and the Asia Pacific Peace Research Association, Penang (Malaysia) 22-26 May 1994);
- [71] Balassa, B. (1967), “Trade Creation and Trade Diversion in the European Common Market”, *The Economic Journal*, vol. 77, pp. 1-21.
- [72] Baurac J.C. (1894). *La Cochinchine et ses Habitants (Provincé de L’ Ouest)*. Imprimere Commercial Rey, Cauroil & C^{ei}, Saigon.
- [73] C. P. FitzGerald. (1972). *The Southern Expansion of the Chinese People*. New Work – Washington: Praeger Publishers.
- [74] Charles Wheeler. (2012). Identity and Function in Sino-Vietnamese Piracy: Where Are the Minh Hương? *Journal of Early Modern History* 16 (2012), p. 503–21
- [75] Charles Wheeler. (2015). *Interests, Institutions, and Identity: Strategic Adaptation and the Ethno-evolution of Minh Hương (Central Vietnam), 16th–19th Centuries*, Itinerario 01, no. 39 (2015). p. 141–66
- [76] Chen Da-zhe. (1989). *Overview of Vietnam’s Overseas Chinese*. Taipei: Zhengzhong Shuju.
- [77] Chen Jinghe. (1964). A Brief Study of the Family Register of the Trans, a Ming Refugee Family in Minh-Huong-Xa, Thua-Thien (Central Vietnam). Hong Kong: Chinese University of Hong Kong.
- [78] Fujiwara Riichiro. (1974). *Chính sách đối với dân Trung Hoa di cư của các triều đại Việt Nam*. Việt Nam khảo cổ tập san, số 8.
- [79] Hollweg, Claire Honore, Tanya Smith, and Daria Taglioni, eds. (2017). Vietnam at a Crossroads: Engaging in the next generation of global value chains. *World Bank*. Washington DC.

- [80] Leo Suryadinata. (2002). Ethnic Chinese in Singapore and Malaysia – A Dialogue between Tradition and Modernity. *Times Academic Press (Singapore)*.
- [81] Leo Suryadinata. (2006). Southeast Asia's Chinese Businesses in an Era of Globalization: Coping with the Rise of China. *Institute of Southeast Asian Studies*.
- [82] Luong Nhi Ky. (1987). The Chinese in Vietnam: A Study of Vietnamese - Chinese Relations with Special Attention to the Period 1862–1961. *PhD dissertation. University of Michigan*.
- [83] Ly Singko. (1978). Hanoi. *Peking and the Overseas Chinese*. Singapore: Asian Writers Publishing House,
- [84] Pierre - Richard Ferey. (1979). Le Viet Nam au XXe siècle, *Presses Unive rsitai ré de France*, Paris.
- [85] Schrock, Joann, et al. (1966). *Minority Groups in the Republic of Vietnam*. Washington DC: Department of the Army, p..986-987.
- [86] Sophie Deprez. (2018). The Strategic Vision behind Vietnam’s International Trade Integration. *Journal of Current Southeast Asian Affairs* 2/2018
- [87] Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee (Bùi Thế Cường dịch). (2014). Guanxi, Xinnyong và mạng lưới kinh doanh của người Hoa. *Tạp chí Khoa học xã hội*, Số 3. p187.
- [88] Tsai Maw Key. (1968). *Người Hoa ở Miền Nam Việt Nam*. Paris.
- [89] Van Huy Duong, (2023). The “Minh Hương of Vietnam: A Perspective of the Change in Ethnic Identity of the Chinese Diaspora in Vietnam. *Nationalism and Ethnic Politics*, Taylor & Francis Online, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13537113.2022.2090131>
- [90] Victor Purcell. (1952). *The Chinese in Southeast Asia*. London: Oxford University Press.

- [91] Victor Purcell. (1974). *Đông Nam Á chi Hoa kiều* (Quách Tương Chương dịch) Đài Bắc Chánh trung xuất bản.
- [92] Wang Gungwu. (1988). The Study of Chinese Identities in Southeast Asia. in *Changing Identities of the Southeast Asian Chinese Since World War II. edited by Jennifer Cushman and Wang Gungwu.* Hong Kong: Hong Kong University Press.
- [93] Wang Gungwu. (1991). *China and the Chinese Overseas.* Singapore: Times Academic Press.
- [94] World Bank. (2020). *Vietnam: Deepening International Integration and Implementing the EVFTA.* World Bank. Washington DC.

Phụ lục 01: Bảng thống kê dân số người Hoa tại Việt Nam

Dân tộc Hoa theo Tổng điều tra Dân số 2019			
Nhóm	Dân tộc	Dân số	Tên gọi khác
 Việt Nam	Việt Tổng	96.208.984	Thống kê dân số tháng 12, 2020
Nhóm (Sinitic)	Hoa	749.466	(Overseas Chinese) Tiều, Hán
	Hán Ngái	1.649	(Hakka Chinese) Sán Ngái
	Sán Dìu	183.004	Trại, Trại Đất, Sán Rợ, Mán quần cộc, Mán váy xẻ

Phụ lục 02: Người Hoa phân bố theo Ngữ hệ tại Việt Nam

Nhóm	Dân tộc	Phần trăm dân số (2019)	Năm 2009	Năm 2019	Tốc độ tăng trưởng dân số hàng năm	Phân bố (2019)

Ngữ hệ Hán- Tạng	<u>Hoa</u>	0.78%	823,071	749,466	-0.94%	Thành phố Hồ Chí Minh (382,826 người, chiếm 51.08% toàn bộ người Hoa ở Việt Nam), Đồng Nai (87,497 người), Sóc Trăng (62,389 người), Kiên Giang (24,051 người), Bắc Giang (20,225 người), Bình Dương (17,993 người)
	<u>Ngái</u>	<0.005%	1,035	1,649	4.66%	Thái Nguyên (800 người, chiếm 48.51% toàn bộ người Ngái ở Việt Nam), Bình Thuận (188 người, chiếm 11.40% toàn bộ người Ngái ở Việt Nam)
	<u>Sán Dìu</u>	0.19%	146,821	183,004	2.2%	Thái Nguyên (56,477 người, chiếm 30.86% toàn bộ người Sán Dìu ở Việt Nam), Vĩnh Phúc (46,222 người, chiếm 25.26% toàn bộ người Sán Dìu ở Việt Nam), Bắc Giang (33,846 người), Quảng Ninh (20,669 người)
	<u>Cống</u>	<0.005%	2,029	2,729	2.96%	Lai Châu (1,513 người, chiếm 55.44% toàn bộ người Cống ở Việt Nam), Điện Biên (1,145

					người, chiếm 41.96% toàn bộ người Công ở Việt Nam)
<u>Hà</u> <u>Nhi</u>	0.03%	21,725	25,539	1.62%	Lai Châu (15,952 người, chiếm 62.46% toàn bộ người Hà Nhi ở Việt Nam), Lào Cai (4,661 người), Điện Biên (4,555 người)
<u>La</u> <u>Hủ</u>	0.01%	9,651	12,113	2.27%	Lai Châu (12,002 người, chiếm 99.08% toàn bộ người La Hủ ở Việt Nam)
<u>Lô</u> <u>Lô</u>	0.01%	4,541	4,827	0.61%	Cao Bằng (2,861 người, chiếm 59.27% toàn bộ người Lô Lô ở Việt Nam), Hà Giang (1,707 người)
<u>Phù</u> <u>Lá</u>	0.01%	10,944	12,471	1.31%	Lào Cai (10,293 người, chiếm 82.54% toàn bộ người Phù Lá ở Việt Nam), Yên Bái (968 người)
<u>Si La</u>	<0.005%	709	909	2.48%	Lai Châu (592 người, chiếm 65.13% toàn bộ người Si La ở Việt Nam), Điện Biên (243 người, chiếm 26.73% toàn bộ người Si La ở Việt Nam)

Phụ lục 03: Danh sách các công ty người Hoa tiêu biểu ở Việt Nam

TT	TÊN DOANH NGHIỆP	NGƯỜI SÁNG LẬP
01	Công ty CP Hữu Liên Á Châu (Năm trong nhóm 10 thương hiệu hàng đầu ngành thép Việt Nam)	Trần Xảo Cơ
02	TTC Group (TTC Group là tập đoàn kinh doanh đa ngành, hoạt động trong nhiều lĩnh vực: nông nghiệp, năng lượng, bất động sản, du lịch...)	Đặng Văn Thành
03	Công ty CP Việt Hương (Việt Hương là một tổ chức tư nhân đầu tiên xây dựng khu công nghiệp với đầy đủ hệ thống kiểm soát và xử lý nước thải, chất thải)	Hàng Vay Chi
04	Công ty Kinh Đô (Một tập đoàn thực phẩm chiếm hơn 28% thị phần bánh kẹo trong nước và niêm yết trên sàn chứng khoán)	Trần Kim Thành – Trần Lệ Nguyên
05	Công ty dệt Thái Tuấn (Thương hiệu cung cấp sản phẩm dệt may uy tín cho thị trường trong và ngoài nước, xuất khẩu sang Trung Đông và các nước châu Á)	Thái Tuấn
06	Doanh nghiệp Bút bi Thiên Long (Có lịch sử thành lập hơn 40 năm. Năm 2019,	Cổ Gia Thọ

	công ty đạt doanh thu 3.256 tỷ đồng và xuất khẩu hàng hóa ra 61 nước)	
07	<p>Công ty Biti's</p> <p>(Doanh nghiệp Việt Nam đang giữ vị trí hàng đầu về sản phẩm xuất khẩu, tạo sự thành công nhất trong việc quảng bá nhận diện thương hiệu ra thế giới)</p>	Vưu Khải Thành
08	<p>Công ty Nệm Vạn Thành</p> <p>(Đến nay sau 43 năm hình thành phát triển, công ty sở hữu ba nhà máy tại TPHCM, Đà Nẵng, Hưng Yên, có 43 chi nhánh, 4.500 đại lý trên cả nước và chi nhánh tại Trung Quốc, sản phẩm của công ty xuất khẩu sang Úc, Mỹ, Campuchia)</p>	Trương Ty