

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ - HÀNH CHÍNH QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

--o0o--

CÁC CHUYÊN ĐỀ NGHIÊN CỨU

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

Cơ quan chủ trì: Viện Kinh tế Chính trị học

Chủ nhiệm: PGS.TS.Trần Quang Lâm

Thư ký: CN. Nguyễn Thị Minh Tân

6969-1

28/8/2008

Hà Nội, năm 2008

MỤC LỤC

	Nội dung	Trang
PHẦN I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUAN HỆ THƯƠNG		1
	MẠI VIỆT – MỸ	
Chuyên đề 1:	Thương mại quốc tế: Lý thuyết và nội dung cơ bản <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	1
Chuyên đề 2:	Lịch sử phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ <i>TS.Hoàng Hải</i> <i>TS. Nguyễn Duy Quang</i> <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	11
Chuyên đề 3:	Quá trình thể chế hóa quan hệ thương mại Việt – Mỹ và sự tác động của nó tới nền kinh tế Việt Nam <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	20
PHẦN II: THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ KHI		37
	VIỆT NAM GIA NHẬP WTO	
Chuyên đề 4:	Thực trạng quan hệ thương mại Việt – Mỹ trước khi Việt Nam gia nhập WTO <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	37
Chuyên đề 5:	Thực trạng quan hệ thương mại Việt – Mỹ sau khi Việt Nam gia nhập WTO <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	46
Chuyên đề 6:	Thực trạng quan hệ thương mại Việt – Mỹ qua các luồng xuất nhập khẩu và đầu tư hai chiều chủ yếu <i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	57
Chuyên đề 7:	Xuất khẩu hàng dệt may và thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ <i>TS. Nguyễn Thị Như Hà</i>	80
Chuyên đề 8:	Xuất khẩu một số hàng hóa Việt Nam sang thị trường Mỹ <i>Ths. Lê Bá Tâm</i>	92

Chuyên đề 9:	Thị trường thủy sản Mỹ - Triển vọng xuất khẩu thủy sản Việt Nam	111
	<i>Ths. Nguyễn Thị Ngân Loan</i>	
Chuyên đề 10:	Thực trạng dòng thương mại từ Mỹ vào Việt Nam từ 2000 - 2007	138
	<i>PGS.TS. Hoàng Thị Bích Loan</i>	
Chuyên đề 11:	Thực trạng quan hệ thương mại Hoa Kỳ - Việt Nam giai đoạn 2000 -2007	148
	<i>CN. Hồ Thanh Thủy</i>	
Chuyên đề 12:	Đầu tư và chuyển giao công nghệ của Hoa Kỳ vào Việt Nam thời kỳ 2000 – 2007	161
	<i>Ths. Ngô Tuấn Nghĩa</i>	
Chuyên đề 13:	Những bài học kinh nghiệm rút ra từ nghiên cứu thực trạng quan hệ thương mại Việt – Mỹ sau khi Việt Nam gia nhập WTO	180
	<i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	
	<i>PGS.TS. An Như Hải</i>	
	<i>Ths. Đinh Trung Thành</i>	
Chuyên đề 14	Tác động của mở rộng quan hệ Việt – Mỹ tới giải quyết việc làm và nâng cao thu nhập của người dân	191
	<i>TS Vũ Thị Thoa</i>	
Chuyên đề 15:	Thực trạng quan hệ thương mại khu vực tư nhân của Việt Nam- Mỹ thời kỳ 200-2007	198
	<i>Ths. Phạm Thị Túy</i>	
Chuyên đề 16:	Thực trạng dòng đầu tư và chuyển giao công nghệ từ Mỹ vào Việt Nam thời kỳ 2000-2007	211
	<i>TS Đoàn Xuân Thủy</i>	
PHẦN III: TRIỂN VỌNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY		236
Chuyên đề 17:	Triển vọng quan hệ thương mại Việt – Mỹ	236
	<i>PGS.TS.Trần Quang Lâm</i>	

Chuyên đề 18:	Thực trạng các quan hệ tiếp thị Việt Nam – Hoa Kỳ sau khi Việt Nam gia nhập WTO	251
----------------------	---	-----

Ths. Trần Hoa Phượng

CN. Nguyễn Thị Minh Tân

Chuyên đề 19:	Các giải pháp thúc đẩy phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ sau khi Việt Nam gia nhập WTO	264
----------------------	--	-----

PGS.TS. Trần Quang Lâm

PHẦN I

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUAN HỆ THƯƠNG MẠI MỸ - VIỆT

CHUYÊN ĐỀ 1:

THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ:

LÝ THUYẾT VÀ NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN

PGS.TS.Trần Quang Lâm

Thương mại quốc tế là một trong những lĩnh vực kinh tế phản ánh mối quan hệ trao đổi hàng hóa giữa các quốc gia gắn liền với sự thăng trầm của tiến trình lịch sử nhân loại. Mạng lưới thương mại cổ đại đã xuất hiện khoảng 3500 năm trước công lịch tại vùng Lưỡng Hà, sau đó lan rộng sang Ba Tư và hướng về phía Tây đến Ai Cập, về phía Đông đến khu vực thuộc Pakixtan, lên phía Bắc tới Udobêkixtan ngày nay và lan sang Trung Quốc thành con đường tơ lụa nổi tiếng trong lịch sử cổ đại. Như vậy, thương mại quốc tế xuất hiện rất sớm trong lịch sử bang giao giữa các nước, tạo thành mối quan hệ phổ biến truyền thống giữa các quốc gia, thậm chí đã hình thành trước cả quan hệ chính trị và văn hóa giữa các nước. Do đó, nghiên cứu quan hệ thương mại giữa các nước là tiền đề lý luận và thực tiễn để hiểu sâu và toàn diện các quan hệ khác trong lịch sử bang giao quốc tế và quan hệ thương mại Việt – Mỹ hiện nay.

1. Thương mại quốc tế

1.1. Nội dung cơ bản của thương mại quốc tế

Có nhiều quan niệm khác nhau về quan hệ thương mại quốc tế, song định nghĩa một cách phổ quát nhất, thì: *Quan hệ thương mại quốc tế là mối quan hệ về trao đổi hàng hóa và dịch vụ (hàng hóa hữu hình và hàng hóa vô hình) giữa các quốc gia thông qua hoạt động mua – bán, lấy tiền tệ làm môi giới, tuân theo nguyên tắc trao đổi ngang giá.* Quan hệ này bao gồm nhiều hoạt động khác nhau và xét trên giác độ một quốc gia, đó chính là hoạt động ngoại thương. Về cơ bản, các hoạt động thương mại quốc tế bao gồm: “(i) xuất, nhập hàng hóa hữu hình; (ii) xuất, nhập khẩu các hàng hóa vô hình; (iii) gia công thuê cho nước ngoài và

thuê nước ngoài gia công; (iv) tái xuất khẩu và chuyển khẩu; (v) xuất khẩu tại chỗ”¹

1.2. Sự phát triển mở rộng về nội dung thương mại quốc tế trong WTO

Sau khi tổ chức thương mại thế giới (WTO) ra đời năm 1995, khái niệm hoạt động thương mại và quan hệ thương mại, xét theo cả khía cạnh pháp lý và thực tế, đã được mở rộng, bao gồm cả hoạt động buôn bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, đầu tư. Một số vấn đề khác cũng đang được thảo luận để bổ sung vào các thỏa thuận trong khuôn khổ WTO như: các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, quyền của người lao động, thậm chí cả vấn đề nhân quyền. Đối với các vấn đề không thuộc lĩnh vực thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ, các hiệp định của WTO cũng chỉ điều chỉnh các khía cạnh liên quan đến thương mại. Chẳng hạn, WTO có Hiệp định về các khía cạnh của quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPs). Đầu tư cũng là hoạt động được điều chỉnh trong khuôn khổ WTO, song những qui định về vấn đề này có phạm vi khá hẹp, chỉ bao gồm các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMs).

Theo quy định tại “Luật thương mại Việt Nam”, phạm vi hoạt động thương mại chỉ bao gồm 14 hành vi liên quan đến việc mua, bán hàng hóa và các hoạt động phục vụ cho các giao dịch này. Mặt khác, pháp luật hiện hành của Việt nam cũng chưa có sự phân định cụ thể và chi tiết về hợp đồng dân sự, thương mại, kinh tế nên đã dẫn đến xung đột về quyền tài phán khi giải quyết tranh chấp từ các giao dịch này. Sau khi Việt Nam gia nhập WTO, nội dung thương mại quốc tế cũng phải được điều chỉnh theo khung khổ của WTO.

Giới luật gia Mỹ không quan niệm cứng nhắc về khái niệm thương mại nói chung và ngành luật thương mại nói riêng. Đối với họ, không có tranh luận nhiều về ranh giới của các ngành luật, về sự khác biệt giữa hợp đồng kinh tế - dân sự - thương mại. Do có quan niệm rất rộng và năng động về pháp luật thương mại như vậy, nên... “các đạo luật điều chỉnh hoạt động thương mại của Hoa Kỳ rất đa dạng

¹ GS. PTS Tô xuân Dân “Giáo trình kinh tế học quốc tế” NXB Thống kê, HN 1999 tr34

và phức tạp”¹. Do đó, khi quan hệ thương mại với Mỹ cần hiểu biết và phải tuân theo những qui định đặc thù này để tránh các xung đột bất lợi.

Trong lịch sử, tính khách quan và lợi ích về thương mại quốc tế đã được nhiều nhà khoa học nổi tiếng xây dựng và hoàn thiện thành một hệ thống lý luận hoàn chỉnh. Có thể thấy rõ qua các lý thuyết cơ bản dưới đây :

2. Các lý thuyết về tính khách quan của thương mại và lợi ích của thương mại quốc tế.

2.1. Các lý thuyết về tự do thương mại quốc tế

Các lý thuyết về tự do thương mại (Trade Liberalism) phát triển vào thế kỷ XIX trong điều kiện cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất lan từ Anh sang các nước khác, tạo ra một thời kỳ phát triển mạnh mẽ của nền sản xuất TBCN. Đây là thời kỳ chủ nghĩa tư bản bắt đầu bành trướng ra bên ngoài, tăng cường khai thác thuộc địa và trao đổi thương mại giữa các nước tư bản với nhau. Adam Smith và David Ricardo là hai nhà kinh tế cổ điển Anh đã đặt nền tảng lý luận cho chủ nghĩa tự do thương mại.

Theo A.Smith thì vai trò của cá nhân và hệ thống kinh tế tư doanh đã thúc đẩy cho sản xuất và trao đổi quốc tế phát triển. Ông cho rằng, động cơ thúc đẩy con người làm việc là lợi ích cá nhân, song nếu anh ta làm tốt công việc của mình thì điều đó có lợi không chỉ cho bản thân anh ta, mà còn đem lại lợi ích cho tập thể, xã hội và quốc gia. Trong nền sản xuất hàng hóa hình như có một bàn tay vô hình dẫn dắt mỗi cá nhân hướng tới không chỉ lợi ích cá nhân, mà còn cả lợi ích chung ngoài ý muốn của anh ta. Từ tư tưởng này ông khẳng định, nhà nước không nên can thiệp vào hoạt động thương mại của các doanh nghiệp để thị trường vận hành theo cơ chế cạnh tranh tự do thì nền kinh tế mới có hiệu quả thực sự. Trong tác phẩm nổi tiếng *“Nghiên cứu về bản chất và nguồn gốc giàu có của một quốc gia,”* Ông khẳng định: “Sự giàu có của mỗi quốc gia đạt được không phải do những quy định chặt chẽ mà do bởi tự do kinh doanh” A.Smith luôn phê phán sự phi lý và những hạn chế của lý thuyết trọng thương và cho rằng, sự giàu có thực sự của một nước là tổng hàng hóa và dịch vụ có ở nước đó. Ông còn cho rằng, hãy để những quốc gia nào có lợi thế sản xuất những loại hàng hóa

¹ Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế GATT2000: Mở cửa thị trường dịch vụ, NXB CTQG, HN, 2000, tr72

có hiệu quả hơn là để những nước khác có điều kiện khó khăn hơn sản xuất ra chúng. Từ đó ông đã khẳng định: Nếu mọi quốc gia đều chuyên môn hóa vào sản xuất những ngành mà họ có lợi thế tuyệt đối, thì cho phép họ sản xuất sản phẩm có hiệu quả hơn, khi tiến hành trao đổi sản phẩm với nhau tất cả các nước đều thu được lợi ích. Do đó, tham gia vào hệ thống phân công lao động quốc tế sẽ làm tăng tiêu dùng của thế giới. Lợi ích thương mại diễn ra ở tất cả những nước có lợi thế tuyệt đối về sản xuất các sản phẩm, cho nên các nước này cần phải hy sinh việc sản xuất ra những sản lượng kém hiệu quả để sản xuất ra sản lượng có hiệu quả hơn. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối của A.Smith bước đầu đã giải thích được vấn đề: Tại sao các nước cần phải giao dịch buôn bán với nhau? Vào thời kỳ đó, Lý thuyết lợi thế tuyệt đối của A.Smith đã được chấp nhận và trở thành học thuyết ngự trị suốt thế kỷ XVIII. Nhưng khi sản xuất và trao đổi hàng hóa giữa các quốc gia mở rộng, thì đã xảy ra hiện tượng một số nước có thể sản xuất có hiệu quả hơn những nước khác trong hầu hết các mặt hàng chứ không phải chỉ có một số mặt hàng. Hơn nữa, những nước không có lợi thế tuyệt đối nào cả thì chỗ đứng của họ trong phân công lao động quốc tế là ở đâu? Và trao đổi thương mại diễn ra như thế nào với những nước này? D.Ricardo đã trả lời câu hỏi đó trong tác phẩm nổi tiếng của mình: *“Những nguyên lý về kinh tế chính trị và thuế khóa”* viết năm 1817; Trong đó ông đã đưa ra lý thuyết về lợi thế so sánh. Theo D.Ricardo thì mọi quốc gia đều có lợi khi tham gia vào phân công lao động quốc tế, kể cả khi họ chuyên môn hóa vào sản xuất một số sản phẩm nhất định và xuất khẩu chúng để đổi lấy hàng nhập khẩu từ nước khác. Những nước có lợi thế tuyệt đối hơn nước kia, hoặc bị kém lợi thế tuyệt đối hơn so với nước khác trong việc sản xuất mọi sản phẩm đều có lợi khi tham gia vào trao đổi quốc tế. Sở dĩ như vậy là vì, mỗi nước đều có một lợi thế so sánh nhất định về một mặt hàng và kém lợi thế so sánh về một số mặt hàng khác. Dựa trên tư tưởng của Ricardo, các nhà kinh tế học hiện đại cũng đi đến kết luận: Khi dành vốn và nguồn lực của mình vào việc sản xuất những mặt hàng có chi phí cơ hội thấp hơn so với các nước khác (lợi thế so sánh), sẽ đem lại lợi ích cho tất cả các nước¹. Liên kết các nền kinh tế quốc gia trên cơ sở phân công lao động và chuyên môn hóa sản xuất là con đường tăng sản

¹ Paul/r.Kougman – Maurice Obstfeld “ Kinh tế học quốc tế - Lý thuyết và chính sách” t1, những vấn đề thương mại quốc tế, NXB CTQG, H1996, tr35

xuất và tiêu dùng cho mọi quốc gia. Vào thời ông, D.Ricardo đã dùng mô hình lợi thế so sánh để chứng minh rằng: Tự do thương mại đã đem lại lợi ích cho mọi quốc gia và nhờ nó ông đã ngăn chặn được hàng rào thuế quan hạn chế nhập khẩu lương thực của nước Anh vào lúc đó. Ngày nay, lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo vẫn được các nhà kinh tế chấp nhận và trở thành căn cứ để chứng minh về những lợi ích tiềm tàng của thương mại quốc tế.

Lý thuyết về lợi ích của thương mại quốc tế được hoàn thiện hơn bởi HECKSCHER- OHLIN (gọi tắt là lý thuyết H-O). Đây là hai nhà kinh tế học Thụy Điển HACKSCHER và OHLIN, họ đưa ra lý thuyết về các yếu tố thâm dụng. Lý thuyết này đã hoàn thiện hơn lý thuyết lợi thế so sánh. Theo đó, các nước cần xuất khẩu sản phẩm dựa trên các nhân tố sản xuất phong phú và nhập khẩu các sản phẩm mà trong nước khan hiếm yếu tố sản xuất. Học thuyết HECKSCHER-OHLIN ra đời dựa trên những phát hiện về sự khác biệt về giá thành sản xuất trên thị trường quốc tế và liên khu vực xảy ra do sự khác nhau về cung ứng các nhân tố sản xuất. Nếu hàng hóa nào tập hợp được số lượng lớn những nhân tố thuận lợi sẽ làm giá thành sản phẩm hạ thấp, nhờ đó giúp cho sản phẩm bán được giá cả thấp hơn trên thị trường quốc tế.¹ Ví như ở Trung Quốc, nước có yếu tố nhân công dồi dào hơn so với Mỹ là nước có thuận lợi về công nghệ hiện đại, thì Mỹ nên chuyên môn hóa vào sản xuất các phẩm có hàm lượng công nghệ cao. Khi hai quốc gia này giao dịch với nhau, mỗi bên sẽ có được hàng hóa có lợi thế của mình và cả hai sẽ thu được lợi ích từ sự trao đổi này. Các quốc gia có công nghệ hiện đại (như Mỹ) nên xuất khẩu các sản phẩm thiên về sử dụng công nghệ (như là máy tính, hàng điện tử), trong khi đó Trung Quốc xuất khẩu các sản phẩm đòi hỏi nhiều về lao động, như hàng thủ công mỹ nghệ, sản phẩm nuôi trồng.

Từ lý thuyết của Adam Smith, Ricardo và HECKSCHER- OHLIN có thể khẳng định rằng, hoạt động buôn bán quốc tế mang lại lợi ích cho mọi quốc gia, cho dù một nước hoàn toàn không có lợi thế tuyệt đối ở bất cứ mặt hàng nào. Sự minh chứng về mặt lý thuyết này đã xóa tan đi sự e ngại của nhiều nhà kinh doanh Mỹ khi có các quan điểm cho rằng, nếu năng xuất của Nhật Bản cao hơn

¹ Sđ đ, tr 153

của Mỹ, thì buôn bán với Nhật sẽ phá hoại nền kinh tế Mỹ bởi lẽ không có ngành công nghiệp nào của Mỹ có thể cạnh tranh lại được. Nhiều nhà lãnh đạo công đoàn của Mỹ đã từng cho rằng: Mỹ bị tổn thương vì đã buôn bán với những nước kém phát triển hơn, những nước vốn có những ngành công nghiệp kém hiệu quả hơn Mỹ, vì họ bán sản phẩm với giá cả thấp hơn so với sản phẩm cùng loại được sản xuất tại Mỹ, do lương công nhân ở đó thấp hơn nhiều so với Mỹ. Điều này đã được lý thuyết của D.Ricardo bác bỏ từ thế kỷ XVIII. Sự minh chứng đầy sức thuyết phục trong lý thuyết về lợi thế so sánh là cơ sở vững chắc cho Mỹ gạt bỏ những quan điểm phản đối quá trình hoạch định chính sách thương mại quốc tế mở rộng và tích cực đẩy mạnh hoạt động buôn bán với bên ngoài của các chính phủ Mỹ.

Nhiều năm qua ở Mỹ, lý thuyết kinh tế học cổ điển cũng như lý thuyết Tân cổ điển luôn được chú ý vận dụng. Lý thuyết về chi phí cơ hội (lợi thế so sánh) mà Ricardo đã đặt nền móng là một trong những cơ sở lý luận để thiết lập các quan hệ thương mại cùng có lợi giữa Mỹ với các nước đang phát triển. Việc thi hành chính sách thương mại tự do được tạo ra là nhằm tạo điều kiện cho thị trường một nước tham gia có hiệu quả vào thị trường thế giới. Ngay cả đối với Mỹ, một nước có nền kinh tế phát triển cao với nhiều lợi thế trong cạnh tranh quốc tế, khi tham gia vào thị trường thế giới cũng được tổ chức theo hướng kinh tế thị trường tự do. Từ đó Mỹ đã thu được nhiều lợi ích hơn. Các chính phủ Mỹ từ trước tới nay đều đi theo xu hướng tăng cường tự do hóa thương mại và giảm bớt sự điều tiết của nhà nước, mặc dù nhà nước có khả năng tạo điều kiện hỗ trợ cho việc mở rộng thị trường. Nhiều chuyên gia cho rằng, tự do thương mại và cạnh tranh có quan hệ chặt chẽ với nhau khi thực thi lý thuyết này đã giúp Mỹ duy trì được vị thế là cường quốc số một thế giới. Mặc dù sau chiến tranh thế giới thứ hai, Mỹ mới thực sự thay đổi chính sách biệt lập và bảo hộ đối bên ngoài, tự do bên trong về kinh tế. Song việc áp dụng chính sách tự do thương mại và nhờ tận dụng được lợi thế của nước đi sau trong cuộc cách mạng công nghiệp và những ưu thế về khả năng phát triển nền kinh tế có quy mô lớn, nên vào nửa sau của thế kỷ XIX, nền kinh tế Mỹ đã phát triển với tốc độ nhanh và trở thành đối thủ cạnh tranh với Anh. Trong giai đoạn 1880-1910, kim ngạch xuất khẩu của Mỹ trong

tổng xuất khẩu của thế giới tăng lên từ 11,9% lên 13,8%.¹ Việc Mỹ giữ vai trò hàng đầu nhờ tự do hóa thương mại nên đã duy trì được một trật tự kinh tế quốc tế ổn định từ sau chiến tranh thế giới thứ hai đến nay, đã góp phần củng cố vị trí siêu cường số một của Mỹ. Bằng tự do hóa thương mại, Mỹ đã tạo điều kiện cho nhiều nước vươn lên về kinh tế (Tây Âu và các nền kinh mới công nghiệp hóa NIEs) nhờ tận dụng nguồn đầu tư quan trọng từ Mỹ và hệ thống thương mại dựa trên những nguyên tắc tự do hóa. Quan hệ thương mại quốc tế thể hiện tập trung ở chính sách thương mại của Mỹ luôn được định hình để phục vụ nhu cầu mở rộng thị trường, nâng hiệu quả và khả năng cạnh tranh của nền kinh tế. Từ đó phục vụ lợi ích quốc gia, lợi ích các nhóm xã hội, các ngành kinh tế dựa trên lợi thế về sức mạnh kinh tế, quân sự của Mỹ. Chính sách trên đây không chỉ phụ thuộc vào các nhân tố bên trong của nền kinh tế Mỹ, nhất là phụ thuộc vào chính sách của từng chính phủ vào từng thời điểm khác nhau, mà còn phụ thuộc vào các nhân tố bên ngoài như tương quan sức mạnh kinh tế giữa các nước, những xu hướng phát triển ngoại thương, thanh toán và giao dịch quốc tế. Tuy nhiên, việc tìm hiểu quan hệ thương mại của Mỹ với các nước qua chính sách thương mại của Mỹ trong thời gian dài, kể từ khi kết thúc chiến tranh thế giới lần thứ hai đến nay, có thể thấy xu hướng cơ bản là Mỹ luôn chủ trương thực hiện chính sách thương mại tự do và bằng cách loại bỏ mọi hàng rào mậu dịch để mở rộng các quan hệ kinh tế quốc tế có lợi. Nhờ các quan hệ này đã tạo điều kiện tối đa cho sự tham gia của nền kinh tế Mỹ vào hệ thống phân công lao động quốc tế, hình thành một cơ cấu hợp lý cho nền sản xuất. Sau khi kết thúc chiến tranh lạnh, những nguyên tắc của thuyết tự do thương mại đã được Mỹ áp dụng một cách rộng rãi trên thế giới và có chiều hướng ngày càng gia tăng cùng với sự mở rộng của quá trình TCH kinh tế. Mỹ là quốc gia đi đầu trong việc thúc đẩy tự do hóa thương mại. Với sự vận dụng triệt để chính sách tự do hóa thương mại được biểu tượng thành “*Thuyết chủ nghĩa tự do mới về kinh tế*”, Tổng thống Mỹ B.Clinton trước đây và G.Bush ngày nay đã đưa nền kinh tế Mỹ tăng trưởng tương đối ổn định trong các nhiệm kỳ tổng thống của họ dựa trên sử dụng được lợi thế trong thương mại quốc tế.

¹ Nguyễn Điền “Quy chế tối huệ quốc trong quan hệ thương mại giữa Mỹ và Việt Nam” Nghiên cứu kinh tế số 3tr 18-24

Về mặt lý luận, thuyết tự do thương mại cung cấp những cơ sở lý luận khoa học cho việc tìm hiểu bản chất cũng như dự đoán quá trình phát triển của quan hệ thương mại quốc tế, xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế. Mặc dù thuyết này xem nhẹ những mặt trái của quá trình tự do hóa, thương mại quốc tế, song đây là một trong những cơ sở quan trọng trong việc hình thành quan hệ thương mại quốc tế và hoạch định chính sách thương mại quốc tế của các quốc gia nói chung và của Mỹ -Việt nam nói riêng

2.2. Lý thuyết chiết trung về thương mại và đầu tư quốc tế của Dunning.

Đầu tư nước ngoài luôn gắn liền với thương mại quốc tế đồng thời là một vấn đề có tính chất quy luật chịu sự chi phối của nhiều yếu tố khác nhau. Dòng vốn đầu tư nước ngoài diễn ra dưới nhiều hình thức và khối lượng vốn dĩ chuyển giữa các quốc gia ngày càng tăng lên nhanh chóng, đặc biệt trong điều kiện dòng vận động của tư bản hàng hóa tăng nhanh dưới sự thúc đẩy của toàn cầu hóa và khu vực hóa. Trên thực tế đã có nhiều lý thuyết giải thích khác nhau về bản chất của hoạt động đầu tư quốc tế dưới sự chi phối của sự vận động luồng hàng hóa dịch vụ, trong đó có chủ nghĩa chiết trung của Dunning. Đây là một trường phái đưa ra cách giải thích có tính chất trung hòa giữa các trường phái trước đó về đầu tư quốc tế và quan hệ của nó với tự do thương mại. Chủ nghĩa chiết trung lập luận rằng, hoạt động đầu tư nước ngoài chỉ diễn ra khi có đủ các yếu tố lợi thế hội tụ về địa điểm để thực hiện hoạt động đầu tư, lợi thế về sở hữu và lợi thế về khai thác các quan hệ nội bộ công ty (lợi thế của việc nội hóa các hoạt động sản xuất và các giao dịch). Nội dung cơ bản của lý thuyết này thể thể hiện ở các điểm sau:

Thứ nhất, lợi thế về địa điểm (hay vị trí thực hiện hoạt động đầu tư) được thể hiện ở nơi hoạt động đầu tư có nguồn tài nguyên tự nhiên dồi dào, nguồn lao động sẵn có và giá rẻ, thuận tiện cho việc phát triển các quan hệ giao lưu kinh tế quốc tế, nhất là thương mại quốc tế... Lợi thế này có thể do chính sách thu hút đầu tư tạo ra nhờ sự kích thích của tự do thương mại như việc hình thành các khu công nghiệp tập trung, khu chế xuất, khu thương mại tự do, khu công nghệ cao với hệ thống sân bay, bến cảng được nâng cấp, các dịch vụ được

phát triển mạnh, đặc biệt là thương mại... Lợi thế về địa điểm có thể được xem xét cả góc độ kết hợp giữa các lợi thế do tự nhiên mang lại hoặc lợi thế được chính sách đầu tư tạo nên. Thực tế cho thấy, những vùng có địa điểm thuận lợi sẽ là nơi thu hút mạnh đầu tư nước ngoài như các nước của châu Á, trong đó có Việt nam là nơi có nguồn tài nguyên dồi dào, giá lao động rẻ và có tốc độ tăng trưởng cao, năng động nên đã trở thành khu vực dẫn đầu thế giới không chỉ hấp thu luồng hàng hóa dịch vụ, mà còn cả về thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Thứ hai, lợi thế về sở hữu (chủ yếu lợi thế về quyền sở hữu công nghiệp) là lợi thế của các loại tài sản, đặc biệt như lợi thế về sáng chế, bí quyết, kiểu dáng công nghiệp, tên gọi hàng hóa, các chương trình phần mềm máy tính hoặc các kỹ năng quản lý và nó chỉ được chuyển giao thông qua con đường thương mại. Ở đây, thương mại quốc tế trở thành kênh truyền dẫn đầu tư nhanh chóng. Lợi thế này được tạo ra nhờ chính sách bảo hộ sở hữu của chính phủ. Mỹ thường là nước dẫn đầu thế giới về hoạt động đầu tư ra nước ngoài cũng như thu hút đầu tư trực tiếp từ nước ngoài mà một trong số những lý do là thể chế bảo hộ cho các tài sản, đặc biệt là các sản phẩm thuộc quyền sở hữu trí tuệ cao. Ngoài ra, lợi thế về sở hữu còn được thể hiện ở việc chính phủ bảo hộ vốn và các tài sản thuộc quyền sở hữu hợp pháp của các nhà đầu tư nước ngoài. Cơ chế chính sách về vốn và các tài sản hợp pháp của nhà đầu tư không bị trưng dụng hoặc bị tịch thu bằng biện pháp quốc hữu hóa ở nước tiếp nhận đầu tư cũng là một lợi thế. Đây là lợi thế do nước tiếp nhận FDI tạo ra các chính sách cởi mở, ổn định bảo đảm cho nhà đầu tư yên tâm đầu tư lâu dài với số vốn đầu tư lớn và tự do kinh doanh theo pháp luật. Ngoài ra, lợi thế về sở hữu còn cho biết mức độ ảnh hưởng của các bên trong một dự án đầu tư. Những lợi thế này thuộc cả về nước đầu tư buôn bán và nước nhận đầu tư, trong đó có cả Mỹ và Việt nam. Do đó dòng FDI chỉ được khởi động khi các chính sách về thương mại, đầu tư được xây dựng đầy đủ và cởi mở. Đây là lợi thế do con người chủ động tạo ra.

Thứ ba, lợi thế về nội hóa các hoạt động sản xuất hoặc các giao dịch, trước hết được ưu tiên thực hiện giao dịch thương mại trong nội bộ công ty giữa

các chi nhánh hoặc thực hiện việc phân công và chuyên môn hóa trong việc tạo ra giá trị gia tăng giữa công ty mẹ và các công ty con. Lợi thế của cách tổ chức thực hiện sản phẩm và tăng giá trị sản phẩm này sẽ khắc phục được tình trạng tiến hành sản xuất làm ăn thua lỗ ở các chi nhánh nước ngoài, nâng cao hiệu quả kinh doanh tổng thể của công ty, khai thác được những lợi thế của hoạt động chuyển giá trị trong nội bộ, tránh được hàng rào thuế quan nên tiết kiệm được chi phí và giảm giá thành sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh. Lợi thế này còn được thể hiện ở công ty không phải phụ thuộc quá lớn vào bạn hàng, góp phần tăng mức độ chủ động của các công ty trong quá trình thực hiện chiến lược. Chủ nghĩa chiết trung khác với trường phái cận biên cho rằng, hoạt động đầu tư diễn ra là do sự khác biệt về giá trị sản phẩm cận biên của vốn đầu tư, hoặc một số quan điểm khác cho rằng hoạt động di chuyển vốn quốc tế diễn ra là do chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch vẫn còn tồn tại dưới nhiều hình thức khác nhau. Hoạt động đầu tư là nhằm tránh được các hàng rào ngăn cản sự vận động của luồng hàng hóa nhờ đầu tư chiếm lĩnh các thị trường trước khi luồng hàng hóa vận động. Hoặc cũng có quan điểm cho rằng, việc thực hiện đầu tư là để nhằm phân tán rủi ro (rủi ro về chính trị, kinh tế, tài chính, cạnh tranh...) hoặc tạo ra những lợi thế kinh tế mới nhờ mở rộng quy mô thị trường.

Lý thuyết chiết trung về đầu tư quốc tế của Dunning được coi là một trong những cơ sở quan trọng cho việc định hình chính sách thương mại quốc tế của Mỹ. Chính quyền Mỹ luôn coi trọng mục tiêu giành giật thị trường đầu tư ra nước ngoài thể hiện sâu sắc nhất ở việc giành giật ngôi thứ đứng đầu về xuất khẩu tư bản và hàng hóa trên thế giới.

CHUYÊN ĐỀ 2:

LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ

PGS.TS. Trần Quang Lâm

TS. Hoàng Hải

TS. Nguyễn Duy Quang

1. Khái quát về lịch sử hình thành và phát triển quan hệ thương mại Việt - Mỹ qua các thời kỳ

1.1. Quan hệ thương mại Việt - Mỹ thời kỳ trước năm 1954

Trong lịch sử, những cơ hội cho việc hình thành và phát triển quan hệ thương mại Việt - Mỹ đã xuất hiện rất sớm, chỉ ít năm sau khi Mỹ tuyên bố độc lập. Năm 1787, công sứ Mỹ tại Pháp, ông T. Jefferson- người, soạn thảo bản “Tuyên ngôn độc lập” cho G Washington đọc 1776, sau này trở thành Tổng thống thứ 13 của Mỹ, đã trình lên chính phủ Mỹ thời kỳ đó một bản báo cáo về thị trường lúa gạo Nam Kỳ của Việt Nam. Sau này, T. Jefferson có ý định thông qua một nhà thực vật học người Pháp tìm kiếm giống lúa của Nam kỳ đưa về trồng tại Mỹ, nhưng việc này không được thực hiện ngay. Từ năm 1799 và kéo dài 30 năm sau đó, một số thương thuyền của thương nhân Mỹ đã cập bến tại Nam Kỳ để bán dầu hỏa và một số sản phẩm công nghiệp, mua thóc giống, lụa và đường. Tên gọi Chiếu đèn Hoa Kỳ thấp bằng dầu hỏa thay thế đèn bát thấp bằng dầu thực, động vật vẫn còn ghi lại dấu ấn của quan hệ thương mại tự nhiên Việt – Mỹ đến tận ngày nay. Tuy nhiên, “quan hệ thương mại giữa hai nước chưa được thiết lập vì nhiều lý do khác nhau, đặc biệt là do những tư tưởng bài ngoại nổi lên rất mạnh trong thời kỳ này đã khiến cho giao thương của Việt Nam với các nước bên ngoài không có cơ hội phát triển”¹.

Trong lịch sử bang giao Việt- Mỹ còn ghi rõ Bùi Viện (1821-1882) một ông quan triều Nguyễn đã sang tận Mỹ gặp Tổng thống thứ 18 của nước Mỹ là Ulysses S. Grant (1869-1877) để thiết lập ngoại giao nhưng không thành, do các thủ tục ngoại giao không tương đồng. Sau 169 năm, kể từ khi G. Washington tuyên bố bản “Tuyên ngôn độc lập” tư tưởng ưu tú của nó đã được chủ tịch Hồ

¹ Công ty tư vấn đầu tư và chuyển giao công nghệ “Tìm hiểu Hoa Kỳ vì mục đích kinh doanh” NXB CTQG, H.2002, tr.194

Chí Minh trích dẫn để mở đầu bản “Tuyên ngôn độc lập” của Việt Nam vào năm 1945. Sự thật là trong cuộc cách mạng tháng tám năm 1945, Mỹ là quốc gia duy nhất đứng cạnh Việt minh với tư cách lực lượng đồng Minh chống phát xít.

Về phía Việt Nam, ngay sau cách mạng tháng tám thành công năm 1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã gửi nhiều bức thư, điện, công hàm cho Tổng thống Truman, chính phủ và bộ ngoại Mỹ, đề nghị công nhận nền độc lập của Việt Nam, ủng hộ Việt Nam gia nhập Liên Hiệp quốc. Nhưng chính quyền Mỹ thời đó không đáp lại thiện chí của nhà nước ta.

Năm 1946, Chủ tịch Hồ Minh đã cử Bộ trưởng Phạm Ngọc Thạch thay mặt chính phủ Việt Nam sang Thái Lan gặp đại diện chính phủ Mỹ. Không những khước từ các đề nghị của Việt Nam, mà trái lại, Mỹ dần dần dính líu sâu vào Việt Nam, rồi thế chân Pháp dựng lên các chính quyền thân Mỹ ở Nam Việt Nam nhằm chia cắt lâu dài đất nước ta, lôi kéo Nam Việt Nam và quỹ đạo ảnh hưởng, phụ thuộc vào Mỹ.

1.2. Quan hệ thương mại Việt - Mỹ thời kỳ 1954 - 1975

Trong giai đoạn này, Mỹ chỉ có quan hệ kinh tế, thương mại với chính quyền miền Nam Việt Nam. Mỹ là chỗ dựa của chính quyền miền Nam về quân sự và kinh tế, coi Việt Nam Dân chủ cộng hòa là kẻ thù. Mỹ luôn nhận thức rõ, Việt Nam có vị trí chiến lược về quân sự trong việc ngăn chặn ảnh hưởng của chủ nghĩa cộng sản đối với khu vực Đông Nam Á, do đó xây dựng chiến lược chiếm đóng miền Nam lâu dài. Để vực dậy nền kinh tế của miền Nam, Mỹ tăng cường quan hệ thương mại, viện trợ cho chính quyền Sài Gòn. Tổng giá trị viện trợ là 16.762 triệu USD và viện trợ kinh tế là 8.540 triệu USD. Đó là chỉ tính viện trợ theo *Đạo luật viện trợ nước ngoài của Mỹ* (US Foreign Assistance Act). Ngoài ra, còn có những khoản viện trợ quân sự lớn hơn nhiều theo *Đạo luật tương trợ an ninh* (Mutual Security Act) được dùng chủ yếu cho quân đội, cảnh sát, mua sắm súng đạn, phương tiện chiến tranh và chi cho các cuộc hành quân... Một phần viện trợ này được dùng để xây dựng các công trình phục vụ cả mục đích quân sự lẫn các hoạt động kinh tế như đường sá, cầu cống, bến cảng, sân bay... Tổng viện trợ kinh tế của Mỹ cho chính quyền miền Nam trong 21 năm, Từ 1954 đến 1975 lên tới hơn 540 tỷ USD. Số viện trợ này vượt xa số

viện trợ của Mỹ cho bất kỳ quốc gia và lãnh thổ nào trên thế giới trong thời kỳ khoảng hai ba chục năm sau chiến tranh thế giới thứ hai, kể cả so với Ixraen, Hàn Quốc và Đài Loan.

Về quan hệ thương mại, từ những năm 1950, Mỹ dần dần chi phối thị trường miền Nam Việt Nam thông qua viện trợ có điều kiện kết hợp với những biện pháp hành chính khác. Từ tháng 12 năm 1961, Mỹ đình chỉ việc cho phép chính quyền Sài Gòn dùng tiền viện trợ của Mỹ để nhập hàng hóa nước khác, tạo điều kiện để hàng hóa Mỹ ngày càng chi phối thị trường miền Nam Việt Nam. Đến 1973, hàng hóa Mỹ đã chiếm quá nửa số hàng nhập khẩu của miền Nam Việt Nam. Cũng vào thời gian này, Mỹ cho phép một số nước Đông Nam Á như Thái Lan, Philippines, Singapore cung cấp hàng nhu yếu phẩm cho quân đội Mỹ và quân đội Sài Gòn xâm nhập và chiếm lĩnh thị trường miền Nam. Từ đó biến nền kinh tế miền Nam Việt Nam thành nền kinh tế tiêu dùng phục vụ cho chiến tranh và phụ thuộc chặt chẽ vào Mỹ

1.3. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ thời kỳ từ 1975-1994

Mỹ bắt đầu cấm vận chống miền Bắc Việt Nam từ năm 1954 cho đến sau năm 1975. Khi Việt Nam được thống nhất, tuy không có văn bản chính thức, nhưng trên thực tế chính sách cấm vận này vẫn tiếp tục áp dụng với toàn bộ Việt Nam thống nhất. Cơ sở pháp lý của các chính sách này là dựa trên một số loại văn bản khác nhau: Trước hết là Đạo luật mở rộng các hiệp định thương mại (TAEA) được quốc hội Mỹ thông qua năm 1951, trong đó quy định không cấp quy chế MFN (nay là quy chế thương mại bình thường) cho các nước cộng sản và các nước xung đột vũ trang với Mỹ. Ngoài ra, còn có các luật và quy định khác, như quy chế kiểm soát các tài sản của nước ngoài (FACR), thực chất là quy chế cấm vận buôn bán và tu chính án Jackson-Vanik, do Quốc hội thông qua năm 1974

Chính sách cấm vận của Mỹ biểu hiện trên các mặt chủ yếu sau: 1) Cấm quan hệ đi lại, giao lưu của công dân hai nước; 2) cấm các hoạt động kinh doanh, buôn bán và đầu tư của doanh nhân hai nước; 3) Trừng phạt các công ty nước thứ ba có quan hệ kinh doanh với Mỹ nhưng lại kinh doanh với Việt Nam;

4) Phong tỏa các tài sản của Việt Nam tại các ngân hàng Mỹ; và 5) Ngăn cản các tổ chức tài chính quốc tế như WB, IMF, ADB cho Việt Nam vay vốn.

Với những chính sách như vậy, quan hệ thương mại Việt- Mỹ đã trải qua một thời kỳ bế tắc, gây thiệt hại lớn cho cả hai phía. Trong đó, Việt Nam là nước chịu thiệt thòi hơn, bởi ngoài Mỹ ra, các đồng minh và đối tác của Mỹ khi quan hệ với Việt Nam buộc phải đặt lên bàn cân lợi ích khi lựa chọn giữa Mỹ và Việt Nam. Hầu hết các trường hợp, thường Mỹ là đối tượng lựa chọn thương mại của họ. Điều này đã ngăn cản mối quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước, đặc biệt là các nước có thị trường lớn như Nhật Bản, EU, Úc, Cũng như các nước ASEAN trước khi Việt Nam gia nhập khối kinh tế này

1.4 Quan hệ thương mại Việt – Mỹ. Thời kỳ từ 1994 đến nay

Trong giai đoạn này, quan hệ ngoại giao, kinh tế và thương mại giữa Việt- Mỹ đã được chính thức thiết lập và có bước phát triển nhanh chóng. Động thái mới này xuất phát từ các sức ép lợi ích và xu hướng mới diễn ra ở khu vực Châu Á-Thái Bình Dương: *Một là*, sự bành chướng mạnh mẽ của của Nhật Bản và NICs ở Châu Á cùng với sự phát triển nhanh chóng của Trung Quốc đã làm cho Mỹ phải lo ngại và tìm cách củng cố vai trò của mình tại khu vực. *Hai là*, chính sách mở cửa và đổi mới của Việt Nam đã làm cho lợi ích của cả hai phía từng bước xích lại gần nhau. Mỹ kỳ vọng ở Việt Nam - một thành viên ASEAN, đầy năng động và triển vọng phát triển – một thị trường rộng lớn với hơn 80 triệu dân, giàu tài nguyên và giá công nhân rẻ. *Ba là*, chính sách của các chính phủ Mỹ đã dựa trên nguyên tắc thực dụng, tức là đặt lợi ích của nước Mỹ trước hết là lợi của các công ty Mỹ, lên trên hết. Không có lý gì để các công ty của Mỹ đứng ngoài nhìn các công ty Nhật Bản, EU chiếm lĩnh và khai thác thị trường Việt Nam trong khi Việt Nam không hề đe dọa lợi ích của nước Mỹ. Do đó, việc không thiết lập quan hệ với Việt Nam, Mỹ đã tự làm giảm vai trò của mình trong khu vực và ngăn cản các công ty Mỹ chiếm lĩnh các không gian lợi ích chính đáng ở quốc gia giàu tiềm năng này.

Về phần mình, Việt Nam cũng mong muốn tiếp cận thị trường rộng lớn của Mỹ, tiếp thu nguồn vốn đầu tư kỹ thuật, công nghệ nguồn, những kinh nghiệm quản lý hiện đại của Mỹ. Hơn nữa, việc thiết lập quan hệ với Mỹ cũng

là một biện pháp thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam hội nhập với nền kinh tế thế giới và củng cố vị thế của quốc gia.

Với những lý do trên, việc bình thường hóa quan hệ Việt - Mỹ trở thành nhu cầu từ cả hai phía và đã được hình thành ngay từ đầu năm 1990 với những bước đi chậm chạp và thận trọng.

-Tháng 4/1991, chính quyền G.Bush đã đề ra lộ trình bốn bước nhằm tiến tới bình thường hóa quan hệ hai nước.

-Tháng 2/1994, Tổng thống Bill Clinton đã bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam, cho phép các doanh nghiệp Mỹ tiến hành các giao dịch tài chính, thương mại đối với Việt Nam và cho phép thiết lập các văn phòng ngoại giao tại Washington và Hà Nội.

-Tháng 7/1995, Tổng Thống Bill Clinton đã thông báo hai nước sẽ thiết lập quan hệ ngoại giao ở cấp đại sứ .

-Tháng 5/1996, Tổng Thống Bill Clinton đã tuyên bố chấm dứt quy chế chiến sự đối với Việt Nam và chính thức đề nghị cử P. Peterson làm đại sứ Hoa Kỳ đầu tiên tại Hà Nội.

- Tháng 3/1998, Tổng Thống Bill Clinton tuyên bố miễn áp dụng Tu chính án Jackson – Vanik đối với Việt Nam. Quyết định này đồng nghĩa với việc tạo điều kiện cho các cơ quan chính phủ như ngân hàng xuất nhập khẩu (EXIMBANK), Công ty đầu tư tư nhân hải ngoại (OPIC), cơ quan phát triển quốc tế (TDA)...được phép hoạt động và hỗ trợ cho các công ty Mỹ làm ăn tại Việt Nam để thúc đẩy quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước.

- Ngày 14/7/2000: tại Washington D.C, đại diện hai nước ký hiệp định thương mại song phương sau nhiều vòng đàm phán.

Thượng viện Mỹ thông qua ngày 18/10/2001, được Tổng Thống Bush và Chủ tịch nước Trần Đức Lương ký phê chuẩn ngày 7/12/2001.

- Từ ngày 16/đến ngày 19/11/2000, Tổng Thống Mỹ Bill Clinton thăm chính thức Việt Nam.

- Ngày 10/12/2001, Bộ trưởng thương mại Việt Nam Vũ Khoan và đại diện thương mại Mỹ Rober Zoellick trao đổi thư phê chuẩn của chính phủ hai

nước và hiệp định thương mại mở ra thời kỳ mới bình thường hóa hoàn toàn quan hệ hai nước và đáp ứng nguyện vọng của cả hai phía .

- Từ 19 đến 22/6/2005, Thủ Tướng Phan Văn Khải thăm Mỹ. Hai bên đã ra Tuyên bố chung khẳng định mong muốn xây dựng quan hệ hữu nghị, hợp tác nhiều mặt, ổn định, lâu dài.

- Từ 17 đến 20/11/2006 : Tổng Thống George W.Bush thăm chính thức Việt Nam nhân dịp tham dự Hội nghị APEC.

1.5 Quan hệ thương mại Việt- Mỹ Sau khi Việt Nam gia nhập WTO

Quan hệ thương mại Việt- Mỹ thời kỳ này bước sang một giai đoạn phát triển năng động chưa từng thấy trong quan hệ hai nước.

Sau hơn một thập kỷ, kể từ khi hai nước Việt – Mỹ thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức, đây là khoảng thời gian không dài so với thời gian hai nước có những cọ sát tiếp xúc và hiểu biết về nhau trong lịch sử. Song đây là thời kỳ phát triển nhanh chóng và khá năng động giữa hai quốc gia vốn ở hai bên chiến tuyến.

Cả Việt Nam và Mỹ đều nỗ lực mở rộng quan hệ hợp tác trong nhiều lĩnh vực: Từ những hợp tác nhỏ, bó hẹp trong những vấn đề nhân đạo, đã phát triển sang những vấn đề y tế, giáo dục, chính trị, quốc phòng, chống khủng bố, ma túy, tội phạm xuyên quốc gia và đặc biệt là quan hệ thương mại và đầu tư phát triển vượt bậc.

Trong quan hệ hợp tác kinh tế giữa hai nước, thương mại luôn là lĩnh vực trọng tâm và cũng là lĩnh vực đạt nhiều kết quả tích cực nhất. Kể từ khi Hiệp định Thương mại Việt – Mỹ được ký kết vào tháng 7/2000 và có hiệu lực vào tháng 12/2001 đã tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại và đầu tư giữa hai nước liên tục phát triển đến các tầm cao mới:

Kim ngạch buôn bán hai chiều năm 2005 đạt 8,7 tỷ USD, tăng gấp 5 lần gấp 5 lần so với năm 2001 (1,5 tỷ USD). Từ PRWEB đánh giá: Năm 2007, tổng giá trị giao dịch thương mại song phương có thể đạt 12 tỷ đô la, tăng gấp 7 lần kể từ khi hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Mỹ có hiệu lực. Ông Muessel chủ tịch phòng thương mại Mỹ tại Việt Nam nhấn mạnh: “*Chúng tôi*

rất vui mừng trước thực tế quan hệ hợp tác giữa hai chính phủ cũng như mối quan hệ thương mại đầu tư giữa Mỹ và Việt Nam đang có những bước cải thiện đáng kể”.

Đầu tư của Mỹ vào Việt Nam chỉ tính đến tháng 4/2007 đã đạt hơn 2,3 tỷ USD, xếp thứ 8 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ nước ngoài đầu tư vào Việt Nam (nếu tính cả đầu tư qua nước thứ 3 đạt khoảng 4,3 tỷ USD). Hiện có hơn 1.000 doanh nghiệp Mỹ đang hoạt động tại Việt Nam.

Trong chuyến thăm Việt Nam của Tổng Thống Mỹ George Bush vào tháng 11/2006, hai bên đã ra tuyên bố chung, trong đó khẳng định quyết tâm xây dựng bảo đảm cho quan hệ song phương ổn định có nền tảng vững chắc và được tiến hành trên cơ sở bình đẳng về chủ quyền và cùng có lợi.

Hoạt động thương mại hai chiều cũng như đầu tư của Mỹ vào Việt Nam sẽ còn tăng mạnh. Vì Tổng Thống Mỹ George Bush đã ký ban hành đạo luật thiết lập quy chế quan hệ thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) với Việt Nam hồi tháng 12/2006 và trước đó Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên tổ chức Thương mại thế giới (WTO).

Quan hệ thương mại Việt-Mỹ ngày càng được củng cố và phát triển được hiện thực hóa qua các chuyến thăm viếng của các nguyên thủ quốc gia. Nhân chuyến thăm Mỹ của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết, ngày 21/5/2007 lễ ký kết Hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA) giữa hai nước Việt- Mỹ đã được tiến hành tạo điều kiện cho những thỏa thuận về tự do thương mại giữa hai quốc gia có được khung pháp lý vững chắc;

Theo bà Virginia B.Foote- người sáng lập và là chủ tịch Hội đồng Thương mại Mỹ -Việt, thì TIFA giống như một thỏa thuận song phương giữa Việt Nam và Mỹ về cơ chế để làm sao cho vấn đề thương mại giữa hai quốc gia được thông suốt. Theo đó, hai bên sẽ có chương trình làm việc, trao đổi trực tiếp với nhau một vài lần trong năm nhằm khai thông những trở ngại về thương mại và đầu tư giữa hai nước.

Trước đó, tại phiên họp của ủy ban hỗn hợp Việt – Mỹ diễn ra trong hai ngày 18-19/6/2007, tại thủ đô Washington cũng đã thành công tốt đẹp. Đây là phiên họp hàng năm để hai bên cùng đánh giá toàn diện quá trình hợp tác kinh

tế, thương mại, đầu tư song phương năm 2006 - 2007 và tổng hợp 5 năm (2001-2006) thực thi BTA.

Hai bên đã nhất trí cho rằng, BTA là một hiệp định thành công của cả hai quốc gia Việt Nam và Mỹ. Thông qua việc thực thi BTA, kim ngạch thương mại song phương năm 2006 đạt 9,7tỷ USD và tăng 8 lần so với trước khi ký BTA (năm 2001).

Trong thời gian chủ tịch Nguyễn Minh Triết thăm Mỹ, tờ Washington Post-tờ báo có số phát hành lớn nhất ở Mỹ ngày 21/6/2007 đã đăng bức thư có chữ ký của chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết nói về quan hệ Việt Mỹ. Trong đó ông khẳng định: *“Mặc dù hai nước cách xa nhau về địa lý, nhưng Việt Nam và Hoa Kỳ có lịch sử quan hệ gần như từ khi nước Mỹ ra đời. Năm 1787, ông Thomas Jefferson (người sau đó năm 1801 lên làm Tổng Thống thứ ba của Mỹ) đã tìm cách có giống lúa từ Việt Nam về gieo trồng tại trang trại của ông ở bang Virginia và Bản Tuyên ngôn Độc lập của nước Việt Nam được mở đầu với câu nói bất hủ của ông Jefferson : “Mọi người được sinh ra bình đẳng, họ được Đấng tối cao ban cho các quyền bất khả xâm phạm, trong đó có quyền sống, quyền tự do và quyền mưu cầu hạnh phúc”.*

Quan hệ giữa hai nước đã trải qua một quá khứ tăng trầm và đáng buồn, song vì cả lợi ích trước mắt và lâu dài của Việt Nam và Mỹ phải nỗ lực cùng nhau xây dựng một tương trình trong lịch sử giữa hai nước. Với Việt Nam, Mỹ sẽ luôn luôn là một đối tác quan trọng, đó là điều chắc chắn.

Sau rất nhiều năm, những cơ hội chưa từng có hiện đang mở ra để hai nước Việt- Mỹ cùng nhau xây dựng một mối quan hệ ngày càng hiệu quả và bền vững. Các mối quan hệ song phương phản ánh những quan tâm chung của hai quốc gia, như vấn đề thương mại, văn hóa, khoa học kỹ thuật và công nghệ, giáo dục, hòa bình và ổn định khu vực, chống khủng bố, ngăn chặn phổ biến các loại vũ khí hủy diệt,giúp đỡ nhân đạo để đấu tranh chống căn bệnh HIV/AIDS, cúm gia cầm và những vết thương chiến tranh vẫn còn dai dẳng.

Sau 4 tháng kể từ khi chủ tịch Nguyễn Minh Triết thăm Mỹ và đúng một năm kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO, lần đầu tiên một phái đoàn 23 doanh

ngiệp Mỹ do bộ trưởng thương mại Carlos Gutierrez dẫn đầu đã đến tìm kiếm cơ hội kinh doanh và đầu tư vào Việt Nam.

Phát biểu trước chuyến thăm, Bộ trưởng Carlos M. Grutierrez nói: *“Việt Nam là một nền kinh tế đang phát triển với rất nhiều cơ hội tốt cho các nhà sản xuất doanh nghiệp và người lao động Mỹ. Những công ty đến Việt Nam, lần này sẽ có các cuộc tiếp xúc quan trọng và thu thập thông tin giúp họ phát triển thị trường ở Việt Nam, tăng xuất khẩu và tạo ra các cơ hội việc làm có thu nhập cao hơn cho người lao động Mỹ”*.

Trong một thông báo từ Đại sứ quán Mỹ còn cho biết, các công ty tham gia phái đoàn đại diện cho các ngành tiêu biểu và đa dạng của Mỹ. Họ có mối quan tâm đặc biệt đến việc kinh doanh tại Việt Nam.

Hiện Việt Nam là một trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất thế giới, do đó phái đoàn phát triển kinh doanh sẽ tìm kiếm cơ hội mở rộng thị phần cho các công ty Mỹ đang làm ăn tại Việt Nam. Phái đoàn của Bộ trưởng thương mại Carlos M. Grutierrez có mục đích tăng cường hơn nữa quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và Mỹ sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

Hãng tin AFP nhận định: *“Quan hệ thương mại giữa Mỹ và Việt Nam trong những năm gần đây đã có nhiều cải thiện đáng kể và trước vị thế mới của Việt Nam trên trường quốc tế khi trở thành viên chính thức của WTO cũng như tốc độ tăng trưởng kinh tế thần kỳ, mối quan hệ này sẽ ngày càng được thắt chặt”*.

Quan hệ kinh tế - thương mại là lĩnh vực có bước phát triển nhanh và ấn tượng trong quan hệ Việt – Mỹ. Qua 6 năm triển khai Hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ (BTA), kim ngạch thương mại hai chiều đã tăng từ mức 1,4 tỷ USD năm 2001 lên 9,7 tỷ USD năm 2006. Kể từ năm 2003, Hoa Kỳ đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam năm 2007, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ lên tới 10 tỷ USD.

Đến cuối năm 2007, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đạt hơn 2,6 tỷ USD, nếu tính qua nước thứ 3 con số này đạt khoảng 5,2 tỷ USD, chỉ tính riêng 9 tháng đầu năm 2007, Mỹ đã có 41 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng giá trị lên 215 triệu USD được chính phủ Việt Nam phê duyệt.

CHUYÊN ĐỀ 3:

QUÁ TRÌNH THỂ CHẾ HÓA QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT MỸ VÀ SỰ TÁC ĐỘNG CỦA NÓ TỚI NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

PGS.TS.Trần Quang Lâm

Quan hệ thương mại là một trong các mối quan hệ kinh tế chủ yếu, nó không chỉ phản ánh lợi ích kinh tế của các chủ thể tồn tại trong nền kinh tế thị trường, kể cả các quan hệ kinh tế giữa các quốc gia, mà còn phản ánh nguyện vọng ý chí của mỗi nước trong mỗi giao tiếp về kinh tế. Mỗi quan hệ về lợi ích giữa các chủ thể kinh tế có thể diễn ra một cách tự phát và chỉ tuân theo các nguyên tắc do quy luật thị trường chi phối. Song quan hệ lợi ích thông qua hoạt động mua- bán, trao đổi các sản phẩm của lao động, cho dù các sản phẩm đó tồn tại dưới hình thức các yếu tố đầu vào hay đầu ra của quá trình sản xuất, muốn được củng cố và duy trì vững chắc bao giờ cũng phải được thể chế hóa thông qua các hiệp định và biểu hiện ở các chính sách điều chỉnh trực tiếp sự vận động của các quá trình kinh tế giữa hai quốc gia. Trong các chính sách kinh tế, thể hiện tập trung nhất chí và nguyện vọng của các nước ở một hệ thống các nguyên tắc ứng xử và được hoạch định thành các điều khoản chặt chẽ. Quan hệ thương mại Việt- Mỹ cũng vậy, nó không thể không dựa trên các nguyên tắc được hoạch định ngay từ đầu khi thiết lập các quan hệ thương mại. Sự tiến triển của các chính sách thương mại phản ánh các quan hệ giao thương có thể diễn ra từ từ từng bước trên cơ sở thúc đẩy và yêu cầu mở rộng các quan hệ thương mại đang diễn ra trong thực tiễn. Song những nguyên tắc phải là nhất quán và không thay đổi lớn. Thông thương nó được xác lập dựa trên các chuẩn mực quốc tế đã được hầu hết các quốc gia thừa nhận và thực hiện đồng thời cũng phản ánh mối quan hệ kinh tế đặc thù của hai nước. Để mỗi quan hệ thương mại Việt - Mỹ được tiến triển vững chắc, chúng phải được xác lập trên các nguyên tắc cơ bản và nhất quán thể hiện rõ ý chí, nguyện vọng của hai bên, ở các điểm dưới đây.

1. Các nguyên tắc cơ bản của hai phía được xác lập trong quan hệ thương mại Việt-Mỹ.

* *Về phía Mỹ*: Nguyên tắc cơ bản được Mỹ yêu cầu xác lập trong thể chế hóa quan hệ thương mại với Việt Nam; thể hiện ở những điểm sau: 1) Hàng hóa nhập khẩu của Mỹ vào Việt Nam phải được hưởng đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc; 2) Các công ty Mỹ được quyền kinh doanh xuất nhập khẩu trên cơ sở không phân biệt đối xử; 3) Việt Nam phải đảm bảo tính minh bạch và hiệu lực thi hành của hệ thống luật pháp, chính sách ở tất cả các cấp chính quyền trung ương và địa phương ; và 4) Các công ty Mỹ được quyền khiếu kiện và giải quyết tranh chấp phù hợp với thông lệ và tập quán quốc tế.

Những nguyên tắc trên được cụ thể hóa trong từng lĩnh vực như:

-*Về thương mại hàng hóa*: Mỹ đề nghị Việt Nam: 1) Từng bước giảm, tiến tới xóa bỏ hoàn toàn các hạn chế về định lượng đối với hàng hóa nhập khẩu của Mỹ phù hợp với quy định của GATT/WTO; 2) Giảm thuế nhập khẩu đối với các nhóm mặt hàng mà Mỹ quan tâm; và 3) Áp dụng nguyên tắc xác định giá trị hải quan, chế độ phụ thu phí, lệ phí đối với hàng hóa xuất nhập khẩu, quản lý ngoại hối, chuyển tiền, các biện pháp vệ sinh dịch tễ và các hàng rào kỹ thuật khác đối với thương mại ...phù hợp với nguyên tắc của GATT/WTO.

-*Về quyền sở hữu trí tuệ*: Mỹ mong Việt Nam bảo hộ và thi hành quyền sở hữu trí tuệ phù hợp với những nguyên tắc của hiệp định về các khía cạnh của quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPs).

-*Về thương mại dịch vụ*: Mỹ đề nghị Việt Nam mở cửa và dành đối xử quốc gia cho các nhà cung cấp dịch vụ Mỹ trong một số ngành quan trọng như: ngân hàng, bảo hiểm, viễn thông, dịch vụ kinh doanh, dịch vụ phân phối...theo những nguyên tắc của hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS).

-*Về đầu tư*: Việt Nam phải đảm bảo tính minh bạch, công khai của toàn bộ hệ thống pháp luật, chính sách liên quan đến đầu tư nước ngoài; mở cửa các lĩnh vực đầu tư ; áp dụng đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc cho nhà đầu tư Mỹ, trừ một số ít ngoại lệ; xóa bỏ chế độ cấp giấy phép đầu tư nước ngoài và những hạn chế đối việc tuyển dụng nhân viên quản lý, kỹ thuật nước ngoài; áp dụng cơ chế giải quyết tranh chấp phù hợp với công ước Washington năm 1965 về giải quyết tranh chấp đầu tư giữa Nhà nước và công dân của nhà nước khác (Công ước ICSID)...

Như vậy, những nguyên tắc mà Mỹ đặt ra trong phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước nói chung và đàm phán Hiệp định thương mại song phương nói riêng đều rất cụ thể dựa trên nền tảng của WTO, nhưng đã mở rộng phạm vi ở một số quy định của tổ chức này, đặc biệt là những quy định về phát triển quan hệ đầu tư. Trên thực tế, các yêu cầu của Mỹ về vấn đề này tương tự như những tiêu chuẩn của Hiệp định song phương đầu tư hoàn chỉnh mà Mỹ đã ký với các nước, đồng thời đi quá xa so với hiệp định của WTO về các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (Hiệp định TRIM). Ngoài ra, việc đưa vào Hiệp định thương mại các quy định về đầu tư, dịch vụ và quyền sở hữu trí tuệ đã thể hiện rõ nét quan điểm của Mỹ trong việc giải quyết tổng thể vấn đề phát triển quan hệ kinh tế - thương mại toàn diện với Việt Nam. Thông qua đó, Mỹ mong muốn đánh đổi lợi ích mở cửa thị trường cho hàng hóa Việt Nam bằng việc tiếp cận một cách đầy đủ và có hiệu quả nhất thị trường đầu tư, dịch vụ của nước ta.

* *Về phía Việt Nam:* Nguyên tắc cơ bản của Việt Nam được xác lập trong quan hệ thương mại với Mỹ thể hiện nổi bật ở các điểm sau : 1) Tôn trọng độc lập, chủ quyền quốc gia, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, bình đẳng và cùng có lợi; 2) Việc Mỹ dành cho Việt Nam quy chế đối xử tối huệ quốc không chỉ đem lợi ích cho Việt Nam, mà còn là lợi ích của Mỹ và các công ty Mỹ; 3) Việt Nam tôn trọng luật lệ và tập quán quốc tế, sẽ từng bước điều chỉnh, bổ sung các luật lệ, cơ chế của mình theo hướng phù hợp với mức độ phát triển của nền kinh tế, hoàn cảnh và điều kiện của Việt Nam; 4) Việt Nam chấp nhận tuân thủ những quy định của GATT/WTO, sẽ thực hiện từng bước theo sự phát triển của nền kinh tế. Tuy nhiên, trình độ phát triển kinh tế của Việt Nam còn rất thấp, lại bị chiến tranh tàn phá nặng nề; do đó Việt Nam có quyền được hưởng sự hỗ trợ của các nước phát triển, trong đó có Mỹ. Nội dung của hiệp định phải thể hiện và đáp ứng yêu cầu đó thì mới đảm bảo tính khả thi cao của nó; và 5) Hệ thống pháp luật của hai nước còn có nhiều khác biệt. Việt Nam mới chỉ ở giai đoạn đầu của tiến trình hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Do đó, Việt Nam phải được đối xử như một nước có nền

kinh tế đang chuyển đổi, cần có lộ trình thích hợp để thực hiện các cam kết theo Hiệp định này.

Với 5 nguyên tắc cơ bản trên, Việt Nam mong muốn phát triển quan hệ kinh tế nói chung và quan hệ thương mại nói riêng với Mỹ trên cơ sở cần được đối xử bình đẳng, cùng có lợi, có tính đến trình độ phát triển kinh tế còn thấp và đang trong quá trình chuyển đổi của mình. Hơn nữa, những nguyên tắc này thể hiện rõ nét quyết tâm của Việt Nam trong việc hội nhập sâu rộng hơn vào nền kinh tế khu vực và thế giới

2. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ chuyển sang các ràng buộc pháp lý phổ quát, ổn định.

Trong lịch sử, việc thiết lập các mối quan hệ quốc tế, kể cả các quan hệ kinh tế nói chung đến quan hệ cụ thể như thương mại và đầu tư, đều được xác lập từng bước trên cơ sở hiểu biết và dựa trên nguyên tắc xuyên suốt là đôi bên cùng có lợi. Thông thường khi mới xác lập các quan hệ đối tác Kinh tế thì lợi ích chính trị và ngoại giao được đặt lên hàng đầu, tuy nhiên để các quan hệ này ngày càng phát triển và ổn định bao giờ cũng là quan hệ cùng có lợi và phải đi đến các ký kết ràng buộc pháp lý. Trong đó, những ràng buộc phổ quát có tính quy chuẩn được quốc tế thừa nhận là những ràng buộc ổn định và tồn tại lâu dài nhất. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ cũng không có ngoại lệ. Nếu bỏ qua các tiếp xúc ngoại giao thông thường, chỉ xét các quan hệ liên quan trực tiếp đến việc thúc đẩy sự phát triển thương mại và đầu tư, thì có hai dấu mốc quan trọng nhất trong tiến trình phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ:

** Mốc thứ nhất là, hủy bỏ lệnh cấm vận thương mại của Mỹ đối với Việt Nam và tạo điều kiện vật chất cho phát triển mối quan hệ này*

- Ngày 3/2/1994, Tổng Thống Mỹ B.Clinton tuyên bố hủy bỏ cấm vận thương mại với Việt Nam. Đây là quyết định mở đường để tháng 10/ 1995 Bộ trưởng ngoại giao Việt Nam và đại diện thương mại Mỹ thỏa thuận hai bên tập trung thúc đẩy quan hệ kinh tế thương mại và chuẩn bị đàm phán Hiệp định thương mại song phương.

Để hiện thực hóa các thỏa thuận có tính khai thông mọi quan hệ thương mại giữa hai nước đồng thời tạo lập điều kiện vật chất, đặc biệt là điều kiện tài

chính, cho việc hiện thực hóa các quan hệ này thành một hiệp định thì hoạt động của các ngân hàng phải được thực hiện trước.

- Ngày 9/12/1998, tại Hà Nội, Phó chủ tịch Ngân hàng Xuất nhập khẩu Mỹ (Exim Bank), Jackie Clegg đã ký với Chính phủ Việt Nam *Văn kiện thứ nhất* khung quy định bảo lãnh của chính phủ Việt Nam và Mỹ cho các doanh nghiệp Việt Nam mua hàng hóa các dịch vụ từ Mỹ thông qua hỗ trợ của ngân hàng Eximbank. Ví dụ, các loại hàng hóa là tư liệu sản xuất như thiết bị tạo điện năng, giao thông vận tải, truyền thông có thể được ngân hàng Eximbank cấp tín dụng trung hạn, bảo đảm. *Văn kiện thứ hai* quy định cơ chế hỗ trợ và tạo thuận lợi cho các dự án giao dịch tài chính tại Việt Nam. Văn kiện này được ký kết nhằm đảm bảo cho việc thanh toán trong trường hợp không có đảm bảo từ phía chính phủ.

Việc ký kết hai thỏa thuận nói trên nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ, sử dụng các chương trình trợ giúp của Eximbank để đảm bảo cho các nhà xuất khẩu và người vay tài chính của Việt Nam trước những rủi ro về chính trị và thương mại. Ngoài ra, ký kết các thỏa thuận này còn giúp các doanh nghiệp Mỹ cạnh tranh bình đẳng với các nhà xuất khẩu khác vào Việt Nam, tránh được những rào cản thuế quan và phi quan thuế khi chưa có một hiệp định chính thức và chi tiết giữa hai bên về thương mại và đầu tư.

*** Mốc thứ hai là Ký kết chính thức hiệp định thương mại song phương Việt-t Mỹ**

Hiệp định thương mại Việt – Mỹ được ký kết ngày 13 tháng 7 năm 2000 và chính thức có hiệu lực từ ngày 10 tháng 12 năm 2001. Bằng việc ký kết và đưa vào thực thi Hiệp định này, hai nước đã hoàn tất tiến trình bình thường hóa quan hệ kinh tế để bước vào thời kỳ đẩy mạnh phát triển quan hệ thương mại trên nguyên tắc “*bình đẳng, cùng có lợi, tôn trọng độc lập, chủ quyền của nhau, có tính đến thực tế Việt Nam là nước đang phát triển ở trình độ thấp, đang trong quá trình chuyển đổi kinh tế và hội nhập vào nền kinh tế khu vực cũng như thế giới*”¹ Đây là Hiệp định thương mại song phương mang tính lịch sử, trong đó phản ánh quá trình thương thuyết kéo dài 4 năm để đi đến bình thường

¹ Hiệp định thương mại Việt nam – Hoa kỳ, NXBCT QG.H. 2001tr1

hóa quan hệ thương mại. Dựa trên các nguyên tắc của hiệp định đã hình thành giữa Việt Nam và Mỹ, mối quan hệ thương mại bình thường đã được luật hóa. Theo đó, quan hệ thương mại giữa Mỹ và Việt Nam đã áp dụng theo với mức mà Mỹ áp dụng hàng hóa nhập khẩu từ hầu hết các nước khác. Đồng thời Hiệp định cũng tạo điều kiện thuận lợi hơn để Việt Nam thúc đẩy quá trình cải cách kinh tế toàn diện. Nó đã thực sự tạo ra các cơ hội đầu tư cho các công ty của cả Mỹ và Việt Nam chiếm lĩnh và khai thác thị trường của nhau và Mỹ cũng đặt nền móng cho một mối quan hệ mới của Mỹ với Việt Nam. Theo luật của Mỹ, để có được quan hệ thương mại bình thường, Hiệp định thương mại Mỹ-Việt chỉ được hoàn tất khi được quốc hội hai nước thông qua. Muốn vậy, Tổng Thống Mỹ phải “khước từ” điều khoản Jackson – Vanik, tức là Việt Nam sẽ phải đạt được tiến bộ đầy đủ về vấn đề dân chủ, tự do. Tiếp đến Hiệp định phải được sự phê chuẩn tiếp theo của Quốc hội hai nước. Từ đó Việt Nam mới đạt được quan hệ thương mại bình thường với Mỹ.

Đối với Việt Nam, trên cơ sở thực tiễn quan hệ hai nước từ khi bình thường hóa đến nay, chính sách của chính quyền mới của Mỹ hầu như tiếp tục đường lối của người tiền nhiệm. Song, Việt Nam được đặt lên bàn cân chiến lược, khi Mỹ phải đối mặt với sự “cạnh tranh” từ phía Trung Quốc, một láng giềng mạnh của Việt Nam. Tuy nhiên, với sự cân trọng đủ mức, Mỹ đã tránh không làm cho quan hệ của Việt Nam với các nước láng giềng trong khu vực xấu đi. Trên thực tế cả Tổng thống Clinton trước kia và Bush ngày nay đều ủng hộ quan điểm cần mở rộng quan hệ trao đổi thương mại với Việt Nam giúp thúc đẩy “cải cách kinh tế và chính trị” ở đây. Tổng thống Bush đã nêu ra ý tưởng: Để nâng cao tính dân chủ, nhân quyền cũng như điều kiện sống và làm việc của dân cư Việt Nam, Mỹ không nên áp dụng các lệnh cấm vận thương mại đơn phương, mà thay vào đó là các hiệp định hợp tác đa phương. Do đó, tháng 6/2001, Ông đã ký bản công bố 7749 và chuyển Hiệp định thương mại song phương cho Quốc hội phê chuẩn. Trong bản công bố này, Tổng thống đã yêu cầu Cơ quan đại diện Thương mại Mỹ (USTR) cần quan tâm đến thời hạn hiệu lực của hiệp định. Chính vì vậy, đến tháng 10 và tháng 12/2001. Mỹ và Việt Nam đã phê chuẩn và trao đổi nghị định thư về việc chấp nhận và áp dụng Hiệp

định. Sự điều chỉnh mối quan hệ thương mại Việt - Mỹ thể hiện một cách rõ nét nhất chính ở việc ký kết và phê chuẩn Hiệp định đó.

Do nội dung Hiệp định được xây dựng trên cơ sở những nguyên tắc cơ bản của WTO, nên nó không chỉ điều chỉnh quan hệ thương mại hàng hóa, mà còn bao gồm cả các quy định về thương mại dịch vụ, sở hữu trí tuệ và đầu tư. Ngoài những nguyên tắc đặc thù của hai bên đưa ra, Hiệp định còn tuân theo những nguyên tắc quan trọng của WTO về thuận lợi hóa kinh doanh, minh bạch hóa hành chính, giải quyết tranh chấp... cũng được áp dụng để điều chỉnh quan hệ giữa hai nước trong cả 4 lĩnh vực nói trên. So với các Hiệp định thương mại song phương mà Việt Nam đã ký kết với 81 nước và vùng lãnh thổ trước đó, thì đây là Hiệp định có phạm vi điều chỉnh rộng và mức độ cam kết cao nhất.

Hiệp định bao gồm các điều khoản chủ yếu sau :

*** Thứ nhất, về thương mại hàng hóa:**

Hai bên thỏa thuận dành cho nhau quy chế “*quan hệ thương mại bình thường – NTR*” (hay còn gọi là quy chế đối xử tối huệ quốc – MFN) . Theo đó hàng hóa của Việt Nam nhập khẩu vào Mỹ sẽ được hưởng sự đối xử không kém thuận lợi hơn sự đối xử mà Mỹ dành cho hàng hóa nhập khẩu từ bất kỳ nước thứ ba nào. Đáp lại, Việt Nam cũng dành cho hàng hóa của Mỹ sự đối xử tương tự.

- *Đối với Việt Nam:* Trong vòng từ 3 - 6 năm, sẽ giảm và giữ nguyên thuế xuất 244 mặt hàng theo danh mục nhập khẩu từ Mỹ với mức giảm bình quân từ 35% xuống còn 26%, trong đó 20% là các mặt hàng công nghiệp, 80% là các mặt hàng nông nghiệp. Chế độ phụ thu và thu chênh lệch giá đối với tất cả các mặt hàng nhập khẩu cũng được loại bỏ ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, trừ các mặt hàng sắt thép (được loại bỏ sau 3 năm). Hệ thống phí và lệ phí liên quan đến xuất khẩu được duy trì ở mức ngang bằng với chi phí cung cấp dịch vụ sau 2 năm. Thủ tục xác định giá hải quan để tính thuế nhập khẩu được áp dụng phù hợp với những nguyên tắc của Hiệp định về trị hải quan của GATT. Ngoài ra, sau một năm, Việt Nam cam kết áp dụng Biểu thuế theo Danh mục hài hòa (HS) của tổ chức Hải quan thế giới.

- *Đối với Mỹ:* Ngay sau ngày Hiệp định có hiệu lực, Mỹ sẽ áp dụng mức thuế suất tối huệ quốc đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam (trung bình

khoảng 3%), thấp hơn nhiều so với mức thông thường (trung bình khoảng 40%-50%). Việc giảm thuế cho hàng hóa nhập khẩu từ nước khác do kết quả đàm phán trong khuôn khổ WTO (nếu có trong tương lai) cũng sẽ được áp dụng đối với hàng hóa Việt Nam, cho dù Việt Nam vào thời điểm ký Hiệp định chưa phải là thành viên WTO. Ngoài ra, Mỹ cũng xem xét dành cho hàng hóa của Việt Nam quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) với thuế xuất 0% đối với một số mặt hàng.

Hai bên cùng thỏa thuận: Dành cho nhau quy chế đối xử quốc gia phù hợp với nguyên tắc của GATT/WTO. Theo đó hàng xuất khẩu của mỗi bên vào lãnh thổ của bên kia sẽ được hưởng sự đối xử không kém thuận hơn sự đối xử mà một bên dành cho hàng hóa trong nước liên quan đến mọi khía cạnh như bán hàng, chào hàng, mua, vận tải, phân phối, lưu kho...

Ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, Mỹ cam kết dành cho pháp nhân, thể nhân Việt Nam quyền kinh doanh xuất, nhập khẩu mà không duy trì bất kỳ ngoại lệ nào. Tuy nhiên, Việt Nam được quyền thực hiện cam kết về vấn đề này trên cơ sở có bảo lưu một số mặt hàng và theo lộ trình nhất định; cụ thể là:

+ *Đối với thuế nội địa:* Việt Nam cam kết không ban hành chính sách thuế phân biệt đối xử giữa hàng trong nước và hàng nhập khẩu. Cụ thể, sự phân biệt về thuế suất tiêu thụ đặc biệt với ô tô và nguyên liệu thuốc lá sẽ được xóa bỏ sau 3 năm. Sự phân biệt về thuế suất VAT giữa bông trồng và bông nhập khẩu cũng sẽ được xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

+ *Đối với quyền kinh doanh, nhập khẩu:* Trong vòng từ 3 - 7 năm, Việt Nam sẽ cho phép nhà đầu tư Mỹ thành lập doanh nghiệp liên doanh hoặc doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài để kinh doanh trong lĩnh vực này, trừ một số mặt hàng và với những hạn chế về tỷ lệ vốn góp nhất định.

+ *Đối với hàng hóa:* Trong vòng từ 5 đến 10 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực, Việt Nam sẽ cho phép doanh nghiệp có vốn đầu tư Mỹ được kinh doanh 255 nhóm hàng (khoảng 2590 mặt hàng). Ngoài ra, 33 mặt hàng nhập khẩu và 12 mặt hàng xuất khẩu quan trọng nhất chỉ được kinh doanh thông qua đầu mối do nhà nước chỉ định (chủ yếu là các doanh nghiệp quốc doanh).

*** Thứ hai về quyền sở hữu trí tuệ hai bên cùng thỏa thuận:**

Áp dụng các nguyên tắc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ phù hợp với quy định của “*Hiệp định WTO về các khía cạnh của quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại*”(TRIPS). Cụ thể, mỗi bên cam kết: 1) Dành cho công nhân của bên kia sự bảo hộ đầy đủ và có hiệu quả đối với quyền sở hữu của họ. Việc bảo hộ này được thực hiện trên nguyên tắc đối xử quốc gia phù hợp với các quy định có nội dung thương mại của một số Công ước quốc tế có liên quan; 2) Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với 8 đối tượng: *một là*, quyền tác giả và quyền có liên quan; *hai là*, tín hiệu mang chương trình truyền qua vệ tinh; *ba là*, nhãn hiệu hàng hóa; *bốn là* sáng chế; *năm là*, thiết kế bố trí mạch tích hợp; *sáu là*, thông tin bí mật; *bảy là*, kiểu dáng công nghiệp; *tám là*, giống thực vật; 3) Bảo đảm thực thi quyền sở hữu trí tuệ bằng biện pháp chế tài, thủ tục dân sự, hình sự và hành chính.

Mỹ dành cho Việt Nam sự trợ giúp kỹ thuật và thời gian chuyển tiếp để thực hiện các cam kết nói trên. Về nguyên tắc, những qui định này sẽ không vượt quá các nghĩa vụ quy định tại Hiệp định TRIPS của WTO. Mặt khác, Việt Nam có thể chấp nhận những nghĩa vụ không được quy định tại Hiệp định TRIPS nhưng với điều kiện không vượt quá cam kết của các nước có điều kiện tương tự.

Sau 12 tháng kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, Việt Nam sẽ thực hiện cam kết về bảo hộ sáng chế và nhãn hiệu hàng hóa phù hợp với quy định của Hiệp định TRIPS. Việc bảo hộ quyền tác giả, bí quyết thương mại được thực hiện 18 tháng, tín hiệu vệ tinh sau 30 tháng. Các quyền sở hữu trí tuệ còn lại được thực hiện sau 24 tháng.

Về phía Mỹ, trừ cam kết bảo hộ thiết kế bố trí mạch tích hợp được thực hiện sau 24 tháng, các nghĩa vụ còn lại sẽ được thực hiện ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực

**** Thứ ba là về thương mại dịch vụ:***

Trên cơ sở Hiệp định của WTO về thương mại dịch vụ (GATS), mỗi bên thỏa thuận dành cho dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ của bên kia quy chế đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc với những ngoại lệ và theo lộ trình nhất định.

- *Về phía Mỹ*: Cam kết mở cửa thị trường 103 phân ngành dịch vụ cho Việt Nam với những điều kiện không kém thuận lợi hơn so với các thành viên WTO khác.

- *Về phía Việt Nam*: Cam kết mở cửa thị trường 53 phân ngành trong tổng số 153 phân ngành dịch vụ theo phân loại của GATS. Dưới đây là cam kết cụ thể đối với một số ngành dịch vụ quan trọng:

+ *Đối với dịch vụ bảo hiểm*: Ba năm sau khi Hiệp định có hiệu lực, Việt Nam sẽ cho phép nhà cung cấp dịch vụ Mỹ thành lập liên doanh với phần góp vốn không vượt quá 50% và 5 năm sau, cho phép thành lập công ty 100% vốn của Mỹ. Hiện đi đầu là công ty bảo hiểm AIA 100% vốn của Mỹ. Nhà cung cấp dịch vụ Mỹ không được phép kinh doanh dịch vụ đại lý bảo hiểm.

Trong vòng từ 3 - 6 năm, doanh nghiệp có vốn đầu tư Mỹ được phép kinh doanh bảo hiểm bắt buộc. Đối xử quốc gia không được áp dụng đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ này

+ *Đối với dịch vụ ngân hàng*:

Việt Nam cho phép nhà cung cấp dịch vụ Mỹ thành lập chi nhánh ngân hàng, ngân hàng liên doanh, công ty thuê mua tài chính liên doanh phù hợp với quy định hiện hành của pháp luật. Tuy nhiên, chi nhánh ngân hàng Mỹ không được đặt các máy rút tiền tự động tại các địa điểm giao dịch ngoài văn phòng cho tới khi các ngân hàng Việt Nam được phép thực hiện giao dịch này. Chi nhánh ngân hàng Mỹ cũng không được lập các điểm giao dịch phụ thuộc.

Khi Hiệp định có hiệu lực 9 năm, nhà cung cấp dịch vụ Mỹ được phép thành lập ngân hàng 100% vốn tại Việt Nam. Trong vòng 10 năm, chi nhánh ngân hàng Mỹ chỉ được nhận tiền gửi bằng VNĐ từ các thể nhân Việt Nam không có quan hệ tín dụng (đối với pháp nhân lộ trình 8 năm). Sau thời gian này, những hạn chế nói trên sẽ được bãi bỏ. Tuy nhiên, ngân hàng Mỹ cũng chỉ được huy động vốn bằng đồng tiền Việt Nam bằng mức huy động các ngân hàng Việt Nam. Sau khi có hiệu lực 8 năm, các tổ chức tài chính có vốn đầu tư Mỹ được phép phát hành thẻ tín dụng trên cơ sở đối xử quốc gia.

+ *Đối với dịch vụ viễn thông*:

Việt Nam chỉ chấp nhận đàm phán các dịch vụ viễn thông mang tính thương mại thuần túy; các dịch vụ liên quan đến an ninh và quốc phòng không thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định này. Sau khi Hiệp định có hiệu lực từ 2 đến 6 năm, các nhà cung cấp dịch vụ Mỹ được phép liên doanh với đối tác được phép kinh doanh dịch vụ viễn thông của Việt Nam với tỷ lệ vốn góp hạn chế không quá 49% (đối với các dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng mức hạn chế này là 50%). Doanh nghiệp có vốn đầu tư Mỹ không được xây dựng đường trục riêng mà phải thuê đường trục và công vào của công ty cung cấp dịch vụ viễn thông Việt nam.

+ *Đối với dịch vụ phân phối:* Khi Hiệp định có hiệu lực 3 năm, nhà cung cấp dịch vụ Mỹ được phép thành lập liên doanh với tỷ vốn góp hạn chế ở mức không quá 49%. Mức hạn chế này sẽ được bãi bỏ sau 6 năm.

Khi Hiệp định có hiệu lực 7 năm các nhà cung cấp dịch vụ Mỹ được phép thành lập 100% vốn nước ngoài để kinh doanh một số mặt hàng nhất định.

Khi Hiệp định có hiệu lực từ 3 đến 10 năm, Việt Nam sẽ cho phép doanh nghiệp có vốn đầu tư Mỹ kinh doanh dịch vụ bán buôn, bán lẻ 255 nhóm hàng, tức là khoảng 2.590 mặt hàng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp này không được phép phân phối một số mặt hàng như: xăng dầu, khí đốt, phân bón, thuốc trừ sâu, rượu, bia, thuốc lá, thuốc chữa bệnh, kim loại quý, đá quý, chất nổ, gạo, bột mì và các loại ấn phẩm, thiết bị in ấn, băng đĩa đã được ghi âm, thiết bị đã được thu phát sóng, tem các loại.

+ *Đối với các dịch vụ khác:* Khi hiệp định có hiệu lực từ 2 đến 7 năm phía Việt Nam cam kết xóa bỏ những hạn chế đối xử quốc gia và tiếp cận thị trường của nhà cung cấp dịch vụ Mỹ trong một số ngành dịch vụ khác gồm: 1) Dịch vụ chuyên ngành (pháp lý, kiểm toán, kiến trúc, tư vấn kỹ thuật, vi tính, quảng cáo, thăm dò thị trường); 2) Dịch vụ xây dựng; 3) Dịch vụ giáo dục; 4) Dịch vụ y tế; và 5) Dịch vụ du lịch.

*** Thứ tư là về phát triển quan hệ đầu tư:**

Những cam kết về đầu tư đã được hai bên thỏa thuận trong Hiệp định thương mại Việt- Mỹ nhằm mục tiêu tạo môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng, thuận lợi hơn nữa cho hoạt động đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Theo

đó, Việt Nam cam kết xóa bỏ dần những hạn chế đối với đầu tư và dành đối xử quốc gia cho các nhà đầu tư Mỹ với những nội dung chủ yếu sau đây: 1) Trong vòng từ 5-7 năm xóa bỏ các yêu cầu về xuất khẩu, phát triển nguồn nguyên liệu trong nước, nội địa hóa ... đối với đầu tư của Mỹ ở một số ngành sản xuất, chế tạo; 2) Trong vòng 3 năm xóa bỏ các hạn chế về vốn đầu tư, về nguyên tắc nhất trí đối với một số vấn đề quan trọng nhất trong tổ chức và hoạt động của hội đồng quản trị doanh nghiệp liên doanh; cho phép nhà đầu tư Mỹ được thành lập công ty cổ phần, doanh nghiệp có vốn đầu tư của Mỹ được phép cổ phần hóa; 3) Trong vòng 4 năm sẽ xóa bỏ sự phân biệt về giá, phí một số hàng hóa, dịch vụ giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư của Mỹ (gồm giá điện, nước, viễn thông, dịch vụ du lịch, vé máy bay...); và 4) Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp có vốn đầu tư của Mỹ trong việc sử dụng đất đai, tuyển dụng lao động, chuyển giao công nghệ... Theo đó, trong vòng từ 2-9 năm, nhà đầu tư Mỹ được thực hiện chế độ đăng ký cấp giấy phép đầu tư đối với các dự án thuộc lĩnh vực sản xuất, chế tạo; được thế chấp giá trị quyền sử dụng đất tại các tổ chức tín dụng hoạt động tại Việt Nam... Ngay sau ngày Hiệp định có hiệu lực, doanh nghiệp có vốn đầu tư của Mỹ được chuyển giao công nghệ phù hợp với nguyên tắc của WTO, được trực tiếp tuyển dụng nhân viên quản lý chủ chốt nước ngoài phù hợp với pháp luật về xuất, nhập cảnh được lựa chọn cơ chế giải quyết tranh chấp đầu tư phù hợp với thông lệ quốc tế.

Ngoài những cam kết trên, Việt Nam được quyền bảo lưu không thời hạn chế độ đối xử quốc gia trong lĩnh vực quan trọng liên quan đến an ninh, quốc phòng, các ngành dịch vụ và những ngành có lợi thế cạnh tranh... Đối với các lĩnh vực này, nhà đầu tư Mỹ phải thực hiện dưới những hình thức nhất định và phải tuân thủ quy hoạch phát triển của chính phủ trong từng thời kỳ. Chế độ cấp phép đầu tư đối với các lĩnh vực nói trên cũng được duy trì không thời hạn hoặc phải tuân thủ các điều kiện chặt chẽ. Trên thực tế, cam kết thực hiện chế độ đăng ký cấp giấy phép đầu tư áp dụng đối với các ngành sản xuất, chế tạo và về thực chất, Việt Nam vẫn được quyền cấp phép đối với các dự án này. Ngoài ra, dự án đầu tư trong một số ngành dịch vụ quan trọng quy định tại phụ lục G (như ngân hàng, bảo hiểm, dịch vụ tài chính...) đều phải thực hiện chế độ cấp phép

đầu tư và phải tuân thủ các tiêu chí “thận trọng” nhằm duy trì sự ổn định của hệ thống tài chính, tiền tệ.

Khung khổ pháp lý được xác lập trên quan hệ thương mại Việt – Mỹ đã được nâng lên từ mối quan hệ bang giao có tính hình thức, không bền vững thành quan hệ ổn định, chắc chắn theo khung khổ pháp lý phổ quát quốc tế của tổ chức thương mại thế giới (WTO). Mối quan hệ này không chỉ phản ánh nguyện vọng và lợi ích của hai dân tộc Việt - Mỹ, mà còn phản ánh ý chí và nguyên tắc của chính phủ hai nhà nước, do đó nó càng được củng cố và phát triển làm cơ sở để thúc đẩy các mối quan hệ chính trị và văn hóa... của hai quốc gia trong tương lai

3. Tác động của sự phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ tới tiến trình hội nhập của nền kinh tế Việt Nam

Phát triển bền vững mối quan hệ thương mại Việt - Mỹ đối với Việt Nam có ý nghĩa chiến lược to lớn: Nó không chỉ khai thông một kênh quan trọng nhất để gắn kết nền kinh tế Việt Nam với các trung tâm và kỹ thuật nguồn của thế giới, nhờ đó mà thu hút được nguồn vốn và kỹ thuật từ bên ngoài để biến thành nội lực, thúc đẩy tiến trình CNH, HĐH đất nước, mà còn giúp đất nước phá được thế bao vây cấm vận của các đối thủ có sức mạnh to lớn cả về kinh tế, chính trị, quân sự để hội nhập vào thế giới hiện đại. Có thể thấy rõ sự tác động đó ở các mặt cụ thể sau:

Thứ nhất là, sự điều chỉnh chính sách thương mại của Mỹ đối với Việt Nam sau những năm 1990 đã đi đến việc ký kết và thông qua Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ (BTA) đã có những tác động tích cực tới tiến trình hội nhập của nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Đây là kết quả có tính nhảy vọt trong quan hệ thương mại Việt - Mỹ và quốc tế của Việt Nam. Đặc biệt, sau khi Hiệp định có hiệu lực, quan hệ kinh tế giữa Mỹ và Việt Nam đã được “bình thường hóa hoàn toàn”. Theo đánh giá của các chuyên gia trong nước và quốc tế, Hiệp định song phương Việt – Mỹ (BTA) là sự hiện thực hóa tư tưởng, đường lối hội nhập của Việt Nam vào hệ thống kinh tế thế giới và cũng là một điển hình thực hiện thành công quan điểm của Việt Nam và Mỹ trong việc sử dụng hoạt động kinh tế đầy tính sáng tạo để thúc đẩy lợi ích

của cả hai bên. Tư tưởng tích cực của Mỹ và Việt Nam được hiện thực hóa bằng Hiệp định đã góp phần thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, mở rộng ảnh hưởng kinh tế của Mỹ ở khu vực. Việc ký kết và triển khai Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ không chỉ thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế tại Việt Nam, mà còn tác động mạnh mẽ đến quan hệ kinh tế đối ngoại của nước ta với các nước khác trên thế giới và với các tổ chức kinh tế quốc tế .

Thứ hai là, hiện nay Việt Nam là nước đang phát triển có trình độ thấp, đang trong quá trình chuyển đổi kinh tế từ tập trung bao cấp sang kinh tế thị trường, để từng bước hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới. Mốc đánh dấu tiến trình hội nhập của Việt Nam là: tham gia Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á- Thái Bình Dương (APEC) và gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) trong đó Hiệp định thương mại Việt - Mỹ giống như hạt nhân gắn bó các quá trình này lại thành một hệ thống nhất. Điều đó chứng tỏ rằng, cùng với các Hiệp Định mà Việt Nam đã ký với các nước, các tổ chức khu vực và quốc tế Hiệp định Thương mại song phương Việt- Mỹ đã góp phần giúp Việt Nam đẩy nhanh hơn nữa tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Trong khuôn khổ của AFEC, Hiệp định Thương mại Việt –Mỹ đã tạo thuận lợi để thực hiện chương trình hành động chung (CAP) và đặc biệt là trong chương trình hành động riêng rẽ (IAP), Mỹ cùng với các quốc gia thành viên APEC, trong đó có Việt Nam, đã hiện thực hóa tư tưởng tự do và thuận lợi hóa thương mại, đầu tư, giải quyết tranh chấp, thực thi vòng đàm phán Uruguay... Đây là một trong những yếu tố quan trọng giúp Việt Nam mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư và thâm nhập vào thị trường khu vực và thế giới. Là một thành viên chính thức của APEC được sự hậu thuẫn của các điều khoản Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ, Việt Nam đã tận dụng được các chương trình hợp tác kinh tế - kỹ thuật to lớn của tổ chức quốc tế này. Chương trình này bao trùm nhiều lĩnh vực hợp tác với trên 250 dự án đang triển khai, tập trung vào một số vấn đề liên quan tới hợp tác, trao đổi kinh nghiệm về phát triển nguồn nhân lực, chuyển giao công nghệ, kinh nghiệm quản lý, phát triển cơ sở hạ tầng, tiếp nhận

thông tin, phát triển thị trường. Những chương trình này đã tạo điều kiện cho Việt Nam tham gia phát triển bồi dưỡng nguồn nhân lực, tiếp cận với công nghệ mới trong các lĩnh vực sản xuất, nâng cao hiệu quả cạnh tranh của nền kinh tế.

Thứ ba là, việc Mỹ thiết lập mối quan hệ thương mại bình đẳng với Việt Nam trên nền tảng giống như Mỹ đã có với các nước khác dựa trên cơ sở các chuẩn mực quốc tế đã tạo điều kiện đầy đủ để Việt Nam gia nhập WTO vào ngày 7/11/2006. Trên cơ sở đó, sau khi ra nhập WTO Việt Nam đã tiếp cận dễ dàng hơn với các luật lệ, tập quán thương mại quốc tế. Mặt khác, thông qua tiến trình ký kết và thực thi Hiệp định thương mại với Mỹ, là cơ sở để Việt Nam mở rộng quan hệ hợp tác với các thành viên WTO khác. Thực tế cho thấy, Hiệp định có các yếu tố tương tự như các yếu tố đã có trong các văn kiện của GATT-WTO, NAFTA và nhiều hiệp định đầu tư song phương hay các hiệp ước về hữu nghị, thương mại và hàng hải mà Mỹ đã ký trong hơn 60 năm qua. Tuy nhiên, Hiệp định này cũng có những yếu tố phức tạp và hoàn chỉnh hơn một số Hiệp định tương tự mà Mỹ đã ký với một số nước do đặc thù của quan hệ Việt- Mỹ đặt ra.

Nhìn lại Hiệp định Thương mại song phương Việt - Mỹ, ta thấy những nhất trí quan trọng về nội dung tương tự như nội dung hai nước sẽ phải đàm phán song phương khi Việt Nam gia nhập WTO. Điều đó đã tạo thuận lợi cho cuộc đàm phán giữa Việt Nam và Mỹ khi Việt Nam phải tiến hành các cuộc đàm phán để ra nhập WTO.

Thứ tư là, Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ không chỉ giúp Việt Nam giành được sự ủng hộ từ Mỹ, mà còn cả các nước đồng minh của Mỹ. Nhờ đó Việt Nam thoát khỏi tình trạng bị phân biệt đối xử và vị thế quốc tế được nâng cao. Điều này giúp cho nền kinh tế Việt Nam hội nhập thành công vào cộng đồng kinh tế giới. Trong quá trình thực hiện Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ, Việt Nam sẽ có điều kiện làm quen và tiếp cận với các nguyên tắc phương thức hoạt động, các quy định, luật lệ của WTO, từ đó Việt Nam có thể điều chỉnh cho phù hợp với nguyên tắc của WTO.

Thứ năm là, Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ đã thúc đẩy khu vực kinh tế đối ngoại của Việt Nam tăng lên nhanh chóng. Ông Karan Bhatra, phó đại

diện thương mại Mỹ tại Việt Nam, trong buổi điều trần trước ủy ban tài chính thương viện Mỹ ngày 12/7/2006 đã đưa ra nhận xét: “năm 2000, trước khi BTA được ký, kim ngạch thương mại hai chiều đạt dưới 1 tỷ USD, nhưng một năm sau khi ký BTA đã là 7,8 tỷ USD, tăng trên 400%. Cùng thời gian này xuất khẩu từ Mỹ vào Việt Nam đã tăng 150%. Hiện nay, Mỹ trở thành nơi cung cấp hàng hóa lớn thứ 6 cho Việt Nam”. Ông còn cho rằng: Việt Nam gia nhập WTO sẽ đem lại lợi ích kinh tế to lớn cho Mỹ. Ông nói : “Chính phủ đã yêu cầu Thương viện nhanh chóng bỏ phiếu thông qua Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) cho Việt Nam. Cuộc bỏ phiếu trong mùa hè này không chỉ cho phép chúng ta tiến vào một thị trường đầy tiềm năng, vốn lâu nay bị đóng cửa, mà còn tạo tiền đề cho chúng ta đi đến những phiên đối thoại đa phương vốn còn nhiều vấn đề ách tắc... Vì thế, chúng tôi kêu gọi các ngài ưu tiên xem xét để các nhà xuất khẩu Mỹ có thể tận dụng được cơ hội tại thị trường mới nổi lên này, để chúng ta có thể giúp đỡ một đối tác thương mại quan trọng, xây dựng một nền tảng thương mại dựa trên chuẩn mực, luật lệ quốc tế, và để chúng ta có thể hoàn tất tiến trình bình thường hóa quan hệ Mỹ - Việt mà nhiều đời Tổng thống Mỹ đeo đuổi trong suốt 20 năm qua... Chúng tôi tin chắc rằng việc ra nhập tổ chức Thương mại thế giới (WTO) của Việt Nam sẽ mang lại lợi ích kinh tế cho Mỹ, thúc đẩy cải cách ở Việt Nam, tăng cường sự quan tâm của người Mỹ đối với Việt Nam và cả Đông Nam Á”

Bắt đầu sự khai thông của Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ, Việt Nam đã gia nhập WTO tháng 11 năm 2006 Việt nam đăng cai tổ chức Hội nghị AFEC với chủ đề chính là “ Hướng tới một cộng đồng năng động vì sự phát triển bền vững và thịnh vượng”. Cụ thể hóa chủ đề này, Việt Nam đề xuất bốn tiểu chủ đề: tăng cường thương mại và đầu tư thông qua thực hiện lộ trình Bu- san và thúc đẩy vòng đàm phán phát triển Đô-ha; tăng cường hợp tác kỹ thuật để thu hẹp khoảng cách và phát triển bền vững; thúc đẩy môi trường kinh doanh an toàn và thuận lợi; thúc đẩy gắn kết cộng đồng trong APEC.

Hơn nữa, cùng với việc ra nhập WTO và quốc hội Mỹ thông qua quy chế thương mại vĩnh viễn (PNTR) và ký Hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA) ngày 21/6/2007, quan hệ thương mại Việt –Mỹ đã bình thường hóa

hoàn toàn, dùng như lời mở đầu bài phát biểu của thượng nghị Sĩ Max Baucus trích dẫn câu thơ trong “ *Cáo bình ngô*” của Nguyễn Trãi “Càn khôn bĩ rồi lại thái, nhật nguyệt hối rồi lại minh”.

PHẦN II: THỰC TRẠNG QUANG HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ KHI VIỆT NAM GIA NHẬP TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ (WTO)

CHUYÊN ĐỀ 4: THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ TRƯỚC KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

PGS.TS.Trần Quang Lâm

1.Thực trạng quan hệ thương mại Việt –Mỹ trước khi Mỹ bãi bỏ cấm vận đối với Việt Nam

Ta biết rằng, do trước năm 1975, Mỹ chỉ có quan hệ kinh tế, thương mại với chính quyền Sài Gòn, nên kim ngạch buôn bán không lớn, chủ yếu hàng nhập khẩu bằng viện trợ của Mỹ để phục vụ cho cuộc chiến tranh xâm lược. Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ thời kỳ này, gồm: cao su, hải sản, đồ gốm, song kim ngạch không đáng kể. Trong giai đoạn 1965- 1973, xuất khẩu chỉ bằng 10% nhập khẩu, thậm chí năm 1969 chỉ bằng 1% nhập khẩu. Toàn bộ 99% số nhập khẩu còn lại năm đó là viện trợ của Mỹ. Thâm hụt ngoại thương khoảng trên 100 triệu USD/năm, chiếm khoảng 10% GDP, sau tăng dần lên và đạt tới 7000- 8000 triệu USD/năm, tương đương khoảng một phần ba GDP, riêng năm 1967 chiếm tới 38% GDP¹

Như đã biết, từ tháng 5/1954, Mỹ thực hiện lệnh cấm vận chống miền Bắc nước ta và đến tháng 4/1975 mở rộng cấm vận ra toàn Việt Nam. Trong quan hệ Kinh tế, Mỹ xiết chặt tất cả các lĩnh vực, từ thương mại, tài chính, tín dụng ngân hàng và tài sản đến áp dụng các chế tài, không chế các nước đồng minh và các tổ chức quốc tế do Mỹ thao túng nhằm xiết chặt hơn nữa quan hệ kinh tế thương mại với Việt Nam.

¹ Công ty tư vấn đầu tư và chuyển giao công nghệ ; “ Tìm hiểu Hoa Kỳ vì mục đích kinh doanh” NXBCTQG. HN2002tr43

Mỹ thực thi chính sách cấm vận đã gây nhiều trở ngại cho sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, những tác động của chính sách này tới nền kinh tế nước ta ở từng giai đoạn phát triển là không giống nhau :

Thời kỳ 1975-1985, hệ lụy sinh ra từ lệnh cấm vận của Mỹ đã cộng hưởng với những khó khăn trong ngoài nước khuyếch đại thành cuộc khủng hoảng kinh tế, lạm phát lên tới 700-800% năm, hàng hóa lương thực khan hiếm, thất nghiệp gay gắt.

Thời kỳ từ 1985 đến 1994, tác động của lệnh cấm vận đối với sự phát triển của nền kinh tế vẫn rất lớn, song đã có xu hướng giảm bớt, do Việt Nam dần dần mở cửa, đổi mới kinh tế theo hướng thị trường, đa dạng hóa các quan hệ đối ngoại nên đã thúc đẩy được nền kinh tế phát triển. Do đó, tuy bị Mỹ cấm vận, nhưng thông qua nhiều con đường trực tiếp và gián tiếp, Việt Nam vẫn có quan hệ kinh tế và viện trợ phát triển từ nhiều nước, nhiều tổ chức quốc tế và phi chính phủ.

Về thương mại, ngay cả các Công ty Mỹ qua con đường gián tiếp cũng có hàng xuất khẩu vào nước ta. Theo số liệu của Bộ Thương mại Mỹ, năm 1987, hàng nhập khẩu từ Mỹ vào Việt Nam đã đạt tới 23 triệu USD đến năm 1988 đạt 15 triệu và năm 1989 đạt 11 triệu USD. Về xuất khẩu, từ chỗ mỗi năm nhập khẩu khoảng 1 triệu tấn lương thực, đến năm 1989 Việt Nam đã xuất khẩu được 1 triệu tấn gạo. Con số này tăng liên tục cho đến khoảng trên 5 triệu tấn, đưa Việt Nam trở thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ hai trên thế giới. Xuất khẩu của Việt Nam tăng trưởng nhanh đã gúp thay thế những khoản viện trợ của Liên Xô và các nước XHCN không còn nữa¹. Như vậy khi Việt Nam thực thi đường lối đối ngoại đúng đắn đã làm cho lệnh cấm vận của Mỹ giảm hiệu lực và không ngăn được một số nước như Canada, Cuba quan hệ thương mại với ta. Giá trị kim ngạch nhập khẩu từ các nước Châu Mỹ trong cả thời kỳ 1986-1990 đã đạt 47,4 triệu USD và trong 3 năm 1991-1993 đã lên tới 65,2 triệu USD. Giá trị kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang các nước này còn lớn hơn. Thời kỳ 1986-1990 đạt 68,1 triệu USD, trong 3 năm 1991-1993 đạt 73,2 triệu USD. “Mặc dù vào thời điểm năm 1991 có biểu hiện của sự chao đảo, kim ngạch nhập khẩu từ

¹ Sđ d: tr 199

Châu Mỹ đã giảm từ 15,7 triệu USD năm 1990 xuống còn 5,3 triệu USD trong năm 1991 và 41,7 triệu USD vào năm 1993”¹

Từ năm 1991, Singapore đã tuyên bố bãi bỏ lệnh cấm đầu tư vào Việt Nam. Năm 1992, Nhật Bản và một số nước khác đã cam kết viện trợ phát triển cho Việt Nam. Thời kỳ từ 1992 đến 1995, kể từ khi Tổng thống Bill Clinton tuyên bố bình thường hóa quan hệ với Việt Nam, cũng là thời kỳ kinh tế Việt Nam phát triển tốt với nhịp độ tăng trưởng cao, có năm lên tới 9%.

Về quan hệ đầu tư: trong những năm 1988- 1993, tuy lệnh cấm vận vẫn được duy trì, song một số công ty Mỹ thông qua các chi nhánh hoặc liên doanh đăng ký tại các nước khác đầu tư 6 dự án tư trực tiếp vào Việt Nam với số vốn đăng ký khoảng 3,3 triệu USD.

Tuy lệnh cấm vận của Mỹ đã hạn chế sự phát triển quan hệ kinh tế của Việt Nam với các nước trên thế giới ở mức độ nhất định, song cũng làm cho các Công ty Mỹ thiệt thòi trong quan hệ thương mại, đầu tư với Việt Nam. Thời kỳ này các công ty của Hàn Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản, Pháp, Đức đã tăng cường chiếm lĩnh và khai thác thị trường Việt Nam. Do đó xóa bỏ lệnh cấm vận không chỉ là đòi hỏi khách quan trong phát triển quan hệ giữa hai nước, mà còn đáp ứng lợi ích của chính các doanh nghiệp Mỹ.

Ngày 3/2/ 1994, Tổng thống Mỹ B.Clinton tuyên bố bãi bỏ lệnh cấm vận và bộ thương mại Mỹ chuyển Việt Nam từ nhóm Z (gồm Bắc Triều Tiên, CuBa và Việt Nam) lên nhóm Y ít hạn chế thương mại hơn (gồm Liên Xô cũ, các nước thuộc khối Vacsava cũ, Anbani, Mông Cổ, Lào, Cămpuchia và Việt Nam). Tiếp đó, Bộ vận tải và Bộ thương mại Mỹ bãi bỏ lệnh cấm tàu biển và máy bay Mỹ vận chuyển hàng hóa sang Việt Nam, cho phép tàu mang cờ Việt Nam vào cảng của Mỹ song phải xin phép trước 3 ngày và được sự đồng ý từ phía Mỹ.

2.Thực trạng quan hệ thương mại Việt –Mỹ thời kỳ trước khi Việt Nam gia nhập WTO.

Từ sau khi bãi bỏ cấm vận, quan hệ kinh tế thương mại Việt –Mỹ đã có bước phát triển mới. Theo số liệu thống kê, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 1994 sang Mỹ tăng cao và đạt giá trị 94,9 triệu USD và nhập khẩu từ Mỹ

¹ S đ dtr200

lượng hàng hóa trị giá 44,3 triệu USD. Năm 1995, kim ngạch xuất khẩu tăng vọt lên 170 triệu USD, đưa Mỹ lọt vào vị trí thứ 10 trong số 10 nước nhập khẩu hàng từ Việt Nam. “Giá trị kim ngạch hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ cũng tăng 130 triệu USD. Năm 1996, xuất khẩu sang Mỹ đạt 204 triệu USD (vươn lên vị trí thứ 7 trong số 10 nước nhập hàng Việt Nam nhiều nhất) và Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ cũng đạt 246 triệu USD” (lọt vào vị trí thứ 10 trong số 10 nước xuất khẩu lớn nhất sang Việt nam)¹

Theo số liệu của Bộ Thương mại Mỹ, thì kim ngạch xuất- nhập khẩu giữa hai nước còn lớn hơn nhiều. Năm 1994, Việt Nam đã xuất sang Mỹ lượng hàng hóa trị giá tới 50,45 triệu USD. Trong đó hàng nông phẩm đạt 38,3 triệu USD (76% giá trị xuất khẩu sang Mỹ)và hàng phi nông sản: 12,15 tangriệu USD (24%). Năm 1995,kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ đạt 198,966 triệuUSD (gấp gần 4 lần so với 1994), trong đó hàng nông phẩm đạt 51,549triệu USD (chiếm 76%giá trị xuất khẩu sang Mỹ), và hàng phi nông phẩm: 47,417 triệu USD (24%). Năm 1996, giá trị kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ 232,595 triệu USD, trong đó hàng nông phẩm chiếm 46% (106,392triệu USD)và hàng phi nông phẩm tăng lên và chiếm tới 54% (126, 203 triệu USD). Như vậy, chỉ sau 2 năm khi Mỹ chính thức bãi bỏ lệnh cấm vận, quan hệ thương mại giữa Việt –Mỹ không chỉ tăng nhanh về mặt khối lượng, mà còn có sự thay đổi trong cơ cấu hàng xuất khẩu sang Mỹ. “Các nhà doanh nghiệp Hoa Kỳ không chỉ chú ý đến Việt Nam như một nước có nền nông nghiệp mạnh, mà còn là đất nước giàu khoáng sản và ngành công nghiệp chế biến cũng rất có triển vọng”². Có thể thấy thực trạng tổng thể quan hệ thương mại Việt –Mỹ qua bảng 1 dưới đây

Bảng số 1: Kim ngạch xuất – nhập khẩu của Việt Nam và Hoa Kỳ 1994-2000

Đơn vị: triệu USD

Năm	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Xuất khẩu	50,4	200	308	372	519,5	601,9	827,4
Nhập khẩu	172	252	616	278	269,5	277,3	330,5
Tổng XNK	222,4	452	924	650	789	879,2	1.157,9

Nguồn: Hải quan Hoa Kỳ

¹ Vụ Âu- Mỹ, Bộ thương mại: “Báo cáo quan hệ kinh tế, thương mại, đầu tư Việt Nam –Hoa Kỳ”. năm 2002, tr4

² Tài liệu đã dẫn, tr 17

Cùng với sự chuyển hướng chiến lược sang xuất khẩu và nhu cầu bức bách phải giải quyết các vấn đề mang tính chất sống còn đối với nền kinh tế trong nước, chính phủ hai nước Việt - Mỹ đã cùng hướng tới tăng cường quan hệ thương mại để bổ sung lẫn nhau. Mỹ hướng tới Việt Nam như tới một thị trường lớn có tiềm năng trong việc tiêu thụ các mặt hàng công nghiệp, đặc biệt hàng công nghiệp điện tử - tin học – viễn thông và một thị trường sản xuất hàng nông thủy sản đầy tiềm năng ở khu vực Châu Á. Còn Việt Nam hướng tới Mỹ như một thị trường có nền công nghệ, kỹ thuật hiện đại và có nguồn vốn dồi dào nhất trên thế giới. Mỹ đang hướng về Châu Á, tới các thị trường mới nổi trong đó có Việt Nam.

Trên thực tế, ngay sau khi Hiệp định thương mại song phương có hiệu lực, Mỹ đã áp dụng mức thuế tối huệ quốc đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam, Với mức trung bình 4% (thấp hơn nhiều so với mức trung bình khoảng 40%-50%), hàng hóa Việt Nam đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường Mỹ. Tuy nhiên, trước đó khi dấu hiệu nói lỏng lệnh cấm vận, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ đã gia tăng nhanh chóng.

Năm 2001, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ đạt 1026,4 triệu USD so với 827,4 triệu USD của năm 2000, tăng 24,1%. Xuất khẩu từ Mỹ vào Việt Nam cũng tăng 14,2% cùng kỳ. Đây là những phản ứng tích cực từ phía các doanh nghiệp đối với các diễn biến trong quan hệ thương mại giữa hai nước. Quan hệ này phát mạnh khi Hiệp định thương mại song phương được thông qua.

Gần một năm sau khi Hiệp định có hiệu lực, “xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 1043,9 triệu USD, tăng 93,3% so với cùng kỳ 2001 và cao hơn 9 triệu USD so với tổng kim ngạch cả năm 2001. Nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 267,6 triệu USD, tăng 37,4% so với cùng Kỳ năm 2001”¹. Số liệu này cho ta biết thông qua Hiệp định thương mại, xuất nhập khẩu hai chiều đạt mức kế hoạch đề ra là 1,8 tỷ USD trong cả năm 2002, được thể hiện rõ ở bảng 2 sau đây

¹ Tài liệu đã dẫn, tr 6

Bảng 2: Kim ngạch XNK Việt –Mỹ thời kỳ 2001-2002*Đơn vị: triệu USD*

Năm	2001	Tháng 1 - 7		7 tháng
		2001	2002	2002/2001
Xuất khẩu	1.026,4	523,5	1.34,9	93,3%
Nhập khẩu	393,8	194,7	267,6	37,4%
Tổng XNK	1.420,2	730,2	1.302,5	78,4%

Nguồn : Hải quan Hoa Kỳ

Đi sâu khảo sát cơ cấu dòng thương mại ta thấy, kim ngạch xuất khẩu tất cả các nhóm mặt hàng sang Mỹ đều tăng cao, nhất là nhóm hàng dệt may và nhóm các mặt hàng công nghiệp khác, tăng gần 700%. Riêng nhóm nông phẩm cũng tăng 11% so với mức giảm 3% của 4 tháng đầu năm 2002. Các nhóm hàng dệt may và hàng công nghiệp kim ngạch vượt lên đứng thứ 2 và thứ 3 trong bảng xếp hạng.

Các mặt hàng hải sản vẫn đứng đầu bảng xuất khẩu vào Mỹ, nhưng “tốc độ tăng chậm lại (33% so với 36% của 5 tháng và 45% của 4 tháng đầu năm 2002. Tốc độ tăng xuất khẩu hải sản sang Mỹ giảm là do những khó khăn về thị trường tiêu thụ ở Mỹ cũng như tác động của các biện pháp bảo hộ sản xuất mà chính phủ Hoa Kỳ đang áp dụng”¹

Về hàng dệt may, tỷ trọng của Việt Nam trong tổng nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ đã tăng lên từ 0,07% trong năm 2001 lên 0,44% trong 7 tháng đầu năm 2002. Các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang Mỹ cũng đa dạng hơn so với trước đây. Vào tháng 1/2001, Việt Nam mới chỉ có khoảng 17 chủng loại có số kim ngạch xuất khẩu đáng kể nhưng đến tháng 7/2002, đã có đến 42 chủng loại khác nhau xuất khẩu vào Mỹ

¹ United States Trade Representative (1997), US Trade Agenda 1997, Washington D.C, tr230

Bảng 3: các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam vào Hoa Kỳ*Đơn vị: Triệu USD*

Các nhóm hàng	2000	2001	Tháng 1-7		% trong 7 tháng	% 7 tháng 2002/2001
			2001	2002		
Tổng xuất khẩu	827,4	1.026,4	535,5	1043,9	100	↗ 93,3
1.Hải sản đông lạnh +chế biến	300,6	476,75	226,1	300,9	29,1	↗ 33
2. Dệt may	47,5	48	31,1	246,8	23,8	↗ 685
3.Hàng công nghiệp thủ công nghiệp (trừ dệt may, dây dếp)	68,93	62,3	31,3	134	12,9	↗ 328,1
4. Giấy dếp	124,5	32	80	126,6	12,2	↗ 47
5. Dầu khí hóa dầu	90,71	156,69	72,4	122	11,8	↗ 68
6.Hàng nông sản	196,01	151,36	94,3	104,60	10,1	↗ 11

** Nguồn: Hải quan Hoa Kỳ*

Tỷ trọng của hàng dệt may trong tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng rõ rệt. Năm 2001, hàng dệt may chỉ chiếm 4,7% tổng xuất khẩu của Việt Nam thì đến tháng 7/2002 đã lên đến 23,8%, chỉ đứng sau nhóm hàng hải sản, vượt qua nhóm hàng truyền thống là khoáng sản (chủ yếu là dầu mỏ và các sản phẩm chế biến từ dầu mỏ) và dây dếp. Mặc dù đã có sự đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu, nhưng tỷ trọng xuất khẩu hàng dệt may tập trung chủ yếu vào các loại quần áo dệt kim và dệt thoi; các mặt hàng khác chiếm tỷ trọng không lớn¹. Sau hơn hai tuần đàm phán căng thẳng, ngày 26/4/2003 chính phủ Mỹ đã ký kết Hiệp định dệt may và đồng ý dành cho Việt Nam hạn ngạch 1,7 tỷ USD xuất khẩu vào thị trường Mỹ và sau mỗi năm, căn cứ vào từng CAT (mặt hàng) cụ thể mà mức hạn ngạch sẽ được tăng lên từ 2-7%. Như vậy, Mỹ không chỉ là nước nhập khẩu hàng may mặc lớn nhất thế giới với mức nhập khẩu hàng năm hơn 70 tỷ, mà cũng là thị trường đầy tiềm năng đối với hàng dệt may Việt Nam. Tuy nhiên, vào thời kỳ này chúng ta mới thâm nhập thị trường Mỹ, kim ngạch xuất khẩu năm 2001 đạt 48 triệu USD, năm 2002 đạt 957 triệu USD. Hiệp định dệt may bắt đầu thực hiện từ 1/5/2003 và năm 2003 Việt Nam đã đạt 1,7 tỷ

¹ Vụ AU- Mỹ, Bộ thương mại (2002) Báo cáo quan hệ kinh tế, thương mại, đầu tư Việt Nam Hoa Kỳ, tr6

USD cho 38 CAT có hạn ngạch, ngoài ra còn có thể tăng thêm nếu các doanh nghiệp Việt Nam khai thác thêm 82 cat không cần hạn ngạch.

Cùng với quần áo và dây dềp, các mặt hàng công nghiệp và thủ công nghiệp do được hưởng lợi từ việc giảm thuế nhập khẩu, đã tiếp tục tăng nhanh kim ngạch. Các mặt hàng có tiềm năng và tốc độ tăng nhanh là đồ gỗ, da và túi, mũ vải, gốm, sứ, kỹ nghệ, hàng kim khí gia dụng, động cơ điện, v.v...Tốc độ tăng chung của cả nhóm đạt gần 700%. 7 tháng đầu năm 2002 nhóm các mặt hàng công nghiệp vượt lên đứng thứ 3 về giá trị sau hải sản và hàng dệt may.

Hàng dây dềp đạt 126,6triệu USD, chiếm tỷ trọng 12,2% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ. Tỷ trọng của hàng dây dềp giảm đi so với năm trước do tốc độ tăng trưởng không cao bằng những mặt hàng khác.

Các mặt hàng dầu mỏ, khí đốt, sản phẩm dầu mỏ tiếp tục tăng nhanh về số lượng và trị giá, đạt 122 triệu USD, tăng 68% so với cùng kỳ năm 2001. Các tháng cuối năm 2003 tiếp tục tăng cao, vào thời kỳ đó một phần do nguy cơ xảy ra chiến tranh tại Trung Đông (Iraq, Palestine) nên giá dầu thô sẽ ở mức cao, trên dưới 30USD/ thùng.

Nông phẩm và thực phẩm (trừ hải sản chế biến) từng là nhóm mặt hàng đứng đầu xuất khẩu của Việt Nam những năm đầu sau khi bình thường hóa quan hệ với Mỹ, nay bị đẩy xuống hàng cuối cùng trong 6 nhóm hàng chính xuất khẩu vào Mỹ. Chỉ khảo sát 7 tháng đầu năm 2002, tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm mặt hàng này tăng 11% so với cùng kỳ năm 2001 (4 tháng giảm 3%, 5 tháng tăng 1,3%, nguyên nhân là do giá nông phẩm trên thị trường thế giới đã tăng dần trở lại sau 2 năm sụt giảm mạnh).

Mặc dù thương mại hai chiều có sự chuyển biến tích cực do tác động của việc thực hiện Hiệp định thương mại song phương, song trong thời gian này đã phát sinh một số tranh chấp có nguy cơ gây cản trở đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hai nước.

Ngày 28/6/2002, Hiệp hội các chủ trại cá catfish Hoa Kỳ (CFA) đã khởi kiện các doanh nghiệp Việt Nam bán phá giá cá tra và cá basa vào thị trường Mỹ. Ngày 08/08/2002, Ủy ban Thương mại Quốc tế của Mỹ (ITC) đã bỏ phiếu kết luận cá tra và cá basa của Việt Nam đe dọa gây thiệt hại cho ngành nuôi và

chế biến cá catfish của Mỹ. Điều này đã bật đèn xanh cho bộ thương mại Mỹ tiến hành điều tra vụ kiện bán phá giá nói trên theo yêu cầu của CFA. Đồng thời, bộ thương mại Mỹ cũng tiến hành điều tra để xác định quy chế kinh tế thị trường của Việt Nam. Trong quyết định được công bố thời đó, Bộ thương mại Mỹ thừa nhận Việt Nam đã đạt được những cải cách đáng kể theo hướng kinh tế thị trường, song vẫn đưa ra kết luận thiếu khách quan là Việt Nam chưa có nền kinh tế thị trường. Kết luận đó đã tạo cơ sở để bộ thương mại Mỹ tiến hành bước tiếp theo là điều tra xác định việc các doanh nghiệp Việt Nam có bán phá giá các sản phẩm nói trên tại thị trường Mỹ hay không.

Cùng với nó, xu hướng sản xuất, đánh bắt tôm ở Mỹ suy giảm và nhập khẩu tăng mạnh trong những năm qua (chiếm 70% thị trường tiêu thụ tôm của Mỹ) các hiệp hội đánh bắt tôm ở 8 bang miền nam và vùng vịnh Mexico (Louisiana, Texas, Mississippi, Bắc và Nam Carolina, Georgia, v.v) đang tập hợp lực lượng và tài chính để chuẩn bị cho khả năng khởi kiện bán phá giá đối với các nước xuất khẩu tôm vào Mỹ (Thái Lan, Việt Nam, Trung Quốc, Ấn Độ, và một số nước Nam Mỹ).

Thêm vào đó, đã có nhiều thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam bị các tổ chức, cá nhân khác đăng ký bảo hộ tại Mỹ và một số nước với mục đích trục lợi (như Café Trung Nguyên, Pretto Vietnam, Viataba, nước mắm Phú Quốc ...). Điều này cũng đặt ra yêu cầu cấp bách đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong việc nâng cao nhận thức về bảo vệ thương hiệu kinh doanh của mình trên thị trường trong và ngoài nước, đặc biệt ở thị trường Mỹ, một thị trường tự do nhất thế giới.

CHUYÊN ĐỀ 5: **THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ SAU KHI** **VIỆT NAM GIA NHẬP WTO**

PGS.TS. Trần Quang Lâm

Để thấy rõ thực trạng trong phát triển bùng nổ quan hệ thương mại Việt – Mỹ và xu hướng vận động của mối quan hệ kinh tế này cần phải xuất phát từ thực trạng tiềm lực của nền kinh tế hai quốc gia

1. Tình hình phát triển kinh tế việt nam sau hơn một năm gia nhập WTO

Ngày 7-11-2006, lễ kết nạp Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của WTO được tiến hành, trong cuộc họp báo sau đó, ông Pascal Lamy Tổng giám đốc WTO cho rằng, cái lợi trước mắt khi Việt Nam gia nhập WTO là cơ hội mở rộng được quy mô trao đổi thương mại và được bảo vệ trong cạnh tranh một cách công bằng trước các quốc gia khác trên cơ sở các định chế của WTO. Về lâu dài, khi ra nhập WTO sẽ tạo điều kiện để Việt Nam cải cách, phát triển kinh tế thành công và trở thành một trong những nền kinh tế lớn của thế giới. Tuy nhiên, sau hơn một năm gia nhập WTO, sự phát triển của nền kinh tế của Việt Nam vẫn chịu tác động của nhiều yếu tố bất lợi từ nền kinh tế thế giới: Giá dầu mỏ tăng cao (tháng 3-2008 đã vượt ngưỡng 100USD/ thùng); đồng USD mất giá mạnh so với đồng Euro, Bảng Anh ...; kinh tế Mỹ suy thoái do tác động của thị trường nhà đất và “tín dụng thế chấp dưới tiêu chuẩn” kéo theo sự sụt giảm trên thị trường tài chính và chứng khoán. GDP của Mỹ cả năm 2007 chỉ tăng 2%, thấp hơn mức dự đoán 2,2%. Đây là mức thấp nhất trong 5 năm gần đây. Thêm vào đó, nền kinh tế Trung Quốc tiếp tục tăng trưởng cao, trên 11%, vừa tạo ra sự dư thừa công suất trong một số ngành, đồng thời đẩy giá nguyên liệu cơ bản lên cao của thế giới trong đó có Việt Nam. Ngoài ra, thiên tai gây thiệt hại lớn cho nền kinh tế đã ảnh hưởng không nhỏ tới tốc độ tăng trưởng của nước ta.

Tuy vậy, sau hơn một năm gia nhập WTO, tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam cao hơn tốc độ tăng trưởng của 12 năm trước đó, GDP tính theo giá

thực tế đạt khoảng 1.143 tỉ VNĐ, bình quân đầu người đạt khoảng 13,42 triệu đồng, quy ra USD tương đương với 71,5 tỉ USD và 839 USD/người.

Cùng với tăng trưởng kinh tế cao do mở rộng quan hệ thương mại là sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH, HĐH và hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Có thể thấy sự dịch chuyển đó theo các chỉ tiêu cụ thể sau:

Theo nhóm ngành kinh tế, ngành nông, lâm nghiệp – thủy sản (nếu không tính đến những khó khăn do thiên tai, dịch bệnh) thì tỷ trọng của nhóm ngành này tiếp tục giảm theo quy luật CNH, HĐH, và chỉ còn dưới 20% GDP. Công nghiệp – xây dựng tiếp tục tăng hai chữ số, cao nhất trong ba nhóm ngành, nên tỷ trọng tiếp tục tăng và đạt gần 42% GDP, phù hợp với giai đoạn đẩy mạnh CNH, HĐH. Khu vực dịch vụ được mở rộng hơn sau khi Việt Nam gia nhập WTO nên đã tăng cao hơn tốc độ chung của nền kinh tế, nhờ đó đã chặn được sự sụt giảm trong tỷ trọng GDP của nhóm ngành này từ thời kỳ 1995-2004 và cao hơn năm 2006

Theo thành phần kinh tế: Thành phần kinh tế ngoài nhà nước, đặc biệt là kinh tế tư nhân, tăng trưởng cao hơn tốc độ chung nên tỷ trọng trong GDP cũng cao lên (hiện đạt trên 17%). Khu vực ngoài nhà nước và khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có tổng tỷ trọng trong GDP cao, lại có tốc tăng cao hơn khu vực kinh tế nhà nước, nên trở thành động lực của tăng trưởng kinh tế chung, phù hợp với đường lối đổi mới, mở cửa hội nhập của Đảng ta.

Sở dĩ đạt được mức tăng trưởng kinh tế cao là do sự tác động thuận lợi của cả hai yếu tố đầu vào và đầu ra của nền kinh tế, do khơi thông quan hệ thương mại giữa Việt Nam ra các nước trên cơ sở các định chế của WTO.

Về đầu vào của sản xuất: vốn đầu tư có tốc độ tăng cao hơn so với GDP, đạt 40,6%, đây là tỷ lệ đạt cao so với các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, chỉ kém Trung Quốc. Đáng chú ý là trong khi tỷ trọng vốn đầu tư của khu vực kinh tế nhà nước trong tổng đầu tư phát triển tiếp tục giảm xuống, thì tỷ trọng vốn đầu tư của khu vực kinh tế ngoài nhà nước tăng lên (đạt 38%). Hiệu quả đầu tư khu vực này lại cao gấp đôi khu vực kinh tế nhà nước, nên đã ảnh hưởng tích cực vào mức tăng của GDP. Vốn đầu tư nước ngoài đạt kỷ lục ở cả ba nguồn: Nguồn vốn đầu tư trực tiếp vượt trội cả về tổng số vốn, đăng ký mới và

vốn bổ sung (20,3 tỷ USD); cả về quy mô bình quân một dự án (trên 14 triệu USD/dự án); cả về cơ cấu đầu tư vào nhóm ngành dịch vụ; cả về lượng vốn thực hiện (4,6 tỷ USD). Nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức tính đến cuối năm 2006 (cam kết cho năm 2007) đạt mức kỷ lục (4,4 tỷ USD). Vốn cuối năm 2007 cam kết cho năm 2008 còn đạt cao hơn (trên 5,4 tỷ USD). Lượng vốn giải ngân năm 2007 đạt 2 tỷ USD, vừa vượt kế hoạch và đạt cao nhất từ trước đến nay. Nguồn vốn đầu tư gián tiếp năm 2007 ước đạt 5,6 tỷ USD, cao gấp 4,3 lần năm 2006. Việc nhập khẩu máy móc thiết bị cho các công trình trọng điểm: máy bay, máy móc thiết bị cho tổ hợp khí điện đạm Cà Mau, thiết bị cho dầu khí xi măng, đóng tàu... cũng được thực hiện. Một số mặt hàng chiến lược nhập khẩu cũng tăng đáng kể như: xăng dầu nhập khẩu tăng 8%, thép thành phẩm tăng 35,6% phân bón tăng 12,2%, sợi các loại tăng 26,8%...

Về đầu ra của sản xuất thể hiện ở các chỉ số sau: 1) *về sản lượng tiêu thụ trong nước:* Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng tăng tới gần 23%, nếu loại trừ yếu tố tăng giá, bình quân năm 2007 so với năm 2006 là 8,3%, vẫn còn cao gấp 1,6 lần tốc độ tăng GDP (13,7% so với 8,48%). Dung lượng thị trường trong nước ước đạt gần 45 tỷ USD. Với dân số là khoảng 84 triệu người hằng năm tiêu dùng của dân cư nước ta vừa tăng về số lượng, vừa đa dạng về mẫu mã, chủng loại, vừa cao về chất lượng, nên đã tạo được động lực cho tăng trưởng kinh tế trong nước. Thực trạng đó đã kích thích các nhà đầu tư nước ngoài tăng cường đầu tư vào Việt Nam; và 2) *Về xuất nhập khẩu của Việt Nam:* Kim ngạch xuất khẩu năm 2007 đạt 48,4 tỷ USD, tăng 20,5% so với năm 2006 vượt 3,1% so với kế hoạch Chính phủ đặt ra là 17,4% (46,76 tỷ USD). Kim ngạch của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 56,9% kim ngạch xuất khẩu của cả nước, đạt 27,3 tỷ USD, tăng 18,6% so với năm 2006; của khu vực doanh nghiệp 100% vốn trong nước tăng 23,1% so với năm 2006. Về giá trị, kim ngạch xuất khẩu năm 2007 tăng 8,2 tỷ USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm thủy sản tăng 1,7 tỷ USD; nhóm nhiên liệu. Khoáng sản tăng 0,2 tỷ USD; nhóm công nghiệp và thủ công mỹ nghệ tăng 3,7 tỷ USD và nhóm hàng khác tăng 2,6 tỷ USD

Trong dòng xuất khẩu có 10 mặt hàng và nhóm hàng có kim ngạch trên 1 tỷ USD gồm thủy sản, gạo, cà phê, cao su, dầu thô, dệt may, giày dép, điện tử và linh kiện máy tính, sản phẩm gỗ và nhóm sản phẩm cơ khí. Trong đó, ngoài 4 mặt hàng lớn truyền thống là dầu thô, dệt may, giày dép và thủy sản, kim ngạch mỗi mặt hàng đạt trên 3 tỷ USD, thì hai mặt hàng điện tử và sản phẩm gỗ cũng đã đạt trên 2 tỷ USD. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực có khối lượng giảm so với năm 2006 như: dầu thô đạt 15,2 triệu tấn, thấp hơn năm trước 7,4%; hạt tiêu đạt 100 ngàn tấn, thấp hơn 3,1%. Những mặt hàng chủ lực có trị giá xuất khẩu tăng cao so với năm 2006 gồm : gạo tăng 16%; cà phê tăng 50%; hạt tiêu tăng 73%; nhân điều tăng 30,8% hàng dệt may tăng 32% ; điện tử và linh kiện tăng 28,8%; sản phẩm gỗ tăng 21,1%; sản phẩm nhựa tăng 45,8% dây điện và cáp điện tăng 27,7%... Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực do giá thế giới tăng mạnh nên về mặt giá trị tăng khá so với năm 2006 như : cà phê tăng 50% mặc dù lượng xuất khẩu chỉ tăng 22,3%; hạt tiêu tăng 73,3% trong khi lượng giảm 14,7%... Nhóm sản phẩm cơ khí đạt tốc độ tăng trưởng cao, trên 120% so với năm 2006, đem lại kim ngạch trên 2,2 tỷ USD năm 2007.¹ Kim ngạch nhập khẩu năm 2007 đạt 60,83 tỷ USD, tăng 35,5% so với năm 2006, trong đó doanh nghiệp có vốn trong nước nhập khẩu 39,3 tỷ USD, tăng 34,9% và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài nhập khẩu 21,53 tỷ USD, tăng 28,6%.

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu có trị giá tăng cao so với năm 2006 gồm: ô tô nguyên chiếc các loại tăng 132%, linh kiện ô tô tăng 63,4%, thép tăng 56,4%, phôi thép tăng 37,6%, phân bón tăng 23,8%, chất dẻo nguyên liệu tăng 28,6%, sợi các loại tăng 37,1%, máy móc thiết bị phụ tùng tăng 54%, tân dược tăng 27,7%, điện tử, máy tính và linh kiện tăng 36,7%, vải tăng 30,7%, dầu mỡ động thực vật tăng 60%, sản phẩm hóa chất tăng 24,4%, gỗ và nguyên liệu tăng 28,9%, sữa tăng 24,6%, thức ăn gia súc và nguyên liệu tăng 60%... Các mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch lớn thuộc nhóm nguyên nhiên, vật liệu, phụ liệu (không kể xăng dầu) và chiếm 58% tỷ trọng tổng kim ngạch xuất khẩu, Trong đó, có một số mặt hàng chiếm tỷ trọng cao như: sắt thép, kim loại và phôi thép 6,3 tỷ USD, phân bón các loại 850 triệu USD, máy móc thiết bị 10,2 tỷ USD, hóa chất, chất

¹ Lê thanh Lương: “ Ngoại thương Việt Nam sau một năm gia nhập WTO. Thực trạng và giải pháp” T/c Lý luận chính trị .3-2008 tr50-52

dẻo nguyên liệu 3,77tyUSD, điện tử máy tính linh kiện 2,8 tyUSD, vải sợi, bông và nguyên liệu 999 triệu USD, thức ăn gia súc và nguyên liệu 1,18 tỷ USD, tân dược và nguyên liệu 848 triệu USD.

Nhập siêu cả năm 2007 khoảng trên 10 tỷ USD với tỷ lệ nhập siêu/ xuất khẩu là 22%, tăng trên 70% so với năm 2006 (12,7%).¹ Đây là mức nhập siêu cao so với cùng kỳ nhiều năm qua do nhiều nguyên nhân. Điều nghịch lý ở đây là chúng ta đã xuất siêu sang nhiều nước tiên tiến có công nghệ nguồn như Mỹ, Anh, Ý, Đức. Xuất khẩu vào Mỹ tăng 21%,EU tăng 19%, Nhật Bản tăng 11,8% so với năm 2006. Riêng thị trường Mỹ, mức xuất siêu lên tới 6,85tỷ USD. Năm 2007, chỉ tính trong 9 tháng đã xuất siêu 6,3 tỷ USD. Trong khi đó, chúng ta lại liên tiếp ở vị thế nhập siêu lớn với các nước ở gần như Trung Quốc,Singapore, Hàn Quốc,Thái Lan,Ấn Độ. Riêng nhập siêu từ Trung Quốc ở mức rất lớn: năm 2006 tới gần 4,4tỷ USD (chiếm hơn 86% tổng mức nhập siêu của cả nước),năm 2007 tăng lên 7,5tỷ USD (chiếm 60% tổng mức nhập siêu của cả nước), chủ yếu là nhập hàng tiêu dùng và các thiết bị chưa phải thuộc công nghệ tiên tiến²

Sau khi gia nhập WTO, sự dịch chuyển cơ cấu nền kinh tế nước ta trong tiến trình CNH, HĐH hướng mạnh vào thực hiện phân công lao động quốc tế phù hợp với đường lối mở cửa và chiến lược hướng nhiều hơn về xuất khẩu do đó việc chiến lĩnh và khai thác thị trường nước ngoài để phát huy tiềm năng lợi thế quốc gia trở thành vấn đề chiến lược cấp bách. Trong điều kiện đó, thị trường Mỹ trở nên hấp dẫn đặc biệt đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam và phát triển quan hệ thương mại Việt Mỹ trở thành hướng ưu tiên hàng đầu của nước ta. Để thấy rõ tiềm năng đối tác kinh tế số một này cần hiểu rõ hơn về thực trạng hoạt động kinh tế và thương mại của Mỹ.

2. Tiềm năng kinh tế và thương mại Mỹ thời kỳ 2006- 2007.

Bước sang nửa sau thập kỷ thứ nhất của thế kỷ XXI, kinh tế Mỹ vẫn là nền kinh tế hàng đầu thế giới. Theo xếp hạng quốc tế, kinh tế Mỹ luôn có hàng

¹ Lê thanh Lương: “ Ngoại thương Việt Nam sau một năm gia nhập WTO . Thực trạng và giải pháp” T/C Lý luận chính trị 3-2008tr50-52

² Ngọc Minh “Nhập siêu kỷ lục : 12,45tỷ USD” Báo Thanh Niên số 28-12-2007 tr3

loạt chỉ số đứng ở vị trí đầu bảng hoặc lân cận đầu bảng. Thể hiện rõ ở các chỉ số thống kê sau:

Thứ nhất, những chỉ tiêu về lương: 1) GDP đạt 13,13 ngàn tỷ USD (2006) với 302 triệu người, chiếm gần 5% dân số thế giới; 2) Mỹ đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu, đạt khoảng 2,2 ngàn tỷ USD, trong đó xuất khẩu khoảng 1 ngàn tỷ USD, nhập siêu 785,5 tỷ USD; 3) Mỹ đứng hàng đầu về thu hút FDI hiện có 100 tập đoàn lớn của thế giới đầu tư vào Mỹ. Những ngân hàng đầu tư hùng mạnh của thế giới đều có đại diện ở Phố - Uôn. Riêng đầu tư vào bất động sản và kinh doanh lên tới 177,3 tỷ USD (năm 2006); và 4) Mỹ đứng thứ nhất về tiêu thụ dầu mỏ, đạt 10 triệu thùng ngày (2006)¹.

Thứ hai, tiềm năng của nền kinh tế Mỹ thuộc vào những nước hàng đầu thế giới: 1) Là một nước giàu tài nguyên: khoáng sản, đất đai rộng lớn, màu mỡ, khí hậu ôn hòa có bờ biển và thềm lục địa chạy dài cả ở Đại Tây Dương và Thái Bình Dương cũng như ở vịnh Mêhicô cùng với Các con sông dài chảy qua lãnh thổ Mỹ và Ngũ hồ tại biên giới Canada tạo điều kiện phát triển kinh tế biển và phát triển ngành thủy hải sản giao thông đường thủy; 2) Do CNTB phát triển sớm lại kế thừa được nguồn vốn và công nghệ nguồn từ Châu Âu, nền kinh tế Mỹ nhanh chóng trở thành nền kinh tế thị trường TBCN phát triển nhất thế giới: Có hệ thống các công ty xuyên quốc gia (TNCs) với quy mô và tiềm năng vốn, công nghệ dẫn đầu thế giới. Mỹ thu hút được một đội ngũ các nhà khoa học hàng đầu thế giới; chiếm lĩnh được các công nghệ mũi nhọn như công nghệ thông tin, sinh học, vật liệu, năng lượng, hàng không vũ trụ... với trình độ hiện đại tiến tiến nhất thế giới; và 3) Mỹ có nền kinh tế phát triển hàng đầu thế giới với cơ cấu kinh tế hiện đại: dịch vụ chiếm 67,8% GDP (2006). Trong đó đứng đầu là dịch vụ bất động sản, kế là dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, bán hàng, giao thông vận tải, y tế, giáo dục, nghệ thuật, khách sạn nhà hàng ... Trong khi đó sản xuất hàng hóa chỉ chiếm 19,8% (chế tạo : 12,1%, xây dựng 4,9% khai thác dầu mỏ khí đốt : 1,9%, nông nghiệp : 1%).

Các ngành phát triển nhất là dịch vụ tài chính, khoa học – công nghệ, chế tạo sản phẩm lâu bền, bất động sản và chăm sóc y tế. Các ngành có giá trị thấp

¹ Phương Thảo : Tổng quan về kinh tế Mỹ. Học viện CTQG HCM. Viện thông tin “thông tin tư liệu” số 11/2007 tr24-25

bị thu hẹp lại như nông nghiệp, khai thác dầu mỏ, dệt may, da giày được chuyển sang các nước đang phát triển nơi có giá nhân công thấp. Do đó, sản phẩm của những ngành này là địa bàn xuất khẩu hấp dẫn của các nông nghiệp và đang phát triển như Việt Nam. Tuy chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong GDP, song nông nghiệp Mỹ hiện có 2 triệu trang trại được điều tiết bởi một số ít tập đoàn trang trại. Năm 2007, xuất khẩu 78 tỷ USD nông sản sang Châu Á, Canada Mêhicô, chiếm khoảng 1/4 sản lượng nông phẩm của Mỹ

Thứ ba, tỷ trọng tiêu dùng cá nhân trong GDP của Mỹ lên tới 68% (Anh 64%, Pháp và Nhật Bản là 60%, Đức và Nga là 58%). Phần tiêu dùng cá nhân của Mỹ chiếm tới 25% tiêu dùng cá nhân của thế giới; gấp 3 lần Nhật Bản, 4 lần Đức, 5 – 6 lần Pháp và 20 lần Nga. Sức mua của người dân Mỹ gần 18.000 USD cao hơn hơn 1,3 lần các nước phát triển khác¹

Thứ tư, Thực trạng về xuất, nhập khẩu của nền kinh tế Mỹ trong thời kỳ 2006- 2007: 1) Tổng giá trị xuất khẩu của Mỹ đạt 1,4 ngàn tỷ USD, trong đó xuất 22,2% sang Canada, 12,9% sang Mêhicô 24,8% sang Châu Âu, 16,4% sang các nước khác; 2) Tổng giá trị nhập khẩu của Mỹ là 2,2 ngàn tỷ USD, trong đó nhập 16,4% từ Mêhicô 10,7% từ Trung quốc và 8% từ Nhật bản, 9,8% từ Đông Á và Thái Bình Dương, 20,7% từ Châu Âu, 18,9% từ các nước khác.

Năm 2006, thặng dư dịch vụ của Mỹ đạt 79,7 tỷ USD và thâm hụt hàng hóa là 800 tỷ USD. Hàng hóa nhập khẩu nhiều nhất năm 2006 là ô tô và phụ tùng : 211,9 tỷ USD, dầu thô là 225,2 tỷ USD. Những nước có khối lượng hàng hóa xuất khẩu lớn vào Mỹ là Canada, Mêhicô, Nhật bản, Trung quốc và Anh. Tổng thâm hụt năm 2006 của kinh tế Mỹ là 758,5 tỷ USD chiếm 5,7% GDP²

Nền kinh tế Mỹ tuy chứa đựng nhiều mâu thuẫn trong sản xuất và tiêu thụ và nhập khẩu hàng hóa, song đây là một nền kinh tế lớn. Trong quá khứ, bài học lịch sử cho thấy bất kỳ một quốc gia Châu Á nào, kể cả Trung quốc và Nhật bản, chiếm lĩnh được một tỷ phần không lớn của thị trường Mỹ cũng tạo ra được động lực thúc đẩy nền kinh tế quốc gia đó phát triển nhanh chóng.

Tuy nhiên, bước sang năm 2008, kinh tế Mỹ đang lâm vào trạng thái đình trệ và lạm phát (Stagflation):

¹ S.M.Rôgôp: “Nước Mỹ trước thiên niên kỷ thứ ba” T/c Kinh tế, chính trị tư tưởng Nga, số 11 năm 1998.

² Nguồn đã dẫn tr 27

Về tài chính: Kinh tế Mỹ đang phải đối mặt với 3 vấn đề lớn: 1) Sự phát triển không kiểm soát được của thị trường cho vay địa ốc dưới chuẩn ;2) Cho vay tín dụng tiêu dùng qua thẻ quá mức; và 3) Khủng hoảng tín dụng địa ốc lan rộng sang cả khu vực đầu tư địa ốc đã ảnh hưởng lớn đến tăng trưởng của nền kinh tế Mỹ

Về thâm hụt cán cân thanh toán quốc tế: Thâm hụt cán cân thanh toán kéo dài: 400 tỷ USD (2000): 811 tỷ USD (2007) do USD mất giá. Tổng thâm hụt thương mại Mỹ giảm xuống còn 734 tỷ USD, song vẫn vượt quá mức an toàn của nền kinh tế. Đầu tư của Mỹ chiếm 19% GDP, song 30% trong số đó là vay mượn từ nước ngoài, điều này tạo ra nguy cơ dòng vốn chảy ra mạnh, nếu kinh tế Mỹ lâm vào suy thoái đẩy nền kinh tế vào suy thoái sâu hơn.

Về thị trường Chứng khoán (TTCK): Tiền từ nhiều nước và nhiều nguồn đổ vào TTCK Mỹ đẩy giá các tài sản tài chính lên quá cao so với giá trị thực của nó tạo ra tình trạng bong bóng, khi giá CK bị điều chỉnh xuống, dễ kích thích nền kinh tế tăng trưởng buộc FED phải giảm lãi suất tạo ra lạm phát. Sự suy giảm của nền kinh tế Mỹ đã ảnh hưởng không nhỏ tới quan hệ thương mại Việt - Mỹ.

3. Khái quát về quan hệ thương mại Việt - Mỹ

Từ sau khi bình thương hóa quan hệ Việt - Mỹ, quan hệ thương mại Việt - Mỹ phát triển nhanh chóng và sôi động hơn.

Theo hãng tin Bloomberg dẫn số liệu đăng trên website của Ủy ban thương mại quốc tế Mỹ cho biết, khối lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng 25% trong năm 2007 và đạt 10,54 tỷ USD. (Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng 30% trong 2006 và 25% năm 2005).

Mức kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ của Việt Nam hiện cao hơn 10 lần so với con số tương ứng năm 2001, khi hiệp định cắt giảm thuế giữa hai nước có hiệu lực. Đà “thăng hạng” của Việt Nam trong danh sách các nước xuất khẩu vào Mỹ sẽ còn tiếp tục, do mức tăng trưởng của năm 2007 cao.

Việt Nam đã vượt qua Chilê, Colombia, Philippines, Tây Ban Nha để lọt vào danh sách 30 nước xuất khẩu hàng đầu vào Mỹ trong năm 2007. Kim ngạch xuất khẩu đạt 10,5 tỷ USD nhờ sự gia tăng khối lượng hàng may mặc, sản

phẩm trang trí nội thất, thiết bị điện và cà phê .Xuất khẩu hàng may mặc tăng 36%,đạt 4,29 tỷ USD, do Việt Nam tận dụng được việc bãi bỏ chế độ hạn ngạch sau khi ra nhập tổ chức thương mại tế giới vào tháng 1/2007. Xuất khẩu hàng trang trí nội thất cũng tăng 36%,đạt 1,23 tỷ USD, đẩy xuất khẩu giày dép xuống hàng thứ ba với mức tăng trưởng 8%, đạt 1,03 tỷ USD. Xuất khẩu thủy sản tăng 6%, đạt 692 triệu USD, trong khi xuất khẩu máy móc và thiết bị điện tăng 67%, đạt 350 triệu USD.

Xuất khẩu cà phê tăng 52% đạt 307 triệu USD. Việt Nam hiện là nước sản xuất cà phê hạt đứng thứ hai thế giới. Ngày 30/9/2007, Xuất khẩu dầu thô sang Mỹ giảm 18%, đạt 446 triệu USD, do sản lượng của tập đoàn dầu khí Việt Nam giảm trong năm thứ ba liên tiếp. Theo báo cáo gần đây của cơ quan Năng lượng quốc tế, Việt Nam có thể tăng sản lượng dầu thô trong năm nay do có nhiều mỏ mới được đưa vào khai thác.

Xuất khẩu của Mỹ sang Việt Nam năm 2007tăng 84%, đạt 1,82 tỷ USD, nhờ vào sự gia tăng gấp 6 lần lượng xe hơi xuất khẩu, đạt 217 triệu USD. Thâm hụt mậu dịch của Mỹ với Việt Nam tăng 17% trong cùng kỳ, đạt 8,72 tỷ USD.¹ Tuy nhiên, qua các con số chưa thấy rõ thực chất mối quan hệ thương mại Việt-Mỹ, trong đó còn chứa đựng nhiều hạn chế cả từ phía Việt nam và cả từ phía Mỹ:

Thứ nhất, là từ phía Việt Nam: Theo một báo cáo về quá trình 5 năm thực hiện hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ (BTA) được công bố trong năm 2007 thì: Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng lên 8 lần kể từ khi BTA được thi hành. Báo cáo này đã chỉ rõ: Các hàng đã qua chế tác trong xuất khẩu của Việt Nam tăng lên rất nhiều. Tuy nhiên, đại bộ phận của chúng thực chất đều là hàng gia công: Hàng may mặc chiếm hơn 50% tổng lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ, song chủ yếu dựa vào nguyên liệu, phụ kiện nước ngoài. Cũng theo báo cáo này, hàng nhập khẩu từ Mỹ vào Việt Nam cũng tăng gấp đôi, kể từ khi BTA có hiệu lực. Việt Nam chủ yếu nhập máy móc, thiết bị sản xuất từ Mỹ. Như vậy, xuất hàng gia công và nhập về máy móc là đúng

¹ Trung Quang :Việt nam , một trong 30 nước xuất khẩu nhiều nhất sang Mỹ . Báo thanh niên 21-2-2008 ,tr3

hướng, song rõ ràng hàng xuất khẩu không thể mang lại nhiều giá trị gia tăng cho nền kinh tế, do đó thâm hụt thương mại là không tránh khỏi.

Nhân chuyến thăm của giáo sư John Quelch, Hiệu trưởng kinh doanh Harvard (Hoa Kỳ) tháng 2/2008, ông đã thẳng thắn chỉ ra: “Việt Nam đang nổi lên như một trong số các nước có nhiều hàng hòa xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Điều này tuy đáng mừng với các bạn, nhưng các sản phẩm đến từ Việt Nam cần phải có những thay đổi về chất lượng để khẳng định thương hiệu của mình. Trên thị trường thế giới, thương hiệu của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với hơn 200 quốc gia khác nhau”. Ông John Quelch còn cho rằng, dù đã vượt qua Colombia về sản lượng cà phê xuất khẩu vào Mỹ, song chính Colombia mới có những thương hiệu cà phê nổi tiếng được nhiều người Mỹ biết đến chứ không phải Việt Nam. Do đó, thương hiệu và chất lượng sản phẩm mới là vấn đề quan trọng của Việt Nam hiện nay.

Câu lạc bộ 500 doanh nghiệp lớn nhất của Việt nam (VNR500) vừa mới ra đời, thể hiện tham vọng vươn ra thị trường quốc tế của Việt nam. Song trong 20 vị trí dẫn đầu của VNR 500, thì có đến 4 doanh nghiệp khai thác, sản xuất, kinh doanh dầu khí, còn lại là ngân hàng và viễn thông, không hề có một doanh nghiệp nào có thể mạnh xuất khẩu.

Thứ hai, là từ phía Mỹ. Hiện nay kinh tế Mỹ đang bước vào giai đoạn suy thoái do cú sốc về tín dụng bất động sản dưới chuẩn, và nền kinh tế đang bị chìm sâu vào các cuộc can thiệp khắp toàn cầu với chi phí tài chính khổng lồ, do chạy đua vũ trang để duy trì lợi thế một siêu cường. Tình hình đó đã tác động nhiều chiều tới quan hệ thương mại Việt – Mỹ thể hiện trực tiếp ở các mặt sau :1) Sự suy thoái của nền kinh tế Mỹ đã ảnh hưởng trực tiếp tới sản xuất và tiêu dùng trên thị trường Mỹ, làm cho hàng nhập khẩu từ các nước, trong đó có Việt Nam vào Mỹ sẽ giảm. Đặc biệt, thị trường Mỹ năm 2007 đã thu hút tới 30% hàng xuất khẩu từ Việt Nam, khi cầu của Mỹ giảm thì xuất cũng như nhập khẩu giữa Việt nam và Mỹ suy giảm; và 2) FED thực thi chính sách tiền tệ mở rộng bằng cách tăng mức cung tiền và giảm lãi suất liên tục để kích thích tổng cầu tạo điều kiện để nền kinh tế hồi phục. Chính sách kinh tế này đã làm cho đồng USD mất 40% giá trị so với đồng Euro, mất 25% so với đồng tiền khác,

mất 12,5% so với các đồng tiền mà Việt Nam có quan hệ buôn bán đạt tới 86% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam. Đồng USD mất giá hơn nhiều so với Việt Nam đồng trong đó hơn 70% xuất khẩu của Việt Nam được giao dịch bằng đồng USD điều này tạo ra những hệ lụy không nhỏ cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu hàng hóa Việt nam tới thị trường Mỹ. Việc định giá VNĐ gắn với USD làm cho giá hàng nhập khẩu thanh toán bằng USD trở nên đắt đỏ trên thị trường Việt nam. Trong khi đó, các doanh nghiệp xuất khẩu vào thị trường Mỹ được thanh toán bằng đồng USD, trong điều kiện lạm phát USD cao hơn lạm phát VNĐ sẽ đẩy chi phí sản xuất tăng cao làm giảm lợi nhuận, thậm chí gây ra thua lỗ. Ngoài ra VNĐ lên giá so với USD sẽ làm cho cán cân thanh toán quốc tế lệch nhiều hơn do nhập siêu tăng. Như vậy, xuất khẩu vào Mỹ gần 1/3 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, vào một thị trường đang đứng trước cả hai nguy cơ là suy thoái và lạm phát sẽ dẫn đến không ít hệ lụy cả mình và tiềm ẩn.

Những hạn chế nêu trên là những hạn chế nảy sinh từ thực chất quan hệ thương mại Việt- Mỹ được xem xét trong trạng thái ngắn hạn và có tính chất tình huống, song nếu xét theo dài hạn thì mối quan hệ thương mại Việt - Mỹ thực sự là một động lực thúc đẩy nền kinh tế nước ta phát triển, thể hiện ở các mặt chủ yếu sau: 1) Đẩy mạnh quan hệ thương mại Việt - Mỹ chúng ta thực sự khai thông được một kênh quan trọng nhất từ nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế thế giới thông qua cầu nối chủ yếu là thị trường Mỹ. Từ đó ta dễ dàng thu hút được nguồn vốn, kỹ thuật, kinh nghiệm từ nước có công nghệ nguồn, có tiềm năng kinh tế lớn để phát triển kinh tế đất nước, thực hiện thành công chiến lược biến ngoại lực thành nội lực để thúc đẩy CNH, HĐH theo định hướng XHCN; 2) Mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ không chỉ có ý nghĩa gắn phân công lao động trong nước với phân công lao động thế giới, mà còn quan trọng hơn là phá bỏ được rào cản của sự cô lập bao vây cấm vận của các thế lực lớn của thế giới, mở ra cho tương lai phát triển Kinh Tế Xã hội rất to lớn cho cả dân tộc.

CHUYÊN ĐỀ 6:

THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ QUA CÁC LUỒNG XUẤT NHẬP KHẨU VÀ ĐẦU TƯ HAI CHIỀU CHỦ YẾU

PGS.TS. Trần Quang Lâm

Ta biết rằng quan hệ thương mại hai quốc gia không chỉ là mối quan hệ mua- bán, trao đổi hàng hóa và dịch vụ, thậm chí cả vấn đề bảo trợ sở hữu trí tuệ, dân chủ và nhân quyền cũng được đặt ra trong khuôn khổ được xây dựng từ ý trí của hai quốc gia và được thể hiện trong các điều khoản của một hiệp định có tính pháp lý quốc tế. Tuy nhiên, nếu gạt bỏ những phong phú và phức tạp của mối quan hệ này, giữ lại những mối quan hệ chủ yếu được khảo sát cả về chất lượng và số lượng có thể xác định được nội hàm cơ bản của mối quan hệ này. Có thể thấy điều đó qua dòng xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ như đầu tư cụ thể giữa hai nước.

1. Quan hệ thương mại Việt- Mỹ qua xuất nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam vào Mỹ.

1.1. Thị trường xuất khẩu thủy sản Mỹ từ khi BTA, PNTR có hiệu lực và Việt Nam gia nhập WTO

Thị trường xuất nhập khẩu thủy sản Mỹ là một trong rất ít thị trường lớn nhất thế giới hiện nay. Quy mô của thị trường này được thể hiện rõ ở các tiêu thức về lượng và về chất sau:

Thứ nhất, về xuất khẩu thủy sản: trước năm 1992 Mỹ là nước xuất khẩu thủy sản đứng đầu thế giới và đạt giá trị kỷ lục 4,5 tỷ USD vào năm 1992. Sau khi bị Thái Lan vượt lên, thì xuất khẩu giảm sút và chỉ còn 2,4 tỷ USD vào năm 1998, đứng sau Na Uy, Trung Quốc, Thái Lan. Năm 2000 xuất khẩu mới tăng lên và đạt 3 tỷ USD; năm 2005 đạt trên 3,9 tỷ USD, tăng 9,4% so với năm 2004. Nhật Bản là thị trường nhập khẩu lớn nhất từ Mỹ, chiếm 27,6% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Mỹ trong năm 2005. Vào thời kỳ này, xuất khẩu của Mỹ sang Nhật Bản đạt 1.081 triệu USD, tăng 4,5%. Châu Âu là thị trường nhập khẩu thủy sản lớn thứ hai từ Mỹ, với 922 triệu USD, tăng 12,3%. Xuất khẩu

thủy sản của Mỹ sang Canada đạt 706 triệu, tăng 4,2 %; sang Hàn Quốc đạt 396 triệu USD, tăng 15,4% và sang Trung Quốc đạt 356 triệu, tăng 36%.

Thứ hai, về Nhập khẩu thủy sản: Dung lượng thủy sản được nhập khẩu vào thị trường Mỹ đứng thứ hai thế giới và chiếm 16,5% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản thế giới. Mỹ nhập hơn 100 mặt hàng thủy sản các loại, từ cao cấp nhất đến thấp cấp, với đủ các loại khác nhau. Các mặt hàng nhập khẩu có giá trị cao nhất là: tôm đông, tôm hùm, cua, cá ngừ, cá nước ngọt. Khoảng 80- 90% tôm tiêu thụ ở Mỹ là nhập khẩu, năm 2006 Mỹ nhập khẩu khoảng 4,2 tỷ USD tôm các loại, kể cả chưa chế biến hoặc đã chế biến, tăng 12,6% so với năm 2005. Thủy sản nhập khẩu vào Mỹ hiện nay chủ yếu là từ các nước Đông Nam Á, Đông Á, Canada và một số quốc gia Mỹ Latinh (Mêhicô, ChiLê, Êcuado). Trong đó, Canada và Thái Lan chiếm tỷ trọng lớn nhất, thứ đến là Trung Quốc và Mêhicô... Việt Nam.

Thứ ba, khi phân tích, đánh giá về xu hướng và đặc điểm của thị trường xuất nhập khẩu thủy sản Mỹ, có thể thấy rõ ở xu hướng sau: xuất khẩu thủy sản của Mỹ có xu hướng giảm dần về giá trị, trong khi đó nhập khẩu lại có xu hướng tăng về giá trị làm cho sự thâm hụt thương mại thủy sản đã tăng từ 2,5 tỷ USD (năm 1990) lên 3,9 tỷ USD (năm 1996), thâm hụt ngày càng tăng cao năm 1997 tới 5,2 tỷ USD, năm 2000 lên tới 7,3 tỷ USD, năm 2003 lên 7,8 tỷ USD, năm 2004 lên tới 8,6 tỷ USD.

Như vậy, thị trường xuất nhập khẩu thủy sản Mỹ nổi rõ những đặc điểm: 1) Mỹ là nước hàng đầu về đánh bắt và nuôi trồng chế biến thủy sản, song nuôi trồng và chế biến xu hướng chủ đại, do đó nhu cầu nhập khẩu rất cao khiến thị trường ngày mở rộng ; 2) Việc nhập khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ luôn gắn với yêu cầu về bảo vệ môi trường và gắn với những vấn đề chính trị liên quan đến chính sách của giới cầm quyền; 3) Nhập khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ đòi hỏi chất lượng cao theo tiêu chuẩn quốc tế và luôn được sử dụng công cụ chống bán phá giá để bảo vệ các nhà sản xuất nội địa

1.2. Quan hệ thương mại Việt –Mỹ qua xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào Mỹ từ khi bãi bỏ lệnh cấm vận

Kể từ khi Mỹ bãi bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam vào năm 1994 tạo điều kiện cho lô hàng thủy sản đầu tiên của Việt Nam do Cafatex đã nhập cảng Florida của Mỹ, mở đầu cho quan hệ thương mại thủy sản chính thức giữa hai nước. Từ đó đến nay, Bộ thủy sản, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt nam (VASEP) đã chủ động tiến hành rất nhiều hoạt động thúc đẩy quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước như thường xuyên có các cuộc tiếp xúc và làm việc với Cục nghề cá biển Mỹ (MNFS), Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm (FDA), Hiệp hội thủy sản (NFI)...Hơn nữa, Bộ thủy sản đã chủ động mời các nhà quản lý doanh nghiệp Mỹ sang Việt nam khảo sát tình hình nuôi và chế biến cá tra, cá basa ở An Giang và Cần Thơ. Mặt khác, Bộ đã tiến hành các cuộc triển lãm về hoạt động sản xuất, chế biến Thủy sản trên thị trường Mỹ. Đồng thời áp dụng chương trình quản lý chất lượng FDA mà Chính phủ Mỹ đặt ra vào sản xuất thủy sản.

Con số doanh nghiệp Việt Nam tham gia xuất khẩu thủy sản sang Mỹ tăng nhanh: Năm 1997 có 54 doanh nghiệp, năm 1998 là 55 doanh nghiệp, năm 1999 có 54 doanh nghiệp, năm 2000 có trên 120 doanh nghiệp, năm 2001 có 173 doanh nghiệp và hiện nay có hơn 300 doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này đều áp dụng hệ thống kiểm tra chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn HACCP do FDA đặt ra nên đủ tiêu chuẩn xuất hàng sang thị trường Mỹ. Dẫn đầu xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ là Seaproduct, Kim Anh Co.,Ltd, Minh Phú Co.,Ltd, Cafatex...nhờ đó, quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước ngày càng phát triển: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ liên tục tăng nhanh, từ năm 1994- 2001 giá trị xuất khẩu thủy sản Việt nam vẫn tăng đều đặn và tăng đột biến vào những năm 1995, năm 2000, năm 2001. Năm 2000 kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ đạt gần 300 triệu USD, gấp 7,6 lần so với 1997 làm cho Mỹ từ vị trí thứ ba trở thành thị trường tiêu thụ thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam, sau Nhật Bản. Đặc biệt, năm 2001 mặc dù nền kinh tế Mỹ khó khăn nhất là sau sự kiện ngày 11/9 song kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Mỹ vẫn có sự tăng trưởng với khối lượng gần 71 ngàn tấn sản phẩm đạt doanh số hơn 489 triệu USD tăng 64% so với năm 2000, và tại thời điểm này Mỹ chính thức vượt Nhật Bản trở thành thị trường nhập khẩu lớn nhất

từ Việt Nam .Nếu năm 1998 xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ chiếm 11,6% tổng giá trị hàng thủy sản Việt Nam, thì đến năm 1999 con số này là 13,8%, năm 2000 chiếm 20,9% và năm 2001 chiếm 28,9%.

Đặc biệt, sau Hiệp định BTA, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Mỹ vẫn tiếp tục tăng, năm 2002 đạt 655,65 triệu USD tăng 34,1% so với năm 2001. Năm 2003 doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam bị CFA kiện bán phá giá mặt hàng cá tra, cá basa đã cản bớt dòng xuất khẩu từ Việt Nam. Song kim ngạch xuất khẩu vẫn đạt 782,23 triệu USD, tăng 19,3% so với cùng kỳ năm 2002. Đây lại là năm đỉnh cao về số lượng và giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ, sau đó bắt đầu giảm xuống. Năm 2004 do ảnh hưởng vụ kiện của SSA, sản lượng và doanh thu xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào Mỹ giảm đáng kể, chỉ còn 592,82 triệu USD giảm 24, 2% so với năm 2003. Kể từ đó đến nay, thị trường Mỹ không còn chiếm vị trí số một về sản lượng và giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam nữa.

Có thể thấy sự thay đổi về xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ qua biến đổi tương quan với các thị trường lớn ở bảng 4 và 5 sau:

Bảng 4: sự biến đổi luồng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam vào các thị trường lớn, thời kỳ (2001- 2007)

Đơn vị tính: %

Các năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Thị trường							
Nhật Bản	26,14	27	26,3	31,4	26,5	25	21,2
EU	6,7	4,2	5,7	10,1	16	21,2	25,7
Mỹ	28,89	32	35,3	24,6	18,3	19,5	20,4
Thị trường còn lại	38,24	36,8	32,7	33,9	39,2	34,65	32,8

Nguồn: Vụ kế hoạch Bộ thương mại - TT tin học Bộ NN&PT Nông thôn

Qua bảng 4 ta thấy rõ động thái dòng xuất khẩu hàng thủy sản từ Việt Nam vào Mỹ tăng bùng phát vào năm 2001 (28,92%) và đạt đỉnh điểm vào năm 2003 (35,3%), sau đó thì giảm đến năm 2007 bắt đầu hồi phục ở vị trí thứ 3 sau EU, Nhật Bản.

Tuy nhiên, xét về khối lượng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam vào thị trường Mỹ sau khi Hiệp định thương mại Việt-Mỹ có hiệu lực, từ sự tăng đột biến vào năm 2003, còn duy trì được ở mức ổn định ở bảng số 5 dưới đây.

Bảng 5: Khối lượng và giá trị hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ thời kỳ 2000- 2007

Khối lượng và Giá trị Năm	Khối lượng (tấn)	Mức tăng năm sau so với năm trước (%)	Giá trị (USD)	Mức tăng năm sau so với năm trước (%)
2000	39.668	113	298.220.226	130
2001	70.931	79	489.034.963	64
2002	98.655	39	665.654.511	34,1
2003	123.472	25	782.238.334	19,3
2004	98.768	-27	592.824.065	-24,2
2005	91.674	2	633.984.549	7
2006	98.883	8	664.339.579	5
2007	99.769	1	720.524.455	8

Nguồn *http/www.Vase.com.vn* ngày 4/3/2008

Qua bảng 5 ta thấy, sự tăng đột biến cả về sản lượng và giá trị luồng xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ. Năm 2001, khi Việt Nam và Mỹ ký kết BTA, khối lượng thủy sản xuất khẩu tăng tới 79% và đạt đỉnh cao vào năm 2003 (132.472 tấn). Sau hthời kỳ này giảm xuống và giao động ổn định ở mức sắp xỉ 100 ngàn tấn mỗi năm với mức tăng về giá trị 8% năm.

1.3. Đánh giá quan hệ thương mại Việt –Mỹ qua dòng xuất khẩu thủy sản sau một năm nước ta gia nhập WTO

Năm 2007, tròn 1 năm Việt Nam gia nhập WTO, nền kinh tế cũng như xuất khẩu của nước ta có bước phát triển trên vượt bậc. Riêng về thủy sản, sản lượng hàng hóa ước đạt 3,9 triệu tấn, trong đó khai thác đạt 1,95 triệu tấn, kim ngạch xuất khẩu khoảng 3,75 triệu USD xuất khẩu sang 130 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Tính đến tháng 11/2007, trọn 1 năm Việt Nam gia nhập WTO, toàn ngành thủy sản đã có 337 doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn ngành, 245 doanh nghiệp được phép xuất khẩu sang EU; 321 doanh nghiệp được phép xuất khẩu sang Trung Quốc; 139 doanh nghiệp được phép xuất khẩu sang Canada; 342 doanh nghiệp được phép xuất sang Hàn Quốc và 171 doanh nghiệp được phép xuất sang Thụy Sĩ¹.

Theo các báo cáo điều tra nhu cầu tại thời điểm tháng 11/2007, thị trường Mỹ vẫn có nhu cầu cao đối với thủy sản. Tiêu thụ bình quân trên đầu người đạt 16,5 pao/ năm. Tuy nhiên, tổng nhập khẩu tính đến hết tháng 8/2007 chỉ tăng rất nhẹ so với cùng kỳ năm 2006. Do tỷ giá các đồng tiền bản địa USD vẫn tiếp tục không thuận lợi. Đồng USD liên tục mất giá khiến cho lợi nhuận từ sản xuất thủy sản của các nhà xuất khẩu bị giảm. Đã có hiện tượng phải rút bỏ dần khỏi thị trường Mỹ như trường hợp của các nhà sản xuất tôm Braxin. Và Việt Nam cũng không có ngoại lệ. Chính vì vậy, tỷ trọng hàng thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ suy giảm trong tương quan với thị trường EU và Nhật Bản.

Thị trường thủy sản Mỹ, sau một giai đoạn phục hồi và tăng trưởng khá vào quý II và gần hết quý III/2007, sang tháng 9/2007 nhập khẩu lại sụt giảm khá mạnh với gần 23% so với cùng kỳ năm 2006. Do khó khăn của toàn bộ nền kinh tế Mỹ và đang đứng trước nguy cơ suy thoái từ cuộc khủng hoảng tín dụng dưới chuẩn. Tuy vậy, tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Mỹ của cả 9 tháng năm 2007 vẫn tăng 8,8%, đạt giá trị 526,6 triệu USD, chiếm 19,4% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Mỹ vẫn duy trì vị trí hành đầu về nhập khẩu tôm từ Việt Nam²

Từ tháng 11 đến cuối năm 2007, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Mỹ chỉ tăng nhẹ hoặc ổn định, do tình hình xuất khẩu mặt hàng tôm của Việt Nam nói chung tăng không đáng kể, giá thành nguyên liệu trong nước khá cao, trong khi đó nhiều nguồn cung cấp trên thế giới đều đổ về thị trường Mỹ tạo ra sức cạnh tranh gay gắt (từ Thái Lan, Trung Quốc và Ecuador...)

¹ Đinh Nam “ Thủy sản xuất khẩu tăng cả lượng và chất “ Thời báo kinh tế. Cập nhật 31/12/2007.03. 52.06(GMT+7)

² WebSite: Thông tin thương mại Việt Nam: Thị trường thủy sản tháng 10 và 10 tháng đầu năm 2007. Cập nhật 30/1/2008

Hiện nay, giá tôm trên thị trường Mỹ đang giữ ở mức tương đối so với năm 2006, nhưng khó có khả năng cải thiện hơn, do nhiều nước sẽ đẩy mạnh xuất khẩu sang Mỹ như Thái Lan, Indônêxia, Êcuado. Mặt hàng tôm vỏ nguyên liệu càng ít có cơ hội tăng giá, nhất là đối với các cỡ trung và nhỏ.

Các năm trước, cá ngừ của Việt Nam là một trong những mặt hàng xuất khẩu khá mạnh vào Mỹ, nhưng sang năm 2007 xuất khẩu mặt hàng này liên tục giảm khiến giá trị xuất khẩu nói chung cũng bị giảm.

Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ sau khi BTA có hiệu lực đã phát triển vượt bậc, song vẫn không thể tránh khỏi bị điều tiết bởi các qui luật thị trường và bị chi phối bởi lợi ích của các chủ thể tham gia nội địa. Họ dựa vào nhà nước để dựng lên các hàng rào thuế quan và phi quan thuế để ngăn cản dòng nhập khẩu giống như môi trường thương mại chung của toàn cầu hiện nay. Do đó, dòng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ đang phải đối diện với các trở lực cơ bản sau:

Một là, rào cản trong chính sách thương mại của chính phủ Mỹ trước sức ép lợi ích của các chủ thể thị trường nội địa: Ngoài vụ Hiệp hội cá da trơn Mỹ (CFA) kiện các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam bán phá giá cá tra và cá basa (28/6/2002) làm cho hàng thủy sản Việt Nam phải chịu mức thuế từ 36,84% lên 63,88% (FDA) còn thông báo danh sách 27 lô thủy sản Việt Nam bị từ chối nhập khẩu vào Mỹ. Ngoài ra, Bộ Thương mại Mỹ (DOC) còn tiếp tục xem xét thuế chống phá giá tôm của hàng trăm nhà cung cấp tôm vào thị trường Mỹ, trong đó có Việt Nam được đưa ra xem xét đợt đầu (từ 1/2/2007 đến 31/1/2008). Tuy nhiên, dòng xuất khẩu thủy sản vào Mỹ vẫn ổn định bởi nhiều sức ép của các đại lý tiêu thụ tôm của Việt Nam và nỗ lực của phía Việt Nam trong cải tiến và hiện đại hóa nhà máy, áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm theo yêu cầu của thị trường quốc tế, đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý nhà máy và công nhân chế biến lành nghề. Lượng doanh nghiệp thủy sản đạt tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường EU, Mỹ và Nhật Bản của Việt Nam tăng khá mạnh, nên các nhà xuất khẩu tôm Việt Nam có thể vượt qua được các rào cản này.

Theo nguồn tin Hiệp hội Chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam ngày 27/3/2007 cho biết, liên minh Tôm miền Nam Hoa Kỳ (SSA) vừa chính thức rút đề nghị điều tra 410 công ty xuất khẩu tôm thuộc 6 nước bị kiện chống bán phá giá trong đợt xem xét hành chính lần hai, trong đó có Việt Nam¹.

Hai là, năng lực cạnh tranh của hàng thủy sản xuất khẩu của Việt nam vào thị trường Mỹ còn thấp, do các mặt hàng vào Mỹ chủ yếu dưới dạng sơ chế, cơ cấu mặt hàng chưa phong phú, chủ yếu là tôm sú, cá tra và cá basa, chất lượng chưa cao, còn nhiều lô hàng chưa đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

Ba là, sự liên kết và thống nhất giữa các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam chưa cao, do đó chưa có chiến lược và sách lược chiếm lĩnh và khai thác một thị trường lớn khó tính như thị trường Mỹ đúng đắn. Ngoài ra, công tác xúc tiến thương mại còn ở trình độ thấp so với các đối thủ lớn trên thị trường Mỹ. Đánh giá về quan hệ thương mại Việt – Mỹ qua dòng vận động của xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Mỹ từ khi xóa bỏ lệnh cấm vận Việt Nam của Mỹ và đặc biệt từ khi Việt Nam gia nhập WTO đến nay có thể nhận thấy: Đây là giai đoạn phát triển vượt bậc, biến đổi theo hướng cải thiện tốt cả về chất lượng và số lượng, thể hiện ở các mặt cụ thể sau: 1) Về mặt chất lượng, đây là sự hiện thực hóa đường lối đổi mới kinh tế đối ngoại của Đảng là Việt Nam muốn làm bạn và làm đối tác tin cậy với tất cả các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là biến được Mỹ, từ một đối thủ hàng đầu về chính trị, quân sự thành một đối tác số một về thương mại; và 2) Nâng quan hệ thương mại về xuất khẩu hàng thủy sản từ không thành quan hệ buôn bán lớn, biến thị trường Mỹ thành một trong 3 thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Tuy vẫn đang còn vấp phải những trở ngại nhất định, song đó chỉ là những trở ngại thông thương trong hoàn cảnh thương mại chung của mọi quốc gia thuộc WTO hiện nay. Quan hệ này sẽ được cải thiện khi sự nỗ lực đến từ cả phía Việt Nam và Mỹ trong sự nỗ lực chung của các nước thuộc tổ chức thương mại thế giới.

2. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ qua dòng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang thị trường Mỹ

2.1. Xu hướng tăng cầu dệt may trên thị trường Mỹ

¹ Báo Lao động điện tử số 70, ngày 28/3/2007: “Hoa Kỳ có thể dừng điều tra các công ty xuất khẩu tôm Việt nam”, cập nhật 7g41, ngày 28/3/2007

Vào nửa sau của thế kỷ XX, dưới tác động của cuộc cách mạng KHCN, cơ cấu nền kinh tế Mỹ dịch chuyển theo hướng tri thức hóa, trong đó tập trung vào phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn có hàm lượng trí tuệ cao với giá trị gia tăng lớn. Các ngành sử dụng nhiều lao động lại đòi hỏi sự khéo léo, tỉ mỉ như ngành dệt may, đồ gia dụng bằng gỗ được chuyển sang các nước đang phát triển, nơi có sẵn lực lượng lao động giá rẻ và nguyên liệu tại chỗ như các nước Đông Nam Á và Trung Quốc. Do đó, với qui mô 320 triệu người tiêu dùng, nhu cầu về hàng dệt may trên thị trường Mỹ trở nên rất lớn. Năm 2003, tổng giá trị hàng dệt may tiêu thụ tại thị trường Mỹ đạt 190 tỷ USD, trong đó sản xuất nội địa chỉ đáp ứng được 105 tỷ USD, còn 85 tỷ USD ra thị phần dành cho hàng nhập khẩu từ các nước khác. Để 2/5 dung lượng thị trường cho các doanh nghiệp của các nước có nguồn lao động giá rẻ và nguồn nguyên liệu dồi dào chiếm lĩnh, các doanh nghiệp dệt may Mỹ phải đối mặt với sức cạnh tranh rất mạnh, nhiều doanh nghiệp Mỹ phải đối mặt với nguy cơ thu hẹp sản xuất, giảm thị phần của chính mình đang chiếm lĩnh. Chính vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Mỹ luôn vấp phải các vụ kiện bán phá giá từ phía Hiệp hội dệt may, Da giày Mỹ. Đặc biệt, sau khi bỏ hạn ngạch nhập khẩu hàng dệt may của 39 thành viên WTO vào Mỹ ngày 1/1/2005, thì thâm hụt trong cán cân xuất nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ càng lớn và có xu hướng gia tăng. Sự tăng liên tục trong kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may Mỹ trong nửa đầu của thập kỷ thứ nhất trong thế kỷ XXI theo số liệu thống kê của Bảng 6 dưới đây thể hiện rõ xu hướng trên.

Bảng 6: Kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may Mỹ nửa thập niên đầu thế kỷ XXI

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Dự báo 2010
Kim ngạch	71,7	70,3	72,2	77,4	83,3	90	130

Nguồn: Hiệp hội dệt may, da giày Hoa Kỳ và DOC

2.2. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ từ khi Mỹ bãi bỏ lệnh cấm vận Việt Nam đến hết năm 2007

Dòng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ được khởi động sau khi Tổng thống Bill Clinton công bố bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam vào tháng 2/1994. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may từ Việt

Nam sang thị trường Mỹ tăng rất chậm, đến năm 1997 mới đạt 12 triệu USD. Khi Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ (BTA) được ký kết và có hiệu lực thì dòng xuất khẩu này tăng liên tục, có thể thấy rõ qua bảng 7 dưới đây:

Bảng 7: Xu hướng phát triển của dòng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ thời kỳ 2000 – 2007

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kim ngạch								
Kim ngạch	49,5	49,0	952	2.484	2.720	3.200	3.500	4.500
Tốc độ tăng (%)	-	-	94,3	26,1	11,1	11,8	10,9	12,9

Nguồn: Hiệp hội dệt may Việt Nam, thông tin Bộ Thương mại

Qua bảng 7 ta thấy, năm 2000 kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may từ Việt nam sang Mỹ tăng đột biến đạt 49,5 triệu USD, gấp 4 lần so với năm 1997, nhờ sự khai thông của BTA và sự tích cực chiếm lĩnh khai thác thị trường mới của các doanh nghiệp Việt Nam. Tiếp đó là sự tăng đột biến dung lượng dòng xuất khẩu từ Việt nam sang thị trường Mỹ, do phía Mỹ chưa áp đặt hạn ngạch đối với hàng dệt may. Tuy nhiên, đến 5/2003, khi Hiệp định thương mại dệt may Việt – Mỹ có hiệu lực, phía Mỹ áp đặt hạn ngạch đối với 38 chủng loại hàng dệt may thì dung lượng hàng hóa chảy vào thị trường Mỹ vẫn tăng, song tốc độ tăng chậm lại và giao động trên dưới 11%/năm.

Nếu xét 1 năm kể từ khi Việt nam gia nhập WTO, xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Mỹ đạt 4,5 tỷ USD, vượt qua xuất khẩu dầu thô, vốn nhiều năm đứng đầu trong dòng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, bất chấp thị trường Mỹ áp đặt cơ chế giám sát đối với nhiều chủng loại của hàng hóa này. Theo dự báo của phòng Thương mại Mỹ tại Việt Nam (Amcham) thì dệt may của Việt Nam sang thị trường Mỹ năm 2008 có thể đạt 6,1 tỷ USD¹, thấp hơn chỉ tiêu do Bộ Công – Thương Việt Nam đặt ra cho ngành dệt may là 3,4 tỷ USD, cho dù Mỹ vẫn duy trì cơ chế giám sát đối với ngành này. Thực trạng này cho thấy, lợi thế về nhân công giá rẻ, dồi dào và trình độ khéo léo của lực lượng lao động tại Việt Nam còn có tiềm tàng rất lớn.

¹ Báo điện tử Vnexpress, thứ 3, ngày 26/2/2008

2.3. Xu hướng và triển vọng của luồng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ.

Như vậy, dòng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ tăng đột biến vào thời kỳ đầu, khi Hiệp định thương mại Việt – Mỹ được ký kết và có hiệu lực, sau đó tốc độ tăng chậm lại, song vẫn ở mức cao trên 11%/năm. Động thái này của dòng xuất khẩu phản ánh rõ ràng cụ thể sự cải thiện trong quan hệ thương mại Việt – Mỹ. Song xét về thực chất và xu hướng vận động của dòng thương mại đặc thù này, thấy nổi rõ những đặc điểm sau: 1) Ngành dệt may xuất khẩu của Việt nam tuy đạt mức tăng trưởng cao những năm gần đây, nhưng chủ yếu vẫn chỉ là gia công: Cắt và may – để làm công ăn lương và chỉ chiếm một phần nhỏ trong chuỗi giá trị gia tăng của hàng hóa. Còn phần lớn trong chuỗi giá trị này thuộc về các nhà nhập khẩu và bán lẻ Mỹ. Họ là người cung cấp thiết kế, thương hiệu, điều hành việc cung ứng nguyên phụ liệu và phân phối sản phẩm. Có thể thấy rõ điều đó qua số liệu sau: Năm 2006, ngành bông vải Mỹ đã cung cấp đến 60% nhu cầu sử dụng bông vải của Việt Nam. Một số nhà sản xuất dệt may Mỹ đã đến Việt Nam nghiên cứu việc hợp tác sản xuất, tức chính họ là người tổ chức sản xuất, phân phối và thu phần lớn lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh này. Việt nam hiện xếp thứ 9 về số lượng và xếp thứ 6 về giá trị so với các nước xuất khẩu hàng dệt may vào Mỹ năm 2006. Về số lượng, hàng dệt may Việt Nam đang xếp sau Trung Quốc, Mexico, Pakistan, Canada, Ấn Độ, Indonesia, Bangladesh, Hàn Quốc và Đài Loan. Do đó, đối với việc chiếm lĩnh và khai thác thị trường Mỹ thì Việt nam là nước đến sau, chịu sức ép cạnh tranh rất lớn. Sản phẩm may mặc chiếm trên 95% xuất khẩu của ngành dệt may Việt nam vào các thị trường nói chung và vào Mỹ nói riêng, nhưng những sản phẩm này chỉ được sản xuất tại Mỹ với sản lượng rất nhỏ (dưới 10% lượng tiêu thụ tại Mỹ). Do đó, có thể khẳng định rằng, việc xuất khẩu hàng dệt may của Việt nam vào Mỹ không gây bất cứ một mối đe dọa nào đối với ngành công nghiệp tương tự của Mỹ. Song Việt Nam vẫn bị Mỹ áp đặt cơ chế giám sát nhằm thu hẹp thị phần cho các đối thủ cạnh tranh nội địa hoặc đối thủ cạnh tranh mà Mỹ ưu ái hơn. Để trụ vững trên thị trường dệt may của Mỹ, ngoài việc buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải chuẩn hóa năng lực để

nâng cao chất lượng hàng hóa, còn phải tăng cường mối quan hệ và hiểu biết rõ hơn thị trường rộng lớn này; 2) Trong hoàn cảnh hiện tại, khi thị trường Mỹ lâm vào suy thoái, tốc độ tăng trưởng của toàn bộ nền kinh tế Mỹ suy giảm do tác động xấu của cuộc khủng hoảng tín dụng làm cho nhu cầu về hàng dệt may suy giảm đẩy các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa Mỹ gặp khó khăn, bởi nhu cầu có khả năng thanh toán thấp. Thêm vào đó, sở dự trữ liên bang Mỹ (FED) liên tục áp dụng chính sách tiền tệ mở rộng, tăng mức cung tiền để giảm lãi suất làm cho đồng USD giảm giá so với VNĐ khiến cho 1 USD từ xuất khẩu thu về mất đi trên 500 VNĐ. Với kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may thu được từ Mỹ là 4,5 tỷ USD, thì lượng tiền mất đi của phía Việt Nam là vô cùng to lớn. Nhiều doanh nghiệp dệt may Việt Nam đứng trước nguy cơ thu hẹp sản xuất hoặc phá sản, ảnh hưởng trực tiếp đến người lao động và tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam; và 3) Những khó khăn mà các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu sang thị trường Mỹ gặp phải là to lớn, song đó cũng chỉ là khó khăn trước mắt và trong ngắn hạn. Khi Việt Nam ký kết với Mỹ Hiệp định thương mại song phương và có hiệu lực, đặc biệt là khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của WTO cùng với Mỹ trên một sân chơi bình đẳng được giám sát bởi các chuẩn mực quốc tế, thì lợi thế của Việt Nam về hàng dệt may sẽ còn rất to lớn. Từ chỗ chỉ được xuất khẩu theo hạn ngạch khi xuất sang thị trường Mỹ, bây giờ các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có thể xuất khẩu theo năng lực thị trường mà không lo về hạn ngạch. Thuế nhập khẩu dệt may của Việt nam vào Mỹ cũng như vào các nước thành viên WTO sẽ theo khung NTR. Doanh nghiệp Việt nam sẽ có điều kiện thâm nhập mạnh hơn vào thị trường này để tăng thêm kim ngạch xuất khẩu, tạo thuận lợi tiếp cận công nghệ và phong cách kinh doanh hiện đại của Mỹ.

Trở thành thành viên WTO, Việt Nam có cơ hội thu hút dòng đầu tư trực tiếp và gián tiếp từ nước ngoài, đặc biệt là vào ngành dệt may từ Mỹ và lĩnh vực hạ tầng phục vụ cho sản xuất tạo điều kiện thuận lợi cho ngành công nghiệp này phát triển bền vững.

3. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ qua dòng đầu tư và chuyển giao công nghệ từ Mỹ vào Việt Nam.

Quan niệm hiện đại cho rằng, ngoại thương không chỉ bao hàm sự vận động của dòng hàng hóa dịch vụ, mà còn bao gồm cả sự vận động của dòng đầu tư và công nghệ thông qua chuyển giao nguồn vốn và kỹ thuật lấy tiền lệ làm môi giới. Do đó trong các hiệp định thương mại quốc tế dựa trên các chuẩn mực chung của WTO luôn lấy bảo hộ sở hữu trí tuệ và sự thuận lợi hóa môi trường đầu tư làm cơ sở hình thành các điều khoản thỏa thuận. Quan hệ thương mại Việt – Mỹ, ngoài phản ánh đặc thù trong quan hệ giữa hai quốc gia, cũng không có ngoại lệ so với chuẩn của WTO quy định đối với thương mại quốc tế. Chính vì vậy, khi phân tích thực trạng của các mặt trong quan hệ thương mại Việt – Mỹ, thì dòng vốn đầu tư và chuyển giao công nghệ giữa hai quốc gia trở thành một trong những nội dung cơ bản phản ánh tính đặc thù của mối quan hệ này.

3.1. Năng lực đầu tư từ Mỹ và nhu cầu về vốn của Việt Nam.

Mỹ là một siêu cường về đầu tư và thu hút đầu tư của thế giới. Trong nửa đầu của thập kỷ thứ nhất của thế kỷ XXI, số lượng quỹ đầu tư và vốn ròng của chúng trên thị trường đầu tư, Mỹ vẫn đứng hàng đầu thế giới, có thể thấy điều đó qua bảng khảo sát năm 2003 dưới đây.

Bảng số 8: Thị trường quỹ đầu tư của một số Nước đầu tư lớn của thế giới năm 2003

Quốc gia	Số lượng quỹ đang hoạt động	Tài sản dòng của các quỹ (triệuUSD)	% GDP
Mỹ	8126	7.414.084	67,7%
Australia	-	518.411	99,2%
Anh	1.692	396.523	22,1%
Nhật Bản	2.617	349.148	8,1%
Hồngkông	963	255.811	163,3%

Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài “20 năm đầu tư nước ngoài : nhìn lại và hướng tới 1987- 2007” NXB Trí thức 2003, tr46

Trong khi đó, nhu cầu đầu tư của Việt Nam rất lớn: Dự kiến đến năm 2010, để duy trì tốc độ tăng trưởng 9% năm, Việt Nam cần đến 1.140 tỷ USD đầu tư, trong đó dòng đầu tư từ nước ngoài đến là quan trọng.

Trong định hướng xúc tiến đầu tư, Bộ kế hoạch – Đầu tư đã nhận định, Mỹ là nguồn đầu tư lớn nhất thế giới, nơi hội tụ sức mạnh của nhiều công ty xuyên quốc gia (TNCs), có thế mạnh về tài chính và công nghệ hiện đại, mạng lưới thị trường quốc tế và kỹ năng quản trị kinh doanh tốt. Khi các lợi thế trên được kết hợp với các lợi của Việt Nam sẽ mang lại lợi ích to lớn và thiết thực cho cả hai nước. Việt Nam chủ trương hướng mạnh vào việc tiếp cận và thu hút đầu tư từ các TNCs của Mỹ định hướng vào thực hiện những dự án lớn, công nghệ cao hướng vào xuất khẩu. Trong đó tạo điều kiện để một số TNCs xây dựng các trung tâm nghiên cứu, phát triển vườn ươm công nghệ gắn với đào tạo nguồn nhân lực. Nhận rõ được vị trí quan trọng của đối tác trong chiến lược kinh doanh của Mỹ và phát triển kinh tế của Việt Nam, nên hai nước đã thiết lập một cơ chế chung nhằm phối hợp, thúc đẩy thương mại và đầu tư, đó là “Hội đồng tư vấn Việt – Mỹ”. Hội đồng này có chức năng tư vấn điều chỉnh chính sách nhằm thúc đẩy và thuận lợi hóa quan hệ thương mại, đầu tư đồng thời còn là nơi để các đối tác Mỹ và Việt Nam thảo luận các kế hoạch kinh doanh một cách thống nhất. Ngoài ra, “Cơ quan phát triển Quốc tế Mỹ (USAID) cũng xây dựng Dự án hỗ trợ thúc đẩy thương mại (STAR- Việt Nam) để tăng cường và củng cố quan hệ thương mại Việt – Mỹ.

Thông qua các cơ cấu hợp tác đó mà nhiều đề án do các tập đoàn lớn của Mỹ đầu tư vào Việt Nam được đề xuất và thúc đẩy triển khai như: Tập đoàn Conoco Phillips đã đầu tư khoảng 1 tỷ USD trong lĩnh vực thăm dò và khai thác dầu khí tại Việt Nam và có thể đầu tư thêm hàng tỷ USD, nếu có tiềm năng và cơ hội. Tập đoàn Gannon quan tâm đến dự án đầu tư một nhà máy điện tại Đồng Nai với công suất 1000MW theo ba giai đoạn. Hiện công ty đang khảo sát xây dựng nhà máy điện tại Nhơn Trạch- Đồng Nai và sẽ đầu tư nếu đạt được những thỏa thuận liên quan phù hợp với hai bên. Cùng với các dự án về năng lượng thì TNCs trong ngành công nghệ thông tin của Mỹ là Microsoft, Unisys, Qualcomm và Motorola cũng muốn thúc đẩy các dự án hợp tác với Việt Nam. Qualcomm muốn cung cấp hạ tầng mạng di động 3G cho các hãng EVN Telecom và Hanoi Telecom đồng thời tham gia dự án Internet không dây cho ngành giáo dục Việt Nam.

Đúng một năm kể từ khi Việt Nam trở thành viên thứ 150 của WTO, Bộ trưởng thương mại Mỹ Carlos M. Gutierrez dẫn một phái đoàn 23 doanh nghiệp Mỹ sang tìm cơ hội đầu tư tại Việt nam.

Các công ty tham gia phái đoàn lần này đại diện cho những ngành tiêu biểu, đa dạng của Mỹ, có mối quan tâm đặc biệt đến việc kinh doanh tại Việt Nam. Trong đó có 3M, Gannon Internatinnal, gerber Scinetific, Marrott International, Northwest Airlines Corporation, The Ford Motor; The Timken; VeriSign, Inc...Phát biểu trước báo chí, Bộ trưởng Guttierrez nhận định: Việt Nam là nền kinh tế phát triển nhanh nhất thế giới hiện nay với rất nhiều cơ hội tốt cho các nhà sản xuất, doanh nghiệp và người lao động Mỹ.

3.2.Thực trạng quan hệ thương mại Việt –Mỹ qua dòng đầu tư từ Mỹ trước khi Việt Nam gia nhập WTO

Theo tổng cục thống kê (10/2007) thì trong vòng 18 năm (1988- 2006) Việt Nam thu hút được 74,7 tỷ USD, trong đó đã và đang thực hiện 31 tỷ USD.¹ Trong dòng chảy của vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, dòng vốn đầu tư từ Mỹ đang có bước đột phá để bứt lên hàng đầu. Nhận định về đầu tư từ Mỹ vào Việt nam, ông Phan Hữu Thắng (Cục trưởng Cục đầu tư nước ngoài, Bộ kế hoạch và đầu tư) cho rằng: Về FDI của Hoa Kỳ tại Việt Nam: Tính đến thời điểm hiện tại 11/9/ 2006 (không kể đầu tư qua nước thứ 3) Hoa Kỳ có 289 dự án đầu tư trực tiếp còn hiệu lực tại Việt Nam, với tổng vốn đăng ký trên 2 tỷ USD, đứng thứ 9 trong tổng số 74 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư tại Việt Nam, vốn thực hiện đạt khoảng 777 triệu USD.

Riêng 8 tháng đầu năm 2006, đã có 25 dự án đầu tư mới được cấp phép đầu tư, với tổng vốn đăng ký 444,2 triệu USD, đứng thứ 3 trong tổng số 33 nước, vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam.

Điểm đáng chú ý là sau khi tập đoàn Intel của Hoa kỳ đầu tư một dự án 605 triệu USD vào Việt Nam đầu năm 2006, thì các nhà đầu tư Hoa Kỳ đặc biệt quan tâm tới Việt Nam. Chuyến thăm Việt Nam đầu tiên của ông chủ tập đoàn

¹ Cục đầu tư nước ngoài : “ 20 năm đầu tư nước ngoài nhìn lại và hướng tới 1987- 2007” NXB Trí thức, 2008, tr45

Microsoft- Bill Gate là thông điệp cho thấy các nhà đầu tư Hoa kỳ đã chú ý tới Việt Nam.¹

Tuy nhiên, khoản đầu tư trên là rất nhỏ chiếm chưa đến 1% dòng FDI của Mỹ đầu tư vào ASEAN. Sở dĩ như vậy là vì, quy mô thị trường nước ta còn nhỏ chưa đáp ứng được đòi hỏi của các nhà đầu tư Mỹ. Các nhà đầu tư này đang kỳ vọng ở thị trường Việt Nam mở cửa khu vực dịch vụ và một số lĩnh vực khác theo lộ trình gia nhập WTO, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính- tiền tệ và ngân hàng. Thêm vào đó môi trường kinh doanh của Việt Nam cần tích cực cải thiện hơn nữa, bởi họ rất quan tâm đến các chính sách đầu tư của Việt Nam có minh bạch và nhất quán hay không. Tuy vậy cho dù vì lý do gì đi nữa, thì thực tế đầu tư thấp của Mỹ ở Việt Nam cũng làm cho hai nước đều chịu thiệt thòi, bởi lẽ Mỹ là nước có công nghệ nguồn, có tiềm lực tài chính mạnh nên các dự án đầu tư của họ thường lớn gấp nhiều lần so với các đối tác từ các nước khác và thường tập trung vào mảng công nghệ cao – là lĩnh vực mà nước ta đang có nhu cầu lớn. Để thấy rõ thực trạng này ta khảo sát qua số liệu thông kê dưới bảng 9.

¹ “Đầu tư Hoa Kỳ sẽ tăng nhanh sau khi Việt Nam gia nhập WTO” Trần Thái phỏng vấn ông Phan Hữu Thắng , Cục trưởng cục đầu tư nước ngoài, bộ kế hoạch và đầu tư cập nhật 11/9/2006. 08.54.22.(GNT+7)

Bảng 9: FDI đăng ký của Mỹ đăng của mỹ vào Việt Nam (1988-2006)

Năm	FDI Đăng ký vào Việt Nam (triệu USD)	FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam kể cả qua nước thứ 3				FDI CỦA Hoa Kỳ vào Việt Nam không kể qua nước thứ 3			
		Số lượng dự án	Vốn đăng ký ban đầu (triệu USD)	Vốn đăng ký hiện nay (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng vốn đăng ký %	Số lượng dự án	Vốn đăng ký ban đầu (triệu USD)	Vốn đăng ký hiện nay (triệu USD)	Tỷ trọng tổng vốn đăng ký %
A	B	C	D	E	F=E/B	G	H	I	K=I/B
88-98	41229	142	1807	2425		97	1141	1322	
1999	2282	21	143	139,2	6,1	18	100	96	4,2
2000	2629	21	115	120,3	4,6	16	81	86	3,3
2001	3226	29	160	215,7	6,7	28	120	151	4,7
Trung bình (99-2001)	2712	24	139	158	6	21	100	111	4,1
2002	2739	45	426	612,4	22,4	40	164	217	7,9
2003	3112	33	72	104,1	3,3	27	58	90	2,9
2004	4222	35	129	137,9	3,3	31	69	78	1,8
2005	6840	66	307	307	4,5	61	262	263	3,8
1-6/2006	2467	26	1051	1050,9	42,6	24	41	444	18
Trung bình 2002-6/06	3876	41	397	442,46	15,2	36,6	118,8	218,4	6,9
Tổng	68746	418	4210	2425	7,4	342	2036	2747	4

Nguồn: Bộ kế hoạch và đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này bao gồm cả các dự án đã giải thể và hết hạn.

Qua bảng 9 ta thấy, trước BTA có hiệu lực, FDI của Mỹ tại Việt Nam chia đạt 111 triệu USD, sau BTA (2002- 6/2006) tăng gấp đôi và đạt 218 triệu USD/năm, nếu tính cả các dự án qua nước thứ 3 thì cao gấp 3 lần, con số tương ứng là 158 triệu USD và 442,6 triệu USD.

Bảng 10: FDI thực hiện của Mỹ ở Việt Nam thời kỳ 1988-6/2006

Năm	Tổng vốn FDI thực hiện vào Việt nam (triệu USD)	Vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ3 (triệu USD)	Vốn đầu tư thực hiện của hoa Kỳ không kể qua nước thứ 3 (triệuUSD)	Tỷ trọng vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ (%)
A	B	C	D	E=C/B
1996	2.923	220	75	7,5
1997	3.218	266	133	8,3
1998	2.375	271	89	11,4
1999	2.537	247	53	10,8
2000	2.420	196	62	8,1
2001	2.450	258	93	10,5
Trung bình (1996-2001)	2.654	248	84	9,3
2002	2.591	169	61	6,5
2003	2.650	449	136	16,9
2004	2.850	531	162	18,6
2005 và 6T/2006	5.035	1007	261	20
Trung bình (2002-2006)	2994	479	109	16,4
Tổng	29.049	3.641	991	12,5

Nguồn: Bộ kế hoạch và đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này bao gồm cả các dự án đã hết hạn và giải thể.

Bảng 10 cho ta thấy, vốn đầu tư trực tiếp thực hiện của Mỹ, kể cả qua nước thứ ba tăng trưởng cao và đều sau BTA, tăng 6,5% năm lên 20% trong năm 2005 và nửa đầu năm 2006. Tỷ trọng vốn đầu tư trực tiếp của Mỹ kể cả qua nước thứ

ba, tăng từ 9,3% năm (trước BTA) lên 16,4% (sau BTA). Trong khi đó vốn đầu tư thực hiện của Mỹ, không kể qua nước thứ ba giảm trong năm 2004, trước khi Việt Nam gia nhập WTO vốn đầu tư của Mỹ vào Việt Nam thông qua nước thứ ba tăng một cách đột biến. Điều đó chứng tỏ BTA và WTO đã khai thông luồng vốn từ Mỹ vào nền kinh tế Việt Nam. Thêm vào đó, khoản đầu tư với số vốn 605 triệu USD của Intel vào Việt Nam xây dựng nhà máy sản xuất vi mạch tại thành phố Hồ Chí Minh được thực hiện Dự án này xuất phát từ Hồng Kông do chi nhánh Intel ở Hồng Kông thực hiện đã làm tăng nhanh vốn thực hiện của Hoa Kỳ. Dự án của Intel vào Việt Nam là một ví dụ điển hình về một dự án lớn của Hoa Kỳ có thể thay đổi tình hình đầu tư tại Việt Nam. Như vậy, từ các số liệu thống kê về đầu tư của Mỹ vào Việt Nam qua các năm, kể từ khi BTA có hiệu lực, đã cải thiện đầu tư của Mỹ cả về số lượng vốn và cho thấy các nhà đầu tư Mỹ đã có phản ứng rất tích cực đối với Hiệp định thương mại này, nhất là khi Việt Nam chuẩn bị gia nhập WTO.

3.3.Thực trạng quan hệ thương mại Việt –Mỹ qua khảo sát dòng vốn đầu tư từ Mỹ vào Việt Nam sau gia nhập WTO và xu thế phát triển

Nhìn lại 6 năm thực hiện BTA, dòng thương mại giữa hai nước đã tăng ngoạn mục. Mỹ hiện đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Thương mại hai chiều đã tăng từ 1,5 tỷ USD (2001) lên 9,7 tỷ USD năm 2006, trong đó Việt Nam nhập 1,1 tỷ USD và xuất 8,6 tỷ. Trong 8 tháng đầu năm 2007, giá trị xuất khẩu của Mỹ đã tăng 67% đạt 1,044 tỷ USD.

Cũng theo Báo cáo về tác động của BTA đối với đầu tư trực tiếp Mỹ vào Việt Nam trên do bộ kế hoạch và đầu tư và Dự án Star - Việt Nam thực hiện theo cách tính mới, “Đầu tư trực tiếp Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ ba”, được công bố tháng 7/2007, Mỹ đã trở thành quốc gia có vốn đầu tư lớn nhất tại Việt Nam.

Trong tổng giá trị đầu tư trực tiếp nước ngoài, tính từ năm 1998 đến hết tháng 6/2006, đầu tư trực tiếp Mỹ kể cả qua nước thứ ba đạt khoảng 4 tỷ USD đối với dự án đã đăng ký và 3,3 tỷ USD đối với các dự án đã thực hiện. So với con số tương ứng là 2 tỷ USD và 777 triệu USD theo báo cáo thông thường thì báo cáo trên thực hiện chuẩn xác hơn.

Vốn đầu tư của Mỹ vào Việt Nam tính đến tháng 9/2007 đạt khoảng 5,1 tỷ USD (cả qua nước thứ ba)và đạt hơn 2,6 tỷ theo cách thông thường, xếp thứ 7 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Đến

c cuối tháng 10/ 2007, tức là một năm Việt Nam gia nhập WTO con số này đã lên 5,2 tỷ USD (kể cả nước thứ 3) với 418 dự án, xếp thứ 6 trong 81 nước đầu tư vào Việt Nam. Hiện có hơn 1000 doanh nghiệp Mỹ đang hoạt động tại Việt Nam. Giá trị đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện liên quan đến Mỹ phân bổ chủ yếu ở các ngành sử dụng nhiều kỹ năng/vốn khoảng một nửa là ở lĩnh vực dầu khí, khoảng 1/3 tập trung ở các ngành chế tạo, còn lại là ở các ngành dịch vụ, phát triển bất động sản và nông nghiệp¹

Từ khi gia nhập WTO, Việt Nam cam kết cải thiện môi trường đầu tư và thúc đẩy hội nhập nền kinh tế vào thị trường toàn cầu, cả FDI và PII thu hút vào nền kinh tế tăng mạnh mẽ. Các tập đoàn lớn tăng thêm vốn đầu tư trực tiếp: Tập đoàn Intel đã nâng vốn đầu tư xây dựng nhà máy lắp ráp tại TP Hồ Chí Minh từ 650 triệu USD lên 1 tỷ USD, Tập đoàn dữ liệu IDG cũng nâng vốn đầu tư tại Việt Nam lên 650 triệu USD vào năm 2010.

Về vốn đầu tư gián tiếp (FII): Theo đánh giá của ông J Riedel, cố vấn cao cấp (Dự án hỗ trợ kỹ thuật thực hiện BTA) đánh giá, thì khoảng 1/3 đến một nửa FII từ nước ngoài vào thị trường chứng khoán Việt Nam là của các tập đoàn Mỹ.

Từ thực tế trên thị trường chứng khoán Việt Nam cho thấy, các FII của Mỹ đến Việt Nam thông qua các quỹ đầu tư khá nổi tiếng. Cụ thể, mới đây JP Morgan và Citigroup đã được cấp mã số giao dịch để tham gia chính thức trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Ngoài ra, các nhà đầu tư nhỏ của Mỹ cũng đã tiếp cận với thị trường chứng khoán Việt Nam thông qua các quỹ đầu tư.

Trong các quỹ đầu tư liên quan đến nguồn vốn từ Mỹ đang hoạt động tại Việt Nam, như từ Indochina Capital – một ngân hàng đầu tư của Hoa Kỳ - đã thành lập một quỹ tại Việt Nam có quy mô 100 triệu USD từ năm 2005, trong đó nhà đầu tư Mỹ chiếm khoảng 45% vốn, Công ty Việt Nam Partners liên doanh với ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam thành lập một quỹ đầu tư 100 triệu USD, với vốn góp từ phía Mỹ là 30%, Dragon Capital, hiện đang quản lý nguồn vốn khoảng 600 triệu USD tại Việt Nam, trong đó có tới 30% là vốn từ các nhà đầu tư Mỹ... Quỹ đầu tư mạo hiểm của IDG cũng có toàn bộ vốn góp của Mỹ.

¹ Thùy Trang “Đại gia” Hoa Kỳ tìm cơ hội đầu tư ; cập nhật 05/11/ 2007. 08.44.38

Hiện quỹ này đã triển khai đầu tư vào hàng chục công ty ở Việt Nam và đang dự kiến tăng nguồn vốn đầu tư lên đến 1 tỷ USD trong thời gian tới¹

Cùng với hoạt động đầu tư gián tiếp, đầu tư trực tiếp vào nền kinh tế Việt Nam cũng tăng nhanh. Trong chuyến thăm Mỹ của chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết vào tháng 6/2007 với lãnh đạo của 100 Tổng công ty và doanh nghiệp hàng đầu của Việt Nam tháp tùng gồm: Tập đoàn Điện lực VN, Tập đoàn Bưu chính VN, Tập đoàn Thân và Khoáng sản, Tập đoàn Dệt may, Tập đoàn Dầu khí, Tập đoàn Công nghiệp Cao su VN, TCT Hàng hải VN, TCT Sông Đà... đã có hơn 20 hợp đồng, biên bản ghi nhớ, thỏa thuận hợp tác kinh tế được ký kết với giá trị tới 11,5 tỷ USD. Trong chuyến thăm này hai nước đã ký kết Hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA) nhằm tạo điều kiện thuận lợi để hai bên gặp nhau một năm, ít nhất là một lần, để tháo gỡ những vướng mắc phát sinh thúc đẩy phát triển mạnh quan hệ hợp tác trong thương mại và hoàn thiện các điều khoản của đầu tư.

Theo TIFA, hai bên sẽ thành lập một Hội đồng hợp tác song phương mà đứng đầu hai phía đã được nâng lên là lãnh đạo cấp Bộ trưởng để có những quyền hạn lớn hơn trong việc hoạch định những định hướng lớn, chính sách lớn, những sáng kiến hợp tác mới thúc đẩy quan hệ song phương cũng như bàn các biện pháp giải quyết vướng mắc trong quan hệ hợp tác kinh tế thương mại hai bên bao gồm cả những khó khăn, kiến nghị của doanh nghiệp hai bên.

Hiệp định này được xem là bước tiếp theo của BTA và là bước mở đầu của một hiệp định thương mại tự do mở đường cho hội nhập kinh tế Việt Nam được tăng cường hơn.

Trong ngày, cũng diễn ra các lễ ký giữa Tập đoàn Dầu khí Chevron với Petro Việt Nam, Tập đoàn Microsoft với tập đoàn FPT và CMC, Tập đoàn Motorola ký với tổng công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam, Công ty SSA Marine ký với Tổng công ty Hàng hải Việt Nam (Vinalines), tổng giá trị hợp đồng lên tới hơn 1 tỷ USD.

Vào dịp tròn 1 năm gia nhập WTO của Việt Nam, Bộ thương mại Mỹ đến thăm đây là chuyến thăm chính thức đầu tiên của một Bộ trưởng Thương mại Mỹ

¹ “Hội thảo đánh giá tác động của BTA tới thương mại và cơ cấu kinh tế Việt Nam” IPO cập nhật 17/07/2007: 16/06/09(GMT+7)

đến Việt Nam. Cùng đi với bộ trưởng Carlos M. Gutierrez có lãnh đạo cấp cao của 22 tập đoàn lớn của Mỹ tháp tùng để tìm cơ hội đầu tư vào nước ta.

Trong cuộc họp báo vào chiều 5/11/2007 tại khách sạn Hilton Hà Nội, ông nói: “ Trong chuyến đi này, chúng tôi muốn có quan hệ mạnh mẽ hơn giữa hai nước và đặc biệt là giữa 22 công ty đi cùng tôi lần này với các đối tác của Việt Nam và những người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi muốn quan hệ giữa hai nước có tương lai tốt hơn, giúp nhau tạo sự thịnh vượng, tạo công ăn việc làm, giúp nhau trong các lĩnh vực y tế, giáo dục. Chúng tôi muốn quan hệ với các đối tác Việt Nam phát triển hơn nữa”.

Sau chuyến thăm của Bộ trưởng thương mại Mỹ, tình hình đầu tư trong nền kinh tế Việt Nam phát triển nhanh chóng.

Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch – Đầu tư, tính chung cả vốn cấp mới và tăng thêm trong hai tháng đầu năm 2008, cả nước đã thu hút thêm 2,65 tỷ USD, tăng 39% so với cùng kỳ năm 2007.

Trong tháng 2 có 37 dự án mới được cấp giấy chứng nhận đầu tư và tổng vốn đăng ký là 879 triệu USD, đưa tổng số dự án cấp mới trong hai tháng đầu năm 2008 lên 72 dự án với tổng vốn đầu tư đăng ký là 2.529 triệu USD, bằng 58% về vốn đăng ký so với cùng kỳ năm trước.

Trong số đó, có 3 dự án lớn được cấp giấy phép đầu tư là: Dự án Công ty TNHH Dood Choice USA-Việt Nam của tập đoàn Good Choice (Mỹ) đầu tư xây dựng khách sạn 5 sao, khu vui chơi giải trí, ẩm thực... tại Bà Rịa- Vũng Tàu với tổng vốn đầu tư là 1, 299 tỷ USD;

Tiếp đến là dự án Công ty cổ phần phát triển nguồn nhân lực Việt – Nhật do 3 công ty của Nhật Bản làm chủ đầu tư với mục tiêu xây dựng cao ốc văn phòng cho thuê, sản xuất phần mềm, cung ứng nguồn nhân lực (tổng vốn đầu tư là 610,3 triệu USD); và dự án công ty TNHH Đầu tư và phát triển Lập An của đối tác Singapore, đầu tư xây dựng khu khách sạn, du lịch 5 sao, bán và cho thuê biệt thự, nhà ở tại Thừa Thiên- Huế với tổng số vốn đầu tư là 298,4 triệu USD.

Riêng 3 dự án nói trên đã chiếm tới 84% tổng vốn đầu tư đăng ký mới trong 2 tháng đầu năm 2008.

Trong tháng 2/2008, có 7 lượt dự án tăng vốn đầu tư đăng ký thêm là 58 triệu USD, đưa số lượng dự án tăng vốn trong hai tháng đầu năm 2008 lên 17 dự

án với tổng vốn đầu tư tăng thêm 122,6 triệu USD, bằng 27% về số lượng dự án tăng vốn và 42% tổng vốn tăng thêm so với cùng kỳ năm trước.

Điểm đặc biệt trong thu hút vốn trong hai tháng đầu năm là việc Mỹ đã vươn lên là nhà đầu tư có số vốn đầu tư đăng ký lớn nhất với 5 dự án và tổng vốn đầu tư là 1,3 tỷ USD (chiếm 51,6% tổng vốn đầu tư đăng ký).¹

Hiện tại, rất nhiều công ty, tập đoàn lớn của Mỹ đã có mặt tại Việt Nam, như: Starwood Hotels & Resorts, Citigroup và American Group, New York & Company, Alfonso DeMatteis, Dickerson Kinght Group, AIA... Tất cả đã khẳng định được chỗ đứng của mình tại thị trường Việt Nam, và là những bằng chứng thuyết phục để thu hút thêm các nhà đầu tư Mỹ đến Việt Nam.

Cùng với xu thế hưng khởi của các nhà đầu tư Mỹ, Chính phủ Việt Nam cố gắng cải thiện môi trường thu hút đầu tư, như việc. Thực hiện luật đầu tư, Luật doanh nghiệp, trong đó: xóa bỏ các quy định đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài về tỷ lệ xuất khẩu, tỷ lệ nội địa hóa, giá trị công nghệ chuyển giao, nguyên tắc nhất trí trong hội đồng quản trị tại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; mở cửa các lĩnh vực dịch vụ theo lộ trình Việt Nam đã và đang cam kết cho các nhà đầu tư nước ngoài... sẽ thúc đẩy mạnh hơn luồng vốn từ Mỹ vào Việt Nam trong thời gian tới.

Những yếu tố trên cùng với những nỗ lực trong việc nâng cấp hệ thống kết cấu hạ tầng, cũng như lợi thế về vị trí địa lý, nguồn nhân lực và nguồn tài nguyên thiên nhiên đang tạo điều kiện thuận lợi để nâng cao khả năng cạnh tranh, thúc đẩy “làn sóng đầu tư mới” của nước ngoài vào Việt Nam, trong đó có luồng vốn đầu tư từ Mỹ.

Hơn nữa, khi trở thành thành viên của WTO với các ưu thế ổn định về chính trị - xã hội, sự tăng trưởng cao của nền kinh tế, Việt Nam đang trở thành địa bàn đầu tư hấp dẫn trong khu vực, nên dòng vốn đầu tư từ Mỹ chắc chắn sẽ tiếp tục đổ vào nền kinh tế Việt Nam trong tương lai.

¹ “ Mỹ vươn lên số 1 về đầu tư vào Việt Nam” Việt Namnet

CHUYÊN ĐỀ 7: **XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY VÀ THỦY SẢN VIỆT NAM SANG** **THỊ TRƯỜNG MỸ**

TS. Nguyễn Thị Như Hà

Trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay, sự xâm nhập giữa các nền kinh tế là xu hướng tất yếu. Sự xâm nhập đó có tác động đến nền kinh tế quốc gia: vừa tạo cơ hội để các quốc gia phát triển, vừa đặt nền kinh tế của các quốc gia trước những thách thức nhất định. Hình thức xâm nhập kinh tế giữa các quốc gia hiện nay chủ yếu thông qua hoạt động thương mại và đầu tư. Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Hiện nay, nhất là sau khi Việt Nam đã trở thành thành viên của Tổ chức thương mại quốc tế (WTO), quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam không ngừng được mở rộng cả chiều rộng và chiều sâu. Chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam là “Củng cố và phát triển quan hệ hợp tác song phương tin cậy với các đối tác chiến lược” [1;114]. Mỹ là một trong những đối tác chiến lược của Việt Nam.

1. Một số nét khái quát về thị trường Mỹ

Mỹ là quốc gia xuất khẩu cũng như nhập khẩu lớn trên thị trường quốc tế. Thị trường nhập khẩu của Mỹ là thị trường khổng lồ cho xuất khẩu các nước trong đó có Việt Nam. Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu Việt Nam đều tương thích với thị trường Mỹ. Với 300 triệu dân, thu nhập bình quân đầu người trên 36.000 USD, tổng thu nhập quốc dân Mỹ chiếm trên 20% tổng thu nhập quốc dân toàn cầu, nên có thể nói sức mua của thị trường Mỹ là rất lớn.

Hàng hoá vào thị trường này cũng rất đa dạng, phong phú, từ hàng thứ cấp đến các hàng cao cấp bởi cơ cấu dân cư ở thị trường này là đa sắc tộc, nhu cầu và tập quán tiêu dùng đa dạng, mức thu nhập khá chênh lệch, số dân nhập cư vào Mỹ mỗi năm lên tới trên 1 triệu người và ngày càng tăng, trong số đó đa phần là người lao động, nên tạo ra cho thị trường Mỹ có nhiều tầng nấc về tiêu dùng. Lượng hàng hoá nhập khẩu của Mỹ hàng năm khoảng 1.900 tỷ USD và tăng đều qua các năm từ 4-5%.

Hệ thống luật pháp thực thi ở thị trường Mỹ cũng đồ sộ và phức tạp vào loại nhất thế giới, nó vừa gồm hệ thống luật liên bang, đồng thời mỗi bang, mỗi khu hành chính lại có hệ thống luật riêng và nhiều khi rất khác nhau. Hệ thống

luật thương mại được thể hiện rõ ở chính sách nhập khẩu của Mỹ. Chính sách này được xây dựng theo chiến lược vừa khuyến khích tự do hoá kinh tế, vừa hướng tới phục vụ lợi ích cho nước Mỹ. Vì vậy, nó vừa có “tính mở” về mặt tiếp cận thị trường (để thực hiện ý đồ của Mỹ là bắt các nước khác mở thị trường cho Mỹ), vừa có “tính đóng” đối với một số quốc gia, một số khu vực để khai thác lợi ích kinh tế và phi kinh tế cho Mỹ.

Hệ thống chính sách nhập khẩu của Mỹ có thể tạm phân ra một số loại: chính sách đối với các nước là thành viên của WTO; chính sách đối với các nước chưa phải là thành viên của WTO nhưng đã có những hiệp định thương mại song biên với Mỹ; chính sách đối với các quốc gia có quyền lợi đối nghịch với Mỹ; chính sách đối với những nước được hưởng ưu đãi đặc biệt của Mỹ.

Với hệ thống chính sách như vậy, việc vào thị trường Mỹ khác phức tạp vì nó được thực thi bởi những chính sách khác nhau đòi hỏi các nhà xuất khẩu phải tìm hiểu kỹ hệ thống chính sách đó nếu không dễ bị thua thiệt hoặc thất bại trên thị trường. Đồng thời, hệ thống chính sách này đã tạo ra sự phân biệt đối xử bất bình đẳng giữa các nhà kinh doanh, làm cho hoạt động kinh doanh trên thị trường Mỹ càng phức tạp hơn.

Mặt khác, hiện nay nền kinh tế Mỹ đang phải đương đầu với nhiều khó khăn thách thức: nền kinh tế tiếp tục suy thoái, thị trường tài chính bấp bênh và đồng đô la suy giảm; Mỹ bị sa lầy vào cuộc chiến Irac; thiên tai; nguy cơ khủng bố... nên thị trường Mỹ có những diễn biến phức tạp. Mặt khác, xu hướng bảo hộ ở thị trường Mỹ trong những năm qua tăng, nhất là sau khi Đảng Dân chủ nắm đa số ghế tại hai Viện của Quốc hội. Trong đàm phán thương mại với Mỹ có xu hướng gây khó khăn hơn, các vụ kiện bán phá giá và trợ giá tăng. Và nếu dự luật an toàn sản phẩm mới của Mỹ được thực thi sẽ tăng thêm rào cản thương mại với hàng nhập khẩu.

2. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may và thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ từ 2000 đến nay

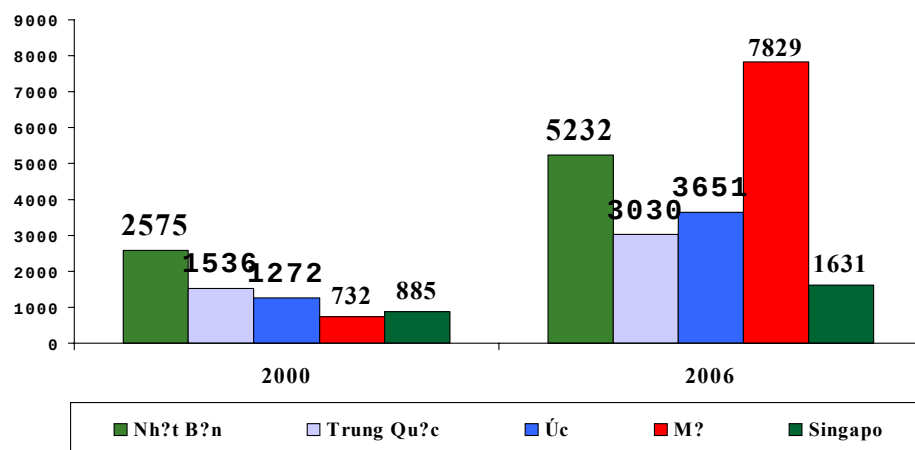
Quan hệ thương mại Việt Nam - Mỹ được bắt đầu chính thức phát triển từ khi Mỹ bỏ chính sách cấm vận đối với Việt Nam từ năm 1994. Tuy nhiên, từ năm 1994 đến năm 2000 (khi Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ được ký), thì hoạt động thương mại Việt Nam - Mỹ chưa có gì chuyển biến mạnh. Chỉ sau khi Hiệp định được ký thì hoạt động thương mại có cơ hội phát triển mạnh hơn. Đặc

biệt khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO (2006) và Quốc hội Hoa Kỳ thông qua Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn với Việt Nam (12/2006) thì quan hệ thương mại Việt Nam và Mỹ càng thúc đẩy mạnh hơn.

Nếu năm 2000, xuất khẩu hàng Việt Nam sang thị trường Mỹ mới đạt 732 triệu USD thì năm 2006 đã đạt tới 7,829 tỷ USD, tăng hơn 10 lần so với năm 2000 và năm 2007 đạt 10,3 tỷ USD, gấp 13 lần năm 2000. Các mặt hàng Việt Nam vào thị trường Mỹ đứng đầu là dệt may, tiếp đến là gỗ và nội thất, giày dép, dầu thô, nông sản, thủy sản...

Thị trường Mỹ vẫn là 1 trong 5 thị trường xuất khẩu lớn mà Việt Nam hướng tới. Trong những năm gần đây, hàng Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ có tốc độ phát triển nhanh nhất trong 5 thị trường lớn của Việt Nam.

Hình 1: **Thị trường xuất khẩu vào một số nước (5 thị trường lớn nhất)**



Nguồn Bộ Kế hoạch - Đầu tư

2.1. Nhóm hàng dệt may

Hiện nay Mỹ là thị trường tiêu dùng và nhập khẩu lớn nhất thế giới về hàng dệt may. Năm 2003, tổng giá trị hàng dệt may tiêu thụ ở thị trường này xấp xỉ 190 tỷ USD, trong đó sản xuất từ nội địa khoảng 105 tỷ USD, còn lại là nhập khẩu. Tuy nhiên, ngành công nghiệp dệt may của Mỹ những năm gần đây đang liên tục giảm sút do sự cạnh tranh ngày càng gay gắt với các nước đang phát triển khi họ có những lợi thế về lao động rẻ hơn so với lao động ở Mỹ, do đó, nhập khẩu hàng dệt may ở Mỹ đang tăng lên.

Thâm hụt hàng dệt may của Mỹ ngày càng lớn do nhập khẩu tăng mạnh hơn xuất khẩu, đặc biệt từ 01.01.2005, sau khi bỏ hạn ngạch nhập khẩu đối với hàng dệt may từ 39 thành viên WTO; trong khi đó, sản xuất nội địa hàng dệt giảm 0,5%, hàng may giảm 3%. Nhập khẩu tăng từ các nước Châu Á, đặc biệt là Trung Quốc (xem biểu 1).

Bảng 1: Các nước xuất khẩu hàng dệt may vào Hoa Kỳ năm 2005

Đơn vị tính: triệu USD

Quốc gia	Kim ngạch	Tỷ trọng
Trung Quốc	22.405	25,4%
Mê hi cô	7.246	8,1%
Ấn Độ	4.617	5,2%
Hồng Kông	3.607	4,1%
Indônêxia	3.081	3,5%
Việt Nam	2.881	3,3%

Nguồn: Thông tin Thương mại

Nhìn vào Biểu 1 ta thấy Trung Quốc là quốc gia đứng đầu trong xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Mỹ: 22,4 tỷ USD, chiếm đến 25,4% tổng kim ngạch hàng nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ năm 2005, tăng 324% so với năm 2001. Có thể nói Trung Quốc là “khạ khổng lồ” đang choán lấy thị trường nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ. Tuy nhiên, từ tháng 05/2005, Mỹ đã áp dụng hạn ngạch trở lại đối với Trung Quốc nên tốc độ tăng xuất khẩu của Trung Quốc vào Mỹ có chậm lại.

Trên thị trường dệt may hiện nay, Trung Quốc có một số lợi thế so với các đối thủ khác mà Việt Nam cần biết để có giải pháp phù hợp:

Thứ nhất, Trung Quốc có thể sản xuất được các vật liệu và phụ liệu để đáp ứng nhu cầu sản xuất hàng dệt may xuất khẩu.

Thứ hai, chi phí lao động cho 01 đơn vị sản phẩm dệt may của Trung Quốc thấp do lao động rẻ và năng suất lao động cao.

Thứ ba, mẫu mã, chủng loại, chất lượng và giá cả hàng dệt may Trung Quốc có thể đáp ứng được các phân đoạn thị trường khách hàng khác nhau.

Thứ tư, Trung Quốc có khả năng cung cấp khối lượng hàng dệt may lớn, trong một thời gian ngắn, do công nghiệp dệt may phát triển mạnh và rộng khắp.

Việt Nam nằm trong số 10 quốc gia xuất khẩu lớn nhất hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ và hàng dệt may là hàng hoá đứng số 1 trong các hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Tốc độ tăng trưởng hàng dệt may vào thị trường Mỹ tăng nhanh (xem biểu 2), và tiếp tục có cơ hội để tăng khi hàng dệt may Việt Nam không còn phải chịu hạn ngạch nhập khẩu vào thị trường Mỹ từ 11/01/2007. Tuy nhiên, hàng dệt may Việt Nam đang bị áp dụng cơ chế giám sát nhập khẩu và áp thuế chống bán phá giá nếu thấy có dấu hiệu bán phá giá.

Bảng 2: Xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ 2001-2007

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kim ngạch (triệu USD)	49	952	2.484	2.720	3.200	3.500	4.500
Tốc độ tăng (%)	-	94,3	26,1	11,1	11,8	10,9	12,9

Nguồn: Hiệp hội Dệt – May Việt Nam, Thông tin Bộ Thương Mại

Những thuận lợi và khó khăn của hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ:

Thuận lợi:

- Có đội ngũ lao động có trình độ và có khả năng tiếp thu những công nghệ dệt may tiên tiến, hiện đại, giá cả nhân công rẻ. Điều đó cho phép hàng dệt may Việt Nam có giá thành thấp để cạnh tranh với hàng dệt may các nước khác. Theo đánh giá thì hiện nay hàng dệt may Việt Nam có thể cạnh tranh được với hàng dệt may của Trung Quốc, Ấn Độ, Indônêxia.

- Hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ cũng khá đa dạng, ngày càng nhiều các chủng loại hàng hoá phù hợp với người tiêu dùng ở thị trường Mỹ.

- Quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ có những bước cải thiện thuận lợi cho hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ nói chung và hàng dệt may xuất khẩu nói riêng: thực hiện các cam kết của WTO, thực hiện Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn.

- Hiệp hội Dệt may Việt Nam xây dựng chiến lược tăng tốc để đẩy nhanh phát triển công nghiệp dệt may hướng ra thị trường xuất khẩu, đó là điều kiện để hàng dệt may Việt Nam thâm nhập sâu vào thị trường Mỹ.

Khó khăn:

- Công nghệ dệt may và công nghiệp phụ liệu của ngành dệt may Việt Nam hiện nay chưa phát triển mạnh. Điều này dẫn đến 2 vấn đề: một là, ngành dệt may bị động vào công nghệ, nguồn nguyên, vật liệu nhập khẩu từ bên ngoài (70 – 80% nguyên vật liệu của dệt may là nhập khẩu), do đó rất khó chủ động trong quá trình sản xuất, kinh doanh cũng như giá cả; hai là, giá trị gia tăng của ngành dệt may thấp nên hạn chế khả năng thu hút các nhà đầu tư có tiềm lực mạnh vào khu vực này. Hiện nay, một số tập đoàn sản xuất lớn cũng đang đối mặt với không ít khó khăn về tìm thị trường đầu vào, đầu ra, sử dụng nguồn nhân lực..., các doanh nghiệp nhỏ thì bị hạn chế về năng lực sản xuất.

- Thương hiệu hàng dệt may Việt Nam chưa thực sự có chỗ đứng và uy tín trên thị trường Mỹ do sự thâm nhập của hàng Việt Nam vào thị trường Mỹ chưa được lâu.

- Các đối thủ hàng dệt may Việt Nam trên thị trường Mỹ có nhiều lợi thế hơn Việt Nam. Chẳng hạn, Trung Quốc chủ động được yếu tố đầu vào (như đã trình bày ở phần trên), quy mô sản xuất lớn, tính đa dạng về chủng loại, chất lượng, giá cả, hơn nữa Trung Quốc đã thâm nhập vào thị trường thế giới nói chung và thị trường Mỹ nói riêng khá lâu; bên cạnh đó giới kinh doanh ở Mỹ về hàng tiêu dùng (trong đó có hàng dệt may) người Hoa chiếm tỷ lệ cao hơn người Việt.

- Sự chuẩn bị cho hàng dệt may Việt Nam hội nhập vào thị trường thế giới nói chung và thị trường Mỹ nói riêng còn nhiều lúng túng bất cập: các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp dệt may nói riêng của Việt Nam chưa có một sự tìm hiểu, nghiên cứu kỹ hệ thống luật, thương mại cũng như các thông lệ khi thâm nhập thị trường nên dễ bị tổn thất; chưa có sự phối kết hợp để quảng bá, xây dựng thương hiệu hàng dệt may Việt Nam; chủ yếu vẫn chỉ tập trung vào sản xuất, gia công, ít chú ý đến các công đoạn khác, nắm bắt thông tin về thị trường còn chậm; khả năng đáp ứng nhu cầu hàng hoá lớn thấp do hạn chế về cơ chế phối hợp của Hiệp hội...

Một số giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Mỹ:

- Đầu tư, phát triển công nghệ dệt may và phụ liệu cho dệt may. Đặc biệt trong điều kiện hiện nay cần ưu tiên cho phát triển công nghiệp phụ liệu để trên cơ sở đó dệt may Việt Nam chủ động các yếu tố đầu vào và khắc phục dần tính phụ thuộc vào nguyên vật liệu nhập khẩu, làm tăng giá trị gia tăng cho hàng dệt may. Đồng thời, không ngừng cải tiến và ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến hiện đại để phát triển ngành dệt may, nâng cao sức cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam thông qua việc huy động vốn từ các nguồn lực khác nhau của các thành phần kinh tế khác nhau.

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có trình độ chuyên nghiệp, có lòng yêu nghề để thiết kế sáng tạo những chủng loại hàng hoá vừa mang đậm bản sắc dân tộc, vừa phù hợp với người tiêu dùng ở thị trường Mỹ, điều đó mới tạo ra được nét độc đáo, hấp dẫn của hàng dệt may Việt Nam trên thị trường Mỹ. Việc đào tạo nghề cho người lao động có thể theo trường lớp kết hợp với tự đào tạo tại chỗ ở các doanh nghiệp. Ngành dệt may có một đặc điểm là vừa mang tính chất thời trang lại vừa mang tính chất thời vụ, vì vậy việc nghiên cứu nhu cầu thị hiếu người tiêu dùng ở các đối tượng, lứa tuổi, thời vụ khác nhau là yêu cầu số một trên thị trường dệt may. Do đó, đội ngũ lao động, đặc biệt là những nhà thiết kế, kỹ thuật đòi hỏi phải không ngừng nâng cao tính chuyên nghiệp để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng.

- Nghiên cứu, khám phá thị trường Mỹ, đặc biệt đi vào những thị trường ngách để thâm nhập sâu hơn vào thị trường này. Đồng thời cũng phải xây dựng và quảng bá thương hiệu hàng dệt may Việt Nam trên thị trường Mỹ một cách có hệ thống, dưới nhiều hình thức như hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, website...

- Mở rộng mạng lưới đại lý hàng dệt may Việt Nam tại thị trường Mỹ (có thể sử dụng đội ngũ doanh nhân người Việt Nam đang sinh sống tại Mỹ)

2.2. Nhóm hàng thủy sản:

Sản xuất nông nghiệp ở Mỹ chỉ đóng góp 1% GDP của nước này, nhưng sản xuất nông nghiệp có một trình độ phát triển cao nên năng suất lao động trong nông nghiệp đạt cao do đó giá thành nông sản phẩm thấp. Bên cạnh đó nông nghiệp còn được những sự bảo hộ nhất định của chính phủ. Mỹ cũng là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới về nông sản, thực phẩm của thế giới (năm 2005 Mỹ xuất

khẩu mặt hàng này 68,7tỷ USD), đồng thời cũng là nước nhập khẩu hàng nông sản, thực phẩm lớn nhất hiện nay (năm 2005 Mỹ nhập mặt hàng này 73 tỷ USD).

Nhập khẩu hàng nông sản, thực phẩm ở Mỹ có xu hướng tăng do nhu cầu của thị trường tăng và sự gia tăng của dân nhập cư. Mặt khác, trong những năm gần đây Mỹ đã phần nào giảm bớt rào cản nông sản, thực phẩm. Cùng với sự phát triển khoa học kỹ thuật về vận tải cho phép chi phí vận tải thấp dần và rút ngắn thời gian vận chuyển đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu các mặt hàng tươi sống nhất là của các nước đang phát triển. Cam kết của Mỹ và các nước phát triển tại Hội nghị Bộ trưởng WTO ở Hồng Kông tháng 12/2005 là sẽ loại bỏ thuế quan và trợ cấp, bảo hộ nông nghiệp để mở cửa thị trường cho nông sản của các nước nghèo cùng có cơ hội cho nhiều nước xuất khẩu nông sản thực phẩm vào nhiều hơn sâu hơn ở thị trường Mỹ.

Cơ cấu hàng nông sản, thực phẩm nhập khẩu vào thị trường Mỹ như sau:

- Khoảng 43% kim ngạch nhập khẩu hàng nông thủy sản và thực phẩm là các sản phẩm nuôi trồng; bình quân nhóm hàng này hàng năm tăng 8%

- Thực phẩm và chế biến đồ uống khoảng 50%. Trong đó có 2 mặt hàng có tăng trưởng cao mà Việt Nam cần chú ý để khai thác đó là: thủy sản và cà phê. thủy sản là nhóm hàng có kim ngạch nhập khẩu lớn nhất ở Mỹ năm 2004 xấp xỉ: 11,7 tỷ\$ (chiếm 17% kim ngạch nhập khẩu); 2005 xấp xỉ: 12 tỷ\$ (tăng 7,2% so với 2004). Nhu cầu thủy sản của thị trường Mỹ vẫn đang có xu thế tăng nhanh.

Các nước xuất khẩu hàng thủy sản sang Mỹ đứng đầu là Thái Lan, tiếp theo là Canada và thứ 3 là Trung Quốc. Các hàng thủy sản của top 3 nước đứng đầu này có cơ cấu phù hợp nhu cầu, tập quán tiêu dùng của người Mỹ; họ rất chú ý đến chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm và quảng bá hàng thủy sản trên thị trường Mỹ có hiệu quả. Do đó, ngành thủy sản ở các quốc gia này đã tạo nên chuỗi giá trị sản phẩm, cụ thể: biết khai thác, bảo vệ để đảm bảo cho sự phát triển ổn định, bền vững và hiệu quả quá trình sản xuất, chế biến và xuất khẩu hàng thủy sản.

Hàng thủy sản Việt Nam đã xuất khẩu sang 146 quốc gia và vùng lãnh thổ với tổng kim ngạch năm 2007 là xấp xỉ 3,8 tỷ (tăng 14% so với 2006). Trong đó, thị trường Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 của Việt Nam sau Nhật và EU (xem biểu 4)

Bảng 4: Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào các thị trường qua các năm

Đơn vị tính: %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nhật	26,14	27	26,3	31,4	26,5	25	21,2
Mỹ	28,92	32	35,3	24,6	18,3	19,15	20,4
EU	6,7	4,2	5,7	10,1	16	21,2	25,7
T.trường khác	38,24	36,8	32,7	33,9	39,2	34,65	32,8

Nguồn: - Vụ Kế hoạch Bộ Thương Mại

- Trung tâm tin học Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn

Hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ trước năm 2004 chiếm tỷ trọng lớn nhất so với các thị trường khác. Nhưng từ sau 2004 do vụ kiện bán phá giá cá tra, cá ba sa, tôm của Việt Nam, nên các mặt hàng thủy sản của Việt Nam bị áp đặt mức thuế nhập khẩu cao, mặt khác theo quy định của Mỹ các nhà xuất khẩu phải đóng ký quỹ chống bán phá giá (bond) với một khoản tiền lớn và phức tạp về mặt thanh khoản. Điều này đã làm cho tốc độ xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Mỹ giảm sút.

Tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ từ sau khi ký hiệp định Thương mại Việt – Mỹ luôn tăng, tuy nhiên tốc độ tăng qua các năm khác nhau do những yếu tố tác động nhất định (xem biểu 5)

Biểu 5: Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ

Năm	Khối lượng (tấn)	T.trường (%)	Giá trị (\$)	T. trường (%)
2000	39.668	113	298.220.226	130
2001	70.931	79	489.034.963	64
2002	98.655	39	665.654.511	34
2003	123.472	25	782.238.334	19
2004	89.768	- 27	592.824.065	- 24
2005	91.674	2	633.984.549	7
2006	98.883	8	664.339.579	5
2007	99.769	1	720.524.455	8

Nguồn: <http://www.vase.com.vn> ngày 4/3/2008

Nhìn vào số liệu biểu 5 cho thấy với những định chế tài chính khắt khe ở thị trường Mỹ làm cho khối lượng hàng thủy sản xuất khẩu năm 2004 giảm 27% và về giá trị giảm 24% so với năm 2003. Sau đó, các năm 2005, 2006, 2007, thủy sản xuất khẩu đang hồi phục dần tuy nhiên tốc độ tăng trưởng còn ở mức khiêm tốn, dưới 8%. Điều đó cũng chứng tỏ các nhà xuất khẩu Việt Nam đã có những chuyển đổi về cơ cấu, chủng loại và các yêu cầu khác để thích ứng với thị trường Mỹ và theo dự báo chuyển đổi trong xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang Mỹ (nhất là cơ cấu, chủng loại và chất lượng hàng hóa) đang tạo ra lợi thế cho hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam vào Mỹ trong những năm tới.

Những thuận lợi và khó khăn hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam vào thị trường Mỹ:

Thuận lợi:

- Hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã có chỗ đứng trên thị trường Mỹ và với giá cạnh tranh.

- Với điều kiện tự nhiên, nhất là vùng kinh tế Tây Nam Bộ và vùng biển của Việt Nam tạo điều kiện để ngành thủy sản nói chung và xuất khẩu thủy sản của Việt Nam nói riêng phát triển mạnh. Bên cạnh đó, về đánh bắt, nuôi trồng, chế biến thủy sản ở Việt Nam cũng có những lợi thế do nguồn lao động rẻ, có kinh nghiệm về nuôi trồng, đánh bắt.

- Cơ cấu mặt hàng thủy sản Việt Nam hiện nay khá đa dạng và có chuyển đổi đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng ở thị trường Mỹ.

- Các nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ đã thích ứng với luật chống bán phá giá, đóng ký quỹ cho Hải quan Mỹ để ổn định sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu.

- Việt Nam trở thành thành viên của WTO.

Khó khăn:

- Khả năng cạnh tranh hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam gặp những đối thủ “nặng ký” như Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ, Canada, Mê hi cô... Nhìn chung các nước này có năng lực sản xuất lớn, khối lượng hàng hóa cao, mẫu mã chủng loại đa dạng. Chẳng hạn: xu hướng chuyển đổi trên thị trường Mỹ về thị hiếu tiêu dùng là phi-lê cá rô phi ngày càng phổ biến hơn cá da trơn thì mặt hàng này có lợi thế của cá nước Nam Mỹ hơn Việt Nam, hoặc tôm chân trắng cỡ lớn

có lợi thế hơn tôm sú, nhưng tôm chân trắng chủ yếu do Mê hi cô, Ê cua đo, Thái Lan cung cấp cho thị trường Mỹ...

- Hàng thủy sản vào thị trường Mỹ thường bị Mỹ đơn phương áp dụng các biện pháp bảo hộ ngành thủy sản trong nước làm cho xuất khẩu hàng thủy sản của các nước khác trong đó có Việt Nam gặp nhiều rủi ro.

- Sản xuất, kinh doanh hàng thủy sản Việt Nam chưa lớn, khả năng tập trung chưa cao nên khi nhu cầu lớn khó đáp ứng. Mặt khác quảng bá hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường Mỹ còn rất hạn chế.

- Sự liên kết giữa các nhà (nhà nước, nhà sản xuất, nhà xuất khẩu) trong ngành thủy sản còn lỏng lẻo, chưa tạo ra được chuỗi giá trị sản phẩm thủy sản để đảm bảo cho hàng xuất khẩu thủy sản Việt Nam có đẳng cấp và chất lượng cao trên thị trường Mỹ.

- Vận chuyển hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ gặp khó khăn về phương tiện vận chuyển, chi phí vận chuyển và thời gian vận chuyển. Vì vậy, làm cho giá cả hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam khó cạnh tranh và thời gian vận chuyển dễ bị kéo dài.

Giải pháp để tăng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ:

***Ở tầm vĩ mô:**

- Nhà nước cần có sự chỉ đạo tổng thể việc phát triển ngành thủy sản xuất khẩu thông qua chiến lược nuôi trồng, đánh bắt, chế biến, xuất khẩu và phát triển khoa học công nghệ tiên tiến hiện đại trong ngành thủy sản, có như vậy mới bảo đảm cho sự phát triển ổn định và bền vững chuỗi giá trị của ngành thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

- Đồng thời, chính phủ và các Bộ ngành cần cung cấp cho các nhà xuất khẩu thủy sản những thông tin về thị trường nhập khẩu thủy sản của Mỹ, đẩy mạnh xúc tiến thương mại để các nhà xuất khẩu cập nhật và ứng xử thích ứng với nhu cầu của thị trường và quảng bá thương hiệu hàng thủy sản

- Nhà nước cần hoàn thiện môi trường pháp lý đồng bộ, ổn định; có hệ thống chính sách hướng dẫn để các nhà xuất khẩu có được cơ sở pháp lý phù hợp với thị trường Mỹ nhằm giảm thiểu rủi ro trong hoạt động kinh doanh.

*** Ở tầm vi mô:**

- Các nhà xuất khẩu cần chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu phù hợp với nhu cầu tiêu dùng của thị trường Mỹ (về chủng loại , chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm...)

- Cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp đánh bắt, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu thủy sản; không ngưng ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất kinh doanh hàng thủy sản xuất khẩu để tạo được chuỗi giá trị cao và có như vậy mới nâng cao sức cạnh tranh hàng thủy sản Việt Nam.

- Thiết lập mạng lưới tiêu thụ rộng khắp trên thị trường Mỹ để quảng bá, tiêu thụ hàng thủy sản Việt Nam.

Mở rộng hoạt động kinh tế vào nền kinh tế Mỹ là chiến lược quan trọng trong kinh tế đối ngoại của Việt Nam, trong đó hoạt động xuất khẩu là lĩnh vực cơ bản đặc biệt là những nhóm hàng Việt Nam có tiềm năng mở rộng và phát triển và thị trường Mỹ có nhu cầu nhập khẩu lớn như hàng dệt may, thủy sản. Vì vậy, trong xu hướng xuất khẩu Việt Nam tiếp tục tập trung đầu tư chiều sâu để không ngừng cải thiện và nâng cao sức cạnh tranh hàng xuất khẩu trong đó có hàng dệt may, hàng thủy sản.

CHUYÊN ĐỀ 8:

XUẤT KHẨU MỘT SỐ HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

Ths.Lê Bá Tân

Mỹ là quốc gia có nền kinh tế mạnh nhất toàn cầu, giữ vai trò chi phối các tổ chức như: WB, IMF, WTO... Trong thế kỷ 21, Mỹ vẫn giữ được vị trí bá quyền về kinh tế, trên cơ sở nền kinh tế hùng mạnh và sự kiểm soát kinh tế - chính trị toàn cầu. Thị trường Mỹ là một thị trường lớn với nhiều đặc điểm rất riêng biệt, các doanh nghiệp nước ngoài hoạt động kinh doanh tại thị trường này chắc chắn sẽ thất bại nếu không hiểu được thấu đáo những đặc điểm đó.

Trong những năm qua, môi trường kinh tế - xã hội đã có nhiều thuận lợi cho xuất khẩu hàng hoá Việt Nam sang Mỹ. Đó là việc ký kết Hiệp định thương mại giữa hai nước vào năm 2000 và việc Việt Nam trở thành thành viên WTO (11/2006). Đây là cơ hội lớn mở ra cánh cửa cho hàng hoá Việt Nam vào thị trường lớn nhất thế giới. Chúng ta có thể thấy được qua tìm hiểu thực trạng xuất khẩu hàng hoá Việt Nam sang Mỹ trong những năm gần đây qua hai mặt hàng chủ lực là thủy sản và dệt may.

1. Thực trạng xuất khẩu hàng thủy sản từ Việt Nam sang Mỹ

Việt Nam là một quốc gia có ưu thế về kinh tế biển, đa dạng về tài nguyên nước, có bờ biển khá dài vùng đặc quyền lãnh hải rộng lớn. Điều kiện tự nhiên và ưu thế địa lý của Việt Nam rất thuận lợi cho việc nuôi trồng và đánh bắt thủy hải sản. Các loài thủy hải sản của Việt Nam nhiều về số lượng và chất lượng thơm ngon. Với trữ lượng khai thác lên tới 4 triệu tấn hải sản/năm. Việt Nam có đủ tiềm năng và điều kiện thuận lợi để phát triển đánh bắt và nuôi trồng thủy sản theo quy mô công nghiệp, đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản, phát triển kinh tế biển.

1.1. Sản lượng và kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Mỹ những năm qua.

Thủy sản là một hàng chủ lực trong xuất khẩu những năm gần đây của nước ta. Việc xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ bắt đầu từ năm 1994 và đạt 5,8 triệu USD và chỉ chiếm khoảng 3% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt

Nam. Tình hình đã sáng sủa hơn sau khi Mỹ bình thường hoá quan hệ với Việt Nam (7/1995), nước ta gia nhập khối ASEAN (7/1995), tham gia diễn đàn hợp tác Châu á - Thái Bình Dương (APEC), v.v... Đặc biệt là sự thành công trong đổi mới kinh tế của nước ta đã tạo đà tăng trưởng cho ngành sản xuất thủy sản. Nhờ đó, xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Mỹ đã có chuyển biến rõ rệt. Đến năm 2001, thị trường Mỹ nhập khẩu 489 triệu USD thủy sản Việt Nam, nhiều hơn cả Châu Âu, Nhật Bản. Từ đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Mỹ nhìn chung đạt ở mức cao.

Bảng 1: Xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ những năm qua.

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Sản lượng (Nghìn tấn)	37,9	70,9	97,7	122,2	91,4	91,7
Kim ngạch(Triệu USD)	301	489	655	778	603	632
Tốc độ tăng trưởng (%)	131,7	62,3	33,9	18,7	- 22,5	4,7

Nguồn: Trung tâm Thông tin KHKT & KT Thủy sản, Bộ Thủy sản (2006)

Số liệu trên cho thấy, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ đạt mức cao nhất là 131,7% vào năm 2000. Sau đó, năm 2001 và 2002 vẫn tăng cao 33,9% - 62,3%. Đó là do ảnh hưởng mạnh của Hiệp định thương mại Việt - Mỹ. Từ đó, có thể thấy chính sách kinh tế đối ngoại rất quan trọng đến ngoại thương. Tuy nhiên, khi sức cạnh tranh của thủy sản Việt Nam trên thị trường Mỹ tăng lên cũng là lúc các nhà tư bản sản xuất thủy sản trong nước Mỹ lên tiếng. Qua nhiều con đường khác nhau, nhất là vận động hành lang các nghị viện của Quốc hội Mỹ, thủy sản Việt Nam đã bị "phân biệt đối xử". Vụ kiện về tên gọi cá da trơn không được sử dụng từ "cassfish", bán phá giá tôm, v.v... đã gây ra nhiều khó khăn cho hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ. Vì vậy, kim ngạch xuất khẩu hàng này năm 2004 đã giảm 22,5% và năm 2005 có tăng lên nhưng chỉ đạt 4,8%. Tuy nhiên, giá trị tuyệt đối vẫn ở mức cao hơn 600 triệu USD/năm. Qua đó, chúng ta có thể thấy làm ăn ở thị trường Mỹ không phải là đơn giản. Chúng ta phải am hiểu cả luật pháp và cả vấn đề phi luật pháp của thị trường này và chuẩn bị vững vàng những vấn đề cần thiết cho các cuộc kiện tụng thường xảy ra trên thị trường quốc tế.

Tuy có những khó khăn nhưng Mỹ là một thị trường quan trọng đối với hàng thủy sản Việt Nam.

Bảng 2: Tỷ trọng về sản lượng & kim ngạch XK thủy sản Việt Nam sang Mỹ (%)

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tỷ trọng sản lượng	13,0	18,9	21,5	20,4	17,2	14,6
Tỷ trọng kim ngạch	20,4	27,5	32,4	34,7	25,1	23,8

Nguồn: Trung tâm Thông tin KHKT & KT Thủy sản, Bộ Thủy sản (2006).

So sánh ta thấy tỷ trọng kim ngạch thường lớn hơn tỷ trọng sản lượng là do thị trường Mỹ nhập khẩu hàng thủy sản chất lượng cao và giá cũng hấp dẫn hơn một số thị trường khác. Tỷ trọng sản lượng thường chiếm trên dưới 25% tổng sản lượng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Điều đó đã nói lên tầm quan trọng của thị trường Mỹ.

Bảng 3: Kim ngạch XK thủy sản Việt Nam sang một số nước

DVT: triệu USD

Năm	2003	2004	2005
Nhật	615,3	769,5	819
Mỹ	777,7	602,9	631,5
EU	153,3	249	435

Nguồn: Trung tâm Thông tin Bộ thương mại (2006).

Tuy nhiên, khắc phục sự giảm sút tỷ trọng sau năm là vấn đề đang đặt Việt Nam cho dù các nhà xuất khẩu thủy sản Việt Nam và các nhà nhập khẩu thủy sản Mỹ. Đáng mừng là năm 2005, xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Mỹ đã có dấu hiệu phục hồi, các mặt hàng thủy sản chủ lực như: Tôm đông lạnh tăng 13% về khối lượng và 10,6% về giá trị, cá ngừ tăng 46,4% về khối lượng và 5,6% về giá trị, v.v... Tuy nhiên, nó vẫn chưa đạt được tốc độ cao của mấy năm trước đó.

1.2. Sức cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam ở thị trường Mỹ.

Trong những năm qua, tỷ trọng hàng thủy sản Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Mỹ đã liên tục tăng lên cả về sản lượng và trị giá. Trị giá xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Mỹ đã lần lượt vượt qua kim ngạch xuất khẩu của một số nước châu á khác vào Mỹ như: ấn Độ, Philippin (sau năm 2000), Indonesia (cuối năm 2001). Năng lực cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam trên thị trường Mỹ được khẳng định từng bước về thị phần, chất lượng, giá cả, thương hiệu sản phẩm...

Bảng 4: Thị phần một số thủy sản Việt Nam ở thị trường Mỹ (%)

Năm	2000	2001	2002	2003	2004
Tôm	4,5	8,3	10,4	11,4	7,2
Cá da trơn	86,5	94,5	95,1	75,8	65,24
Mực và Bạch tuộc	1,6	2,9	2,4	2,7	2,44
Cua, ghẹ	0,7	1,7	1,8	2,4	3,0

Nguồn: Trung tâm Thông tin KHKT & KT Thủy sản, Bộ Thủy sản (2006).

Tìm hiểu cụ thể hơn sức cạnh tranh của thủy sản Việt nam ta thấy:

Thứ nhất: Nhóm hàng tôm đông lạnh. Trong các loại tôm xuất khẩu sang Mỹ, năm 2004 Việt Nam đứng thứ 4/40 nước về tôm bóc vỏ đông lạnh, thứ 6/15 về tôm tẩm bột đông lạnh và 3/27 về tôm lạnh chế biến... Tuy tôm của nước ta có chất lượng tốt, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, nhưng vẫn thua kém các đối thủ cạnh nhất là việc thiết lập kênh phân phối và bán hàng. Các nước châu á như: Thái Lan, Trung quốc và ấn Độ là đối thủ cạnh tranh lớn nhất đối với tôm xuất khẩu của Việt Nam. Các sản phẩm của Việt Nam có mặt tại thị trường Mỹ chậm hơn so với sản phẩm của Thái Lan, Trung Quốc, v.v. Qua tỷ trọng xuất khẩu tôm của các nước vào Mỹ sẽ thấy rõ hơn vị thế của Việt Nam trong thị trường này.

Bảng 5: Các nước xuất khẩu nhiều tôm sang thị trường Mỹ*ĐVT: nghìn tấn; %*

Năm	2000		2002		2003	
	S. lượng	Tỷ trọng	S. lượng	Tỷ trọng	S. lượng	Tỷ trọng
Thái Lan	126,5	36,7	115,1	26,8	132,1	25,5
Ấn Độ	28,3	8,2	44,2	10,3	41,0	7,9
Trung Quốc	18,0	5,2	49,5	11,5	66,0	12,8
Việt Nam	15,7	4,5	44,7	10,4	37,1	7,2
Mêhicô	29,1	8,4	24,3	5,7	29,0	5,6
Ecuado	19,1	5,5	29,7	6,9	37,5	7,2
Các nước khác	108,4	31,5	121,8	28,4	174,9	33,8
Tổng	345,1	100	429,3	100	517,6	100

Nguồn: Trung tâm Thông tin Bộ thương mại (2006).

Thứ hai: Nhóm hàng cá các loại. Những năm qua, cá tra, cá basa của Việt Nam đã khẳng định được năng lực cạnh tranh trên thị trường Mỹ. Việt Nam luôn chiếm tỷ trọng rất cao trong tổng lượng nhập khẩu các loại cá này của Mỹ liên tục trong ba năm gần đây (2001, 2002, 2003). Do đó, các nước xuất khẩu khác không phải là đối thủ.

Bảng 6: Thị phần cá da trơn của Việt Nam ở Mỹ (ĐVT: %)

Năm	2000	2001	2002	2003	2004
Việt Nam	86,5	94,5	95,1	78,5	65,2
Trung Quốc	1,27	1,64	--	17,4	24,4
Guyana	8,9	8,4	4,3	2,8	2,1

Nguồn: Trung tâm Thông tin Bộ thương mại (2006).

Đối với các loại cá khác, Việt Nam lại yếu thế. Nhu cầu nhập khẩu của thị trường Mỹ là rất lớn, nhưng tỷ trọng xuất khẩu các loại cá khác của Việt Nam vào Mỹ hiện nay còn rất nhỏ bé. Việt Nam sẽ gặp phải áp lực cạnh tranh mạnh mẽ từ năng lực xuất khẩu khác khi xuất khẩu cá vào Mỹ.

Thứ ba: Nhóm hàng mực và bạch tuộc đông lạnh. Đối với nhóm hàng này, Việt Nam vấp phải sự cạnh tranh từ Trung Quốc, Đài Loan, Philippin. Trong đó, Trung Quốc là nước xuất khẩu mực và bạch tuộc lớn nhất vào thị trường Mỹ, chiếm thị phần khá ổn định. Tiếp sau là Đài Loan và Philippin, với thị phần dao động ở mức 11,4% đến 16,7% trong 5 năm gần đây. Điểm chung nhất của các nước này là có chi phí sản xuất khá thấp, nên có được lợi thế về giá, đồng thời đã có quan hệ khá tốt với các khách hàng tại thị trường Mỹ trong thời gian dài. Do vậy, Việt Nam rất khó tranh giành vị trí cung cấp hàng đầu các sản phẩm này cho thị trường Mỹ.

Thứ tư: Nhóm hàng cua và ghẹ. Canada, Nga và Indonesia là ba nước cung cấp cua, ghẹ lớn nhất cho thị trường Mỹ, thị phần của Canada luôn ở mức cao (khoảng 40%). Những năm qua, kim ngạch xuất khẩu cua, ghẹ của Việt Nam vào thị trường Mỹ đã liên tục tăng nhanh, từ mức chỉ có hơn 1 triệu USD trong năm 1998 tăng liên tục với tốc độ cao và đạt trên 25,5 triệu USD vào năm 2003 và 33,6 triệu USD năm 2004, song chỉ chiếm 3% trong tổng nhập khẩu của Mỹ. Do đó, Việt Nam chưa được coi là nước cung cấp nhiều các sản phẩm cua, ghẹ cho thị trường Mỹ vì chiếm thị phần quá nhỏ.

1.3. Đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ

1.3.1. Kết quả đạt được:

- Đảng và Nhà nước rất quan tâm đối với phát triển kinh tế thủy sản tạo điều kiện tích cực thúc đẩy xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ, có cơ chế quản lý và chính sách phù hợp đối với lĩnh vực thủy sản.

- Ngành Thủy sản Việt Nam nỗ lực đổi mới, nâng cao khả năng đáp ứng yêu cầu của kinh tế thị trường, góp phần thúc đẩy xuất khẩu thủy sản

- Tiềm năng cho phát triển sản xuất, xuất khẩu hàng thủy sản được chú trọng khai thác

- Năng lực cạnh tranh của hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Mỹ từng bước được khẳng định

- Những bước tiến trong quan hệ Việt - Mỹ tiếp và việc nước ta trở thành thành viên thứ 150 của WTO tục mở ra cơ hội cho xuất khẩu thủy sản sang Mỹ.

1.3.2. Những hạn chế và khó khăn trong xuất khẩu thủy sản vào Mỹ:

- Mỹ là một thị trường thủy sản đầy tiềm năng, là thị trường đầu ra chủ yếu cho sản xuất thủy sản nước ta. Tuy nhiên, chúng ta phải chịu sự cạnh tranh của Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ, Canada, Chilê, Mêxicoo về năng lực xuất khẩu, chất lượng sản phẩm, sự đa dạng và phong phú về chủng loại, mẫu mã bao bì hấp dẫn...

- Mỹ thường đơn phương áp dụng các biện pháp bảo hộ ngành thủy sản trong nước thông qua các luật chế tài thương mại mà thực chất là một loại rào cản trá hình. gây không ít khó khăn cho hoạt động nhập khẩu hàng thủy sản vào Mỹ.

- Khoảng cách đến thị trường Mỹ quá xa ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả của hoạt động kinh doanh.

- Thiếu nguồn nguyên liệu ổn định, chất lượng đảm bảo phục vụ xuất khẩu, việc quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh nguyên liệu thủy sản còn hạn chế.

- Hạn chế về xúc tiến thương mại, khai thác các cơ hội thị trường, doanh nghiệp chưa thực sự tiếp cận được hệ thống kênh phân phối lớn hàng thủy sản trên thị trường Mỹ

- Hạn chế về năng lực của các doanh nghiệp, cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu chưa phong phú, chưa có được thương hiệu mạnh trên thị trường Mỹ

- Tính liên kết và hỗ trợ của các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế, ảnh hưởng không nhỏ tới khả năng đáp ứng những đơn hàng khối lượng lớn, đòi hỏi tính đồng đều cấp lớn, có nguồn hàng tập trung, ổn định về giá cả và chất lượng.

1.4. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ

1.4.1. Giải pháp về sản xuất thủy sản xuất khẩu

- Chú trọng công tác quy hoạch các vùng sản xuất nguyên liệu là điều kiện cơ sở để đẩy mạnh xuất khẩu. Muốn tăng nhanh giá trị kim ngạch xuất khẩu, việc phát triển nuôi trồng thủy sản phải trên cơ sở quy hoạch, vấn đề nguyên liệu phải được giải quyết đồng bộ, từ khâu giống, công nghệ nuôi trồng, sản xuất thức ăn, phòng trừ dịch bệnh, bảo vệ môi trường bền vững, khai thác và bảo quản sau thu hoạch, đảm bảo hạ giá thành sản xuất nguyên liệu; từ đó đảm bảo có nguồn nguyên liệu phong phú, ổn định và chất lượng tốt.

- Cần tổ chức lại sản xuất để phát huy tối đa hiệu quả sản xuất, thông qua hình thức liên kết cộng đồng của các pháp nhân và các cá nhân tham gia vào chuỗi hoạt động sản xuất thị trường của các sản phẩm thủy sản. Quản lý cộng đồng có thể phát huy được tính kinh tế theo quy mô, loại trừ các mặt yếu kém, hạn chế của tổ chức quản lý sản xuất nhỏ manh mún, manh ai nấy làm tại Việt Nam. Hiện nay, mô hình quản lý cộng đồng thực hiện các tiêu chuẩn môi trường sạch của Liên hiệp sản xuất cá sạch Agifish (APPU) đang thực sự phát huy hiệu quả. Theo mô hình này, phát triển nuôi trồng thủy sản sạch dựa vào việc tổ chức lại sản xuất, gắn kết được tất cả các khâu của chu trình sản xuất chế biến thủy sản. Trong các khâu này, toàn bộ người nuôi, nhà cung cấp thức ăn, thuốc thú y và chế phẩm sinh học, con giống và nhà chế biến đều phải tham gia tích cực thực hiện các tiêu chuẩn đề ra về sản phẩm sạch và các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm khác.

- Nhà nước chú trọng đầu tư cho xuất khẩu thủy sản, ban hành các chính sách khuyến khích xuất khẩu thủy sản, thu hút và sử dụng có hiệu quả đầu tư nước ngoài. Tăng cường hợp tác kinh tế, kỹ thuật với nước ngoài trong sản xuất, chế biến hàng thủy sản xuất khẩu. Làm tốt công tác nghiên cứu khoa học công nghệ và phát triển nguồn nhân lực không những tạo ra tiền đề vững chắc cho những bước tiến của ngành Thủy sản trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng thủy sản vào thị trường Mỹ mà còn có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng một ngành công nghiệp chế biến thực phẩm vững mạnh của đất nước.

- Xây dựng thương hiệu quốc gia hoặc thương hiệu của cộng đồng sản xuất gắn với việc ban hành một hệ thống tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm cao, đáp ứng được đòi hỏi về vệ sinh an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn kỹ thuật nâng cao

nhất của các thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất thủy sản cần tiến hành đầu tư nâng cấp công nghệ một cách đồng bộ ở tất cả các khâu sản xuất nguyên liệu, bảo quản, chế biến và hậu cần dịch vụ theo tiêu chuẩn HACCP, cũng như áp dụng tiêu chuẩn chất lượng ISO 14000. Đây là bước chuẩn bị cho việc tham gia thực hiện hệ thống tiêu chuẩn chất lượng cao nhất cấp quốc tế của Việt Nam hoặc của một tập thể các nhà sản xuất một loại mặt hàng thủy sản của Việt Nam.

- Cùng với hệ thống tiêu chuẩn chất lượng đạt các tiêu chuẩn quốc tế, cộng đồng doanh nghiệp sẽ cùng nhau xây dựng một thương hiệu chất lượng chung. Chỉ sản phẩm nào đạt đủ các tiêu chuẩn của hệ thống tiêu chuẩn chất lượng này mới gắn logo hoặc hình ảnh chung thể hiện đạt tiêu chuẩn. Đây là cơ sở để đảm bảo doanh nghiệp sẽ phải nỗ lực thường xuyên kiểm soát chất lượng trên tất cả các khâu, duy trì đảm bảo hàng đạt tiêu chuẩn.

1.4.2. Giải pháp về phát triển thị trường

- Khi thâm nhập thị trường Mỹ, các doanh nghiệp lựa chọn cho mình hướng đi thích hợp tùy theo điều kiện và năng lực thực tiễn. Các doanh nghiệp phải có sự tích lũy để có được năng lực và sự tập trung về tài chính để tiến tới thành lập văn phòng đại diện tại thị trường Mỹ. Cần phải có sự liên kết cộng đồng doanh nghiệp và am hiểu pháp luật. Văn phòng sẽ làm nhiệm vụ thiết lập mối quan hệ thường xuyên với thị trường tiêu thụ. Từng bước mở rộng kênh phân phối, bước đầu là qua trung gian đại diện bán hàng tại Mỹ. Khi có đủ tiềm lực, các doanh nghiệp có thể nghiên cứu và hướng tới việc xây dựng kênh phân phối trực tiếp tại Mỹ.

- Tăng cường nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, quảng bá, tiếp thị sản phẩm phù hợp với tập quán tiêu dùng và kinh doanh Mỹ. Cần nâng cao chất lượng công tác dự báo thị trường để kịp thời cung cấp cho các doanh nghiệp và người sản xuất những thông tin cập nhật về thị trường thủy sản Mỹ trên các mặt như: giá cả, cân đối cung cầu, xu hướng tiêu thụ, biến động thị trường, các động thái về chính sách thương mại có liên quan và những yêu cầu mới của thị trường Mỹ. Đa dạng hoá các phương thức xúc tiến, mở rộng liên kết tổ chức tốt các hoạt động quảng cáo, hướng dẫn sử dụng và tăng cường hiểu biết của khách hàng, dân chúng và các đối tượng tham gia xây dựng các

chương trình khảo sát nhu cầu, xu hướng tiêu dùng, sức mua thị trường ... để cung cấp thông tin, chủ động phòng ngừa và tạo cơ hội tiếp cận sâu rộng cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam trên con đường tìm kiếm cơ hội kinh doanh trên thị trường Mỹ.

- Từng bước tạo lập quan hệ hợp tác thương mại ổn định, lâu dài, đôi bên cùng có lợi, hạn chế khả năng xảy ra tranh chấp thương mại. Đồng thời, kiện toàn hệ thống pháp luật thương mại Việt Nam, giải quyết các tranh chấp thương mại giữa hai nước theo đúng tinh thần tự do thương mại của WTO. Tổ chức các khóa đào tạo, các lớp tập huấn hay hội nghị, hội thảo về hệ thống pháp luật thương mại Mỹ nhằm nâng cao hiểu biết của các doanh nghiệp về khía cạnh pháp lý trong kinh doanh với Mỹ.

Về phía các doanh nghiệp, cần tăng cường liên kết, hợp lực giữa các doanh nghiệp, phát huy tích cực vai trò của các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần hướng tới việc xây dựng một chiến lược chung thâm nhập thị trường thủy sản Mỹ, cần hỗ trợ và phối hợp hành động trong quá trình thâm nhập thị trường.

2. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ

Mỹ là một thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn. Dự báo triển vọng nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ giai đoạn từ năm 2005 đến năm 2010, xác định tốc độ tăng trưởng bình quân kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của thị trường này sẽ tăng từ 7,5 đến 8%/ năm trong thời kỳ trên. Hàng may mặc sẽ chiếm khoảng 80,5% và hàng dệt chiếm khoảng 19,5% trong tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Mỹ.

Bảng 7: Kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ

DVT: Tỷ USD

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Dự báo 2010
Kim ngạch	71,7	70,3	72,2	77,4	83,3	90	130

Nguồn: Hiệp hội Dệt may Da giày Hoa Kỳ và Bộ Thương mại Mỹ.

Những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ đã đạt mức tăng trưởng đột biến. Những kết quả nổi bật này được biểu hiện rõ nét qua từng thời kỳ.

2.1. Về kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu

- Tháng 2/1994, khi Mỹ bãi bỏ lệnh cấm vận và ngày 11/7/1995 quan hệ ngoại giao giữa 2 nước được bình thường hoá, đã mở ra cơ hội thúc đẩy hoạt động thương mại sang một giai đoạn mới. Sau sự kiện này, hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ liên tục đạt được tốc độ tăng trưởng khả quan. Nếu năm 1997, kim ngạch xuất khẩu mới đạt 12 triệu USD thì đến năm 2000 đã đạt được 49,5 triệu USD tăng gấp 4 lần so với năm 1997.

- Bước vào năm 2000, đặc biệt là khi Hiệp định thương mại Việt - Mỹ (BTA) được Quốc hội hai nước thông qua và có hiệu lực hoàn toàn, đã mở ra rộng cho hàng dệt may tự do xuất khẩu theo khả năng của mình (lúc này Mỹ chưa áp dụng hạn ngạch). Vì vậy, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam sang Mỹ đã tăng trưởng đột biến, đạt 951 triệu USD vào năm 2002, gấp 4 lần năm 2001 và chiếm tới 33,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam. Đây chính là cơ sở để đàm phán số lượng kim ngạch trong Hiệp định dệt may Việt - Mỹ, bắt đầu có hiệu lực từ 5/2003. Theo Hiệp định này, Việt Nam bị phía Mỹ áp đặt hạn ngạch đối với 38 chủng loại sản phẩm, còn các loại khác tự do xuất khẩu vào Mỹ. Mặc dù bị áp đặt hạn ngạch, nhưng năm 2003, tăng trưởng hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vẫn đạt 2.484 triệu USD (chiếm 54% kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam) và đến năm 2004 đạt 2.720 triệu USD (chiếm 56%).

Hiện nay, lượng hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ chiếm khoảng 70% năng lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam dệt may phục vụ riêng cho thị trường này do không đủ hạn ngạch. Việt Nam trở thành nước xuất khẩu hàng dệt may đứng thứ 8 vào thị trường Mỹ.

Bảng 8: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ

DVT: triệu USD

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kim ngạch XK	49,5	44,6	951	2.484	2.720	3.200

Nguồn: Hiệp hội Dệt may Việt Nam.

Qua số liệu trên cho thấy, kim ngạch hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ đã tăng rất nhanh sau năm 2001, tuy nó vẫn còn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch hàng dệt may nhập khẩu vào thị trường Mỹ nhưng đã tăng lên đáng kể. Năm 2001, chiếm 0,1% thì năm 2004 đã chiếm 3,26%, chứng tỏ hàng dệt may Việt Nam đã có chỗ đứng và tăng sức cạnh tranh trên thị trường này.

Mục tiêu xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang thị trường Mỹ đến năm 2010 đạt khoảng 4.480 triệu USD.

Bảng 9: Những nước xuất khẩu nhiều hàng dệt may

vào thị trường Mỹ năm 2004

Tên nước	Tỷ trọng (%)	Tên nước	Tỷ trọng (%)
1. Trung Quốc	17,47	6. Ấn Độ	4,36
2. Caribe	12,03	7. Canada	3,7
3. Nafta	11,49	8. Việt Nam	3,26
4. Mêhicô	9,35	9. Honduras	3,21
5. Hồng Kông	4,75	10. Indônêxia	3,14

Nguồn: Trung tâm Thông tin - Bộ Thương mại (2005)

Từ tình hình xuất khẩu và tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ những năm gần đây và Việt Nam trở thành thành viên của WTO, dự báo triển vọng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ từ nay đến năm 2010 sẽ tăng bình quân ít nhất khoảng 10%/năm, đạt kim ngạch xuất khẩu khoảng 5.200 triệu USD đến năm 2010.

2.2. Đánh giá về khả năng sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ

2.2.1. Thuận lợi:

* Việt Nam có những tiềm năng về dệt may xuất khẩu:

- Việt Nam có đội ngũ lao động có trình độ văn hoá khá, có khả năng tiếp thu nhanh khoa học kỹ thuật công nghệ tiên tiến, hiện đại.

- Mỗi loại hình doanh nghiệp dệt may có thế mạnh riêng về kỹ thuật sản xuất, có khả năng đa dạng hoá mặt hàng theo nhu cầu của khách hàng.

- Nhiều doanh nghiệp dệt may quy mô vừa và lớn đã tạo được uy tín với khách hàng trong nước và ngoài nước, có cơ sở vật chất tương đối lớn, có khả năng liên kết với các doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ khác thuộc mọi thành phần kinh tế tư nhân

*** Cơ hội xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ:**

- Mỹ là thị trường có nhu cầu tiêu dùng rất lớn và vô cùng đa dạng về hàng dệt may, người dân có mức thu nhập cao cùng với sở thích đa dạng, ưa mua sắm dẫn đến làm cho thị trường này có sức mua rất lớn về hàng dệt may, bao gồm từ những chủng loại cao cấp đắt tiền đến những chủng loại bình dân giá rẻ. Cùng với việc Việt Nam gia nhập WTO tháng 11 năm 2006, thực sự là thuận lợi lớn cho hàng dệt may của Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

- Nhiều nhà nhập khẩu hàng dệt may Mỹ ngày càng quan tâm hơn đến các sản phẩm dệt may Việt Nam và có xu hướng chuyển sang mua hàng của Việt Nam. Chính vì vậy mà tiềm lực xuất khẩu và khả năng cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam đã được nâng cao một bước, cơ cấu xuất khẩu cũng đang có những chuyển dịch tích cực theo hướng đa dạng hoá chủng loại sản phẩm và tăng tỷ trọng sử dụng nguyên phụ liệu sản xuất trong nước, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt mức tăng trưởng đột biến và Việt Nam đã trở thành quốc gia xuất khẩu hàng dệt may lớn thứ 8. Cộng đồng lớn người Việt Nam tại Hoa Kỳ không những là người tiêu dùng, mà còn là cầu nối rất tốt để giúp cho hàng dệt may Việt Nam thâm nhập sâu rộng vào thị trường Hoa Kỳ.

- Sau các chuyến thăm cấp cao giữa hai nước, quan hệ kinh tế - chính trị giữa hai nước tiếp tục được củng cố và đang phát triển theo chiều hướng tích cực. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có khả năng tiếp cận trình độ khoa học công nghệ tiên tiến và nhận sự chuyển giao công nghệ mới. Đồng thời, những đòi hỏi khắt khe của thị trường Mỹ cũng tạo sức ép mang tính tích cực thúc đẩy các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong công tác nghiên cứu thị

trường, lựa chọn các hình thức thâm nhập hiệu quả, từ đó tích cực đổi mới công nghệ, phát triển nguồn nguyên phụ liệu... nhằm nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm. Nói chung, nếu hàng dệt may Việt Nam đứng vững được trên thị trường Mỹ là có thể thâm nhập và đứng vững được trên mọi thị trường xuất khẩu khác.

2.2.2. Hạn chế:

- Năng suất lao động ngành dệt may còn thấp, do việc làm không thường xuyên, công suất máy móc chưa tận dụng hết.

- Sản phẩm xuất khẩu chưa có nhãn hiệu Việt Nam, cơ cấu chủng loại mặt hàng còn nghèo nàn, mẫu mã không đa dạng, chưa có sự thay đổi kịp thời để nhanh chóng nắm bắt thị hiếu của người tiêu dùng, chưa thực sự quan tâm đến công tác nghiên cứu mẫu mới.

- Tỷ lệ hàng may gia công xuất khẩu còn cao so với hàng tự doanh, việc chọn hình thức gia công theo đơn đặt hàng hạn chế việc tích lũy lợi nhuận, tái đầu tư đổi mới trang thiết bị, công nghệ kỹ thuật.

- Sự liên kết giữa các khâu sợi - dệt - may của các doanh nghiệp trong ngành chưa chặt chẽ. Hoạt động marketing của các doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước còn yếu, chưa có nhiều kinh nghiệm về thị trường nước ngoài: kênh tiêu thụ, thị hiếu, phương thức thanh toán.

- Thiếu hệ thống thông tin về môi trường kinh doanh ngành dệt - may. Vốn đầu tư phân tán, manh mún nên hiệu quả sử dụng vốn đầu tư cho toàn ngành thấp. Cơ cấu ngành dệt bất hợp lý, quá công kênh, chuyên môn hoá thấp làm cho sức cạnh tranh của sản phẩm dệt (sợi, vải) kém, bị hàng nhập khẩu lấn át.

Hạn chế lớn nhất của hàng dệt may Việt Nam khi thâm nhập thị trường này là tính cạnh tranh của đa số sản phẩm còn thấp: giá cao, chất lượng chưa đảm bảo, mẫu mã không phong phú, mới chỉ tập trung vào một số chủng loại như: sản phẩm dệt kim, quần áo thể thao, Jacket, sơmi, quần tây, quần short, găng tay sợi bông, T-shirt, Polo-shirt, quần áo ngủ, đồ lót.

Công tác nghiên cứu thị trường còn nhiều hạn chế, thiếu thông tin về khách hàng, về thị trường, thiếu các kiến thức về marketing và bán hàng trên thị trường, thiếu hiểu biết về yêu cầu cụ thể của khách hàng. Thiếu hệ thống phân phối chuyên nghiệp hay đại diện của các nhà xuất khẩu dệt may trên thị trường này. Hoạt động của công tác xúc tiến xuất khẩu còn quá yếu.

2.4. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ

2.4.1. Về sản xuất hàng dệt may xuất khẩu:

- Cần phát triển ngành công nghiệp dệt đủ mạnh để có thể cung cấp nguyên liệu cho ngành dệt may xuất khẩu, phát huy sự đầu tư của mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước.

- Đẩy nhanh công tác cổ phần hoá doanh nghiệp, kiên quyết loại bỏ những doanh nghiệp kinh doanh không hiệu quả, thành lập những tập đoàn dệt may lớn mạnh, khắc phục những hạn chế trong mô hình Công ty Mẹ - Công ty con, nghiên cứu việc các doanh nghiệp dệt may quốc doanh không cần phải nắm cổ phần chi phối.

- Tiến hành tổ chức phân công sản xuất trong phạm vi toàn ngành hướng chuyên môn hoá. Trong điều kiện hiện nay, vẫn phải duy trì hình thức: gia công xuất khẩu từ đó tiến dần đến hình thức xuất khẩu sản phẩm cao hơn: Mua nguyên liệu bán thành phẩm.

- Lựa chọn đầu tư công nghệ hiện đại nhất cho cả lĩnh vực dệt và may mặc, nhằm nâng cao năng suất lao động và đẩy nhanh tỷ lệ sử dụng nguồn nguyên liệu trong nước, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh về giá cho sản phẩm xuất khẩu.

- Đầu tư và thúc đẩy mạnh việc phát triển diện tích trồng bông trên cơ sở giao chỉ tiêu cụ thể cho các Bộ, ngành liên quan và uỷ ban nhân dân các tỉnh, xây dựng hệ thống thuỷ nông, khuyến khích việc hợp tác giữa bốn nhà nhằm nâng nhanh tỷ lệ sử dụng nguyên liệu trong nước trong các sản phẩm xuất khẩu.

- Chính phủ cần đặc biệt ưu tiên đầu tư mạnh trong công việc thực hiện Chiến lược "Sản phẩm - Thị trường" ở tầm vĩ mô cho ngành dệt may, nhất là

lĩnh vực công nghệ dệt, nhuộm màu tất sản phẩm để đáp ứng nguyên phụ liệu cho may xuất khẩu.

- Không ngừng nâng cao chất lượng mặt hàng, phải tạo ra được những mặt hàng truyền thống dựa trên thế mạnh của mình, cố gắng duy trì để tạo thành mặt hàng có uy tín lâu dài trên thị trường. Yêu cầu các doanh nghiệp quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO.9000, để sớm hoà nhập vào hệ thống tiêu chuẩn chất lượng toàn cầu.

2.4.2. Về huy động nguồn vốn:

Để huy động được số vốn đầu tư nhằm đổi mới máy móc, công nghệ như trên các doanh nghiệp có thể khai thác các nguồn vốn như:

- Vốn tự có của doanh nghiệp: Sử dụng nguồn khấu hao; lợi nhuận; thông qua việc bán tài sản không còn giá trị sử dụng.

- Vốn góp từ người lao động: Tự huy động vốn thông qua cổ phần, thị trường chứng khoán.

- Vốn ngân sách, vốn vay ODA của các nước; vay vốn lãi suất thấp từ chính phủ các nước dành cho Việt Nam.

- Vốn vay thương mại từ các ngân hàng hoặc tổ chức tài chính. Vay theo dự án hoặc vay dưới dạng khung tín dụng đã ký sẵn.

- Sử dụng hình thức mua máy móc thiết bị trả chậm của nước ngoài, ứng trước máy móc thiết bị trả chậm bằng sản phẩm cho nước ngoài. Đẩy mạnh các hình thức đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào ngành dệt - may, đặc biệt trong lĩnh vực nhuộm, hoàn tất, sản xuất và phụ liệu chất lượng cao và lĩnh vực sản xuất cung cấp phụ tùng cho ngành dệt may.

2.4.3. Về phát triển nguồn nhân lực:

- Nghiên cứu áp dụng nhiều hình thức đào tạo khác nhau như: Theo chuyên đề, đào tạo tại các trường, đào tạo theo khu vực, đào tạo qua tham quan, khảo sát, tập huấn ở nước ngoài, đào tạo qua hội thảo.

- Tăng cường đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý sản xuất, lao động có tay nghề cao cho ngành dệt may, bảo đảm công ăn việc làm, tạo nguồn thu nhập ổn định cho người lao động.

- Ưu tiên đầu tư đào tạo một lực lượng bán hàng đầy đủ tiêu chuẩn về phẩm chất, chuyên môn và được huấn luyện các kỹ năng nghiệp vụ, trang bị những kiến thức cần thiết về khách hàng, đối thủ cạnh tranh, về đặc điểm sản phẩm..

- Cho phép mở từ một đến hai trường đại học của riêng ngành dệt may tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, cùng với việc thành lập thêm nhiều trung tâm dạy nghề tại các địa phương, nhằm phát triển nguồn nhân lực cho ngành dệt may.

2.4.4. Giải pháp mở rộng và phát triển thị trường

** Về thương hiệu sản phẩm:*

Nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm bằng cách giảm chi phí đầu vào cho sản xuất và nâng cao năng suất lao động. Xây dựng thương hiệu sản phẩm và uy tín trên thị trường Mỹ. Khi chưa có tên tuổi trên thị trường, doanh nghiệp trong thời gian đầu cần mua nhãn hiệu của các hãng nổi tiếng để làm ra các sản phẩm của họ với giá rẻ hơn, tiến đến tập trung đầu tư công nghệ tiên tiến trong khâu thiết kế mẫu mã, cũng như sản phẩm dệt may, tổ chức tiếp thị sản phẩm, đăng ký nhãn hiệu hàng hoá từ đó tạo lập tên tuổi cho sản phẩm.

** Công tác Marketing:*

Các doanh nghiệp phải nắm thông tin về thuế nhập khẩu của Mỹ, nắm bắt thông tin cụ thể về ngành hàng, mã hàng xuất khẩu thông qua việc tổ chức tham quan, tham dự hội thảo, hội chợ có sự hỗ trợ của nhà nước. Cần nghiên cứu kỹ quy chế xác định chủng loại mã hàng để tận dụng tối đa cơ hội. Phát triển và ứng dụng thương mại điện tử để mở rộng thị trường.

Đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng cáo sản phẩm như: qua xúc tiến thương mại, tham dự các hội chợ quốc tế, catalog, website... Thực hiện các mẫu quảng cáo trang phục thời trang theo mùa, theo các lứa tuổi, giới tính trên mạng Internet để giới thiệu các doanh nghiệp và hàng dệt may Việt Nam sang thị trường Mỹ. Các mẫu quảng cáo của doanh nghiệp cần phải đơn giản, hấp dẫn, tạo sự thu hút, chú ý của khách hàng. Từng bước nghiên cứu quảng cáo sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng tại Hoa Kỳ và thực hiện các biện pháp hỗ trợ thương mại tích cực như: bán trả chậm, bán chiết khấu...

Hỗ trợ hơn nữa kinh phí cho doanh nghiệp trong công tác xúc tiến thâm nhập thị trường, tham dự các hội chợ về hàng dệt may để tìm kiếm bạn hàng, thường xuyên cung cấp thông tin về thị trường công nghệ, nguyên phụ liệu mới và bãi bỏ hoàn toàn việc thu phí hạn ngạch xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Đề ra trách nhiệm cụ thể đối với các cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam tại Mỹ trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng dệt may nói riêng.

*** Phân phối sản phẩm:**

- Hàng hoá Việt Nam có thể thâm nhập vào thị trường này thông qua các công ty bán lẻ có nhãn hiệu, các nhà sản xuất lớn ở Mỹ. Có thể liên kết sản xuất - xuất khẩu với các nhà sản xuất tại Hoa Kỳ thông qua phương thức nhập khẩu bông từ Hoa Kỳ và bán lại sản phẩm dệt may vào thị trường này. Tham gia các hội chợ triển lãm, thiết lập đại lý tại Mỹ: Cách tốt nhất nên chọn đại lý của mình tại Hoa Kỳ là các nhà nhập khẩu hay nhà phân phối có uy tín.

- Tăng cường mở rộng quan hệ và tận dụng triệt để hệ thống phân phối sản phẩm của nhà nhập khẩu Mỹ, của đội ngũ Việt kiều tại Mỹ, từng bước thiết lập mạng lưới phân phối trực tiếp bằng các cách thức như: bán hàng qua chi nhánh, qua Internet và các đại lý bán buôn, bán lẻ.

*** Giải pháp về giá:**

Tuỳ theo đối tượng khách hàng là đối tượng nào, nhà quản lý lập kế hoạch các mức giá cả cho phù hợp theo quy mô mua hàng, theo thời vụ. Cơ sở xác định giá cả sản phẩm là chi phí sản xuất, mối quan hệ cung cầu.

Kế hoạch giá cả các mặt hàng phải căn cứ vào chi phí sản xuất bình quân các nhóm mặt hàng, giá cả gia công của các nước xuất khẩu vào Mỹ. Các doanh nghiệp phải xác định khung giá các mặt hàng phù hợp với môi trường kinh doanh, quản lý sự thay đổi của giá cả theo thời gian.

Do hàng dệt may của Việt Nam chưa có thương hiệu nổi tiếng trên thế giới nên duy trì chính sách định giá thấp để thoả mãn thị trường bình dân ở nước ngoài. Có thể liên kết với các hãng nước ngoài để sử dụng thương hiệu sản phẩm của họ. Điều này cho phép định giá sản phẩm cao nhưng vẫn mang tính cạnh tranh so với giá của các hãng gốc sản xuất. Đồng thời từng bước tạo thương hiệu sản phẩm của mình trên thị trường Mỹ./.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Văn Chu (2006), *Doanh nghiệp Việt Nam với thị trường Hoa Kỳ*, NXB Thế giới, Hà Nội.
2. Trần Văn Chu, Nguyễn Văn Bính (2006), *Cẩm nang thị trường Hoa Kỳ*, NXB Thế giới, Hà Nội.
3. Nguyễn Duy Khiên, Nguyễn Ngọc Can, Trần Duy Đông (2006), *Xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ - Những điều cần biết*, Hà Nội.
4. Trần Việt Hùng (2006), *Cơ sở lý luận và thực tiễn của việc thúc đẩy xuất khẩu hàng thuỷ sản Việt Nam vào thị trường Mỹ*, Luận án TSKT, Hà Nội.
5. Lê Thanh Tùng (2005), *Vận dụng lý thuyết marketing quốc tế trong việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ*, Luận án Tiến sỹ Kinh tế, Hà Nội.
6. Một số tài liệu của Trung tâm thông tin của Bộ Thương mại và của Bộ Thủy sản.

CHUYÊN ĐỀ 9:

THỊ TRƯỜNG THỦY SẢN MỸ - TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Thị Ngân Loan

Quan hệ thương mại thủy sản Việt - Mỹ bắt đầu phát triển từ sau khi Mỹ bỏ chính sách cấm vận đối với nước ta (1994). Đặc biệt từ khi Hiệp định thương mại Việt- Mỹ (BTA) được ký kết và Mỹ trao cho Việt Nam quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) là những bước đột phá lớn trong quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước. Đây là động lực hoạt động xuất khẩu vào thị trường Mỹ là vấn đề có ý nghĩa chiến lược đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam. Đây là một thị trường đầy tiềm năng nhưng cũng có nhiều tiềm ẩn rủi ro lớn cho các doanh nghiệp XKTS. Thủy sản Việt Nam đã vấp phải hai vụ kiện lớn trên thị trường Mỹ, do đó trong thời gian tới chúng ta có còn phải đối mặt những rào cản đó không, khi Việt Nam đã là thành viên của WTO? Phân tích những đặc điểm của thị trường thủy sản Mỹ và dự báo những triển vọng XKTS trên thị trường này là vấn đề cần thiết hiện nay trong hoàn cảnh hậu WTO.

I. Đặc điểm của thị trường thủy sản Mỹ tác động đến XKTS Việt Nam.

Thị trường thủy sản Mỹ là thị trường lớn của thế giới. Đặc điểm thị trường thủy sản Mỹ có những điểm khác với thị trường thủy sản các nước khác trên thế giới. Do đó, Việt Nam muốn XKTS thành công ở thị trường này cần nghiên cứu kỹ tình hình sản xuất của họ và nhu cầu thực tế của thị trường để đưa ra các dự báo cho phù hợp.

Đặc điểm 1: Mỹ là cường quốc thế giới về khai thác, nuôi trồng và chế biến các sản phẩm thủy sản. Mỹ là một trong số ít quốc gia có nguồn lợi hải sản giàu có và phong phú vào bậc nhất thế giới. Hiện nay, Mỹ thi hành chính sách bảo vệ nguồn lợi thủy sản lâu dài nên xu hướng chung của tổng sản lượng thủy sản của Mỹ là giảm dần số lượng khai thác và tăng dần sản lượng nuôi trồng. *Ngành khai thác và nuôi trồng thủy sản của Mỹ có tính thương mại cao.*

* *Khai thác thủy sản:* Theo đánh giá của FAO, đội tàu đánh cá của Mỹ hiện đứng 4 trên thế giới. Với khoảng 23.000 tàu đánh cá trọng tải hơn 5 tấn và hơn 100.000 tàu thuyền nhỏ. Những tàu lớn đánh bắt xa bờ được trang bị các phương tiện và máy móc chế biến ngay trên tàu với lượng nhân công có khi lên

tới 100 người. Mỹ có hạm tàu khai thác tôm được xếp vào loại hiện đại nhất và tập trung chủ yếu ở các bang Đông - Nam nước Mỹ ven vùng vịnh Mêhicô.

Mỹ là một trong số ít các quốc gia có nguồn lợi thủy sản rất lớn, giàu có và được bảo vệ một cách có hiệu quả nhờ vào hệ thống luật pháp đầy đủ và được thực thi rất nghiêm chỉnh, đồng thời nhờ vào hệ thống quản lý Nhà nước một cách khoa học đối với nghề cá. Theo đánh giá của Mỹ, khả năng có thể cho phép khai thác hàng năm 6 - 7 triệu tấn hải sản nhưng để bảo vệ và duy trì lâu dài nguồn lợi này người ta chỉ hạn chế ở mức 4,5 - 5 triệu tấn/năm do đó sản lượng khai thác của Mỹ có xu hướng giảm dần. Theo số liệu thống kê, từ những năm 1970 sản lượng khai thác đã tăng và duy trì ở mức 3,6-3,9 triệu tấn, từ năm 1990-1995 sản lượng khai thác đạt trung bình 6,0 triệu tấn. Tuy nhiên, năm 1998 sản lượng giảm dần còn 5,3 triệu tấn và từ đó đến nay do tác động của nghị định thu hẹp vùng khai thác và một số yếu tố thiên nhiên nên sản lượng có xu hướng giảm đi. Tuy vậy, theo số liệu thống kê của FAO, Mỹ được xếp thứ 3 trong 20 nhà cung cấp đứng đầu thế giới về sản lượng khai thác (2001-2005).

Ngành khai thác hải sản của Mỹ có tính thương mại rất cao nên cơ cấu sản lượng được phân định rõ ràng và khá đầy đủ cả về khối lượng và giá trị. Đối tượng khai thác chủ yếu tập trung vào những sản phẩm có giá trị cao như: tôm he, tôm hùm, cua biển, cá hồi, cá ngừ. Điều đáng chú ý, đây cũng là 5 mặt hàng thủy sản có nhu cầu cao nhất ở Mỹ, chính vì không đáp ứng đủ cầu nên Mỹ phải nhập khẩu 5 mặt hàng này nhiều nhất.

* *Nuôi trồng thủy sản*: Theo xếp loại của FAO năm 2006, Mỹ đứng thứ 15 trong danh sách 20 nhà cung cấp đứng đầu thế giới về sản lượng nuôi trồng thủy sản (2001-2005). Nuôi trồng thủy sản được đánh giá một lĩnh vực phát triển mạnh và mang tính thương mại rất cao. Mỹ chỉ tập trung nuôi trồng vào những loài quý có nhu cầu cao và có lãi. Do đó, tuy sản lượng nuôi trồng thủy sản khá cao nhưng chỉ tập trung vào một số loài như cá nheo chiếm 50% sản lượng nuôi trồng tập trung ở các bang: Mississippi, Arkansas, Alabama, Louisiana; cá hồi 12%; tôm nước ngọt 7%... Nuôi trồng thủy sản ở Mỹ rất chú trọng vấn đề chất lượng và bảo vệ môi trường sinh thái. Những năm gần đây, các nhà sản xuất Mỹ bắt đầu đưa ra thị trường các sản phẩm thủy sản sạch (bio) với mức giá cao hơn so với sản phẩm cùng loại không mang nhãn hiệu bio.

* *Năng lực chế biến thủy sản:* Mỹ có 2000 công ty kinh doanh và chế biến thủy sản, 1000 hãng chuyên nhập khẩu và 1300 nhà máy chế biến thủy sản trang bị hiện đại, đóng góp gần 25 tỷ USD trong tổng thu nhập quốc dân của Mỹ. Ngành công nghiệp chế biến của Mỹ được phân bố ở nhiều bang khác nhau nhưng tập trung ở các bang bờ Đông và các thành phố lớn ở bờ Tây. Công nghiệp chế biến của Mỹ không chỉ phục vụ thị trường trong nước mà còn chế biến để xuất khẩu. Hiện nay, Mỹ tập trung vào sản xuất ba dạng mặt hàng chính là các sản phẩm tươi, đông lạnh và đồ hộp.

Đặc điểm 2, Thị trường thủy sản Mỹ là thị trường đầy tiềm năng với nhu cầu nhập khẩu ngày càng cao. Đặc điểm quan trọng ngoại thương thủy sản của Mỹ là cả nhập khẩu và XKTS đều đạt giá trị rất cao; thâm hụt ngoại thương ngày một tăng do nhập khẩu lớn hơn xuất khẩu. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến mức nhập khẩu thủy sản của Mỹ gần đây tăng trưởng nhanh và xuất khẩu lại có xu hướng dậm chân tại chỗ. Do một số nguyên nhân chính là :

Thứ nhất, Nghề cá của Mỹ hiện đang trong giai đoạn cải tổ, sản lượng nuôi trồng và khai thác thủy sản giảm dần và các sản phẩm thủy sản do Mỹ sản xuất lại ít phù hợp thị hiếu của người tiêu dùng Mỹ. *Ví dụ,* người tiêu dùng Mỹ cho rằng cá tra, cá basa Việt Nam bổ dưỡng vì trong mỡ cá basa có chất DHA, thịt trắng và thơm hơn so với con cá nheo của Mỹ.

Thứ hai, Người tiêu dùng Mỹ có xu hướng sử dụng các sản phẩm thủy sản ngày càng nhiều vì cho rằng chúng sẽ rất tốt cho sức khỏe hơn là các sản phẩm thực phẩm chăn nuôi trong nông nghiệp. Ông John Connelly (Chủ tịch Hiệp hội thủy sản Mỹ) cho biết: *các gia đình Mỹ đang nhận thức được lợi ích to lớn của thủy sản đối với sức khỏe trong việc chống lại bệnh tim và các bệnh liên quan tới béo phì.*

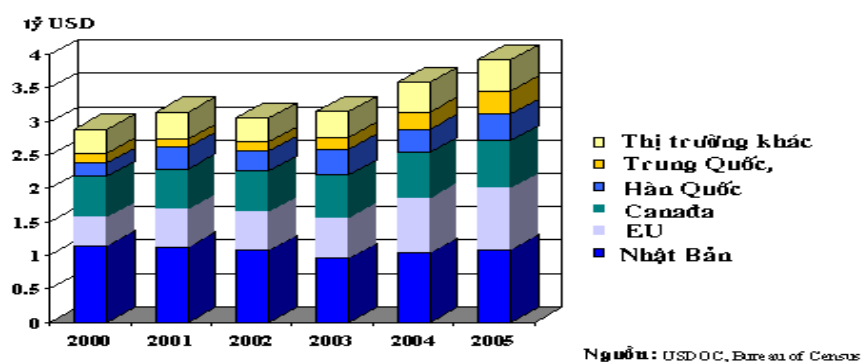
Thứ ba, Do nền kinh tế tăng trưởng nhanh, đời sống của người Mỹ được nâng cao, nhu cầu mua sắm của họ tăng lên rất nhanh, đặc biệt là các sản phẩm thủy sản cao cấp như tôm, cá ngừ, cá hồi, cua, cá philê.

- *Xuất khẩu thủy sản:* Năm 1992 Mỹ là nước XKTS đứng đầu thế giới với giá trị kỷ lục 4,5 tỷ USD. Sau khi bị Thái Lan vượt thì xuất khẩu giảm sút và tới năm 1998 chỉ còn 2,4 tỷ USD, xuống vị trí thứ 5 sau Na Uy, Trung Quốc, Thái Lan. Năm 2000 xuất khẩu tăng nhanh và đạt 3 tỷ USD. Năm 2005 đạt trên 3,9 tỷ USD, tăng 9,4% so với năm 2004. Xuất khẩu thủy sản của Mỹ tăng ở cả 5 thị

trường hàng đầu, chiếm khoảng 88% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản của nước này. Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Mỹ, chiếm 27,6% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản trong năm 2005. Xuất khẩu thủy sản của Mỹ sang Nhật Bản đạt 1.081 triệu USD, tăng 4,5%. Châu Âu là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ 2 của Mỹ, với 922 triệu USD, tăng 12,3%. Xuất khẩu thủy sản của Mỹ sang Canada đạt 706 triệu USD, tăng 4,2%; sang Hàn Quốc đạt 396 triệu USD, tăng 15,4% và sang Trung Quốc đạt 356 triệu USD, tăng 36%.

Biểu đồ 1:

Giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Mỹ theo thị trường



- *Nhập khẩu thủy sản*: Mỹ được xếp là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai thế giới và chiếm 16,5% tổng giá trị nhập khẩu thủy sản thế giới. Mỹ nhập hơn 100 mặt hàng thủy sản các loại từ cao cấp nhất đến thấp cấp nhất, với đủ giá cả khác nhau. Các mặt hàng nhập khẩu có giá trị cao nhất: tôm đông, tôm hùm, cua, cá ngừ, cá nước ngọt. Khoảng 80 - 90% tôm tiêu thụ ở Mỹ là nhập khẩu, năm 2006 Mỹ nhập khẩu khoảng 4,2 tỷ USD tôm các loại, kể cả chưa chế biến hoặc đã chế biến, tăng 12,6% so với năm 2005. Thị trường nhập khẩu thủy sản của Mỹ hiện nay chủ yếu là các nước Đông Nam Á, Đông Á, Canada và một số quốc gia Mỹ Latinh (Mêhicô, ChiLê, Êcuado). Trong đó, Canada và Thái Lan chiếm tỷ trọng lớn nhất, sau đó là Trung Quốc và Mêhicô.

Qua phân tích tình hình xuất nhập khẩu thủy sản của Mỹ, chúng ta thấy XKTS của Mỹ có xu hướng giảm dần về giá trị trong khi đó nhập khẩu thủy sản của Mỹ có xu hướng tăng về giá trị làm cho sự thâm hụt thương mại thủy sản đã tăng từ 2,5 tỷ USD năm 1990 lên 3,9 tỷ USD năm 1996, năm 1997 với 5,2 tỷ

USD, năm 2000 lên tới 7,3 tỷ USD, năm 2003 lên 7,8 tỷ USD, năm 2004 lên 8,6 tỷ USD.

Đặc điểm 3, Thị trường thủy sản Mỹ là thị trường “mở” cho tất cả các nước XKTS trên thế giới nên sự cạnh tranh trên thị trường này diễn ra gay gắt.

Thị trường thủy sản Mỹ là một thị trường rộng lớn với sự tham gia của các loại thủy sản của hơn 130 nước có quan hệ buôn bán thủy sản với Mỹ. Do đó, sự cạnh tranh ở thị trường này rất khốc liệt. Mỗi nước đều tìm cách để phát huy thế mạnh của mình và tìm cách chiếm lĩnh thị trường này. Có nước tận dụng ưu thế về địa lý như Canada, Mêhicô. Có nước tận dụng ưu thế của kiều dân tại Mỹ để tạo lập kênh khảo sát thị trường và thiết lập phân phối như Trung Quốc, còn Thái Lan, Chilê thì tận dụng ưu đãi về thuế quan...Chỉ những ai nắm bắt được đầy đủ các thông tin, kịp thời và chính xác về thị trường thủy sản này, những ai có sản phẩm có sức cạnh tranh cao thì có cơ may chiếm lĩnh được thị trường rộng lớn này.

Đặc điểm 4, Thị trường Mỹ thường gắn ngoại thương thủy sản với các vấn đề khác ngoài kinh tế.

Thị trường Mỹ là thị trường có tính chất bảo hộ rất cao. Trong các nước nhập khẩu chủ yếu hiện nay, Mỹ thường gắn chính sách nhập khẩu thủy sản với các vấn đề khác nhằm hạn chế xuất khẩu của các nước vào thị trường Mỹ. Đây là đặc điểm khác với các thị trường thủy sản khác mà các nước XKTS cần chú ý. Ở mỗi thời kỳ khác nhau thị trường Mỹ gắn ngoại thương thủy sản với những vấn đề khác nhau :

- *Gắn chính trị với nhập khẩu thủy sản* : Trong thời kỳ chiến tranh lạnh biện pháp mà Mỹ thường dùng là bao vây, cấm vận và trừng phạt kinh tế đối với các nước xã hội chủ nghĩa. Cụ thể là Mỹ đã cấm vận triệt để tôm hùm của Cuba; hoặc việc Mỹ áp dụng trừng phạt đối với Liên Xô vào năm 1980 khi Liên Xô đưa quân sang Ápganistan. Năm 1976, Mỹ và Liên Xô đã tham gia hiệp ước đánh cá quốc tế và các tàu đánh cá của Liên Xô ở vùng biển Alaska đã được Mỹ cấp giấy phép cho phép đánh 75.000 tấn trước khi lệnh cấm vận được áp dụng. Khi Liên Xô đưa quân sang Ápganistan, Mỹ hạn chế mức đánh cá của Liên Xô thay vì cho phép Liên Xô đánh 435.000 tấn như đã ký trong hiệp ước.

- *Gắn bảo vệ môi trường, bảo vệ động vật hoang dã với nhập khẩu thủy sản*: Sau chiến tranh lạnh kết thúc, nhằm hạn chế các mối đe dọa đối với lợi ích quốc

gia, Mỹ đã gắn ngoại thương thủy sản với bảo vệ môi trường, bảo vệ động vật hoang dã. Chính đại diện Thương mại Mỹ dưới thời cựu Tổng thống B.Clinton là Charlene Barshefsky đã từng nói rằng Mỹ không có sự lựa chọn nào khác, tự do thương mại và bảo vệ môi trường phải đi đôi với nhau. Chỉ trong nửa đầu thập kỷ 90 của thế kỷ trước, Mỹ đã liên tiếp đưa ra các lệnh cấm vận nổi tiếng như :

- + Lệnh cấm vận cá ngừ năm 1992 với lý do Mỹ đưa ra là để bảo vệ cá heo khỏi nguy cơ diệt chủng bởi các tấm lưới rê và lưới vây được sử dụng để khai thác cá ngừ. Cụ thể, lệnh cấm vận này đã được áp dụng đối với các sản phẩm cá ngừ xuất khẩu của Mêhicô sang Mỹ. Hậu quả của nó không chỉ gây tổn thất cho Mêhicô mỗi năm hàng trăm triệu đôla mà còn đẩy ngành công nghiệp cá ngừ vốn rất phát triển của Mêhicô tới bờ vực phá sản.

- + Lệnh cấm vận tôm năm 1995 được viện vào lý do để bảo vệ rùa biển khỏi diệt chủng bởi các lưới kéo tôm và lệnh cấm vận tôm năm 1995 của Mỹ đã gây khó khăn lớn cho các nước xuất khẩu tôm vào Mỹ như Thái Lan, Ấn Độ, Indônêxia và nhiều quốc gia khác. Mỹ buộc các nước này trong thời gian ngắn phải có thiết bị "lùa rùa biển ra khỏi đụt lưới kéo tôm" (TED) lắp vào cửa đụt lưới. Chỉ những nước nào có giấy xác nhận của Mỹ là đã sử dụng TED thì sản phẩm tôm mới được xuất sang Mỹ.

- *Gắn luật chống bán phá giá vào chính sách nhập khẩu thủy sản:* Như đã trình bày ở trên, Mỹ là nước sản xuất thủy sản lớn của thế giới. Mỹ có nhiều mặt hàng sản xuất trong nước với khối lượng lớn như tôm, cá ngừ, cá tuyết, cá hồi, cá nheo. Trong những năm gần đây với những bước tiến nhảy vọt trong XKTS của các nước đang phát triển, Mỹ thường dùng một luật phổ biến mang tính chế tài để bảo hộ ngành thủy sản Mỹ khi phải cạnh tranh gay gắt với hàng nhập khẩu đó là luật chống phá giá để áp đặt đối với các nước xuất khẩu các mặt hàng giống hoặc gần giống với các mặt hàng do Mỹ sản xuất. Vấn đề cá tra, cá ba sa và tôm sú của Việt Nam là thí dụ điển hình cho chính sách này của Mỹ. Xét về chính sách, luật trên thể hiện một khía cạnh bảo hộ mới, nhằm lấy lại thế cân bằng so với lợi thế tự nhiên của các nước xuất khẩu vào thị trường Mỹ.

- *Gắn vấn đề VSATTP với chính sách nhập khẩu thủy sản:* Thị trường thủy sản Mỹ là thị trường khó tính. Các doanh nghiệp XKTS vào thị trường Mỹ phải đạt tiêu chuẩn HACCP. Theo tiêu chuẩn này các doanh nghiệp XKTS bắt buộc phải thực hiện VSATTP theo tiêu chuẩn quốc tế. Đây là yêu cầu rất nghiêm ngặt

về các chỉ tiêu an toàn (như kim loại nặng, dư lượng thuốc kháng sinh, dư lượng thuốc trừ sâu, độc tố sinh học...) và các chỉ tiêu vi sinh (trong tổng số gam xuống còn 10^5 , thậm chí là 10^4 , vi sinh gây bệnh từ E.Coli cho phép 200/g, Staphilococcus 300/g đến không được phép có...). Do lo ngại về nguy cơ sử dụng vũ khí sinh học vào mục tiêu khủng bố, FDA đã chủ trương kiểm tra gắt gao đối với các sản phẩm thực phẩm. Trước năm 2002, dư lượng thuốc kháng sinh tối đa được phép là 5 ppb, tháng 6 năm 2002 Mỹ đã hạ giới hạn bị loại từ 5ppb xuống còn 1ppb và sau đó giảm tiếp xuống còn 0,3 ppb trong năm 2003. Đây là thách thức lớn đối với XKTS của các nước đang phát triển khi mà công nghệ chế biến còn lạc hậu trong đó có Việt Nam.

Việc kiểm tra dư lượng thuốc kháng sinh của thị trường Mỹ khắt khe hơn thị trường Nhật Bản. Ở các thị trường thủy sản khác, trừ những loại kháng sinh bị cấm thì các loại kháng sinh khác đều được sử dụng trong nuôi trồng thủy sản. Ngược lại, ở thị trường thủy sản Mỹ, trừ 6 loại kháng sinh được phép sử dụng còn lại tất cả các loại kháng sinh khác đều bị cấm. Mặt khác, ngoài những quy định có tính pháp lý do Nhà nước Mỹ quy định thì một số tổ chức phi chính phủ cũng đưa ra các quy chuẩn tự nguyện như Liên minh nuôi trồng thủy sản toàn cầu (GAA) đã xây dựng Quy tắc thực hành trong nuôi tôm nhằm tăng trách nhiệm của người sản xuất đối với an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường, buộc các doanh nghiệp xuất khẩu thực hiện những yêu cầu đó.

II. Thực trạng XKTS Việt Nam - Mỹ trong những năm qua.

Sau thời kỳ phát triển sa sút, nghị quyết Hội nghị TW lần thứ VI khoá 4 đã bắt đầu “cởi trói” cơ chế quản lý, ngành thủy sản là một trong những ngành đầu tiên được nhà nước cho phép áp dụng thử nghiệm mô hình “tự cân đối, tự trang trải” được phép xuất khẩu tự do các sản phẩm thủy sản tới mọi thị trường, nhất là thị trường khu vực II, được lấy thu nhập của nhập khẩu để nhập hàng và có thể tự điều chỉnh, lấy lãi của nhập khẩu bù cho lỗ của xuất khẩu (nếu có). Nhờ đó, mà ngành thủy sản đã chủ trương mở rộng quan hệ thương mại thủy sản với nhiều thị trường khác như EU, Trung Quốc ... Mặc dù ngành thủy sản có bước chủ động trong mở rộng thị trường xuất khẩu nhưng trước năm 1994 do chính sách cấm vận của Mỹ nên quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước chưa phát triển.

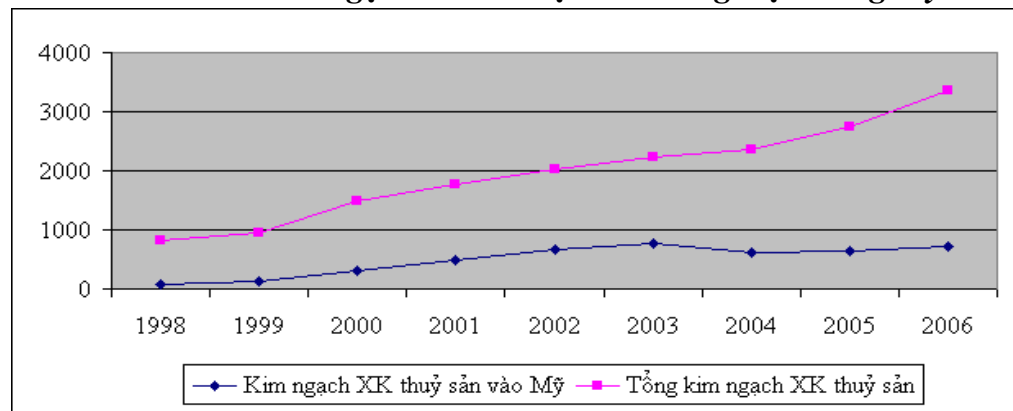
Tháng 2 năm 1994 Mỹ bãi bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam, những lô hàng thủy sản đầu tiên của Việt Nam do Cafatex đã nhập cảng Florida của Mỹ,

mở đầu cho quan hệ thương mại thủy sản chính thức giữa hai nước. Hàng trăm doanh nghiệp đã tìm đến hàng TSXK của Việt Nam và có những dự án đầu tư lớn trong lĩnh vực thủy sản tại Việt Nam. Bộ thủy sản, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) đã chủ động tiến hành rất nhiều hoạt động thúc đẩy quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước như thường xuyên có các cuộc tiếp xúc và làm việc với Cục nghề cá biển Mỹ (MNFS), Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm (FDA), Hiệp hội thủy sản (NFI)...Ngoài ra, Bộ thủy sản đã chủ động mời đoàn doanh nghiệp và các nhà quản lý Mỹ sang thăm, khảo sát tình hình nuôi và chế biến cá tra, cá basa ở An Giang và Cần Thơ, tiến hành các cuộc triển lãm trên thị trường Mỹ, áp dụng chương trình quản lý chất lượng mà FDA và Chính phủ Mỹ đặt ra.

Các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam thâm nhập vào thị trường này rất mạnh năm 1997 có 54 doanh nghiệp XKTS Việt Nam sang Mỹ, năm 1998 là 55 doanh nghiệp, năm 1999 có 54 doanh nghiệp, năm 2000 có trên 120 doanh nghiệp, năm 2001 có 173 doanh nghiệp và hiện nay có 300 doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này đều áp dụng hệ thống kiểm tra chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn HACCP do FDA đặt ra và đủ tiêu chuẩn xuất hàng sang thị trường Mỹ. Các doanh nghiệp hiện đang dẫn đầu về doanh nghiệp XKTS vào thị trường Mỹ có thể kể đến Seaprodex, Kim Anh Co.,Ltd, Minh Phú Co.,Ltd, Cafatex...vì vậy, quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước ngày càng phát triển, cụ thể như sau:

** Kim ngạch XKTS vào thị trường Mỹ.*

Biểu đồ2: Kim ngạch XKTS Việt Nam sang thị trường Mỹ

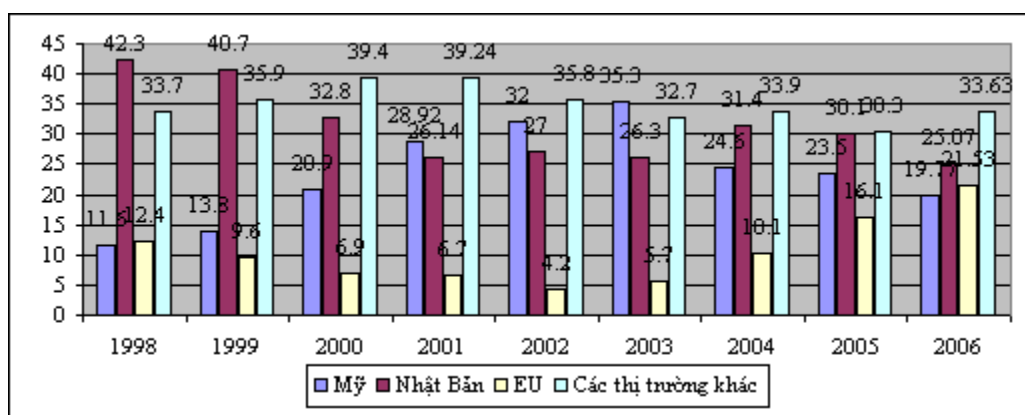


Nguồn: Bộ thủy sản

Số liệu của biểu đồ trên cho thấy cùng với sự tăng trưởng không ngừng của kim ngạch xuất khẩu toàn ngành thủy sản, xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ

liên tục tăng nhanh, từ năm 1994 - 2001 giá trị XKTS Việt Nam vẫn tăng đều đặn và tăng *đột biến* vào những năm 1995, năm 2000, năm 2001. Năm 2000 - năm bắt đầu của những chuyển biến to lớn trong XKTS, với sự tăng trưởng mạnh mẽ của kim ngạch XKTS trên thị trường Mỹ đạt gần 300 triệu USD gấp 7,6 lần so với 1997. *Mỹ từ vị trí thứ ba trở thành thị trường tiêu thụ thuỷ sản lớn thứ hai của Việt Nam sau Nhật Bản.* Đặc biệt năm 2001 mặc dù nền kinh tế Mỹ có nhiều khó khăn nhất là sau sự kiện ngày 11/9 song kim ngạch XKTS của Việt Nam sang Mỹ vẫn có sự tăng trưởng với khối lượng 71 nghìn tấn sản phẩm đạt doanh số 489 triệu USD tăng 63,9% so với năm 2000, và *tại thời điểm này Mỹ chính thức vượt Nhật bản trở thành thị trường XKTS lớn nhất của Việt Nam.*

Biểu đồ 3: Cơ cấu thị trường XKTS của Việt Nam qua các năm



Nguồn: Bộ thuỷ sản

Tỷ trọng giá trị XKTS sang Mỹ tăng nhanh so với các thị trường khác. Nếu như 1998 XKTS sang thị trường Mỹ đạt con số 11,6% trong tổng giá trị hàng thuỷ sản Việt Nam thì đến năm 1999 con số này là 13,8%, năm 2000 chiếm 20,9% và năm 2001 chiếm 28,92%. Trong khi đó các thị trường truyền thống của XKTS Việt Nam là Hồng Kông, Singapo, Nhật Bản, Pháp...đã mất dần về tỷ trọng. Điều này cho thấy thị trường Mỹ ngày càng chiếm vai trò quan trọng trong XKTS Việt Nam.

Sau Hiệp định BTA, KNXK thuỷ sản của Việt Nam sang Mỹ vẫn tiếp tục tăng năm 2002 đạt 655,65 triệu USD tăng 34,1% so với năm 2001. Bước sang năm 2003 mặc dù bị CFA kiện bán phá giá mặt hàng cá tra, cá basa nhưng KNXK vẫn đạt 782,23 triệu USD tăng 19,3% so với cùng kỳ năm 2002, *đây là năm đỉnh cao về mặt số lượng và giá trị XKTS của Việt Nam sang thị trường Mỹ.* Nhưng đến năm 2004 do ảnh hưởng vụ kiện của SSA, sản lượng và doanh thu

XKTS Việt Nam vào Mỹ giảm đáng kể chỉ còn 592,82 triệu USD giảm 24,2% so với năm 2003, kể từ đó đến nay thị trường Mỹ không còn là thị trường xuất khẩu chiếm vị trí số một về số lượng và giá trị xuất khẩu của Việt Nam mà thị trường Nhật Bản chiếm ưu thế.

** Cơ cấu mặt hàng TSXK vào Mỹ.*

Cơ cấu mặt hàng thủy sản Việt Nam vào thị trường Mỹ chủ yếu là mặt hàng tôm và cá. Theo thống kê của Mỹ, trong cơ cấu mặt hàng thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ đứng đầu là mặt hàng tôm, kế đó là mặt hàng cá tra và cá basa, đứng thứ ba là cá ngừ.

Mặt hàng tôm: Tôm là mặt hàng chủ lực của Việt Nam vào thị trường Mỹ, chiếm gần 70% trong tổng KNXK hàng thủy sản của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Những năm gần đây, tôm xuất khẩu vào Mỹ chủ yếu là tôm sú đông lạnh, với hai dạng chế biến chính là bóc vỏ, để đuôi và nguyên vỏ, bỏ đầu. Ngoài ra, các sản phẩm khác như tôm thịt, chín, tôm bao bột, tôm đóng hộp cũng phát triển. Năm 1997: 32 triệu USD, năm 1998: 68 triệu USD, năm 1999: 95 triệu USD, năm 2000: 224 triệu USD, năm 2002: 467 triệu USD, đỉnh cao vào năm 2003: 513 triệu USD, tăng 9,8 % so với cùng kỳ 2002 - đây là năm có giá trị xuất khẩu tăng cao nhất trong giai đoạn 1997 - 2003. Năm 2004 do tác động của vụ kiện nên kim ngạch chỉ đạt 392 triệu USD, giảm 23,5% so với cùng kỳ năm 2003. Năm 2006 giá trị kim ngạch đạt 422 triệu USD.

Mặt hàng cá: Đây là mặt hàng xuất khẩu chủ lực thứ hai của Việt Nam và có tốc độ phát triển nhanh nhất trên thị trường Mỹ, trong đó nổi lên hai loại cá có số lượng và giá trị xuất khẩu khá cao trong những năm qua là cá tra, cá basa phi lê đông lạnh và các loại cá ngừ tươi như cá ngừ đại dương và cá ngừ vây vàng. Tuy nhiên mặt hàng cá chỉ chiếm khoảng 34% so với mặt hàng tôm, chỉ có năm 2003 tổng sản lượng cá nhập vào Mỹ hơn hẳn mặt hàng tôm. Năm 2006 giá trị xuất khẩu mặt hàng cá đạt 159 triệu USD.

Mặt hàng mực và bạch tuộc: Trong cơ cấu mặt hàng TSXK của Việt Nam vào Mỹ, mực và bạch tuộc đông lạnh còn chiếm tỷ trọng khá khiêm tốn cả về khối lượng và giá trị nhưng ổn định hơn so với các mặt hàng khác. Năm 2000 kim ngạch xuất khẩu đạt được 2 triệu USD, năm 2001: 3,33 triệu USD, năm 2002: 3,34 triệu USD, năm 2003: 3,84 triệu USD, năm 2004: 3,90 triệu USD, năm 2006: 7,68 triệu USD.

Mặt hàng cua, ghẹ: KNXK vào thị trường Mỹ liên tục tăng từ 1 triệu USD (năm 1998) lên đến 17 triệu USD (2002) chiếm 0,8% lên 1,7% trong tổng nhập khẩu của Mỹ, trong đó mặt hàng cua biển đạt mức tăng trưởng cao nhất bao gồm cua sống, cua đông lạnh, cua luộc, thịt cua đông lạnh. Năm 2006 giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt 56 triệu USD.

** Năng lực cạnh tranh của hàng TSXK Việt Nam..*

Trong các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào Mỹ thì nhóm hàng thủy sản chiếm giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Lượng TSXK vào Mỹ tăng lên hàng năm và đem lại GTKN cao cho đất nước, điều đó đã phần nào phản ánh được năng lực cạnh tranh của TSXK Việt Nam trên thị trường này. Tỷ trọng hàng TSXK Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Mỹ liên tục tăng lên cả về khối lượng và kim ngạch, từ chỗ chỉ chiếm 0,42 % về khối lượng và 0,48% về kim ngạch thì đến năm 2002 thị phần hàng TSXK của Việt Nam đã đạt mức 4.67% về khối lượng và 6,12% về kim ngạch trong tổng nhập khẩu của Mỹ. Sự tăng trưởng này đã đưa Việt Nam lần lượt vượt qua các nước Châu Á vào thị trường Mỹ như : Ấn Độ, Philippin, Indonesia. Hiện nay, có một số mặt hàng chủ lực của Việt Nam đã giành được vị trí đáng kể trên thị trường thủy sản của Mỹ.

Mặt hàng cá tra, cá basa của Việt Nam có năng lực cạnh tranh cao trên thị trường Mỹ nhờ có chất lượng tốt, giá bán thấp, kênh phân phối rộng. Nhận xét về cá tra, cá basa của Việt Nam, Ông John Stamell (Giám đốc của Stamell&Associates, US) nói: “ It tastes better than catfish & American consumers have validated that. It’s Basa. Call it & and take pride in what a good product it is” (Mùi vị của nó thơm hơn cá nheo và người tiêu dùng Mỹ có thể nhận biết điều này. Đó là cá basa. Cái tên này được công nhận vì chất lượng tuyệt vời của nó). Việt Nam luôn chiếm tỷ trọng gần như tuyệt đối (khoảng 95%) trong tổng lượng nhập khẩu về loại cá này của Mỹ và vượt qua đối thủ cạnh tranh là những doanh nghiệp nuôi cá nheo của Mỹ. Chính vì vậy, đây là nguyên nhân chính khiến Hiệp hội những người nuôi cá nheo của Mỹ (CFA) kiện Việt Nam bán phá giá trên thị trường Mỹ và làm cho những người nuôi cá nheo của Mỹ bị phá sản.

Bảng 1 : Tình hình nhập khẩu cá Catfish và cá tra/Basa của Mỹ qua các năm*Đơn vị: tấn*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	1-4/2006	1-4/2007
T.Quốc	26	86	0	0	326	802	1.747	7.606	1.204	6.586
Việt Nam	903	3.191	7.765	4.361	1.929	3.010	8.623	17.998	1.709	5.013
Thái Lan	18	10	46	45	21	2	1.493	3.415	988	1.716
Malaixia	0	0	0	0	7	0	482	2.881	1.015	467
Nước khác	617	450	390	221	179	369	1.328	2.523	309	354
Tổng	1.565	3.736	8.201	4.627	2.463	4.184	13.673	34.424	5.226	14.136

Nguồn: Bộ thủy sản

Bên cạnh mặt hàng cá tra, cá basa, cá ngừ vây vàng Việt Nam hiện nay chiếm vị trí số một tại thị trường Mỹ. Cá ngừ xuất khẩu có hai dạng chủ yếu là đóng hộp và nguyên con tươi, chỉ có một số ít là chế biến đông lạnh. Sản lượng và giá trị cá ngừ vây vàng tươi nhập khẩu của Việt Nam vượt xa so với các nước khác như Philippin, Braxin, Costarica, Mêhicô, Xrilanca...ba năm liên tiếp (2003-2006) Việt Nam đứng đầu các nước nhập khẩu cá ngừ tươi của Mỹ.

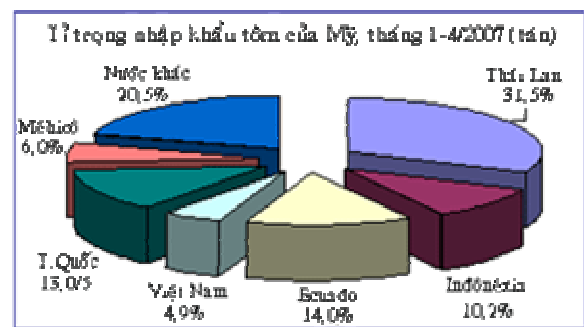
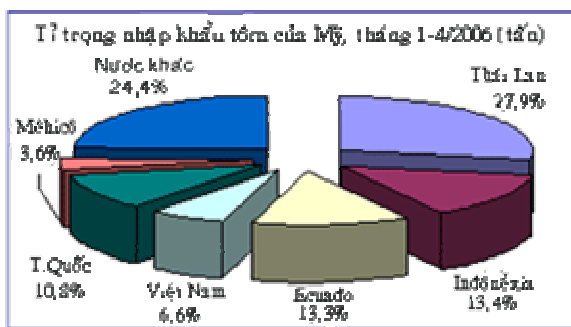
Bảng 2: Tình hình nhập khẩu cá ngừ tươi của Mỹ qua các năm*Đơn vị: nghìn tấn*

Nước								
Trinidad và Tôbagô	5,9	4,8	4,1	3,7	2,4	2,5	2,9	4,6
Việt Nam	0,8	1,5	2,4	2,7	3,1	3,3	3,3	2,1
Braxin	0,8	1,3	2,1	2,0	1,5	1,9	1,8	1,4
Mêhicô	1,8	1,2	1,0	1,1	1,7	2,1	2,1	1,4
Panama	0,7	1,3	1,4	1,9	2,8	2,5	1,7	1,3
Cốt-ta Rica	0,7	0,8	1,4	2,1	1,9	2,3	1,6	1,3
Fiji	*	*	*	*	*	*	1,2	1,2
Ecuado	3,7	2,0	0,7	1,2	3,2	1,0	0,7	0,6
Nước khác	9,3	10,2	9,9	9,7	9,0	10,8	10,6	11,2
Tổng cộng	23,7	23,1	23,0	24,4	25,6	26,4	25,9	25,2

Nguồn: Bộ thủy sản

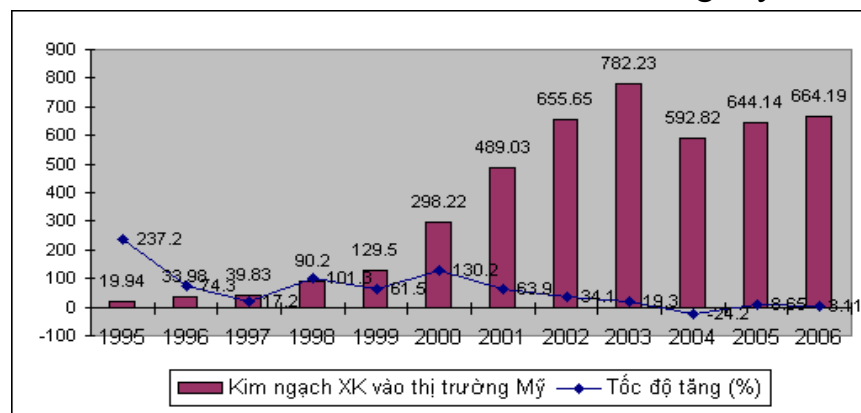
Ngoài ra, mặt hàng tôm của Việt Nam cũng chiếm lĩnh khá cao trên thị trường này, từ chỗ chưa được coi là nước nhập khẩu chủ yếu của Mỹ về mặt hàng

tôm (năm 1997 chỉ chiếm thị phần 1,2%) đến nay lượng tôm xuất khẩu từ Việt Nam vào Mỹ đã liên tục tăng nhanh. Sự tăng trưởng liên tục này đã đưa Việt Nam trở thành một trong những nước nhập khẩu chính của Mỹ. Năm 2001 Việt Nam đã trở thành nước cung cấp tôm thứ hai cho thị trường Mỹ sau Thái Lan, chiếm 8,3% tổng nhập khẩu tôm của thị trường mặc dù hàm lượng tôm chế biến còn khiêm tốn nhưng mức độ tăng trưởng đạt khá cao, 125% so với năm 2000 Việt Nam vượt qua cả Trung Quốc và Ấn Độ. Năm 2004, do tác động của các mức thuế chống bán phá giá, Việt Nam tụt xuống đứng thứ sáu trong 10 nước cung cấp tôm lớn nhất cho thị trường Mỹ. Năm 2005 được xếp lên một bậc. Năm 2006 Việt Nam đứng vị trí thứ tư.



Qua phân tích thực trạng về quan hệ thương mại thủy sản Việt Nam - Mỹ qua các năm, chúng ta thấy mặc dù có nhiều thành tựu lớn trong quan hệ thương mại thủy sản của hai nước nhưng sự phát triển đó mang tính chất không ổn định, tính chất không ổn định này biểu hiện rõ thông qua tốc độ phát triển của XKTS vào thị trường Mỹ. Biểu đồ sau sẽ chứng minh điều đó:

Biểu đồ 4: Tốc độ XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ



nguồn : Bộ thủy sản

Nguyên nhân làm cho XKTS Việt Nam trên thị trường Mỹ trong những năm qua có sự biến động lớn là xuất phát từ những nhân tố khách quan và những nhân tố chủ quan, cụ thể:

Các rào cản trong chính sách thương mại của Mỹ đã tác động trực tiếp đến sự biến động trong quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước.

Chúng ta biết rằng, ngày 28/6/2002 CFA đã khởi kiện các doanh nghiệp XKTS Việt Nam bán phá giá cá tra và cá basa. Kết thúc vụ kiện này là các sản phẩm phi lê cá tra và cá basa đông lạnh nhập khẩu từ Việt Nam vào thị trường Mỹ phải chịu mức thuế tăng từ 36,84% lên 63,88% đã tác động nặng nề đến cuộc sống của hàng triệu ngư dân và người lao động Việt Nam trong lĩnh vực nuôi cá. Nghiêm trọng hơn, vụ kiện đó đã tạo nên một tiền lệ xấu và nguy hiểm cho các nhà sản xuất khác áp dụng thuế chống bán phá giá như là công cụ bảo hộ thương mại. Tiền lệ đó đã trở nên rõ ràng khi vào ngày 31/12/2003, SSA đã chính thức đệ đơn kiện lên Ủy ban thương mại quốc tế Mỹ (USITC) và Bộ thương mại Mỹ (DOC) kiện 6 nước: Thái Lan, Việt Nam, Trung Quốc, Ấn Độ, Brazil và Ecuador bán phá giá mặt hàng tôm. Cũng như số phận của cá tra và cá basa, tôm Việt Nam phải chịu thuế chống bán phá giá từ 4,13% đến 25,76%.

Đến tháng 9 năm 2005, việc 3 bang của Mỹ : Louisiana, Mississippi, Alabama tuyên bố không nhập khẩu hàng TSXK Việt Nam do có dư lượng kháng sinh flourquinolones là một bằng chứng nữa về rào cản trong quan hệ thương mại thủy sản của Mỹ. Nhận xét vấn đề này, Ông John Stamell (Giám đốc công ty tư vấn Stamell & Associates của Mỹ) cho rằng: “ *Việc cá tra và cá basa có khả năng bị cấm bán trên một số bang tại Mỹ còn là động thái chính trị nơi những cộng đồng thiếu số mạnh mẽ đang lấn lướt trong chính quyền....Hiện ngành công nghiệp cá da trơn của các bang Miền Nam nước Mỹ đang vùng vẫy như một con thú bị thương...* ”

Những rào cản thương mại đã tác động tiêu cực đến kim ngạch XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ (biểu đồ 3) làm cho kim ngạch XKTS của Việt Nam năm 2004 có tốc độ tăng trưởng giảm 24,2% so với năm 2003, năm 2005 và năm 2006 mặc dù tăng trưởng nhưng thấp hơn so các năm trước. Qua đó cho chúng ta một bức tranh tổng quát về tính chất bảo hộ cao của thị trường Mỹ và thể hiện sự phân biệt đối xử trong quan hệ thương mại thủy sản đối với Việt Nam. Đây cũng

là một bài học thức tỉnh cho các doanh nghiệp Việt Nam khi XKTS vào thị trường Mỹ.

Năng lực cạnh tranh của hàng TSXK Việt Nam còn thấp so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường Mỹ. Các mặt hàng TSXK vào Mỹ chủ yếu dưới dạng sơ chế, giá trị chưa cao, cơ cấu hàng xuất khẩu chưa đa dạng chỉ tập trung ở hai mặt hàng thủy sản chủ lực của Việt Nam là tôm sú và cá tra, cá basa. Giá TSXK Việt Nam thì bao giờ cũng cao so với các nước, Ví dụ: Năm 2006, đơn giá TSXK của Việt Nam là 3,43 cao hơn so với Trung Quốc 218%, Thái Lan 158%, Canada 118%, Đài Loan 329%, Indônêxia 122%. Những yếu tố đầu vào như chi phí nhân công, phí bảo hiểm, phí hiệp hội và khấu hao tài sản cố định thì chúng ta rẻ hơn so với các nước khác, nhưng lợi thế các yếu tố đó không đủ để bù đắp cho sự bất lợi về chi phí năng lượng và nhiên liệu, chi phí các dịch vụ bên ngoài (cảng, vận chuyển, viễn thông...). Chất lượng hàng TSXK còn thấp do chúng ta chưa chú trọng đến vấn đề VSATTP cũng như kiểm soát việc đưa các tạp chất vào nguyên liệu dẫn đến dư lượng kháng sinh trong hàng TSXK còn cao, đặc biệt là mặt hàng tôm. Theo thống kê chưa đầy đủ của cơ quan có thẩm quyền, thủy sản Việt Nam bị Mỹ từ chối năm 2002 là 33.932 pound, trị giá 109.650 USD; năm 2003 là 65.124 pound, trị giá 532.748 USD; năm 2004 khối lượng thủy sản bị từ chối là 1.720.502 USD.

Do đó, trong những năm qua mặc dù XKTS của Việt Nam vào thị trường Mỹ có mức độ tiến triển khá mạnh mẽ nhưng xét về tỷ trọng trong tổng lượng hàng TSXK vào Mỹ thì thị phần của Việt Nam trên thị trường này còn khá khiêm tốn so với các nước xuất khẩu Châu Á như Trung Quốc, Thái Lan...

Bảng 3: Thị phần hàng thủy sản Việt nam trong tổng nhập khẩu của Mỹ và một số nước khác

Đơn vị: %

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Việt Nam	0,48	1,05	1,42	2,95	4,94	6,12	7,0	5,3
Thái Lan	14,35	16,25	17,20	18,01	16,27	13,37	12,8	11,97
Trung Quốc	4,07	3,88	4,93	5,93	6,82	8,30	10,51	11,09

Nguồn : Cục nghệ cá Mỹ

Sự liên kết và tính thống nhất của các doanh nghiệp XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ còn nhiều hạn chế. Tính liên kết giữa các doanh nghiệp chế biến XKTS Việt Nam còn lỏng lẻo, manh mún, chưa được tổ chức trên cơ sở một chiến lược thị trường và sách lược chung thống nhất. Yếu tố cộng đồng không được các doanh nghiệp tôn trọng. Bộ thủy sản và VASEP đã tích cực trong việc phối hợp hoạt động giữa các doanh nghiệp nhưng các doanh nghiệp XKTS đặc biệt là những doanh nghiệp có cùng nhóm mặt hàng chưa thật sự quan tâm, phối hợp, chia sẻ thông tin cho nhau về tình hình giá cả, thị trường, mạnh ai nấy làm, dẫn đến sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các nhà xuất khẩu và chắc chắn sẽ tạo cơ cho các cuộc tranh chấp thương mại có thể xảy ra. Vì thế bên cạnh khó khăn lớn nhất về thiếu kiến thức và kinh nghiệm của các doanh nghiệp thì sự thiếu phối hợp giữa các doanh nghiệp đang trở thành cản trở lớn.

Công tác xúc tiến thương mại còn ở trình độ thấp. Tư duy về kinh tế thị trường chưa thật sự trở thành phổ biến. Phương thức tiếp thị và bán hàng vẫn chủ yếu thông qua sử dụng thương hiệu của khách hàng, chưa có khả năng tiếp cận đến người tiêu dùng, các doanh nghiệp thường xuất hàng qua các công ty trung gian cỡ nhỏ, hoặc qua trung gian tái xuất như: Hồng Kông, Singapore.... ít doanh nghiệp xuất khẩu trực tiếp vào thị trường Mỹ, ít vào được kênh phân phối lớn. Chưa xây dựng chiến lược phát triển thị trường cho các sản phẩm chủ lực cũng như chưa xây dựng được thương hiệu riêng cho các sản phẩm chủ lực. Chưa tổ chức triển khai quảng bá sản phẩm một cách bài bản.

III. Triển vọng và những giải pháp nhằm thúc đẩy XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ.

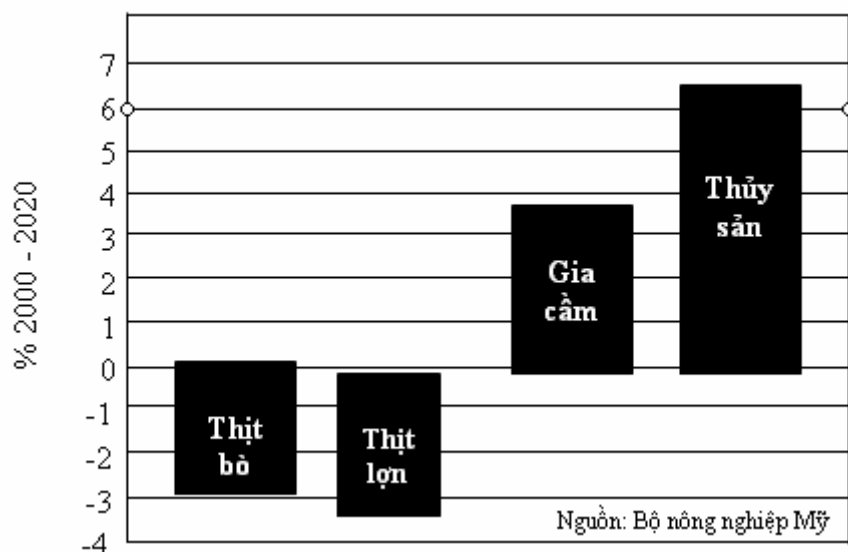
*** Triển vọng XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ trong thời gian tới.**

- Triển vọng tiêu thụ thủy sản trên thị trường Mỹ.

Một nghiên cứu mới đây của Cơ quan khí quyển và đại dương quốc gia Mỹ (NOAA) cho biết tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người ở Mỹ năm 2006 là 16,5 pao, cao hơn so với 16,2 pao/người năm 2005. Tuy có thấp hơn mức kỷ lục 16,6 pao/người đã đạt được trong năm 2004 nhưng tiêu thụ thủy sản nhìn chung đã thể hiện xu hướng tăng. Trong vòng 6 năm qua, tiêu thụ thủy sản đã tăng 11%, từ mức 14,8 pao/người năm 2001. Tổng lượng thủy sản mà người dân Mỹ tiêu thụ trong năm 2006 là 4,9 triệu pao (xấp xỉ 2,23 triệu tấn), trong đó khoảng 83% là sản phẩm nhập khẩu.

Theo nghiên cứu trên, trung bình một người Mỹ tiêu thụ 12,3 pao cá và thủy sản có vỏ tươi đông lạnh, tăng 0,7% so với năm 2005, đạt mức kỷ lục. Tuy nhiên, tiêu thụ thủy sản hộp lại giảm 0,4%, chỉ còn 3,9 pao/người. Tiêu thụ tôm, cá minh thái và cá rô phi tăng đã làm cho tổng tiêu thụ thủy sản nói chung tăng lên. Do đó, mặt hàng tôm và cá ngừ hộp vẫn dẫn đầu trong danh sách 10 sản phẩm tiêu thụ nhiều nhất trong năm 2006, tiếp đó là cá hồi, cá minh thái, cá rô phi, cá nheo, cua, cá tuyết, sò và điệp.

Viện nghiên cứu chính sách thực phẩm quốc tế (IFRRI) nhận định sự tăng trưởng kinh tế, sự thay đổi về nhân khẩu học và sự gia tăng dân số sẽ làm tăng nhu cầu thủy sản của Mỹ trong thập kỷ tới, ảnh hưởng mạnh đến nghề cá của nước này cũng như của thế giới, ước tính đến năm 2020 sẽ cần thêm 1,81 triệu tấn thủy sản để đáp ứng nhu cầu của Mỹ. Đến năm 2020, dự báo tôm, cá hồi, cá rô phi và cá nheo sẽ là bốn mặt hàng thủy sản được tiêu thụ hàng đầu trên thị trường Mỹ.



Hình 1 : Dự báo thay đổi thói quen tiêu thụ thủy sản của người Mỹ 2000 - 2020.

Do thị trường Mỹ cần thêm 1,81 triệu tấn thủy sản vào năm 2020, nên nuôi trồng thủy sản đóng vai trò ngày càng quan trọng để đáp ứng nhu cầu này. Hiện tại 70% thủy sản tiêu thụ tại Mỹ là từ nguồn nhập khẩu, trong đó có đến 40% là sản phẩm nuôi trồng. Ước tính nuôi trồng thủy sản có thể tăng 50% hoặc 60% vào năm 2020. Trong khi đó, nuôi trồng thủy sản ở Mỹ đang gặp nhiều khó khăn, do đó nguồn cung cấp thủy sản của Mỹ trong tương lai sẽ chủ yếu dựa vào nhập

khẩu đặc biệt là thủy sản từ nuôi trồng, theo IFPRI nguồn cung cấp cho thị trường thủy sản Mỹ là các nước đang phát triển. Đây thực sự là cơ hội lớn cho XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ.

- *Những cơ hội và thách thức của XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ trong thời gian tới.*

Theo số liệu thống kê của FAO, hiện nay Việt Nam đứng thứ 9 trong các nước XKTS đứng đầu thế giới (2000-2004). Ngành thủy sản là ngành có bề dày kinh nghiệm trong quá trình hội nhập, song thời gian tới, hậu gia nhập vào Tổ chức thương mại thế giới, ngành này phải đối mặt với *cạnh tranh khác hẳn* so với thời kỳ trước trên thị trường Mỹ.

* *Những cơ hội:*

- Hàng TSXK Việt Nam trong thời gian tới khi thâm nhập vào thị trường Mỹ sẽ được bình đẳng như hàng thủy sản của các nước khác và được đối xử bình đẳng như hàng thủy sản ở nước sở tại do được hưởng MFN và NT. Các doanh nghiệp XKTS Việt Nam có quyền thương lượng và khiếu nại một cách công bằng hơn khi có tranh chấp xảy ra, điều này sẽ tạo điều kiện để hàng thủy sản Việt Nam có khả năng cạnh tranh trên thị trường Mỹ.

Bảng 4: Biểu thuế đối với một số mặt hàng thủy sản nhập khẩu vào thị trường Mỹ

<i>Mã thuế</i>	<i>Mặt hàng</i>	<i>Nằm trong diện hưởng quy chế quan hệ thương mại bình thường (NTR)</i>	<i>Không nằm trong diện hưởng quy chế quan hệ thương mại bình thường (Non-NTR)</i>
0301	<i>Cá tươi sống</i>	0%	0%
0302	<i>Các bộ phận còn lại sau khi đã cắt phôi</i>	0%	2,2-4,4 cent/kg
0304	<i>Phi lê cá, thịt cá đã bóc xương tươi hoặc đông lạnh</i>	0%	Một số 0%, một số 5,5 cent/kg
0305	<i>Cá khô, ướp muối, xông khói</i>	4-7%	25-30%
0305(14-24)	<i>Thịt cua đông lạnh</i>	7,5%	15%
1601-1604	<i>Các loại thực phẩm chế biến từ cá</i>	0,9-6 cent/kg	6,6-22 cent/kg
1605-10.05	<i>Cua chế biến chín</i>	10%	20%
1605-10.20	<i>Thịt cua</i>	0%	22,5%
1605-30.05	<i>Tôm hùm chế biến</i>	10%	20%

Nguồn Hải quan Mỹ (Biểu thuế này có thể thay đổi và được công bố hàng năm)

- Bài học về tổ tụng trong thương mại quốc tế như hai vụ kiện của CFA và SSA tại thị trường Mỹ đối với hàng TSXK Việt Nam, giúp cho các doanh nghiệp TSXK nhận thức rằng tham gia vào các thị trường nhập khẩu lớn với sản lượng lớn, với lợi thế cạnh tranh cao hơn thì chắc chắn sẽ xảy ra tranh chấp thương mại. Để tránh được tranh chấp thương mại xảy ra thì các doanh nghiệp phải am hiểu được hệ thống pháp luật thương mại của Mỹ, phải liên kết cùng nhau trong quá trình xử lý tranh chấp, chủ động cùng nhau điều tiết thị trường xuất khẩu, tổ chức lại quá trình sản xuất trong nước. Có thể nói qua hai vụ kiện này, các doanh nghiệp XKTS bước vào thị trường Mỹ một cách tự tin hơn, từ đó hội nhập sâu hơn vào thị trường này.

- Trong chiến lược tổng thể về phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, thủy sản được xem là hạt nhân trong nhóm nông- lâm - thủy sản xuất khẩu. Đây là một căn cứ quan trọng để từ đó có thể xác định những định hướng chiến lược cơ bản trong XKTS Việt Nam vào Mỹ. Quan điểm cơ bản của XKTS Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn 2020 sẽ xuất khẩu những thành phẩm tinh chế, giảm bớt việc xuất khẩu những nguyên liệu thô và sơ chế. Với quá trình chuyển dịch này, hàng TSXK của Việt Nam sẽ được cải thiện về mẫu mã và chất lượng, giá cả, đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường Mỹ.

- Việt Nam hiện nay là thành viên thứ 150 của WTO. Điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến quan hệ thương mại thủy sản Việt Nam - Mỹ vì qua quá trình hội nhập vào mái nhà chung thế giới, Việt Nam không những đã thực hiện cắt giảm thuế nhập khẩu nguyên liệu thủy sản đảm bảo cho XKTS, dần dần xóa bỏ những hàng rào thuế quan mà còn xây dựng được một hệ thống pháp luật minh bạch hơn và thông thoáng hơn, xóa bỏ dần các thủ tục hải quan, hành chính rườm rà, tạo cơ hội để các doanh nghiệp XKTS nâng cao sức cạnh tranh.

**Những thách thức:*

Ngành thủy sản Việt Nam là một ngành kinh tế phát triển trên nền tảng của các hệ sinh thái, có quy mô nhỏ bé và sản xuất theo lối truyền thống sẽ phải đối mặt với những thách thức không nhỏ vào thị trường Mỹ trong thời gian tới.

- Xu thế áp dụng các rào cản thương mại và rào cản kỹ thuật ngày càng tăng. Hiện nay ở các nước nhập khẩu lớn, trong đó có Mỹ mặc dù kêu gọi tự do hóa thương mại nhưng vẫn thực hiện các chính sách, cơ chế nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Những thất bại tại các vòng đàm phán Seattle, Doha đã cho thấy

những cản trở khó vượt qua để đi đến mục tiêu tự do thương mại toàn cầu về các sản phẩm nông nghiệp, thủy sản. Do đó trong thời gian tới các hàng rào phi thuế quan sẽ được triệt để áp dụng như một biện pháp thay thế. Mỹ sẽ có những quy định khắt khe hơn về VSATTP và bảo vệ môi trường sinh thái như luật bảo vệ động vật biển có vú, luật bảo vệ động vật hoang dã, luật thực thi lệnh cấm đánh bắt ngoài khơi xa bằng lưới quét...nguyên Bộ trưởng thủy sản Tạ Quang Ngọc cảnh báo: *“Vấn đề quan trọng là nếu cứ đặng thẳng theo luật chơi thì không có gì đáng ngại, mà ngại nhất là có quá nhiều lắt léo. Sợ cái lắt léo hơn, sợ luật chơi. Nếu cứ đặng thẳng luật chơi, thì ngành thủy sản so với các ngành khác không có điều gì đáng lo ngại lắm. Mà lắt léo quá nhiều trong khi chúng ta chưa học hết được mà cũng không có bài học cơ bản nào cả. Nhưng phải mạo hiểm, vì không mạo hiểm thì không làm ăn lớn được”*.

- Trong khi đó ngành thủy sản Việt Nam còn rất nhiều bất cập trong quản lý chất lượng VSATTP. Khu vực sản xuất nguyên liệu hầu như là “vùng trắng” Nhà nước không thể kiểm soát được. Trình độ công nghệ trong khai thác và NTTS chưa cao, công nghệ bảo quản sau thu hoạch rất lạc hậu. Tình trạng tiêm chích tạp chất còn phổ biến ở nhiều nơi. Việc sử dụng kháng sinh trong nuôi trồng, bảo quản nguyên liệu chưa được kiểm soát hữu hiệu. Sự mất cân đối giữa khu vực sản xuất nguyên liệu và khu vực chế biến nguyên liệu đã khiến năng lực công nghệ chế biến chưa được khai thác có hiệu quả. Chưa có sự liên kết bền vững giữa các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu với người sản xuất nguyên liệu, dịch vụ hậu cần, dẫn đến tình trạng sản xuất nguyên liệu chưa ăn khớp với khả năng thị trường và chưa đáp ứng tốt yêu cầu VSATTP của thị trường Mỹ. Yêu cầu về truy nguyên nguồn gốc sản phẩm của Mỹ đang là một thách thức rất lớn đối với toàn ngành thủy sản hiện nay.

- Hiện nay tôm đông lạnh Việt Nam đang chịu thuế chống bán phá giá và các doanh nghiệp nhập khẩu phải ký với hải quan để đảm bảo nộp đầy đủ thuế chống bán phá giá, điều đó làm đọng vốn và phát sinh chi phí nhập khẩu thủy sản. Vì vậy, xuất khẩu tôm trong thời gian tới sẽ giảm.

- Cạnh tranh về thủy sản trên thị trường Mỹ vẫn tiếp tục diễn ra gay gắt với Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ....trong thời gian tới, cộng thêm vào đó hiện nay các yếu tố đầu vào như điện, nước, thông tin, vận tải...của Việt Nam ngày

càng cao khi giá xăng, dầu tăng, dẫn đến giá thành một số loại sản phẩm cao so với mặt hàng cùng loại của các nước thì chắc chắn năng lực cạnh tranh sẽ giảm.

Với những thách thức trên, *dự báo XKTS Việt Nam trong thời gian tới vào thị trường Mỹ tiếp tục tăng trưởng nhưng tốc độ chậm hơn so với những năm qua. Những rào cản thương mại thủy sản vẫn có thể tiếp tục áp dụng cho dù hiện nay Việt Nam là thành viên của WTO, do đó sự biến động trong quan hệ thương mại thủy sản giữa hai nước vẫn có thể xảy ra.*

*** Những giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ trong thời gian tới.**

Trong chiến lược phát triển XKTS đến năm 2010 và tầm nhìn 2020, Bộ thủy sản coi trọng và đánh giá cao tiềm năng XKTS vào thị trường Mỹ khi đưa ra mục tiêu về kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này, dự kiến thị phần của thị trường Mỹ trên 30% trong những năm tới. Về cơ cấu mặt hàng, mục tiêu của ngành thủy sản là phải tăng nhanh tỷ lệ sản phẩm chế biến, giảm tỷ lệ hàng thủy sản sơ chế đông lạnh. Mục tiêu đến năm 2010, tỷ lệ sản phẩm thủy sản chế biến phải đạt từ 30-50% trong tổng kim ngạch XKTS vào Mỹ. Để có thể thực hiện được mục tiêu trên, ngành thủy sản trong thời gian tới cần thực hiện những giải pháp cơ bản ở tầm vĩ mô và vi mô sau:

Thứ nhất, Nhà nước phát triển nguồn nguyên liệu thủy sản bền vững đáp ứng yêu cầu VSATTP của thị trường Mỹ.

+ Nhà nước cần quy hoạch một cách cụ thể về việc phát triển nuôi trồng và khai thác thủy sản nhằm tạo ra một nguồn nguyên liệu bền vững cho ngành công nghiệp chế biến.

- Trong nuôi trồng thủy sản: Nhà nước cần nhanh chóng quy hoạch và đầu tư, hỗ trợ kỹ thuật các vùng nuôi trồng thủy sản tập trung, quy mô lớn, công nghệ tiên tiến theo mô hình sinh thái bền vững. Nhân rộng mô hình nuôi GAP tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long và một số tỉnh miền Trung. Xây dựng các mô hình tổ chức sản xuất như hợp tác xã, các tổ hợp tác, các câu lạc bộ, các chi hội nuôi trồng thủy sản.

- Trong khai thác hải sản: Tiếp tục hoàn chỉnh chương trình đánh bắt xa bờ song chú ý đến tính đồng bộ của việc thực hiện chương trình này là không chỉ đầu tư vào những tàu có khả năng đánh bắt xa bờ mà còn phải đầu tư cho những tàu có khả năng chế biến và bảo quản thủy sản xa bờ. Xây dựng hệ thống cơ sở

hạ tầng cho việc đánh bắt như: bến cảng, công trình điện, nước, cung cấp nhiên liệu. Mở rộng hợp tác với các nước có nghề cá phát triển để tận dụng khả năng về vốn và công nghệ.

+ Để đáp ứng yêu cầu của thị trường Mỹ về truy xuất nguồn gốc “từ ao nuôi đến bàn ăn” đòi hỏi Nhà nước phải phát huy tính cộng đồng bằng cách tổ chức mối liên kết dọc giữa những người sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và mối liên kết ngang giữa những người sản xuất với nhau.

+ Tăng cường công tác quản lý kiểm tra giám sát việc thực hiện các tiêu chuẩn, quy trình, quy phạm nhằm đáp ứng đúng tiêu chuẩn HACCP mà thị trường Mỹ yêu cầu, đấu tranh với tình trạng đưa các tạp chất vào nguyên liệu thủy sản, xây dựng và thực hiện hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Thứ hai, Nâng cao vai trò hỗ trợ của Nhà nước nhằm thúc đẩy hoạt động XKTS vào thị trường Mỹ.

Chủ động thâm nhập vào thị trường Mỹ là nhiệm vụ của các doanh nghiệp nhưng hiện nay hầu hết các doanh nghiệp XKTS năng lực còn yếu thì vai trò hỗ trợ gián tiếp của Nhà nước có ý nghĩa rất quan trọng, sự hỗ trợ này của Nhà nước phù hợp với các quy định của WTO, cụ thể:

+ *Hỗ trợ các doanh nghiệp XKTS nắm vững các thông tin về thị trường Mỹ và xúc tiến các hoạt động thương mại.* Hệ thống pháp luật thương mại của Mỹ rất phức tạp và chông chéo. Các doanh nghiệp XKTS sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc nắm bắt hệ thống pháp luật đồ sộ này, do đó:

- Thông qua VINATRADEUSA, Bộ công thương, Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn, VASEP cần tổ chức các khóa đào tạo, các lớp tập huấn hay hội thảo về hệ thống pháp luật thương mại của Mỹ, về chính sách nhập khẩu cũng như tiêu chuẩn về chất lượng và thị hiếu người tiêu dùng Mỹ.

- Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn cần phối hợp với Cục xúc tiến thương mại và VASEP đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại thông qua các hình thức: hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thủy sản trên thị trường Mỹ hàng năm như ở Boston và Bờ Tây Mỹ, tổ chức hội nghị khách hàng, hỗ trợ thực hiện thương mại điện tử tại thị trường Mỹ.

- Thành lập thêm các văn phòng đại diện thương mại của ngành thủy sản Việt Nam tại các bang của Mỹ.

+ *Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng thành tựu khoa học - công nghệ tiên bộ, hiện đại vào sản xuất và chế biến TSXK đáp ứng yêu cầu của thị trường Mỹ.*

- Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cấp điều kiện sản xuất, áp dụng hệ thống quản lý đảm bảo VSATTP theo HACCP, GMP, SSOP... đảm bảo 100% doanh nghiệp chế biến xuất khẩu vào thị trường Mỹ đạt tiêu chuẩn ngành về ATVSTP.

- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp chế biến tăng cường năng lực kiểm soát và phát hiện dư lượng kháng sinh, hóa chất nguyên liệu, áp dụng các hệ thống truy nguyên nguồn gốc sản phẩm.

- Hỗ trợ cho các tổ chức và các hoạt động nghiên cứu, phổ biến công nghệ tiên tiến, nhất là công nghệ sinh học, công nghệ thông tin trong sản xuất và chế biến.

- Thành lập các trung tâm nghiên cứu - triển khai và chuyển giao công nghệ thủy sản để tư vấn cho các ngư dân lựa chọn công nghệ thiết bị, đối tượng nuôi thích hợp đồng thời giúp cho họ trong quá trình triển khai, ứng dụng công nghệ mới.

- Đẩy mạnh các chương trình hợp tác đa phương và song phương với các quốc gia có công nghệ hiện đại để chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp.

+ *Hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực.*

Hiện nay, đa số các doanh nghiệp XKTS vào Mỹ còn thiếu hiểu biết về kiến thức hội nhập, chưa am hiểu luật pháp quốc tế, hệ thống pháp luật thương mại của Mỹ nguyên nhân là trình độ còn thấp, nguồn tài chính còn hạn hẹp, khả năng marketing yếu...do đó, Nhà nước cần hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao trình độ, cử cán bộ đào tạo tại thị trường Mỹ hoặc tham gia liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp Mỹ để tranh thủ học tập kinh nghiệm quản lý của các chuyên gia giỏi trong các doanh nghiệp XKTS Mỹ.

Thứ ba, Nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng TSXK.

+ *Nâng cao tính cạnh tranh về chất lượng của hàng TSXK.*

Các doanh nghiệp XKTS không nên chạy theo số lượng mà nên quan tâm đến việc nâng cao chất lượng. Nhu cầu thủy sản của Mỹ và thế giới ngày càng tăng nhưng yêu cầu về VSATTP càng cao. Do đó, nâng cao chất lượng để có thể nâng cao giá bán là biện pháp hiệu quả nhất, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng Mỹ :

- Áp dụng chương trình quản lý chất lượng theo HACCP, đây được ví như là giấy thông hành để XKTS vào Mỹ. Thực hiện kế hoạch tổ chức đào tạo và huấn luyện công nhân cán bộ quản lý về HACCP.

- Đa dạng hóa sản phẩm TSXK phù hợp với nhu cầu của thị trường Mỹ: Tiếp tục phát triển những mặt hàng truyền thống được ưa chuộng trên thị trường Mỹ như cá filet tươi và đông lạnh (cá tra và cá basa, cá thu, cá ngừ đại dương); mực filet đông block, mực nguyên con IQF, tôm sú đông block và IQF. Các doanh nghiệp xuất khẩu tôm cần nhanh chóng đa dạng hóa sản phẩm tôm, chuyển dần từ tôm đông lạnh sang các sản phẩm chế biến sâu (tôm bao bột) để tránh thuế chống bán phá và tăng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này. Phát triển các mặt hàng thủy sản cao cấp như: yến sào, cua huỳnh đế đông lạnh, ngọc trai, agar....Đồng thời phát triển những mặt hàng mới mà thị trường Mỹ đang cần như cá ngừ hộp, tôm hùm đông lạnh.

+ *Nâng cao tính cạnh tranh về giá cả thủy sản.*

- Các doanh nghiệp cần tổ chức sản xuất lại theo một quá trình xuyên suốt từ khâu tạo giống, khai thác, nuôi trồng, chế biến, xuất khẩu.

- Cố gắng giảm tới mức thấp nhất các tổn thất trong thu hoạch, bảo quản nhằm tăng tỷ lệ nguyên liệu đưa vào chế biến xuất khẩu.

- Nâng cao hiệu quả sử dụng, công suất tài sản cố định, phối hợp tổ chức sản xuất những sản phẩm phụ chế từ phế liệu của ngành thủy sản như: làm mắm, nước mắm, thức ăn gia súc, phân bón vi sinh.

+ *Xây dựng thương hiệu cho hàng TSXK.*

Các doanh nghiệp thủy sản xuất khẩu Việt Nam vào Mỹ đều là những doanh nghiệp nhỏ và vừa nên khó có thể đủ tài chính xây dựng thương hiệu riêng cho mình, do đó hầu như các mặt hàng TSXK Việt Nam chưa có thương hiệu mà phần lớn vào thị trường Mỹ thông qua trung gian hoặc dưới dạng gia công cho các thương hiệu nổi tiếng nước ngoài. Chỉ có một số doanh nghiệp XKTS mạnh như Vĩnh Hoàng, Kim Anh, Fimex, Cafatex... mới xây dựng được thương hiệu riêng. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của hàng TSXK Việt Nam.

Năm 2006, Bộ thủy sản đang có chiến lược xây dựng thương hiệu quốc gia cho ba sản phẩm thủy sản chủ lực của Việt Nam là cá tra, cá basa; tôm và cá ngừ đại dương. Đây là việc làm có ý nghĩa hết sức to lớn nhằm tăng cường sự hiểu

biết của các nhà nhập khẩu thủy sản, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của hàng TSXK Việt Nam trên thị trường Mỹ và quan trọng hơn là nó xây dựng tính cộng đồng của các doanh nghiệp XKTS. Nhận xét vấn đề này, ông John Stamell (Giám đốc của Stamell&Associates, US) cho rằng: *Đối với thị trường Mỹ, người Mỹ chỉ biết về Việt Nam chứ không biết về các doanh nghiệp Việt Nam. Do đó, thương hiệu quốc gia sẽ mang lại hiệu quả xa hơn, bền vững hơn. Đây cũng là bước đầu tiên để tiếp cận thị trường khó tính như Mỹ.*

Điểm mấu chốt của vấn đề giữ vững thương hiệu cho mặt hàng TSXK trên thị trường Mỹ là vấn đề chất lượng sản phẩm TSXK, phải tạo dựng được đặc thù và sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh, phát triển mạng lưới bán hàng đưa thương hiệu của doanh nghiệp đến quảng đại người tiêu dùng, tạo ra được sự gắn bó về mặt tình cảm giữa thương hiệu và người tiêu dùng.

Thứ tư, Tăng cường hoạt động xúc tiến xuất khẩu và thiết lập các kênh phân phối vào thị trường Mỹ.

+ *Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu.*

- Đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo. Xây dựng trang Web trên mạng nhằm quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp. Khai thác tối đa sự trợ giúp của Thương vụ Việt Nam tại Mỹ và văn phòng thương mại Mỹ tại Việt Nam khi triển khai xúc tiến thương mại thủy sản.

- Các doanh nghiệp chủ động tìm kiếm đối tác, chào hàng thông qua việc tham gia các hội chợ quốc tế ngành thủy sản được tổ chức tại các trung tâm thương mại lớn như NewYork, các thành phố lớn ở bang California, Miami, Dallas...hay tại các thủ phủ ngành nghề như đối với ngành thủy sản là ở các bang California, Boston, Francisco, Mississippi...

+ *Thiết lập các kênh phân phối vào thị trường Mỹ.*

Hiện nay, có hai kênh thâm nhập vào thị trường Mỹ chủ yếu là kênh phân phối trực tiếp và gián tiếp. Phần lớn các doanh nghiệp XKTS Việt Nam vào thị trường Mỹ phải thường thông qua các khâu trung gian là các nhà tái chế, các nhà nhập khẩu hoặc các nhà bán buôn. Nguyên nhân là do các doanh nghiệp XKTS không đủ khả năng để thiết lập mạng lưới phân phối riêng. Chính vì vậy, trong những năm tới các doanh nghiệp XKTS Việt Nam vẫn tiếp tục hình thức xuất khẩu trực tiếp thông qua các trung gian phân phối của Mỹ là chủ yếu. Mặt khác,

các doanh nghiệp XKTS Việt Nam chủ động từng bước tạo lập các cơ sở để xây dựng kênh phân phối trực tiếp như:

- *Thiết lập đại lý tại Mỹ* : Các doanh nghiệp xuất khẩu chọn đại lý của mình tại Mỹ là các nhà nhập khẩu có uy tín.

- *Thành lập trung tâm giao dịch XKTS tại Mỹ*: Hiện nay, Xí nghiệp chế biến thủy sản Minh Phú (tỉnh Cà Mau) đang xây dựng một trung tâm giao dịch xuất nhập khẩu thủy sản đông lạnh tại Mỹ với tổng số vốn đầu tư 500 nghìn USD, hoạt động trong 25 năm. Đây được coi là mô hình thí điểm nhằm tạo ra một kênh phân phối trực tiếp.

- *Thành lập các công ty con, chi nhánh, kho ngoại quan tại Mỹ*. Các công ty con, chi nhánh này có thể trực tiếp nhập khẩu và cung ứng sản phẩm cho các nhà bán buôn và phân phối, dần dần vươn tới các hệ thống siêu thị bán lẻ hoặc nhà hàng.

- *Khai thác tốt lực lượng Việt Kiều tại Mỹ*. Trung Quốc là đất nước biết khai thác tốt lực lượng Hoa kiều nhằm tạo lập ra kênh phối riêng của mình tại Mỹ. Hiện nay, lực lượng người Việt Nam tại Mỹ rất đông, các doanh nghiệp XKTS phải biết khai thác lực lượng này nhằm tạo ra một kênh phân phối riêng đồng thời họ cũng là một thị trường tiêu thụ đáng kể hàng TSXK Việt Nam.

Thứ năm, Chủ động và sẵn sàng giúp các doanh nghiệp XKTS đối phó với các rào cản thương mại của Mỹ.

Như đã nhận định về những thách thức của hàng TSXK Việt Nam trên thị trường Mỹ trong thời gian tới, nguy cơ về việc áp dụng các rào cản thương mại sẽ ngày càng gia tăng trong đó đặc biệt chú ý rào cản bán phá giá. Do đó, Nhà nước chủ động và sẵn sàng giúp các doanh nghiệp XKTS đối phó những rào cản này bằng cách:

- Nhà nước cần phổ biến cho các doanh nghiệp XKTS đổi mới tư duy trong kinh doanh từ tư duy chạy theo số lượng sang tư duy giá trị gia tăng vì nếu như chúng ta cứ chạy theo số lượng thì các cuộc tranh chấp thương mại có thể xảy ra trên thị trường Mỹ.

- Nhà nước hỗ trợ về mặt tài chính cho các doanh nghiệp XKTS theo đuổi các vụ kiện, các cơ quan như VASEP, VINATRADEUSA cần giúp đỡ các doanh nghiệp thông tin về vụ kiện.

- Nhà nước cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền và đào tạo để các doanh nghiệp sản xuất và chế biến thủy sản vào thị trường Mỹ hiểu một cách đầy đủ và sâu sắc về các rào cản thương mại của Mỹ.

- Nhà nước tích cực triển khai việc đàm phán song phương, đa phương để tranh thủ các nước thừa nhận Việt Nam là nước có nền kinh tế thị trường. Vừa qua Hội nghị của các nước ASEAN đã thừa nhận Việt Nam là nước có nền kinh tế thị trường. Đây là một bước tiến lớn để giúp Việt Nam tránh được các rào cản thương mại trên thị trường Mỹ.

Tài liệu tham khảo

1. Báo cáo tổng kết hàng năm của Bộ thủy sản.
2. Vấn đề trừng phạt kinh tế trong chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội - 2003.
3. Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và tầm nhìn 2020, Hà Nội - 2006.
4. Cơ sở dữ liệu về thông tin thị trường và các quy định vệ sinh an toàn chất lượng sản phẩm thủy sản của ba thị trường lớn trên thế giới, Bộ thủy sản, Hà Nội - 2005.
5. Tạp chí thương mại thủy sản, số 1/2006.
6. Tạp chí nghiên cứu kinh tế, số 264/2000.
7. Tạp chí thủy sản số 2/2005.
8. www.vinatradeusa.org.vn

CHUYÊN ĐỀ 10:

THỰC TRẠNG DÒNG THƯƠNG MẠI TỪ MỸ VÀO VIỆT NAM TỪ 2000 - 2007

PGS.TS. Hoàng Thị Bích Loan

Hoa kỳ là nước có nền kinh tế lớn nhất APEC và cũng là nền kinh tế lớn nhất thế giới. Tổng sản phẩm (GDP) nước Mỹ tính theo sức mua năm 2005 đạt 12,41 nghìn tỷ USD, chiếm 32% GDP toàn cầu, lớn gấp 2 lần GDP của nước có nền kinh tế lớn thứ hai thế giới và đóng góp tới 16,8% mức tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Khảo sát về triển vọng kinh tế Mỹ cho thấy nước này tiếp tục đạt tốc độ tăng trưởng hơn 3% năm 2006, do có những chuyển biến tích cực về việc làm. (1-tr14). Năm 2005 kim ngạch xuất khẩu đạt 927 tỷ USD, kim ngạch nhập khẩu đạt 1.727 tỷ USD. Quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa kỳ được bắt đầu phát triển khi Tổng thống Bill Clinton đã tuyên bố bình thường hoá quan hệ Việt Nam- Hoa kỳ vào ngày 11/07/ 1995, quan hệ này được triển khai với phương châm “ Khép lại quá khứ, hướng tới tương lai”. Đặc biệt quan hệ thương mại đã được bình thường hoá một bước quan trọng với việc ký kết Hiệp định thương mại song phương ngày 13/07/ 2000 và có hiệu lực từ ngày 10/12/ 2001 khi hai nước trao đổi công hàm phê chuẩn Hiệp định này. Đây là Hiệp định thương mại thứ 21 của Hoa kỳ trong thập niên 1980 và 1990. Theo đó hai bên đã dành cho nhau Quy chế thương mại bình thường và Quy chế tối huệ quốc đối với buôn bán và đầu tư. Hiệp định song phương đã mở ra cơ hội lớn cho cả hai bên. Đối với Việt Nam, Hiệp định này có tác động rất lớn đến mọi mặt của đời sống xã hội, góp phần tạo cơ hội cho các hàng hoá của Việt Nam tiếp cận với thị trường Hoa kỳ, một thị trường đa dạng và có sức tiêu thụ lớn bậc nhất thế giới. Tạo điều kiện để Việt Nam tiếp thu khoa học- công nghệ hiện đại từ Hoa kỳ, thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực của Việt Nam. Đối với Mỹ, Hiệp định này giúp Mỹ thúc đẩy thực hiện các mục tiêu kinh tế và chiến lược ở khu vực Đông á - Thái Bình Dương, thúc đẩy mục tiêu tự do hoá kinh tế, thương mại và pháp quyền ở Việt Nam, tạo cơ hội cho hàng hoá và đầu tư của các công ty Mỹ vào thị trường Việt Nam. Do vậy bài viết này sẽ tập trung làm rõ dòng thương mại từ Mỹ vào Việt Nam thời gian qua, từ đó thấy được triển vọng và đề ra giải pháp thúc đẩy.

1. Tình hình thương mại từ Mỹ Vào Việt Nam

Trước khi Hiệp định thương mại Việt - Mỹ ra đời, Mỹ có quan hệ thương mại với chính quyền Sài Gòn cũ trước những năm 1975. Kim ngạch buôn bán không lớn, chủ yếu là hàng nhập khẩu bằng viện trợ của Mỹ để phục vụ chiến tranh. Thời kỳ này, xuất khẩu sang Mỹ bao gồm một số mặt hàng như cao su, gỗ, hải sản, đồ gốm song kim ngạch không đáng kể.

Thương mại với Mỹ chỉ thực sự được chú ý phát triển từ đầu thập kỷ 90, khi quan hệ ngoại giao có những bước tiến tích cực. Tuy nhiên, những năm đầu, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ khá thất thường và giá trị chưa cao, tính trung bình 1990-1993 chỉ khoảng 45.000 USD, xuất khẩu từ Mỹ sang Việt Nam cùng kỳ khoảng 7 triệu USD, chiếm 0,14% kim ngạch xuất nhập khẩu từ Việt Nam.

Ngày 10/12/2001, sau khi được Quốc hội hai nước thông qua Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ chính thức có hiệu lực và mở ra một thời kỳ mới, thời kỳ đột phá trong quan hệ kinh tế thương mại hai nước.

Việc thông qua Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ đánh dấu một mốc quan trọng trong quá trình bình thường hoá quan hệ giữa hai nước. Nhờ đó, kim ngạch thương mại hàng hóa hai chiều đã tăng từ 50,4 triệu USD năm 1994 - năm Mỹ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam - lên 1,4 tỷ USD năm 2001 - năm trước khi BTA có hiệu lực - và đạt 9,6 tỉ USD vào năm 2006. Mỹ đã trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Điều đó cho thấy những ảnh hưởng tích cực của Hiệp định đối với thương mại Việt - Mỹ.

**** Kim ngạch nhập khẩu***

Đối với Mỹ, Chính phủ Việt Nam sau khi bình thường hóa quan hệ không có chính sách thương mại phân biệt đối xử. Do vậy, ngay sau khi Mỹ chính thức bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam, kim ngạch nhập khẩu từ Mỹ bắt đầu tăng đều trong những năm tiếp theo.

Bảng 1. Tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ 1995-2006*Đơn vị : 1000USD*

Năm	Kim ngạch nhập khẩu	Tăng trưởng (%)
1995	252.860	
1996	616.047	143,6
1997	277.787	-54,9
1998	274.217	-1,3
1999	290.659	6,0
2000	367.715	26,5
2001	460.892	25,3
2002	580.154	25,9
2003	1.324.441	128,3
2004	1.133.447	-12,2
2005	1.131.757	2,4
2006	1.130.212	7,7

Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ.

So sánh giữa hai giai đoạn trước và sau khi có BTA có thể thấy: Tốc độ tăng kim ngạch nhập khẩu bình quân trong các năm 2002-2004 (27,3%) cao hơn so với tốc độ bình quân của giai đoạn 1995-2001 (24,2%). Tuy nhiên, tốc độ 27,3% của nhập khẩu còn kém xa so với xuất khẩu (là 57,7%). Nguyên nhân lớn nhất ở đây là vì nhượng bộ thuế quan của Mỹ dành cho Việt Nam nhiều hơn so với những nhượng bộ mà Việt Nam dành cho Mỹ trong thời gian đầu thực hiện BTA. Sắp tới, khi lộ trình cam kết của ta mở cửa cho các nhà doanh nghiệp Mỹ thâm nhập vào thị trường Mỹ được hoàn tất thì tốc độ được dự báo sẽ tăng nhanh hơn nhiều.

Từ năm 2000 đến 2005, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng 8 lần, nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ cũng tăng 3 lần. Nói cách khác, tuy giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã chiếm hơn 20% tổng xuất khẩu của Việt Nam, nhưng chỉ tương đương 0,3% tổng nhập khẩu của Mỹ. Như vậy thương mại với Việt Nam chưa phải mối quan tâm lớn đối với nền kinh tế Mỹ. Năm 2006, kim ngạch thương mại 2 chiều Việt Nam – Mỹ đạt gần 8,811 tỉ USD, tăng 29,66% so với năm 2005, trong đó Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ 7,829 tỉ USD, tăng 32,01% và nhập khẩu từ Mỹ 982 triệu USD, tăng 13,6%.

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Mỹ đạt 982,022 triệu USD, chiếm tỉ trọng 2,19% trong tổng giá trị nhập khẩu của Việt Nam trong năm 2006.

Với giá trị này, Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ gấp 8 lần giá trị nhập khẩu từ Mỹ. Một số mặt hàng chính nhập khẩu từ Mỹ gồm có:

+ Nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng từ thị trường Mỹ năm 2006 đạt kim ngạch 225,9 triệu USD, tăng 25,08% so với năm 2005, chiếm tỉ trọng 3,4% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này. Đây là mặt hàng có kim ngạch lớn nhất trong các mặt hàng nhập khẩu từ thị trường Mỹ.

+ Chất dẻo nguyên liệu là mặt hàng lớn thứ 2 trong các mặt hàng nhập khẩu, đạt kim ngạch 85,77 triệu USD, tăng 43,16% so với năm 2005.

+ Một số mặt hàng nhập khẩu khác cũng có mức tăng trưởng nhập khẩu khá như NPL dệt may da giày tăng 12,46%, gỗ và sản phẩm gỗ tăng 51,89%, thức ăn gia súc và nguyên liệu tăng 40,4%

Tuy nhiên có khá nhiều mặt hàng nhập khẩu từ Mỹ giảm kim ngạch so với năm 2005 như:

- Bông các loại nhập khẩu 47,37 triệu USD, giảm 4,28%.
- Sữa và sản phẩm sữa đạt 37,78 triệu USD, giảm 9,8%.
- Ô tô nguyên chiếc các loại nhập 22,182 triệu USD, giảm 43,11%.
- Ngoài ra, các mặt hàng sắt thép, vải các loại, tân dược, lúa mì, phân bón, xăng dầu, cao su, NPL dược phẩm, sợi, kính xây dựng nhập khẩu từ Mỹ cũng bị giảm.

Các mặt hàng nhập khẩu từ thị trường Mỹ

DVT: 1000USD

Mặt hàng	Năm 2005	Năm 2006	So sánh 06/05 (%)
Máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng	180.610	225.905	25,08
Chất dẻo nguyên liệu	59.911	85.770	43,16
Nguyên phụ liệu dệt may, da giấy	57.515	64.679	12,46
máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	59.638	62.569	4,91
Gỗ và sản phẩm gỗ	39.339	59.751	51,89
Bông các loại	49.491	47.372	-4,28
Sữa và sản phẩm sữa	41.890	37.784	-9,80
Hóa chất	17.343	33.960	95,81
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	22.645	31.794	40,40
Các sản phẩm hóa chất	21.144	25.207	19,22
Ô tô nguyên chiếc các loại	38.991	22.182	-43,11
Sắt thép các loại	18.924	17.264	-8,77
Bột giấy	9.372	13.715	46,34
Vải các loại	14.743	13.139	-10,88
Nguyên phụ liệu thuốc lá	9.001	11.325	25,82
Giấy các loại	6.368	9.592	50,63
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	9.211	9.536	3,53
Tân dược	22.811	7.716	-66,17
Phân bón các loại	9.057	6.423	-29,08
Cao su	3.880	3.373	-13,07
Kim loại thường khác	2.547	2.498	-1,92
Nguyên phụ liệu dược phẩm	2.052	1.809	-11,84
Lúa mỳ	10.546	1.440	-86,35
Dầu mỡ động thực vật	252	1.139	351,98
Sợi các loại	642	381	-40,65
Xe máy nguyên chiếc	313		
Kính xây dựng	536	274	-48,88
Xăng dầu các loại	5.283		
Tổng	864.422	982.022	13,60

Theo số liệu của Cơ quan đại diện Thương mại Mỹ, nông sản nhập khẩu từ Mỹ vào Việt Nam trong năm 2005 đạt 192 triệu USD, chiếm gần 17% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hoá từ Mỹ. Với tốc độ tăng trưởng ấn tượng cũng như quy mô dân số như hiện nay, Việt Nam đang là thị trường đầy hấp cơ hội cho các nhà xuất khẩu nông sản Mỹ.

Nhìn chung xuất khẩu của Mỹ sang Việt Nam cũng tăng trưởng, nhưng ở mức khiêm tốn hơn, nhưng nếu tính tới thiết bị vận tải thì Việt Nam là một trong những thị trường phát triển nhanh đối với hàng xuất khẩu của Mỹ, với sự đóng góp đột biến của xuất khẩu thiết bị vận tải hàng không.

Trong thoả thuận gia nhập WTO đã ký với Mỹ, Việt Nam đồng ý giảm đáng kể hàng rào thuế quan đối với các sản phẩm xuất khẩu trọng yếu của Mỹ. Hiện nay, thuế suất với hàng nông sản nhập khẩu vào Việt Nam trung bình là 27%. Tuy nhiên, theo cam kết mới, hơn 3/4 nông sản đến từ Mỹ sẽ được hưởng thuế 15% hoặc thấp hơn. Riêng các mặt hàng ngũ cốc, trong đó có ngô chỉ bị áp thuế 5%.

2. Triển vọng dòng thương mại từ Mỹ vào Việt Nam

Việc ký được Hiệp định thương mại và giành được quy chế Tối huệ quốc (MFN) của Mỹ có ý nghĩa rất lớn đối với Việt Nam. Mỹ là một thị trường khổng lồ, Việt Nam chỉ cần chiếm một thị phần nhỏ trên thị trường Mỹ cũng đã là rất lớn đối với nền kinh tế nước ta hiện nay, ví dụ kim ngạch ngoại thương giữa Việt Nam và Mỹ chỉ cần chiếm 1% tổng kim ngạch buôn bán của Mỹ cũng đã khoảng 20 tỷ USD.

Trong cán cân thương mại giữa hai nước, Việt Nam luôn ở vị thế xuất siêu. Tình trạng xuất siêu của ta luôn tăng ở mức cao, trong những năm 1998-2001 tốc độ tăng là 23,1%. Tuy nhiên, sau khi có BTA tốc độ còn tăng cao hơn, ở mức trung bình các năm 2002-2004 là 49,7%. Riêng năm 2004, tốc độ tăng thấp nhất (9,5%), là mức thấp nhất trong 12 năm qua.

Bảng 3. Cán cân thương mại của Mỹ đối với Việt Nam

Đơn vị: 1000 USD

Năm	Nhập siêu	Tỷ lệ thay đổi (%)
1998	-279.191	152,9
1999	-318.294	14,0
2000	-453.943	42,6
2001	-591.734	30,4
2002	-1.814.592	206,7
2003	-3.230.418	78,0
2004	-4.112.363	27,3
2005	-5.438.392	32,2
2006	-7.466.119	37,3

Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ.

Giảm tỷ trọng nhập siêu của Mỹ sang thị trường Việt Nam có thể coi là một sự bảo đảm lành mạnh cho cán cân thương mại hai nước. Hơn nữa, đây cũng là tín hiệu tốt bởi Mỹ là thị trường công nghệ nguồn hàng đầu thế giới, nhập khẩu máy móc thiết bị từ Mỹ sẽ giúp Việt Nam có được các trang thiết bị hiện đại phục

vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Ngoài ra, Việt Nam còn có thể nhập khẩu các nguyên liệu cần thiết mà trong nước chưa làm được để sản xuất các sản phẩm xuất khẩu trở lại Mỹ như nguyên phụ liệu của ngành dệt may, giày dép, linh kiện điện tử và vi tính, chất dẻo nguyên liệu, hay các vật tư cần thiết phục vụ sản xuất và đời sống như phân bón, sắt thép, tân dược... Điều này được phản ánh trong cơ cấu hàng nhập khẩu từ thị trường Mỹ: năm 2006, các sản phẩm công nghiệp chế tạo chiếm xấp xỉ 80% tổng trị giá nhập khẩu từ Mỹ, trong đó chủ yếu là các sản phẩm máy móc và thiết bị giao thông, nguyên liệu và vật tư phục vụ cho sản xuất trong nước và cho xuất khẩu. Nhập khẩu hàng tiêu dùng chỉ chiếm khoảng 10% tổng kim ngạch nhập khẩu.

Với tốc độ phát triển như năm 2006 cùng một số thuận lợi mới do Việt Nam đã là thành viên chính thức của WTO, Mỹ thực hiện quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn với Việt Nam, dự báo năm 2007 kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam – Mỹ có thể đạt 12 – 13 tỉ USD. Và kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Mỹ sẽ tiếp tục tăng ở mức 15%, các mặt hàng có xu hướng tăng nhập khẩu sẽ là máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, chất dẻo nguyên liệu, hóa chất, các sản phẩm hóa chất, thức ăn gia súc và nguyên liệu, dầu mỡ động thực vật.

Các doanh nghiệp Mỹ muốn làm nhà cung cấp sản phẩm đầu vào (input) cho các doanh nghiệp Việt Nam. Đó là phát biểu của ông Miguel Pardo de Zelo, Tham tán Thương mại Đại sứ quán Mỹ tại Việt Nam. Điều các doanh nghiệp Mỹ quan tâm khi nghĩ đến thị trường Việt Nam không phải là trở thành những nhà cạnh tranh mà là những nhà cung cấp sản phẩm đầu vào cho các doanh nghiệp trong nước. "Các doanh nghiệp Mỹ không có sức cạnh tranh mạnh như các doanh nghiệp Trung Quốc. Tuy nhiên những sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp Mỹ được tạo ra từ những công nghệ trung bình và cao thì không dễ có quốc gia nào cạnh tranh được. Và chúng tôi muốn cung cấp những sản phẩm đầu nguồn đó cho doanh nghiệp Việt Nam". Theo ông, doanh nghiệp Mỹ mạnh về máy móc thiết bị và công nghệ quản trị, vượt trội hơn những quốc gia khác về đào tạo cũng như kỹ thuật vận hành và sử dụng những máy móc thiết bị tiên tiến. Do đó, sẽ rất thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam hợp tác với Mỹ.

Đối với hoạt động thương mại, doanh nghiệp Mỹ xem Việt Nam là thị trường của franchising (nhượng quyền thương hiệu) không chỉ đối với sản phẩm

hàng hóa mà còn cả dịch vụ như giáo dục, sức khỏe và du lịch. doanh nghiệp Mỹ quan tâm đến công nghiệp Việt Nam không phải để đầu tư vào lĩnh vực này mà nhằm cung cấp thiết bị, máy móc. Theo tìm hiểu của thương vụ Mỹ, có ít nhất 22 ngành công nghiệp Việt Nam rất cần các nhà cung cấp Mỹ và đó chính là thị trường tiềm năng.

Trong khi đó lĩnh vực dịch vụ của Việt Nam lại là tầm ngắm của các ngân hàng, bảo hiểm, giao thông, công nghệ thông tin của Mỹ. Thậm chí đối với ngành nông nghiệp, được xem là thế mạnh của Việt Nam, các doanh nghiệp Mỹ cũng muốn giao thương với các nhà nông để chuyển giao những kỹ thuật về trồng trọt, thu hoạch, bảo quản, đóng gói và phân phối để tạo ra sản phẩm đến người tiêu dùng.

3. Giải pháp thúc đẩy dòng thương mại từ Mỹ Vào Việt Nam

Một là, Phải đảm bảo sự ổn định vững chắc về kinh tế và chính trị. Đây là điều kiện quan trọng quyết định phương hướng đầu tư của các nhà đầu tư nước ngoài. Không ngừng củng cố và mở rộng các quan hệ kinh tế, chính trị đối ngoại, cải thiện vị thế đất nước trên trường quốc tế. Đồng thời phải ổn định an ninh- xã hội là yếu tố để làm lành mạnh và ổn định môi trường kinh doanh. Đặc biệt cần xử lý nghiêm minh các vụ án kinh tế và các vụ án hình sự.

Hai là, xây dựng và phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng. Kết cấu hạ tầng tốt sẽ thúc đẩy và tạo điều kiện cho các nhà đầu tư thực hiện các chương trình dự án có hiệu quả. Ngược lại nó sẽ làm giảm hiệu quả của các dự án. Đặc biệt xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế- kỹ thuật tạo tiền đề, cơ sở thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài. Xây dựng các khu kinh tế mở, các đặc khu kinh tế và hệ thống sân bay, bến cảng có tính khu vực và quốc tế. Hình thành mạng lưới hạ tầng liên kết và hiện đại, tạo điều kiện nâng cao hiệu quả kinh doanh và cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân.

Ba là, Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về đầu tư nước ngoài. Cần hoàn thiện và xây dựng đồng bộ, nhất quán các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến đầu tư nước ngoài. Hệ thống pháp luật hấp dẫn, thông thoáng, rõ ràng, ổn định và mang tính cạnh tranh cao so với các nước trong khu vực. Hoàn chỉnh hệ thống pháp lý chung về kinh tế để tạo môi trường kinh doanh ổn định, bình đẳng. Phải coi yếu tố pháp lý vừa là một nhân tố quan trọng trong việc thu hút các

nhà đầu tư nước ngoài, vừa là cơ sở để giữ vững quyền tự chủ về kinh tế, chính trị của đất nước. Nghiên cứu sửa đổi hệ thống các loại thuế, hướng mọi nỗ lực về chính sách thuế là nhằm thúc đẩy và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài.

Bốn là, Đổi mới, hoàn thiện hệ thống chính sách. Đẩy mạnh cải cách hành chính, xoá bỏ các thủ tục rườm rà, tạo môi trường thuận lợi và thông thoáng cho các nhà đầu tư nước ngoài làm ăn chính đáng ở Việt Nam. Quy định rõ ràng, công khai, minh bạch các thủ tục hành chính; Rà soát và bãi bỏ các quy định về thủ tục đang cản trở hoạt động của các nhà đầu tư nước ngoài. Việc thẩm định và cấp giấy phép đầu tư phải theo đúng quy định của Nhà nước, tránh phiền hà, trở ngại cho các nhà đầu tư, khắc phục ngay tình trạng thanh tra, kiểm tra không cần thiết gây phiền nhiễu của một số cơ quan chức năng. Xây dựng một quy hoạch đầu tư chi tiết, cụ thể, khoa học cho từng địa phương, từng ngành và toàn bộ nền kinh tế.

Năm là, phát triển khoa học- công nghệ, nhà nước cần có chính sách và cơ chế kích thích sự hợp tác nghiên cứu khoa học - kỹ thuật - công nghệ để các doanh nghiệp chú trọng hơn trong việc sử dụng, cải tiến công nghệ. Chú trọng phát triển công nghệ thông tin, khai thác mạng internet và phát triển hệ thống thương mại điện tử. Tích cực gây dựng và nâng cao năng lực nội sinh về khoa học và công nghệ.

Sáu là, Đẩy mạnh công tác xúc tiến đầu tư: Tăng cường công tác nghiên cứu, cập nhật thông tin xu thế phát triển của các thị trường vốn đầu tư trên thế giới, chính sách đầu tư của TNCs để sớm có đối sách thích hợp trong hoạt động thu hút nguồn vốn ĐTNN, tạo thế chủ động trong mọi tình huống. Thành lập bộ phận xúc tiến đầu tư của các bộ , ngành, tổng công ty lớn, lập một số cơ quan đại diện ở một số địa bàn trọng điểm ở nước ngoài để xúc tiến đầu tư đến từng dự án, từng nhà đầu tư có tiềm năng, có tiềm lực về tài chính và công nghệ cao. Để nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến đầu tư thì chiến lược xây dựng hình ảnh và môi trường đầu tư của Việt Nam là cực kỳ cần thiết.

Tám là, phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt chú trọng nâng cao số lượng và chất lượng nguồn nhân lực là yêu cầu cấp bách. Khẩn trương đào tạo đội ngũ cán bộ kinh tế và kinh doanh quốc tế có chất lượng để đáp ứng những yêu cầu đặt ra trong điều kiện mới. Nâng cao trình độ chuyên môn của công chức nhà nước các cấp và lao động Việt nam liên quan đến công tác quản lý và trực tiếp làm việc

trong hoạt động kinh tế đối ngoại. Đầu tư cho giáo dục- đào tạo là khoản đầu tư quan trọng hàng đầu và mang lại hiệu quả cao nhất, là một vấn đề có tầm quan trọng chiến lược. Do vậy cần khẩn trương đào tạo đội ngũ cán bộ kinh tế và kinh doanh quốc tế có chất lượng; chú trọng đào tạo đội ngũ cán bộ hoạt động kinh tế đối ngoại có bản lĩnh chính trị, vững vàng trong môi trường vừa hợp tác vừa đấu tranh. Trang bị tốt kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, thông thạo ngoại ngữ, nắm vững luật lệ, pháp luật và có năng lực đàm phán quốc tế. Đầu tư vào đội ngũ cán bộ là một vấn đề có tầm quan trọng chiến lược. Đầu tư cả về cơ cấu cán bộ và cả về chất lượng cán bộ để đội ngũ cán bộ có đủ kiến thức, kinh nghiệm quản lý cạnh tranh với các nhà đầu tư nước ngoài. Về lâu dài Chính phủ cần có những chính sách đón đầu trong giáo dục đào tạo nguồn nhân lực, nhất là về kỹ thuật và kỹ năng kinh doanh. Có thể nói, phát triển nguồn nhân lực chính là chiếc “chìa khoá” của sự thành công, yếu tố quan trọng của sự phát triển nhanh và bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thế Nghiệp, Kinh tế Mỹ duy trì đà tăng trưởng? Thời báo kinh tế Việt Nam, số 231 ngày 16/11/2006.
2. Trần Đình Tuấn, Ngành thương mại Mỹ biến động trong chính sách và tổ chức, Tạp chí Kinh tế và dự báo, số 7/ 2007.
3. Nguyễn Đức Hùng, Quan hệ kinh tế thương mại Việt- Mỹ: Những vấn đề của hôm qua và hôm nay. Tạp chí Những vấn đề kinh tế thế giới số 7(111)/2005, tr61
4. <http://www.thongtinthuongmaivietnam.com.vn/IWINews.aspx?CatalogID=2336&ID=47418>
5. <http://www.vnn.vn/kinhte/2005/02/380579/>
6. <http://www.vnexpress.net/Vietnam/Kinh-doanh/Duong-vao-WTO/2006/07/3B9EBF3E/>
7. <http://www.ncseif.gov.vn/Default.aspx?mod=News&cat=45&nid=6911>

CHUYÊN ĐỀ 11:

THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HOA KỲ - VIỆT NAM

GIAI ĐOẠN 2000 - 2007

CN. Hồ Thanh Thủy

1. Vài nét khái quát về quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ.

Việt Nam và Hoa Kỳ bắt đầu đàm phán chính thức về bình thường hoá quan hệ vào năm 1991. Tháng 2 năm 1994, Hoa Kỳ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam. Ngày 12 tháng 7 năm 1995, quan hệ ngoại giao giữa hai nước được thiết lập và tiến hành trao đổi đại sứ đầu tiên vào tháng 5 năm 1997. Kể từ đó đến nay, các chuyến viếng thăm của các quan chức cấp cao hai nước, trong đó nổi bật là chuyến thăm Việt Nam của Tổng thống Bill Clinton tháng 11/2000, chuyến thăm Hoa Kỳ của Thủ tướng Phan Văn Khải tháng 6/2005, chuyến thăm chính thức Việt Nam của Tổng thống G.W.Bush và vừa qua là chuyến thăm Hoa Kỳ đầu tiên của người đứng đầu Nhà nước Việt Nam – Chủ tịch Nguyễn Minh Triết tháng 6/2007 đã góp phần tích cực củng cố và tăng cường quan hệ giữa hai nước, đưa quan hệ song phương lên tầm cao mới thông qua việc phát triển mối quan hệ đối tác xây dựng, hữu nghị, hợp tác nhiều mặt trên cơ sở bình đẳng, cùng tôn trọng lẫn nhau và hai bên cùng có lợi.

Song song với quan hệ chính trị và ngoại giao, quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và Hoa Kỳ cũng không ngừng phát triển. Hai nước đã ký kết một số hiệp định, thoả thuận về kinh tế như Hiệp định về thiết lập quan hệ quyền tác giả (ngày 27/6/1997), Hiệp định về hoạt động của cơ quan đầu tư tư nhân hải ngoại (OPIC) tại Việt Nam (ngày 26/3/1998), Hiệp định bảo lãnh khung và Hiệp định khuyến khích dự án đầu tư giữa Ngân hàng nhà nước Việt Nam và Ngân hàng xuất nhập khẩu Hoa Kỳ EXIMBANK (ngày 9/12/1999), Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (ký ngày 13/7/2000, có hiệu lực từ ngày 10/12/2001), Hiệp định hợp tác về khoa học và công nghệ (có hiệu lực từ ngày 26/3/2001), Hiệp định dệt – may (có hiệu lực từ 1/5/2003), Hiệp định hàng không (có hiệu lực từ 14/1/2004), Thư thoả thuận hợp tác về phòng chống ma tuý (có hiệu lực từ ngày 26/2/2004). Hai bên đang đàm phán để ký kết Hiệp định khung

hợp tác về kinh tế và kỹ thuật, Hiệp định về vận tải biển, Bản ghi nhớ hợp tác về nông nghiệp.

Kể từ khi Hiệp định thương mại có hiệu lực đến nay, quan hệ buôn bán giữa hai nước tăng nhanh: kim ngạch buôn bán 2 chiều năm 2003 đạt 9,1 tỷ USD năm 2006, tăng gấp gần gấp ba năm 2002 (2,878 tỉ USD) và tăng hơn gấp 4 lần năm 2001 (1,5 tỉ USD). Về đầu tư, tính đến 17/5/2007 Hoa Kỳ có 325 dự án có hiệu lực tại Việt Nam với tổng số vốn 2,3 tỷ USD (thực hiện khoảng 717,8 triệu USD). Trong đó, 210 dự án với tổng số vốn 1,090 tỷ USD vào lĩnh vực công nghiệp; 85 dự án với tổng số vốn 1,069 tỷ USD vào lĩnh vực dịch vụ. Số còn lại đầu tư vào lĩnh vực nông, lâm, ngư nghiệp. Ngoài ra Hoa Kỳ còn đầu tư vào Việt Nam qua nước thứ ba 74 dự án với tổng số vốn đầu tư khoảng 2,4 tỷ USD. Tính chung Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam gần 400 dự án, với tổng vốn đầu tư khoảng 4,7 tỷ USD, đứng thứ 6/77 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp vào Việt Nam. Hiện có hơn 800 doanh nghiệp Hoa Kỳ đang hoạt động tại Việt Nam. Trong quá trình mở rộng quan hệ kinh tế, thương mại đó nảy sinh một số tranh chấp do chính sách bảo hộ của Hoa Kỳ như vấn đề cỏ Tra, Basa, tằm, hàng dệt.... Năm 2003, Việt Nam đã trở thành bạn hàng thương mại lớn thứ 40 của Hoa Kỳ. Nếu tính riêng về xuất khẩu, hiện nay, Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 38 vào Hoa Kỳ.

Sau 20 năm đổi mới kinh tế, kinh tế Việt Nam đã có những bước phá ngoạn mục, từ chỗ thuộc nhóm nước kém phát triển (hiện còn tới 52 nước, vùng lãnh thổ), đến nay Việt Nam đã được Liên hợp quốc đưa ra khỏi nhóm này và xếp vào nhóm các nền kinh tế có thu nhập thấp. (Theo W.B, năm 2001, các nước có thu nhập thấp là dưới 745 USD/người, hiện chiếm tới 2.500 triệu người, bình quân thu nhập của nhóm nước này năm 2001 là 430 USD, riêng của Việt Nam là 410 USD). Về quy mô nền kinh tế, năm 2000, trong tổng số 208 nền kinh tế trên toàn cầu được thống kê so sánh, tổng GDP theo giá thực tế của Việt Nam xếp thứ 58, GDP bình quân đầu người theo giá thực tế xếp thứ 142. Năm 2003, tổng sản phẩm quốc gia theo giá thực tế của Việt Nam đạt trên 600 nghìn tỉ đồng, tương đương 40 tỉ USD, còn tính theo sức mua tương đương (PPP) thì tổng GDP của Việt Nam năm 2003 đạt trên 190 tỉ USD, nằm trong số 40 nước có nền kinh tế lớn nhất thế giới. Năm 2004, GDP theo giá thực tế của Việt Nam đạt 45,3 tỉ USD, chiếm

0,11% tổng sản phẩm trong nước theo giá thực tế của thế giới (Theo niên giám thống kê 2005, năm 2004, GDP toàn cầu đạt 40.887,8 tỉ USD). Đặc biệt, trong điều kiện cạnh tranh toàn cầu, thứ hạng cạnh tranh (tăng trưởng) GCI là chỉ tiêu quan trọng đo lường sức cạnh tranh của nền kinh tế. Năm 2002, chỉ tiêu GCI của Việt Nam đứng thứ 62/102 nước so sánh, năm 2003 đứng thứ 56/102 nước so sánh (tăng 6 bậc), năm 2005, đứng thứ 51/102 nước so sánh (tăng 10 bậc tính từ 2002).

Tuy mới hội nhập nhưng Việt Nam đã ngày càng khẳng định được vị trí trong nền kinh tế thế giới, nhiều sản phẩm, hàng hoá của Việt Nam đã thuộc top 10 nước sản xuất hoặc xuất khẩu nhiều nhất thế giới. Cụ thể như đứng thứ nhất thế giới về xuất khẩu hạt tiêu (109 nghìn tấn năm 2005), thứ hai thế giới về xuất khẩu gạo (5,3 triệu tấn năm 2005) và cũng đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu cà phê (974,8 nghìn tấn năm 2005) và thứ tư thế giới về xuất khẩu giày da (3 tỉ USD năm 2005), thứ 7 thế giới về xuất khẩu thủy sản (2,7 tỉ USD năm 2005). Hiện nay, hàng hoá của Việt Nam đã có mặt ở hầu hết các nước và vùng lãnh thổ, trong đó có các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc. Với kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân trên 20%/năm trong 10 năm qua, kim ngạch xuất khẩu chiếm khoảng 60%GDP, nền kinh tế Việt Nam đã có độ mở khá lớn và xuất khẩu là động lực hàng đầu và là yếu tố bảo đảm cho tăng trưởng kinh tế. Quy mô kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng liên tục và chiếm tỉ trọng ngày càng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu. Năm 2000, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam mới đạt 14,5 tỉ USD, chiếm 0,2227% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu, đến năm 2004, đã tăng gần gấp hai lần, đạt 26,3 tỉ USD và chiếm 0,273% toàn cầu, năm 2005 đạt 32,2 tỉ USD và chiếm khoảng 0,29% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu. Kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người của Việt Nam đã tăng rất nhanh, từ 186,6USD/người năm 2000 lên 323USD/người năm 2004 và 385,5USD/người/năm 2005 (gấp 2 lần sau 5 năm), đứng thứ 61/208 nước so sánh.

Mức tăng trưởng GDP giai đoạn 2001-2006 đạt khoảng 7,3%/năm, trong đó năm 2006 đạt 8,4%, năm 2005 là 7,5%. Nhiều chỉ tiêu kinh tế vĩ mô khác cũng đạt và vượt kế hoạch đề ra. Đặc biệt, khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài đã có dấu hiệu phục hồi rõ rệt kể từ năm 2000 trên nhiều phương diện và có thể coi là một trong những mảng màu sáng nhất trong bức tranh kinh tế Việt Nam, đặc

biệt trong năm 2006 và 11 tháng đầu năm 2007. Lĩnh vực xuất khẩu cũng đạt được những thành tích khả quan, bất chấp mức cạnh tranh về thị trường, giá cả ngày càng gia tăng trên thị trường thế giới và tác động tiêu cực của hai vụ kiện đối với hai mặt hàng thuỷ sản xuất khẩu chủ lực (cá basa và tôm). Như thế, với quy mô kinh tế đã khá lớn, tốc độ phát triển nhanh và liên tục ở mức cao (chỉ sau Trung Quốc) và tỉ lệ tiết kiệm khá lớn (35-36%GDP) cho thấy, nền kinh tế Việt Nam đã có cục diện mới đáng khích lệ.

Cùng với những thành tựu trên, nền kinh tế Việt Nam cũng đã có những chuyển biến tích cực khác. Cơ cấu kinh tế nói chung và cơ cấu ngành chuyển nhanh hơn theo hướng tích cực. Tỉ trọng GDP khu vực nông - lâm - ngư nghiệp giảm dần. Tỉ trọng công nghiệp tiếp tục tăng. Tỉ trọng ngành dịch vụ có xu hướng phục hồi. Các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh, trong đó kinh tế tư nhân có đóng góp lớn nhất vào tăng trưởng GDP. Mức tăng trưởng kinh tế khá cao của Việt Nam thời gian qua chủ yếu nhờ vào nền kinh tế thế giới, nhất là các đối tác kinh tế chủ lực của Việt Nam, bắt đầu phục hồi tương đối mạnh và đạt mức tăng trưởng khá cao đã tạo điều kiện tăng xuất khẩu của Việt Nam cũng như thúc đẩy luồng vốn FDI vào Việt Nam cũng như những nỗ lực cải cách cơ cấu, chủ động hội nhập sâu rộng hơn vào nền kinh tế thế giới và tăng cường cạnh tranh của những năm trước và hiện nay đã bắt đầu mang lại hiệu quả.

Tiến trình cải cách cơ cấu đã được đẩy nhanh hơn. Khung pháp lý về cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước đã được cải thiện đáng kể. Khu vực ngân hàng thương mại nhà nước cũng đã nỗ lực tăng chất lượng tín dụng và giảm cho vay chính sách theo chỉ thị hành chính. Môi trường đầu tư ngày càng hấp dẫn hơn. Cải cách quản lý khu vực kinh tế tư nhân cũng được đẩy mạnh và mang lại một số thành tựu đáng ghi nhận.

Việt Nam đã tích cực và chủ động hội nhập kinh tế sâu rộng hơn, nhất là trong lĩnh vực thương mại và đầu tư. Những nỗ lực đáng ghi nhận phải kể đến là việc vận động thu hút đầu tư nước ngoài và vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, quảng bá du lịch ... Việc Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của WTO đã tạo nên những niềm tin và kỳ vọng mới của các nhà đầu tư, qua đó thúc đẩy luồng thương mại và đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Môi trường cạnh tranh và khung pháp lý cạnh tranh

cũng được cải thiện rõ rệt. Trước hết, những rào cản đối với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh trong tiếp cận các thị trường điện lực và viễn thông đã được dỡ bỏ đáng kể.

Hoa Kỳ là quốc gia phát triển nhiều mặt: quân sự, kinh tế, khoa học kỹ thuật, công nghệ ... Công nghệ ở trình độ tiên tiến nhất thế giới nên các nước tranh thủ nhập khẩu công nghệ nguồn từ Hoa Kỳ. Mặc dù chỉ có hơn 200 năm lịch sử nhưng Hoa Kỳ đã nhanh chóng tạo được một vị thế phát triển mạnh toàn diện về kinh tế, công nghiệp, xây dựng, nông nghiệp và các mặt khác. Các ngành kinh tế mũi nhọn của Hoa Kỳ là năng lượng, dầu khí, hoá chất, hàng không vũ trụ, chế tạo máy, sản xuất ô tô, công nghiệp kỹ thuật cao, phần mềm máy tính, viễn thông, điện tử; sản xuất và chế biến nông sản, thực phẩm, lương thực.

Dân số Hoa Kỳ chỉ chiếm 5% dân số thế giới, nhưng GDP của Hoa Kỳ chiếm trên 20% thế giới, kim ngạch ngoại thương thường ở mức 16-18% toàn cầu. Mức tiêu dùng của Hoa Kỳ cao gấp 1,7 lần người Nhật hoặc Châu Âu. Hoa Kỳ hiện đang thực hiện chính sách điều chỉnh kinh tế theo xu thế tự do hoá thương mại và đầu tư quốc tế theo hướng của Tổ chức thương mại thế giới (WTO).

Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ gồm máy móc, thiết bị, ô tô, linh kiện và vật liệu công nghiệp, hàng tiêu dùng và hàng nông sản; trong khi các mặt hàng nhập khẩu chính gồm: dầu thô và các sản phẩm dầu tinh chế, máy móc, ô tô, hàng tiêu dùng, vật liệu công nghiệp, thực phẩm, đồ uống.

Từ khi thành lập nước (1776), nền kinh tế Mỹ trải qua nhiều giai đoạn. Lúc đầu phát triển nông nghiệp đến giữa thế kỷ 19 (1840-1850) với khoảng 57% GDP là từ nông nghiệp. Tiếp đó là giai đoạn phát triển công nghiệp. Năm 1900, GDP của Hoa Kỳ bằng cả Anh và Đức cộng lại. Năm 1929, Hoa Kỳ gặp khó khăn và khủng hoảng. Cũng ở thời kỳ này, Hoa Kỳ thông qua nhiều đạo luật về quan hệ quốc tế. Sau Chiến tranh thế giới thứ hai (1939-1945), với tiềm lực kinh tế rất mạnh, Hoa Kỳ đã khống chế thế giới. Trong thời kỳ chiến tranh Việt Nam, Hoa Kỳ gặp nhiều khó khăn với 5 đời tổng thống. Nhưng sau chiến tranh Việt Nam, nền kinh tế Hoa Kỳ vẫn chiếm vị trí số 1 thế giới cùng với sự hình thành ba trung tâm kinh tế lớn của thế giới (Mỹ, Tây Âu và Nhật Bản). Sự kiện khủng bố ngày 11/9/2001 tại Trung tâm thương mại lớn nhất thế giới tại New York khiến hàng

loạt công ty Hoa Kỳ bị phá sản, thiệt hại lớn nhất về hàng không, bảo hiểm, du lịch. Sản xuất công nghiệp giảm sút xuống mức thấp nhất trong vòng 18 năm trước đó. Nhưng từ 2002, Hoa Kỳ từng bước phục hồi và vẫn nắm vị trí kinh tế số 1 thế giới.

Có thể đánh giá chung nhất về thị trường Hoa Kỳ như sau:

- Hoa Kỳ là nước đứng đầu thế giới về khoa học kỹ thuật, công nghệ

Hoa Kỳ có tới 1.200 cơ sở đào tạo trình độ đại học, trong đó có 890 trường đại học lớn với 35 trường nổi tiếng nhất thế giới. Hoa Kỳ chiếm 1/3 số lượng phát minh sáng chế thế giới. Nhiều nhà khoa học các ngành nhận giải thưởng Nobel.

Hoa Kỳ là nước đi đầu trong áp dụng khoa học kỹ thuật trong lĩnh vực thương mại và kinh tế với những công trình lớn về nghiên cứu ngành, ứng dụng trong thực tiễn như điện tử, máy tính, phần mềm, thương mại điện tử. Các ngành khoa học hiện đại hàng đầu thế giới như điện tử, nguyên tử, công nghệ tự động hoá, công nghệ sinh học gen, vật liệu mới, cơ khí, hoá chất ... đều được phát triển ở Hoa Kỳ, tạo thành thị trường công nghệ nguồn hiện đại. Hoa Kỳ có các nhà máy điện nguyên tử đầu tiên thế giới.

- Hoa Kỳ là nước có nền kinh tế lớn nhất thế giới với chính sách tự do hoá thương mại trong quan hệ kinh tế với các nước

Hoa Kỳ là siêu cường của thế giới, nhất là từ khi chế độ XHCN ở Liên Xô, Đông Âu sụp đổ. Do tiềm lực kinh tế lớn nên Hoa Kỳ khống chế thế giới, là nước đi đầu trong các xu hướng phát triển và hợp tác trên thế giới. Hoa Kỳ là nước sáng lập và chi phối hoạt động của các tổ chức quốc tế như Liên hợp quốc (UN), Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu á - Thái Bình Dương. Năm 2004, GDP của Hoa Kỳ đạt trên 11.667,5 tỉ USD (chiếm 28,5% GDP toàn cầu); kim ngạch xuất khẩu đạt 819 tỉ USD (chiếm 9,1% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu), kim ngạch nhập khẩu đạt 1.526 tỉ USD (chiếm 15% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn cầu). Từ sau năm 2003, GNP/GDP của Hoa Kỳ đã vượt 100% (năm 2003 chiếm 100,6%, năm 2004 chiếm 104,1% và năm 2005 ước đạt trên 105%). Hoa Kỳ là nước có tổng dự trữ quốc tế ở mức cao nhất thế giới và tăng liên tục, từ 67,5 tỉ USD năm 2000 lên 86,9 tỉ USD năm 2004.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu cơ bản của nền kinh tế Hoa Kỳ

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
GDP (tỷ USD)	9.817	9.890	10.074	10.381	11.667		
Tăng trưởng GDP (%)	3,7	0,52	2,21	3,1	4,4		
GDP/đầu người (USD)	34.599	35.203	36.165	37.648	39.752		
Xuất khẩu (tỷ USD)	781	729	693	725	819		
Nhập khẩu (tỷ USD)	1.259	1.179	1.200	1.303	1.526		

Nguồn: Niên giám Thống kê Việt Nam 2007

Suốt thời gian dài (1947-1995), Hoa Kỳ tiến hành các hội nghị GATT (General Agreement on Tariffs and Trade - Hiệp định chung về thuế quan và mậu dịch - Tiền thân của Tổ chức thương mại thế giới - WTO), chi phối hội nghị cho tới khi có được cam kết của 123 nước thành viên WTO. Kết quả đó là những ý đồ về tự do hoá thương mại quốc tế theo quan điểm của Hoa Kỳ được đưa vào thể chế của WTO, là cách tốt nhất giải quyết khó khăn cho Hoa Kỳ. Hội nghị các bộ trưởng ngoại giao các nước thành viên WTO đã nhất trí thông qua nghị quyết của WTO, bắt buộc các nước thành viên phải thực hiện. Sở dĩ Hoa Kỳ đưa ra và kiên trì với quan điểm tự do hoá thương mại quốc tế là vì các chuyên gia kinh tế Hoa Kỳ tính toán khi thực hiện nghị quyết này, Hoa Kỳ sẽ tăng thêm nguồn lợi thu được từ hoạt động xuất nhập khẩu hàng năm tới hàng tỉ USD và trong tương lai sẽ tăng thêm nữa. Chính vì vậy, Hoa Kỳ đẩy mạnh việc ký kết hiệp định theo hướng tự do hoá thương mại, tích cực tham gia và đẩy mạnh hoạt động của các khối APEC và NAFTA, tăng cường quan hệ với các nước, nhất là Nhật Bản, Liên minh Châu Âu, Trung Quốc, ASEAN.

Trong cơ cấu kinh tế của Hoa Kỳ, hiện nay, có tới 80% GDP được tạo ra từ các ngành dịch vụ, trong khi đó công nghiệp chỉ chiếm 18% và nông nghiệp chỉ đóng góp 2%. Tỷ trọng dịch vụ trong GDP của Hoa Kỳ còn tiếp tục tăng trong các năm tới.

Hoa Kỳ rất mạnh và đóng vai trò chi phối thế giới trong các lĩnh vực tài chính tiền tệ, thương mại điện tử, thông tin, tin học, bưu điện, du lịch, vận tải hàng không, vận tải biển, y tế, giáo dục, điện ảnh, tư vấn ... Trong lĩnh vực tài

chính tiền tệ, hiện nay, Hoa Kỳ chiếm khoảng 50% tổng lưu lượng thanh toán và đầu tư quốc tế thực hiện bằng đồng đô la. Mỗi năm Hoa Kỳ xuất khẩu khoảng trên 300 tỷ USD dịch vụ.

Các ngành công nghiệp chính của Hoa Kỳ bao gồm: dầu lửa, sắt thép, ô tô, hàng không, viễn thông, hoá chất, điện tử, chế biến thực phẩm, hàng tiêu dùng, khai thác gỗ, khai khoáng. Các ngành chế tạo hàng không, điện tử, tin học, nguyên tử, vũ trụ, hoá chất là những ngành công nghiệp mũi nhọn của Hoa Kỳ. Các sản phẩm nông nghiệp chính của Hoa Kỳ gồm lúa mỳ, các loại ngũ cốc khác, ngô, hoa quả, bông, thịt bò, thịt lợn, gia cầm, sản phẩm sữa, lâm sản, cá.

2. Thực trạng quan hệ thương mại Hoa Kỳ - Việt Nam

2.1. Nhập khẩu của Hoa Kỳ từ Việt Nam

Kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam của Hoa Kỳ đã có bước phát triển nhanh kể từ khi Việt Nam và Hoa Kỳ bình thường hoá quan hệ vào năm 1995. Đặc biệt, kể từ khi Hiệp định thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ có hiệu lực thực thi vào tháng 11/2001, nhập khẩu từ Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ đã tăng kỷ lục. Năm 2001 kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam mới đạt 1.065 triệu USD thì đến năm 2004 con số này đã lên đến 4.992 triệu USD, tăng gấp gần 5 lần chỉ trong thời gian 3 năm và chiếm khoảng 15% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời kỳ nghiên cứu. Đặc biệt với kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ đạt gần 6 tỉ USD năm 2005 càng khẳng định vị trí Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu số một của Việt Nam. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam còn chiếm tỉ lệ rất nhỏ trong tổng nhập khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ - thị trường nhập khẩu hàng hoá lớn nhất thế giới.

Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Việt Nam vào Hoa Kỳ là dệt may, thủy sản, giày dép, dầu thô, sản phẩm gỗ, điều nhân, cà phê, thủ công mỹ nghệ, máy vi tính và linh kiện, đồ nhựa, cao su, rau quả ... Các mặt hàng này đều đạt tốc độ tăng trưởng cao. Hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt được tốc độ tăng trưởng ngoạn mục: năm 2002 tăng gấp hơn 20 lần so với năm 2001, năm 2003 tiếp tục tăng gấp hơn 2 lần so với 2002 và năm 2004 tăng gấp 1,25 lần so với 2003, bình quân thời kỳ 2001-2004 mỗi năm tăng 3,75 lần, năm 2005 đạt 2,6 tỉ USD. Nguyên nhân chính dẫn đến kết quả này là do Việt Nam được hưởng

mức thuế quan MFN từ việc thực thi BTA với Hoa Kỳ trong khi nhu cầu của thị trường này đối với sản phẩm dệt may rất lớn. Tất nhiên, kết quả này cũng là nguyên nhân dẫn đến việc Hoa Kỳ áp dụng hạn ngạch đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam. Đối với hàng thủy sản, sau khi tăng nóng vào thị trường Hoa Kỳ trong các năm 2001 - 2003 đã sụt giảm mạnh năm 2004 (giảm 22,4% so với 2003), năm 2005 đạt 631 triệu USD. Nguyên nhân chính dẫn đến việc giảm sút nhập khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2004 là do tác động của vụ kiện bán phá giá tôm của Liên minh tôm miền Nam Hoa Kỳ. Sản phẩm gỗ của Việt Nam nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ đạt kỉ lục trong năm 2005, gấp 5 lần 2003 và gấp gần 2 lần năm 2004 nhờ đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại.

Bảng 2: Một số sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam của Hoa Kỳ

Đơn vị: triệu USD

	2001	2002	2003	2004	2005
KNXK	1.065	2.421	3.938	4.992	5.930
1. Hàng dệt may	47	975	1.973	2.474	2.602
2. Thủy sản	482	673	775	599,0	631,5
3. Giày dép các loại	114	196	282	415,5	611
4. Dầu thô	225	147	213	364,9	471
5. Cà phê	60	39	73	88,7	97,5
6. Cao su	2	10	11	16,9	24,8
7. Chè	0,8	2	1	1,6	1,1
8. Dây điện và cáp điện	0,01	0,1	0,6	2,7	3,4
9. Đồ chơi trẻ em	0,2	1,2	4,6	9,1	12,3
10. Rau quả	1,9	6	8	14,9	13,2
11. Thủ công mỹ nghệ	19	33	44	53,2	22,1
12. Điều nhân	44	71	100	177,8	156,9
13. Hạt tiêu	5	16	16	27	29
14. Máy vi tính và linh kiện	0,1	5,3	47	46,9	118
15. Mì gói	0,9	0,5	0,8	3,1	2,9
16. Đồ gỗ	16	44	115	318	566,9
17. Đồ nhựa	1,4	4,6	8	24,8	47

Nguồn: Niên giám thống kê hải quan và Cục CNTT&TK Hải quan

Theo số liệu của Bộ Thương mại Việt Nam, thị phần của một số mặt hàng nhập khẩu từ Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ như sau: Năm 2004, cà phê Việt Nam chiếm thị phần 10% tại Hoa Kỳ, cao su chiếm 1,52%, chè chiếm 2,5%, điều nhân chiếm 18,4%, hồ tiêu chiếm 17,2%, rau quả chiếm 0,09% (2003), đồ gỗ chiếm 1,1%, thủy sản chiếm 5,35%, may mặc chiếm trên 2% ...

2.2. Xuất khẩu của Hoa Kỳ vào Việt Nam

Trong 5 năm thực hiện BTA, xuất khẩu của Hoa Kỳ vào Việt Nam tăng trưởng khoảng 140%. Đặc biệt năm 2003, Mỹ đã xuất khẩu vào Việt Nam với giá trị kim ngạch cao nhất khoảng gần 1,4 tỷ USD (số liệu của USICT), tăng 128,3% so với năm 2002 (chủ yếu là máy bay Boeing 777). Cỏ năm tiếp theo tăng trưởng xuất khẩu của Hoa Kỳ vào Việt Nam lần lượt giảm xuống, năm 2004 giảm 12,2% so với năm 2003, năm 2005 giảm 2,4% so với năm 2004; và 2006 giảm 7,7% so với năm 2005. Nếu khụng tónh mức tăng trưởng đột biến do xuất khẩu máy bay (2003), tónh chung 5 năm thực hiện BTA, xuất khẩu của Hoa Kỳ vào Việt Nam tăng trung bình 20%/năm, gồm cỏ thiết bị vận tải, máy móc, thực phẩm và một số sản phẩm sơ chế khác.

Bảng 4: Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ 1995-2006

Năm	Kim ngạch nhập khẩu (1000 USD)	Tăng trưởng (%)
1995	252.869	
1996	616.047	143,6
1997	277.787	-54,9
1998	274.217	-1,3
1999	290.659	6,0
2000	367.715	26,5
2001	460.892	25,3
2002	580.154	25,9
2003	1.324.441	128,3
2004	1.103.447	-12,2
2005	1.191.757	2,4
2006	1.100.212	7,7

Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ.

Giá trị xuất khẩu của Hoa Kỳ sang Việt Nam liên tục tăng, đặc biệt trong năm 2003. Mức tăng này là do Việt Nam mua nhập một số mặt hàng có giá trị

lớn, đó là máy bay Boeing, sản phẩm chế tác và trong số sản phẩm công nghiệp chế tác thì chủ yếu là thiết bị và máy móc vận tải.

Bảng 5: Cơ cấu sản phẩm Hoa Kỳ xuất khẩu sang Việt Nam

Đơn vị: Triệu USD

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 (ước)
Tổng giá trị xuất khẩu	367,72	460,89	580,5	1.324,44	1.163,45	1.191,76	1.151,85
Sản phẩm sơ chế	68,48	106,32	120,8	141,80	223,37	283,63	259,10
Thực phẩm	37,35	49,33	49,33	48,28	82,05	126,29	93,56
Sợi dệt	16,03	30,29	30,21	39,66	73,50	54,23	56,68
Sản phẩm thô khác	15,10	26,71	40,54	53,86	67,82	103,11	108,86
Sản phẩm chế tác	299,24	354,57	460,07	1.182,64	940,08	908,12	917,62
Phân bón	29,43	19,43	26,00	24,23	0,90	13,14	0,43
Chất dẻo và sản phẩm	16,45	19,86	25,13	35,23	54,55	80,03	74,45
Giấy	7,61	17,60	16,78	21,13	23,38	17,19	15,50
Máy móc	141,78	126,93	180,04	182,28	203,37	196,73	123,47
Thiết bị vận tải	7,65	60,44	91,27	739,26	414,50	388,26	455,87
Giày dép	27,46	19,28	17,80	22,63	24,35	31,11	44,03
Thiết bị phục vụ nghiên cứu	10,77	16,8	15,44	32,76	28,15	40,73	46,81
Sản phẩm chế tác khác	58,08	74,5	87,62	125,11	190,88	140,94	157,07

*Nguồn: Cơ sở dữ liệu thương mại từ Web của Ủy ban thương mại quốc tế Hoa Kỳ
(online: www.usitc.gov)*

Nhìn tổng thể bức tranh thương mại 2 chiều Việt - Mỹ nêu trên cho thấy, BTA đã tạo ra động lực mạnh cho Việt Nam tăng nhanh xuất khẩu sang Hoa Kỳ hơn nhiều lần mức tăng xuất khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam. Điều này đã làm

tăng nhanh chóng thặng dư thương mại của Việt Nam với Hoa Kỳ. Theo USICT, giá trị thặng dư thương mại của Việt Nam với Hoa Kỳ đã tăng từ 600 triệu USD năm 2001 lên tới 7,5 tỷ USD vào năm 2006 (số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam tương ứng là 650 triệu USD và 6,8 tỷ USD).

3. Đánh giá tác động của quan hệ thương mại Hoa Kỳ – Việt Nam.

Có thể khẳng định rằng, Hoa Kỳ là nền kinh tế lớn và việc mở rộng quan hệ với Hoa Kỳ sẽ tạo ra bước tăng trưởng nhảy vọt về xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ với tốc độ lớn hơn hàng nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam. Như phần thực trạng đã cho thấy, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng cực kỳ nhanh cùng với việc tiếp cận thị trường Hoa Kỳ được cải thiện và hiện nay, Hoa Kỳ đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Về phía Việt Nam, lại không yêu cầu phải giảm đáng kể thuế nhập khẩu hàng từ Hoa Kỳ, do đó, không có lý do để lo lắng nhiều về việc hàng nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam sẽ có mức tăng trưởng nhanh chóng gần như tình trạng tăng nhập khẩu hàng Việt Nam vào Hoa Kỳ.

Tác động rõ nhất kể từ khi Việt Nam và Hoa Kỳ bình thường hoá quan hệ năm 1995, đặc biệt là khi Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ được ký kết năm 2001 trong lĩnh vực thương mại là hoạt động buôn bán giữa hai nước đã vượt qua bất cứ sự mong đợi và dự báo nào. Ngay trong năm đầu tiên Hiệp định thương mại được thực hiện, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng 128%, trong đó ngành chế tạo tăng 500% và xuất khẩu quần áo may sẵn tăng gần 18 lần, đưa mặt hàng này trở thành mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Trong giai đoạn 2001-2005, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt tốc độ tương đối cao (khoảng 20%/năm), cao hơn mức tăng trưởng xuất khẩu chung của nền kinh tế. Điều quan trọng hơn cả là bản thân sự mở rộng xuất khẩu là tốc độ tăng trưởng thương mại đầy ấn tượng này đã làm cho các doanh nghiệp Việt Nam tự tin hơn về khả năng cạnh tranh thành công trên thị trường quốc tế và tận dụng được những cơ hội mà những quan hệ thương mại với các nước trên thế giới có thể mang lại. Tác động củng cố niềm tin này rất quan trọng đối với quá trình đổi mới đang diễn ra ở Việt Nam, đặc biệt trong thời điểm khi mà Việt Nam đã là thành viên của WTO và đang thực hiện những bước tiến mạnh mẽ hơn theo hướng hội nhập sâu rộng hơn vào nền kinh tế thế giới cũng như thực thi các cam

kết khác rộng lớn hơn. Tăng trưởng xuất khẩu không chỉ là động lực cho tăng trưởng kinh tế mà còn tác động sâu sắc đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế và đổi mới cơ chế quản lý kinh tế theo hướng thị trường.

Thị trường Mỹ có vai trò quan trọng đối với hàng hoá Việt Nam, song tác động chung của xuất khẩu Việt Nam tới thị trường Mỹ là không đáng kể. Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ mới chỉ chiếm 0,4% tổng giá trị nhập khẩu của Mỹ. Thặng dư thương mại lớn của Việt Nam cũng mới chỉ chiếm 0,7% tổng thâm hụt thương mại của Mỹ. Thế nhưng, mới trong 5 năm đầu thực hiện BTA, Mỹ đã áp đặt hạn ngạch với hàng dệt may và có những vụ kiện chống bán phá giá đối với cá phi lê và tôm đông lạnh của Việt Nam khiến các nhà xuất khẩu Việt Nam gặp không ít khó khăn, thiệt hại. Xuất siêu cao nhưng giá trị gia tăng thực chất được hưởng lợi còn thấp, đồng thời lại phải đối mặt với những rào cản kỹ thuật... cho thấy, phát triển xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ còn thiếu bền vững rất đáng phải suy ngẫm về tầm nhìn chiến lược đối với thị trường này cũng như chiến lược phát triển sản xuất hàng hoá xuất khẩu ở trong nước. Vì một khi Hoa Kỳ áp dụng một số biện pháp bảo vệ nào đó đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam thì sẽ ảnh hưởng rất lớn đối với nhà sản xuất trong nước và trong trường hợp xấu, cũng có thể gây nên sự đảo chiều trong tăng trưởng xuất khẩu.

Tài liệu tham khảo

1- GS, TS Hoàng Ngọc Hòa, Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN, Nxb CTQG, H.2007.

2- <http://www.thongtinthuongmaivietnam.com.vn>

3- <http://www.ncseif.gov.vn>

4- <http://www.vnespress.com>

CHUYÊN ĐỀ 12: **ĐẦU TƯ VÀ CHUYỂN GIAO CÔNG NGHỆ CỦA HOA KỲ VÀO** **VIỆT NAM THỜI KỲ 2000 - 2007**

Ths. Ngô Tuấn Nghĩa

1. Thực trạng đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam từ 2000 đến nay

** Nhà đầu tư Mỹ ngày càng quan tâm đến Việt Nam*

Là một trong những lĩnh vực hợp tác thành công trong quan hệ Việt-Mỹ, đầu tư của Mỹ vào Việt Nam trong thời gian gần đây đã liên tục gia tăng nhanh và mối quan tâm của các doanh nghiệp Mỹ dành cho Việt Nam cũng ngày càng lớn.

Điểm đáng chú ý là sau khi Tập đoàn Intel của Hoa Kỳ đầu tư một dự án 605 triệu USD vào Việt Nam đầu năm 2006, các nhà đầu tư Hoa Kỳ đặc biệt quan tâm tới Việt Nam. Chuyến thăm Việt Nam đầu tiên của ông chủ Tập đoàn Microsoft-Bill Gate là thông điệp cho thấy các nhà đầu tư Hoa Kỳ đã chú ý tới Việt Nam.

Theo thống kê từ Cục đầu tư Nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), nếu như trong giai đoạn 1988-2004, đầu tư của Mỹ vào Việt Nam mới đạt khoảng 1,3 tỷ USD, đứng thứ 11 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam, thì đến nay, các nhà đầu tư Mỹ đã vươn lên vị trí thứ 8, với tổng số vốn 4,3 tỷ USD (tính cả số dự án đầu tư từ nước thứ ba). Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ chính thức có hiệu lực ngày 10 tháng 12 năm 2001 đã đưa quan hệ hợp tác thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ lên một bước mới. Khi Hiệp định có hiệu lực, Hoa Kỳ áp dụng quy chế Tối huệ quốc (MFN) đối với Việt Nam. Sau khi được hưởng quy chế này, thuế suất cho hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giảm trung bình từ 40% xuống còn 4%. Điều này cũng có nghĩa là Hiệp định đã mở cửa thị trường không lộ Hoa Kỳ cho các nhà xuất khẩu Việt Nam trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng với các nước khác. Ngoài ra, theo Hiệp định thương mại, Việt Nam cam kết thực hiện theo lộ trình trong vòng 10 năm các thay đổi về luật pháp, chính sách, quy định và cải cách hành chính, chủ yếu theo các tiêu chuẩn của Tổ chức Thương mại Thế giới WTO và các thông lệ quốc tế. Các cam kết toàn diện trong Hiệp định thương mại của hai quốc gia sẽ không chỉ thúc đẩy thương mại hai chiều giữa hai nước mà còn

tăng thêm tính hấp dẫn của môi trường đầu tư tại Việt Nam đối với các nhà đầu tư Hoa Kỳ. Trên thực tế sau hơn 4 năm thực thi Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ, cho tới nay (30/6/2006) tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam (kể cả qua nước thứ 3) mới chỉ là 4,042 tỷ USD. Khoản đầu tư này còn quá nhỏ, chỉ chiếm gần 0,72% tổng đầu tư của Hoa Kỳ vào Đông Nam Á. Nguyên nhân chủ yếu của hiện tượng này xuất phát từ quy mô thị trường của Việt Nam còn nhỏ, chưa đáp ứng được đòi hỏi của các nhà đầu tư Hoa Kỳ. Các nhà đầu tư còn chờ thị trường Việt Nam mở cửa khu vực dịch vụ và một số lĩnh vực khác theo lộ trình gia nhập WTO, đặc biệt là trong lĩnh vực tài chính - tiền tệ và ngân hàng. Mặt khác môi trường kinh doanh ở Việt Nam là điều khiến các nhà đầu tư Hoa Kỳ còn ngần ngại, bởi họ rất quan tâm đến các chính sách đầu tư của Việt Nam có minh bạch và nhất quán hay không. Tuy nhiên, cho dù vì lý do gì đi nữa thì thực tế đầu tư thấp của Hoa Kỳ ở Việt Nam cũng khiến cho cả hai nước đều chịu thiệt thòi, bởi Hoa Kỳ là nước có công nghệ nguồn, có tiềm lực tài chính mạnh, có nhiều tập đoàn kinh tế xuyên quốc gia hàng đầu thế giới. Các dự án đầu tư của họ thường lớn gấp nhiều lần so với các đối tác từ các nước khác và thường tập trung vào mảng công nghệ cao - là lĩnh vực mà nước ta đang có nhu cầu lớn. Bảng số liệu thống kê về đầu tư của Hoa Kỳ trước và sau khi có Hiệp định thương mại đã phần nào phản ánh tác động của Hiệp định thương mại tới đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam. (Xem Bảng 1).

Bảng 1: FDI đăng ký của Hoa Kỳ vào Việt Nam

Năm	FDI đăng ký vào Việt Nam (Triệu USD)	FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam Kể cả qua nước thứ 3				FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam Không kể qua nước thứ 3			
		Số lượng Dự án	Vốn đăng ký ban đầu (Triệu USD)	Vốn đăng ký hiện nay (Triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng vốn đăng ký (%)	Số lượng Dự án	Vốn đăng ký ban đầu (Triệu USD)	Vốn đăng ký hiện nay (Triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng vốn đăng ký (%)
A	B	C	D	E	F=E/B	G	H	I	K=I/B
88-98	41229	142	1807	2425		97	1141	1322	
1999	2282	21	143	139,2	6,1	18	100	96	4,2
2000	2629	21	115	120,3	4,6	16	81	86	3,3
2001	3226	29	160	215,7	6,7	28	120	151	4,7
Trung bình (99-2001)	2712	24	139	158	6	21	100	111	4,1
2002	2739	45	426	612,4	22,4	40	164	217	7,9
2003	3112	33	72	104,1	3,3	27	58	90	2,9
2004	4222	35	129	137,9	3,3	31	69	78	1,8
2005	6840	66	307	307,0	4,5	61	262	263	3,8
1-6/2006	2467	26	1051	1050,9	42,6	24	41	444	18,0
Trung bình (2002-6/06)	3876	41	397	442,46	15,2	36,6	118,8	218,4	6,9
Tổng	68746	418	4210	2425	7,4	342	2036	2747	4,0

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này bao gồm cả các dự án đã giải thể và hết hạn.

Nhìn vào Bảng 1. ta thấy, trung bình 3 năm trước HĐTM (1999-2001), mỗi năm lượng vốn FDI đăng ký hiện thời của Hoa Kỳ không kể qua nước thứ 3 là 111 triệu USD/năm. Sau HĐTM (2002-6/2006) con số này đã tăng lên 2 lần, lên 218 triệu USD. Vốn đầu tư đăng ký của Hoa Kỳ thông qua nước thứ 3 còn tăng cao hơn, tăng gần 3 lần, từ 158 triệu USD/năm trong 3 năm trước HĐTM lên 442,6 triệu USD sau HĐTM. Có thể thấy đầu tư của Hoa Kỳ tăng đáng kể sau khi Hiệp định có hiệu lực, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam tăng mạnh đặc biệt từ năm 2003 và đến nay. Trong khoảng thời gian trước khi Hiệp định có hiệu lực (từ năm 1996 - 2001), vốn thực hiện của Hoa Kỳ là rất nhỏ. Nhưng từ năm 2001 đến nay, đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ bắt đầu tăng nhanh. (Xem Bảng 2).

Cục đầu tư nước ngoài cho biết, tính đến 17/5/2007 Hoa Kỳ có 325 dự án còn hiệu lực tại Việt Nam với tổng số vốn 2,3 tỷ USD (thực hiện khoảng 717,8

triệu USD). Trong đó, 210 dự án với tổng số vốn 1,090 tỷ USD vào lĩnh vực công nghiệp; 85 dự án với tổng số vốn 1,069 tỷ USD vào lĩnh vực dịch vụ. Số còn lại đầu tư vào lĩnh vực nông, lâm, ngư nghiệp. Ngoài ra Hoa Kỳ còn đầu tư vào Việt Nam qua nước thứ ba 74 dự án với tổng số vốn đầu tư khoảng 2,4 tỷ USD. Tính chung Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam gần 400 dự án, với tổng vốn đầu tư khoảng 4,7 tỷ USD, đứng thứ 6/77 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp vào Việt Nam.

Tuy nhiên, con số này chưa phản ánh mong muốn của các nhà đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam. Đầu tháng 5/2007 một Đoàn doanh nhân lớn của Hoa Kỳ đại diện của 18 DN hàng đầu trong các lĩnh vực công nghệ thông tin, dầu khí, hàng không với các tên tuổi nổi tiếng như: Boeing, Chevron, Exxon Mobil, IBM, Time Warner Abbot, Ford Motor, General Electric... đã sang Việt Nam và đã có các cuộc gặp với Thủ tướng và lãnh đạo các bộ ngành nhân “Diễn đàn – một tương lai tươi sáng cho các Doanh nghiệp Mỹ” và đầu tháng 6 vừa qua lại có một Đoàn DN khác của Mỹ gồm 20 DN đến tìm kiếm cơ hội đầu tư tại Việt Nam.

Được biết từ nay đến cuối năm còn một số dự án sẽ được trao giấy phép đầu tư, như dự án nhà máy nhiệt điện Mông Dương công suất 1200 MW do Tập đoàn AES liên doanh với tập đoàn than khoáng sản Việt Nam với số vốn đầu tư 1,463 tỷ USD.

Nếu so với nhiều đối tác đầu tư khác thì tình hình góp vốn của Hoa Kỳ, tình hình thực hiện vốn đã đăng ký và tình hình thực hiện vốn pháp định đã đăng ký của Hoa Kỳ đã có bước thay đổi đáng kể. So với năm 2002, Hoa Kỳ chỉ đứng thứ 9 trong tổng vốn đầu tư thực hiện của nước ngoài vào Việt Nam, đến năm 2004, đầu tư của Hoa Kỳ đã ở vị trí dẫn đầu. Điều này chứng tỏ đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đã tăng trưởng mạnh lên rất nhiều kể từ khi Hiệp định thương mại có hiệu lực so với đầu tư của các nước khác.

Bảng 2: FDI thực hiện của Hoa Kỳ trước và sau Hiệp định Thương mại

Năm	Tổng vốn FDI thực hiện vào Việt Nam (Triệu USD)	Vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ ba (Triệu USD)	Vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ không kể qua nước thứ ba (Triệu USD)	Tỷ trọng vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ (%)
A	B	C	D	E=C/B
1996	2.923	220	75	7,5
1997	3.218	266	133	8,3
1998	2.375	271	89	11,4
1999	2.537	274	53	10,8
2000	2.420	196	62	8,1
2001	2.450	258	93	10,5
Trung bình (1996-2001)	2.654	248	84	9,3
2002	2.591	169	61	6,5
2003	2.650	449	136	16,9
2004	2.850	531	162	18,6
2005 và 6 tháng 2006	5.035	1.007	261	20,0
Trung bình (2002-2006)	2.994	479	109	16,4
Tổng	29.049	3.641	991	12,5

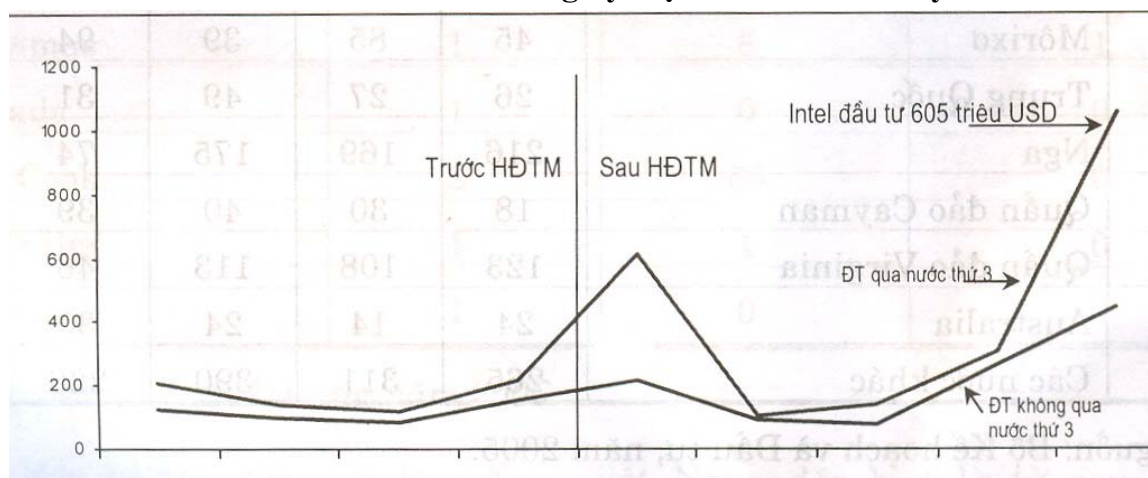
Nguồn : Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này bao gồm cả các dự án đã hết hạn và giải thể.

Số liệu thống kê cho thấy, vốn của nhà đầu tư Mỹ vào Việt Nam qua nước thứ 3 với 74 dự án có tổng vốn đầu tư khoảng 2,4 tỷ USD. Như vậy, nếu tính cả đầu tư qua nước thứ 3 thì Hoa Kỳ đã đầu tư vào Việt Nam 396 dự án với tổng vốn đầu tư trên 4,7 tỷ USD, đứng thứ 6/77 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp vào Việt Nam.

Đây là một đặc trưng đáng chú ý, vì trong năm 2006, thông qua Hồng Kông, Tập đoàn Intel Hoa Kỳ đã đầu tư vào Việt Nam dự án Công ty TNHH Intel Products, có tổng vốn đầu tư trên 1 tỷ USD để tham gia dây chuyền sản xuất các sản phẩm chip mang nhãn hiệu Intel. Đây là dự án công nghệ cao, tạo động lực mạnh mẽ để các nhà đầu tư Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam trong thời gian tới. Chính vì vậy mà trong các bản tổng kết BTA những năm gần đây, không ít lần

các chuyên gia Dự án Hỗ trợ thực thi BTA đã nhắc đến khả năng: nếu tính cả nguồn vốn đầu tư qua nước thứ 3 thì Mỹ sẽ là nhà đầu tư dẫn đầu tại Việt Nam.

Hình 1: Vốn FDI đăng ký hiện thời của Hoa Kỳ



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	1-6/2006
Không qua nước thứ ba	127	96	86	151	217	90	78	263	444
Qua nước thứ ba	208	139	120	216	612	104	138	307	1051

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu này bao gồm cả các dự án giải thể và hết hạn.

Hiện tại, rất nhiều công ty, tập đoàn lớn của Mỹ đã có mặt tại Việt Nam, Starwood Hotels & Resorts, Citigroup và American Group, New York & Company, Alfonso DeMatteis, Dickerson Knight Group, AIA... Tất cả đã khẳng định được chỗ đứng của mình tại thị trường Việt Nam, và là những bằng chứng thuyết phục để thu hút thêm các nhà đầu tư Mỹ đến Việt Nam.

Bảng 3: Vốn đầu tư thực hiện của nước ngoài vào Việt Nam (không kể đầu tư qua nước thứ 3)

STT	Các nước và lãnh thổ	2000	2001	2002	2003	2004
1	Hoa Kỳ	196	258	169	449	531
2	Hà Lan	79	339	403	350	483
3	Hàn Quốc	142	125	154	203	421
4	Nhật Bản	454	367	422	515	350
5	Singapo	294	235	221	300	328
6	Đài Loan	361	269	208	298	235
7	Pháp	76	137	109	169	152
8	Hồng Kông	195	87	118	76	145
9	Thái Lan	35	54	77	67	76
10	Môrixơ	45	85	39	94	62
11	Trung Quốc	26	27	49	31	51
12	Nga	216	169	175	74	46
13	Quần đảo Cayman	18	30	40	39	46
14	Quần đảo Virginia	123	108	113	46	45
15	Australia	24	14	24	30	41
16	Các nước khác	265	311	390	226	206

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2005

Bảng 4: Nước thứ 3 từ đó các công ty con của Hoa Kỳ vào Việt Nam

STT	Nước	Số dự án	Vốn đăng ký	Vốn thực hiện
1	Mauritius	1	65	801
2	Singapo	19	788	739
3	Hà Lan	6	229	686
4	Miến Điện	4	107	140
5	Hồng Kông	11	750	126
6	Đảo Cayman	2	58	46
7	Hàn Quốc	1	22	32
8	British Virgin Islands	12	123	25
9	Anh	2	31	20
10	Ukraina	1	16	12
11	Saint Kitts & Nevis	1	40	12
12	Đài Loan	5	13	8
13	Thái Lan	1	0	1
14	Thụy Sĩ	2	60	1
15	Bahamas	1	8	1
16	Canada	1	0	0
17	Đảo Cook	2	55	0
18	Australia	1	1	0
19	Nhật Bản	1	0	0

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006.

Trong tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam thì vốn đầu tư qua nước thứ 3 chiếm tỷ trọng lớn. Qua Bảng 4, ta có thể thấy chi nhánh của các công ty Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam từ các nước thứ 3 thường là những nước có chế độ thuế thông thoáng và các nước được các công ty đa quốc gia đặt trụ sở trung tâm trong khu vực như Singapo, Hồng Kông. Sở dĩ có nhiều các công ty của Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam thông qua nước thứ 3 là do chính sách thuế của Hoa Kỳ khuyến khích các công ty đa quốc gia tái đầu tư lợi nhuận thu được ở nước ngoài. Mặt khác, việc quản lý hoạt động đầu tư ở Việt Nam bởi các trung tâm khu vực sẽ thuận tiện hơn so với việc quản lý từ trụ sở chính tại Hoa Kỳ, đặc biệt khi dự án đầu tư này là nhỏ.

Về FDI của Hoa Kỳ tại Việt Nam, tính đến thời điểm hiện tại (không kể đầu tư qua nước thứ 3), Hoa Kỳ có 289 dự án đầu tư trực tiếp còn hiệu lực tại Việt Nam, với tổng vốn đăng ký trên 2 tỷ USD, đứng thứ 9 trong tổng số 74 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư tại Việt Nam, vốn thực hiện đạt khoảng 777 triệu USD. Riêng 8 tháng đầu năm 2006, đã có 25 dự án đầu tư mới được cấp phép đầu tư, với tổng vốn đăng ký 444,2 triệu USD, đứng thứ 3 trong tổng số 33 nước, vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam.

Đầu tháng 5/2006 Công ty THHH Jabil Việt Nam-đơn vị thành viên trong mạng lưới sản xuất toàn cầu của tập đoàn Jabil Circuit đã nhận được giấy phép đầu tư thuộc lĩnh vực vi điện tử, công nghệ thông tin-viễn thông vào Khu công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh, với tổng vốn 100 triệu USD. Tập đoàn máy tính IBM mới đây cũng đã quyết định xây dựng trung tâm dịch vụ toàn cầu trong khuôn viên của Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Các doanh nghiệp Mỹ cũng rất quan tâm đến hoạt động kinh doanh tài chính, ngân hàng, du lịch và hàng không tại Việt Nam.

Qua số liệu Bảng 2 ta thấy vốn đầu tư trực tiếp thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ 3 tăng trưởng cao và đều sau HĐTM, tăng 6,5% năm 2002 lên 20% trong năm 2005 và nửa đầu năm 2006. Tỷ trọng vốn đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ 3 tăng từ 9,3%/năm trước HĐTM lên 16,4% sau HĐTM. Trong khi đó vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ không kể qua nước thứ 3 giảm trong năm 2004 và tăng trong năm 2004 và đầu năm 2006. Và đặc biệt trong 6 tháng đầu năm 2006, vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam thông qua nước thứ 3

tăng một cách đột biến, đó là do khoản đầu tư với số vốn 605 triệu USD của Intel vào Việt Nam để xây dựng nhà máy sản xuất vi mạch tại TP Hồ Chí Minh. Dự án này được ghi nhận là từ Hồng Kông vì đây là dự án do chi nhánh Intel ở Hồng Kông thực hiện. Dự án đầu tư của Intel vào Việt Nam là một ví dụ điển hình về việc một dự án lớn của Hoa Kỳ có thể thay đổi tình hình đầu tư tại Việt Nam. Như vậy, các số liệu thống kê về đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam qua các năm kể từ khi Hiệp định Thương mại được ký kết giữa hai nước có hiệu lực đã đưa ra một bức tranh sáng sủa về lượng vốn đầu tư của các nhà đầu tư Hoa Kỳ vào Việt Nam và rõ ràng là các nhà đầu tư Hoa Kỳ đã có phản ứng rất tích cực đối với Hiệp định Thương mại này.

Cơ cấu FDI theo ngành nghề phản ánh chiến lược phát triển kinh tế của đất nước, phản ánh mức độ phù hợp giữa đầu tư và yêu cầu cân đối các ngành trong nền kinh tế. Từ khi Hoa Kỳ bỏ lệnh cấm vận Việt Nam, đặc biệt là từ sau khi Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ có hiệu lực tới nay, các dự án đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam được thực hiện trên nhiều lĩnh vực nhưng với mức độ khác nhau ở mỗi ngành khác nhau, cụ thể là:

Qua Bảng 5 ta thấy phần lớn đầu tư của Hoa Kỳ được thực hiện bởi các công ty con của Hoa Kỳ tại nước ngoài. Đầu tư được thực hiện bởi các công ty con của Hoa Kỳ ở nước ngoài vào Việt Nam chiếm 50,7% vốn đăng ký và 76,3% vốn thực hiện trong tổng đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam. Vốn đầu tư của Hoa Kỳ tập trung chủ yếu vào các ngành công nghiệp. Đầu tư vào các ngành này chiếm tỷ trọng lớn nhất cả về số lượng dự án lẫn tổng vốn đầu tư. Các dự án của Hoa Kỳ đầu tư vào công nghiệp và xây dựng (gồm xây dựng, sản xuất và khai khoáng bao gồm cả dầu khí), chiếm 86,8% tổng vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ 3 và 73,1% vốn đầu tư thực hiện không bao gồm đầu tư qua nước thứ 3. Đầu tư vào dịch vụ chiếm 11,2% vốn đầu tư thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ 3 và 19,2% vốn đầu tư thực hiện không bao gồm qua nước thứ 3. Đầu tư vào nông lâm nghiệp chỉ chiếm 2,1% vốn thực hiện của Hoa Kỳ kể cả qua nước thứ 3 và 8,1% vốn đầu tư thực hiện không kể qua nước thứ 3. Tỷ trọng vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào ngành công nghiệp cao hơn nhiều so với chỉ số tương ứng của tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Điển hình Hoa Kỳ đầu tư vào ngành này là dự án sản xuất lắp ráp ô tô Ford với số vốn đăng ký là 102,6 triệu USD, dự án công ty sản xuất xà phòng, kem đánh răng Colgate Palmolive là 40 triệu USD,...

Bảng 5: Vốn đầu tư của Hoa Kỳ theo ngành (Dự án còn hiệu lực, tính đến 30/6/2006)

STT	Ngành	Kể cả qua nước thứ 3			Không kể qua nước thứ 3		
		Số dự án	Vốn đăng ký (Triệu USD)	Vốn thực hiện (Triệu USD)	Số dự án	Vốn đăng ký (Triệu USD)	Vốn thực hiện (Triệu USD)
I	Công nghiệp và xây dựng	199	2.757	2.845	170	1.063	564
1	Sản xuất	185	2.424	1.182	161	901	317
2	Khai khoáng	11	285	1.636	8	161	247
3	SX, phân phối điện, gas và nước	3	48	27	1	1	
4	Xây dựng	3	7	4	3	7	4
II	Nông-Lâm-Ngư nghiệp	13	140	68	12	122	63
5	Nông và lâm nghiệp	11	128	56	10	110	51
6	Ngư nghiệp	2	12	12	2	12	12
III	Dịch vụ	135	1.145	370	107	807	153
7	Đào tạo	5	6	4	5	6	4
8	Bất động sản và tư vấn	88	358	138	71	223	48
9	Khách sạn và du lịch	8	500	71	5	416	4
10	D/vụ cá nhân, XH và cộng đồng	1	0		1	0	
11	Bán lẻ và sửa chữa	3	5		2	0	
12	Tài chính	10	122	87	7	95	42
13	Vận tải, kho bãi và thông tin	9	59	57	8	43	45
14	Văn hóa và thể thao	5	33	4	3	12	2
15	Y tế	3	55	5	2	5	4
	Tổng cộng	347	4.042	3.281	289	1.994	777
	Chênh lệch FDI bởi các công ty con ở nước ngoài của Hoa Kỳ	58	2.048	2.504			

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này không bao gồm các dự án hết hạn và giải thể.

Riêng trong ngành công nghiệp thì đầu tư của Hoa Kỳ nhiều nhất là vào ngành công nghiệp nặng với 100 dự án chiếm khoảng 1/3 số dự án đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam, với tổng số vốn đầu tư lên tới gần 632 triệu USD. Các công ty Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam như Microsoft, IBM, Hewlett-Packard, APC, Oracle,...trong lĩnh vực tin học; hãng hàng không Boeing và Airburs trong công nghiệp hàng không; Chrysler, Ford trong công nghiệp chế tạo ô tô, P&G trong công nghiệp hoá chất, Pepsi và Coca Cola trong lĩnh vực nước giải khát... đã trở nên khá quen thuộc đối với những đối tác đầu tư ở Việt Nam. Các nhà đầu tư Hoa Kỳ cũng khá quan tâm tới ngành công nghiệp dầu khí. Tuy chỉ có 6 dự án nhưng số vốn đầu tư lên tới 123,8

triệu USD. Lý giải cho điều này, có thể nói Hoa Kỳ là một nước có nhu cầu khá lớn về dầu khí, Hoa Kỳ phải nhập khẩu từ bên ngoài khoảng 50% số lượng dầu tiêu thụ. Trong khi đó dầu khí vốn là thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam trong nhiều năm qua nhưng lượng dầu khí mà Hoa Kỳ nhập khẩu từ Việt Nam lại không đáng kể. Do đó, dầu khí cũng là một lĩnh vực mà các nhà đầu tư Hoa Kỳ rất quan tâm. Tiếp đến là các ngành công nghiệp nhẹ với 46 dự án, tổng vốn đầu tư gần 100 triệu USD. Các dự án đầu tư vào lĩnh vực dịch vụ (tài chính, ngân hàng, văn phòng cho thuê, dịch vụ phần mềm, y tế, giáo dục,...) với tổng vốn đầu tư đạt 366 triệu USD. Văn hoá - Y tế - Giáo dục cũng là một lĩnh vực được các nhà đầu tư Hoa Kỳ quan tâm; tài chính, ngân hàng với tổng vốn đầu tư 122 triệu USD, chiếm 3% tổng vốn đầu tư. Tuy tỷ trọng nhỏ nhưng nông, lâm nghiệp cũng là lĩnh vực được các nhà đầu tư Hoa Kỳ chú ý hơn các nhà đầu tư khác với 28 dự án, tổng vốn đầu tư đạt hơn 140 triệu USD (chiếm 3,5% vốn đăng ký kể cả đầu tư qua nước thứ 3). Nếu phân theo giá trị dự án thì đầu tư lớn nhất của Hoa Kỳ vào Việt Nam là các ngành như xe hơi, hoá mỹ phẩm, nước giải khát, khai thác dầu khí, chế biến nông sản,... Còn nếu phân theo số dự án thì Hoa Kỳ đầu tư nhiều nhất vào các ngành như sản phẩm điện tử cơ khí ô tô, chế biến thực phẩm, vật liệu xây dựng, dầu khí, hoá chất, dược phẩm,... Khác với các nhà đầu tư khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan,... đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam phần lớn thường tập trung trong các ngành công nghệ kỹ thuật cao như điện tử, tin học, dịch vụ máy bay, chế tạo ô tô, dầu khí, xây dựng cơ sở hạ tầng. Các ngành dịch vụ đòi hỏi chi phí cao như mỹ phẩm, nước giải khát, và các ngành sử dụng nhiều vốn như hoá chất, giao thông vận tải. Tuy số dự án không nhiều nhưng quy mô một dự án thường khá lớn. Mặc dù đã có một số chuyển biến tích cực theo hướng phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nhưng nhìn chung cơ cấu đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ theo ngành thời gian qua vẫn còn nhiều điểm chưa hợp lý, như: Các nhà đầu tư Hoa Kỳ luôn muốn thu hồi vốn nhanh và có lợi nhuận cao nên thường tập trung vào những ngành đáp ứng được yêu cầu này; Các ngành chế biến nông sản và thực phẩm là thế mạnh của Việt Nam song rất ít dự án và vốn đầu tư cho một dự án thường nhỏ; Các lĩnh vực cần thiết như văn hoá, giáo dục, y tế,... cũng chưa thu hút được nhiều các dự án đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ.

Đúng là đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam còn rất nhỏ so với tiềm năng của 2 nước. Trong những năm gần đây, mặc dù Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ đã có tác động tích cực thúc đẩy quan hệ thương mại giữa 2 nước, cải thiện môi

trường đầu tư và kinh doanh của Việt Nam và tạo lòng tin cho các nhà đầu tư, nhưng đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam vẫn còn khá khiêm tốn.

Tuy nhiên, cũng cần phải khẳng định rằng những con số nêu trên chưa phản ánh được luồng vốn đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ tại Việt Nam. Nếu tính cả đầu tư thông qua nước thứ ba, thì tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ tại Việt Nam đạt khoảng 3 tỷ USD, đứng thứ 7 trong tổng số 74 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư tại Việt Nam.

Hoa Kỳ đóng vai trò quan trọng trong chu chuyển vốn FDI trên thế giới. Các doanh nghiệp của Hoa Kỳ coi những ưu đãi về thuế là yếu tố cần thiết; nhưng điều họ quan tâm nhất là thị trường, chi phí đầu tư, lao động có tay nghề, kết cấu hạ tầng, tính minh bạch và ổn định của pháp luật và thủ tục hành chính đơn giản. Với tiềm lực hùng mạnh về vốn, công nghệ, các nhà đầu tư Hoa Kỳ có thể hoạt động trong hầu hết các lĩnh vực và ngành kinh tế Việt Nam.

Thực hiện Luật Đầu tư, Luật Doanh nghiệp, Việt Nam đã thể hiện sự công bằng giữa các loại hình doanh nghiệp như: xóa bỏ các quy định đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài về tỷ lệ xuất khẩu, tỷ lệ nội địa hoá, giá trị công nghệ chuyển giao, nguyên tắc nhất trí trong hội đồng quản trị trong doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; mở cửa các lĩnh vực dịch vụ theo lộ trình Việt Nam đã và đang cam kết cho các nhà đầu tư nước ngoài...

Những yếu tố trên cùng với những nỗ lực trong việc nâng cấp hệ thống kết cấu hạ tầng, cũng như lợi thế về vị trí địa lý, nguồn nhân lực và nguồn tài nguyên thiên nhiên đang tạo điều kiện thuận lợi để nâng cao khả năng cạnh tranh, thúc đẩy “làn sóng đầu tư mới” của nước ngoài vào Việt Nam.

Bên cạnh đó, khi trở thành thành viên của WTO với các ưu thế ổn định về chính trị - xã hội, sự tăng trưởng cao của nền kinh tế, Việt Nam đang trở thành địa bàn đầu tư hấp dẫn trong khu vực.

** Cơ cấu đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ phân theo địa phương*

Cơ cấu kinh tế, cơ cấu đầu tư ảnh hưởng lớn đến trình độ phát triển kinh tế xã hội của một quốc gia bởi nó tạo ra sự hài hoà giữa các vùng, các địa phương, do đó quyết định sự tăng trưởng chung của cả nước, quyết định khoảng cách phân hoá giàu nghèo, mức độ bình đẳng, ổn định xã hội. Nhà nước đã có quy hoạch đầu tư vào các vùng, các địa phương sao cho đảm bảo hài hoà, cân đối, có trọng điểm vào một số

vùng để làm đầu tàu tăng trưởng. FDI là nguồn vốn lớn, vì vậy dòng chảy của nó vào đầu sẽ ảnh hưởng lớn đến cơ cấu kinh tế, cơ cấu đầu tư theo địa phương của Việt Nam. Hoa Kỳ là một trong những nước có nguồn vốn FDI lớn đổ vào Việt Nam. Do vậy, cơ cấu đầu tư của Hoa Kỳ vào các địa phương cũng sẽ ảnh hưởng lớn đến cơ cấu kinh tế, cơ cấu đầu tư theo địa phương của Việt Nam. Đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam cũng dàn trải trên nhiều tỉnh, có cả các tỉnh mà từ trước đến nay nguồn vốn FDI không cao như Hưng Yên, Thái Bình, Đắc Lắc,... Song vốn đầu tư của Hoa Kỳ chỉ tập trung chủ yếu ở một số địa bàn thuận lợi nhất. Đây cũng là tình hình chung thực tế của đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam. Riêng TP. Hồ Chí Minh chiếm 29% tổng vốn đầu tư trực tiếp và chiếm 40% tổng số dự án mà Hoa Kỳ đầu tư trực tiếp vào Việt Nam. Chỉ hai địa bàn thu hút nhiều vốn đầu tư nhất là TP. Hồ Chí Minh và Đồng Nai đã chiếm gần nửa (46%) tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh có số dự án chiếm tỷ trọng cao nhất, nhưng ở Hà Nội nhìn chung là những dự án quy mô nhỏ. Tuy số dự án đầu tư vào Hải Phòng không chiếm số lượng lớn, song đây là một nơi có sức mạnh tiềm tàng, hội tụ rất nhiều yếu tố thuận lợi, đặc biệt cảng Hải Phòng còn là đầu mối giao thông quan trọng giao lưu lẫn trong và ngoài nước. Do đó, nhà nước đã có những chính sách hỗ trợ nhằm phát huy lợi thế để tăng nguồn vốn FDI của Hoa Kỳ vào Hải Phòng từ năm 2005 đến năm 2020. Nhìn vào số liệu thống kê trên (Bảng 6) ta thấy đầu tư của Hoa Kỳ chủ yếu tập trung vào các tỉnh phía Nam - nơi có môi trường đầu tư thông thoáng, cơ sở hạ tầng và điều kiện sản xuất kinh doanh tốt hơn các tỉnh thành khác trong cả nước. Cả số dự án và tổng vốn đầu tư đều chiếm 2/3 so với tổng số dự án và tổng vốn đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam. Nếu so với đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các tỉnh phía Nam thì đầu tư của Mỹ vẫn dàn trải hơn (khoảng 66% so với gần 80% tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài ở các tỉnh phía Nam). Qua việc xem xét, đánh giá tình hình FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam theo địa phương ta thấy vấn đề còn tồn tại lớn nhất là mất cân đối về cơ cấu đầu tư theo vùng miền. Nhiệm vụ đặt ra là cần phải thực hiện công tác quy hoạch và các chính sách hợp lý để điều chỉnh cơ cấu FDI nói chung và FDI của Mỹ nói riêng theo đúng hướng chiến lược phát huy triệt để thế mạnh từng vùng phục vụ công cuộc phát triển đất nước. Trong khi đó, kim ngạch buôn bán hai chiều đã tăng tới 6,8 tỷ USD năm 2005, gấp 4,8 lần năm 2001.

Bảng 6: Vốn đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ tại các địa phương (Các dự án còn hiệu lực tính đến 30/6/2006)

STT	Tỉnh, thành	Kể cả qua nước thứ 3			Không kể qua nước thứ ba		
		Số lượng dự án	Vốn đăng ký (triệu USD)	Vốn thực hiện (triệu USD)	Số lượng dự án	Vốn đăng ký (triệu USD)	Vốn thực hiện (triệu USD)
1	Dầu khí (*)	11	285	1636	8	168	247
2	Tp Hồ Chí Minh	131	1626	670	113	454	78
3	Bình Dương	45	338	228	40	173	68
4	Đồng Nai	31	380	198	26	265	110
5	Hải Dương	2	103	148	2	103	148
6	Hà Nội	35	237	123	28	135	55
7	Hà Tây	5	75	73	4	26	22
8	Vũng Tàu	10	415	73	7	333	16
9	Lâm Đồng	3	44	53	2	4	1
10	Hải Phòng	9	40	28	5	10	2
11	Bình Thuận	5	94	15	2	18	0
12	Bạc Liêu	1	10	11	1	10	11
13	Đắc Lắc	1	5	5	1	5	5
14	Đà Nẵng	7	170	4	5	135	2
15	Phú Yên	5	26	3	5	26	3
16	Bình Phước	2	7	3	2	7	3
17	Quảng Nam	5	61	2	2	26	0
18	Quảng Ninh	2	21	2	2	21	2
19	Tây Ninh	8	14	2	7	14	2
20	Cần Thơ	2	6	1	2	6	1
21	Quảng Trị	2	7	1	2	7	1
22	Khánh Hòa	1	1	0	1	1	0
23	Thái Bình	1	0	0	1	0	0
24	Huế	7	22	0	7	22	0
25	Long An	5	27	0	4	10	0
26	Vĩnh Phúc	3	11	0	2	6	0
27	Nghệ An	1	4	0	1	4	0
28	Vĩnh Long	2	3	0	2	3	0
29	Hung Yên	1	3	0	1	3	0
30	Kiên Giang	1	2	0	1	2	0
31	Hòa Bình	1	1	0	1	1	0
32	Bắc Ninh	1	1	0	1	1	0
33	An Giang	1	0	0	1	0	0
34	Tiền Giang	0	0	0	0	0	0
35	Bình Định	0	0	0	0	0	0
36	Nam Định	0	0	0	0	0	0
37	Yên Bái	0	0	0	0	0	0
38	Thái Nguyên	0	0	0	0	0	0
39	Sơn La	0	0	0	0	0	0
40	Bến Tre	0	0	0	0	0	0
	Tổng	347	4.042	3.281	289	1994	777

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu trong bảng này không bao gồm các dự án đã hết hạn và giải thể.

Đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam phân theo hình thức đầu tư

Đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam hiện nay có 8 hình thức: 100% vốn nước ngoài; Liên doanh; Hợp đồng hợp tác kinh doanh. Thực tế trong những năm qua, khi tham gia liên doanh, phía Việt Nam tỏ ra yếu cả về vốn đóng góp lẫn năng lực quản lý của cán bộ. Trong khi đó các doanh nghiệp nước ngoài muốn độc lập hơn khi họ ngày càng hiểu biết nhiều hơn về pháp luật, chính sách, cách thức hoạt động kinh doanh ở môi trường kinh doanh ở Việt Nam. Do vậy, trong vài năm gần đây, hình thức 100% vốn nước ngoài đã thu hút sự chú ý đặc biệt của các nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, trong đó đặc biệt là các nhà đầu tư Hoa Kỳ. Cụ thể (xem Bảng 7).

Bảng 7: Đầu tư của Hoa Kỳ theo hình thức đầu tư (Dự án còn hiệu lực tính đến 30/6/2006)

Hình thức	Kể cả qua nước thứ 3			Không kể qua nước thứ 3		
	Số dự án	Vốn đăng ký (Triệu USD)	Vốn thực hiện (Triệu USD)	Số dự án	Vốn đăng ký (Triệu USD)	Vốn thực hiện (Triệu USD)
100% vốn nước ngoài	262	2.863	957	224	1369	257
Liên doanh	64	844	644	47	414	229
Hợp đồng hợp tác KD	20	300	1639	17	176	250
Công ty cổ phần	1	35	41	1	35	41
Tổng số	347	4.042	3.281	289	1.994	777

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2006. Số liệu trong hình này không bao gồm các dự án đã hết hạn và giải thể.

Qua bảng 7 ta thấy, nếu tính cả đầu tư qua nước thứ 3 thì hình thức 100% vốn nước ngoài có 262 dự án với tổng vốn đăng ký trên 2,8 tỷ USD chiếm 71% tổng vốn đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam. Tiếp theo là hình thức liên doanh với 64 dự án có tổng vốn đăng ký là 844 triệu USD chiếm 21%. Hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh có 20 dự án với tổng vốn đăng ký 300 triệu USD chiếm 7,4%. Hình thức 100% vốn nước ngoài chiếm đa số chứng tỏ sự tự tin của chủ đầu tư vào môi trường đầu tư Việt Nam, chứng tỏ tiềm lực của các nhà đầu tư và hình

thức này có thể mang lại lợi nhuận cao hơn hình thức liên doanh. Điều này cũng chứng tỏ khả năng góp vốn của các tổ chức kinh tế Việt Nam có hạn. Tuy nhiên, nếu không có sự quản lý chặt chẽ, hình thức đầu tư 100% vốn nước ngoài có thể đưa lại những hậu quả xấu, như: Phía nước ngoài có thể thao túng một số lĩnh vực mà nhà nước Việt Nam khó có khả năng kiểm soát và làm cho Việt Nam phải lệ thuộc vào phía nước ngoài; Các doanh nghiệp Việt Nam có thể bị đè bẹp do không đủ khả năng cạnh tranh; Và do được tự chủ trong điều hành doanh nghiệp, phía nước ngoài có thể không đảm bảo các quy định về lao động, bảo vệ môi trường... Do đó, tăng cường quản lý một cách phù hợp là yêu cầu đặt ra đối với các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Hình thức đầu tư BOT vẫn chưa được các nhà đầu tư Hoa Kỳ quan tâm. Điều này khác với các nhà đầu tư nước ngoài khác: Tuy đầu tư vào hình thức này chưa nhiều song vẫn có một vài dự án nhỏ. Qua nghiên cứu các hình thức đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam, ta thấy: các hình thức đầu tư nước ngoài hiện nay chưa đủ sức hấp dẫn các nhà đầu tư của nước ngoài nói chung và đầu tư của Hoa Kỳ nói riêng. Do đó, cần tiếp tục nghiên cứu mở rộng, bổ sung thêm các hình thức đầu tư mới như cho phép thành lập các công ty cổ phần có vốn đầu tư nước ngoài.

Có rất nhiều ngành mở ra cơ hội đầu tư cho các công ty Hoa Kỳ, từ chế biến thức ăn chăn nuôi, sản xuất năng lượng, công nghệ thông tin cho đến sản xuất phương tiện đi lại. Các công ty của Hoa Kỳ tỏ ra có sức cạnh tranh cao nhất trong lĩnh vực dịch vụ, bao gồm các dịch vụ chuyên môn, dịch vụ ngân hàng - tài chính, dịch vụ môi trường và dịch vụ viễn thông. Tốc độ tăng trưởng nhanh và bền vững của Việt Nam đang tạo ra các cơ hội đầu tư trong nhiều ngành. Cộng đồng doanh nghiệp Hoa Kỳ đang quan sát một cách cẩn trọng những cơ hội đầu tư tại Việt Nam để có thể tiến hành đầu tư vào những lĩnh vực mang lại lợi nhuận cao và rủi ro thấp.

****Thu hút đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam***

Bên cạnh việc đầu tư thành lập doanh nghiệp mới, các Công ty Hoa Kỳ sẽ rất quan tâm đến việc mua lại một phần các Công ty đang hoạt động tại Việt Nam (kể cả các Công ty có vốn đầu tư nước ngoài) và tham gia vào quản lý các Công ty này. Ví dụ, Quỹ TPG và Quỹ Intel gần đây đã mua 10% cổ phần của GPT trị giá 36,5 triệu USD. Một số Công ty Hoa Kỳ khác đang tìm kiếm khả năng mua

cổ phần chiến lược của một số Công ty Việt Nam. Ví dụ, một ngân hàng lớn của Hoa Kỳ đang có kế hoạch mua cổ phần của một ngân hàng lớn của Việt Nam hay một hãng bia lớn của Hoa Kỳ đang thăm dò mua cổ phần của một Công ty bia lớn của Việt Nam ... Bằng cách mua cổ phần chiến lược của các Công ty đang hoạt động ở Việt Nam, các Công ty Hoa Kỳ có thể cùng một lúc thực hiện được nhiều mục tiêu như: thâm nhập nhanh vào thị trường, khống chế đối thủ cạnh tranh, tận dụng được mạng lưới phân phối và khách hàng, và đội ngũ lao động quen việc sẵn có...

Các Công ty tài chính và quỹ đầu tư của Hoa Kỳ với biệt tài kinh doanh tài chính có khả năng huy động vốn đầu tư không những từ Hoa Kỳ mà còn từ các nước khác để đầu tư vào Việt Nam. Đầu tư trực tiếp của các doanh nghiệp Hoa Kỳ vào lĩnh vực sản xuất hàng tiêu dùng sử dụng nhiều lao động và công nghệ thấp (dệt may, giày dép, đồ gỗ, chế biến thực phẩm...) sẽ không nhiều, song các Công ty Hoa Kỳ có thể dùng ảnh hưởng lôi kéo các nhà cung cấp hàng cho họ xuất khẩu sang HK và đi các nước khác. Ví dụ Nike đã lôi kéo các nhà sản xuất giày dép Đài Loan vào đầu tư ở Việt Nam. Gần đây, JC Penny đã lôi kéo nhà sản xuất của họ đầu tư vào Thái Bình sản xuất hàng may mặc.

Các công ty con của Hoa Kỳ ở nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, chủ yếu nằm tại Singapore, Hồng Kông, Hà Lan... Như vậy, kể cả vốn đầu tư của Hoa Kỳ thông qua nước thứ ba, đến tháng 6.2006, Hoa Kỳ đã đăng ký đầu tư vào Việt Nam 4 tỷ USD; hơn 3,3 tỷ USD đã được thực hiện. Điều đó cho thấy, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam - kể cả qua nước thứ ba - là rất cao, thuộc hàng cao nhất trong tất cả các nước, tính từ năm 2003 đến giữa năm 2006

****Hợp tác khoa học kỹ thuật.***

Dự án Star - Việt Nam bắt đầu từ năm 2001, nhằm trợ giúp Việt Nam thực thi BTA, trợ giúp cho công cuộc hội nhập kinh tế toàn cầu của Việt Nam. Trong năm năm qua, dự án đã giúp Việt Nam soạn thảo 80 luật và quy định mới. Trong đó, có 63 luật và quy định đã được thông qua; tổ chức hơn 260 hội thảo dành cho hơn 18.000 cán bộ nhà nước và lãnh đạo DN; phát hành hơn 60.000 tài liệu tham khảo và tổ chức 27 chuyến tham quan nghiên cứu dành cho 166 cán bộ.

Những con số thống kê và nhất là những chuyển khảo sát tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh của các doanh nghiệp Mỹ diễn ra nhộn nhịp trong thời gian gần đây cho thấy Việt Nam đang là một trong những tâm điểm của các nhà đầu tư nước này. Các dự án đầu tư của Mỹ tại Việt Nam tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực công nghiệp, xây dựng, dầu khí, nông-lâm-ngư nghiệp, đặc biệt là công nghệ cao. Trong số đó, nhiều dự án đã và đang được tiếp tục tăng vốn mở rộng sản xuất với quy mô lớn ở Việt Nam. Chẳng hạn như Tập đoàn Intel, chỉ sau 9 tháng nhận giấy phép đầu tư đã nâng tổng vốn từ 605 triệu USD lên 1 tỷ USD để xây dựng nhà máy lắp ráp và kiểm định chip tại Khu Công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh.

2. Những vấn đề trong hoạt động đầu tư và chuyển giao công nghệ của Hoa Kỳ vào Việt Nam từ 2000 đến nay

Chúng ta đang lo lắng nhiều cho các ngành dịch vụ trong nước, nhất là cạnh tranh từ các doanh nghiệp Hoa Kỳ. Tuy nhiên, chính sự cạnh tranh này cũng là cơ hội tạo sức ép và động lực để các doanh nghiệp Việt Nam vươn lên và cơ hội cho các ngành và doanh nghiệp khác phát triển. Lịch sử cho thấy người Việt Nam thường vươn lên trong khó khăn.

Mở cửa viễn thông là thách thức với các doanh nghiệp viễn thông nhưng dịch sẽ tăng cả về lượng và chất, và cước sẽ giảm. Cước giảm làm giảm chi phí kinh doanh. Chất lượng dịch vụ tăng làm tăng năng suất lao động hoặc là điều kiện cần để một số ngành khác phát triển.

Mở cửa ngân hàng và bảo hiểm là thách thức đối với các ngân hàng và Công ty bảo hiểm Việt Nam song sẽ mở rộng kênh huy động vốn cho phát triển vì chắc chắn các ngân hàng phải tìm cách huy động và cho vay vốn, và các Công ty bảo hiểm sẽ phải đầu tư tiền thu được từ phí bảo hiểm vào đầu đó tại Việt Nam để sinh lời.

Các Công ty nước ngoài kinh doanh phân phối và xuất nhập khẩu ở Việt Nam sẽ là sự đe dọa lớn đối với các doanh nghiệp phân phối và xuất nhập khẩu Việt Nam song nó rất có thể sẽ là nguồn cung cấp đầu vào và đầu ra tốt hơn cho sản xuất. Ví dụ, Công ty nước ngoài có thể lập Công ty và kho bãi nhập khẩu gỗ,

nguyên phụ liệu dệt may, nguyên phụ liệu giày dép vào Việt Nam để cung cấp cho các nhà máy chế biến gỗ, các nhà máy may, các nhà máy giày dép kịp thời hơn và cạnh tranh hơn là nhập lẻ từ nước ngoài. Các Công ty nước ngoài được phép trực tiếp xuất khẩu hàng Việt Nam, chắc chắn sẽ tạo thêm đầu ra cho các sản phẩm của ta. Dịch vụ logistics do các Công ty nước ngoài cung cấp nếu thuận tiện hơn và rẻ hơn cũng sẽ khuyến khích đầu tư nước ngoài vào Việt Nam và làm tăng khả năng cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu.

Bằng cách mua cổ phần chiến lược của các công ty đang hoạt động ở Việt Nam các công ty Hoa Kỳ có thể cùng một lúc thực hiện được nhiều mục tiêu như: thâm nhập nhanh vào thị trường, không chế đối thủ cạnh tranh, tận dụng được mạng lưới phân phối và khách hàng, và đội ngũ lao động quen việc sẵn có...

****TNC Mỹ ở VN***

Tính đến nay, Mỹ có 307 dự án còn hiệu lực tại Việt Nam với tổng số vốn đầu tư là 2.186.648.447 USD, vốn pháp định là 1.224.767.613 USD và vốn đầu tư thực hiện là 756.809.009 USD. Mỹ hiện đứng trong nhóm 10 nước có số các TNCs đầu tư vào Việt Nam cao nhất. Tuy nhiên với tiềm năng của các TNCs Mỹ thì con số các tập đoàn đầu tư vào Việt Nam còn rất khiêm tốn. Số vốn đầu tư của các tập đoàn thuộc nước này khoảng gần 4600 dự án trên toàn thế giới với số vốn hàng trăm tỷ đô la thì những dự án đầu tư vào Việt Nam chỉ mang tính chất thí điểm mà thôi. Sự hiện diện của một số TNCs tại Việt Nam về cơ bản mới là các công ty con cháu của các tập đoàn mà thôi. Tuy nhiên không thể phủ nhận sự có mặt của các tập đoàn nổi tiếng như: Coca Cola, Pepsi Co, AI G, Boeing, Citi Group, Ford, Cico, GM, Nike, P&G... Song trong đó phần lớn các dự án của các tập đoàn nói trên lại được thực hiện thông qua các chi nhánh tại Singapore và các nước khác hơn là trực tiếp từ chính các công ty mẹ. Gần đây nhất là TNC Intell đã trực tiếp tham gia đầu tư vào Việt Nam với dự án công nghệ thông tin tại Thành phố Hồ Chí Minh với dự án dài hơi và kim ngạch đầu tư là 1 tỷ USD. Số các công ty con đầu tư từ nước thứ ba chiếm đại đa số các dự án mà TNCs Mỹ đầu tư vào Việt Nam. Ví dụ Nike đã ký hợp đồng liên minh chiến lược với các công ty của Đài Loan và Hàn Quốc tại Việt Nam để sản xuất giày da chứ không trực tiếp đặt vấn đề với phí các công ty của nước chủ nhà Việt Nam. Bởi vậy những con số đầu

ftư của Mỹ chưa phản ánh hết quan hệ đầu tư Việt nam Hoa kỳ. Tình hình đầu tư ở Việt Nam của các TNCs Mỹ được thể hiện qua bảng sau:

STT	Tên TNCs	Lĩnh vực đầu tư	Nơi đầu tư	Vốn đ.ký (tr.usd)
1	Kidweld	Điện lực	Vũng tàu	39.585
2	Cargiel	Chế biến	Đồng Nai	76.257
3	P&G	Mỹ phẩm	Bình Dương	83
4	US I. Hospital	Y tế	Hà Nội	50
5	Ford	Ô tô	Hải Dương	102.7
6	Chrysler	Ô tô	Tp. HCM	109.4
7	Coca Cola	Đồ uống	Tp. HCM	182.519
8	Intell	CN T. tin	TP. HCM	1000
9	Mobil E	Dầu khí	Vũng tàu	55
10	A.Home	Vật liệu xây dựng	Bình Dương	46.423
11	Colgate	Chất tẩy rửa	Tp. HCM	40

Nguồn: Tổng hợp từ Báo đầu tư, và TS Đỗ Đức Định: Quan hệ Việt Nam Hoa kỳ, nxb Thế giới, Hà Nội, 2000, tr 286.

Hoạt động đầu tư ở Việt Nam, các nhà đầu tư Mỹ đã quan tâm đến nhiều lĩnh vực của nền kinh tế xã hội của Việt Nam. Song hiện nay mức độ tập trung nhất của các dự án mà các TNCs Hoa Kỳ tại lãnh thổ Việt Nam là công nghiệp chế biến và chế tạo, lắp ráp. Với các dự án lớn và vào Việt Nam từ khá sớm như Coca Cola, Ford với vốn đăng ký lên tới hàng trăm triệu USD. Các dự án sản xuất hóa mỹ phẩm gia dụng như Colgate với số vốn đăng ký 40 triệu USD. Dự án sản xuất thuốc chữa bệnh OPV tại Việt Nam có vốn đăng ký 20 triệu USD. Tiếp đến là các dự án đầu tư vào các lĩnh vực văn phòng cho thuê, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm với những hình thức dịch vụ bảo hiểm đa dạng. Ngoài ra các dự án về y tế, giáo dục cũng được các TNCs Hoa Kỳ chú ý tới. Điều đó chứng tỏ sự hoạt động của các TNCs Mỹ ở Việt Nam hết sức đa dạng. Đáng chú ý là các dự án về

công nghệ thông tin, dịch vụ tin học cũng đã bước đầu thu hút các nhà đầu tư Hoa Kỳ như dự án công nghệ và dịch vụ tin học IBM, Intell với số vốn đăng ký đầu tư lên tới hàng tỷ USD.

Tính đến tháng 10 năm 2006 các TNCs Hoa Kỳ đứng thứ 3 trong số các nước có vốn đầu tư mới vào Việt Nam, chiếm 13,3% tổng số vốn cấp mới sau Hồng Kông và Hàn Quốc. Nếu tính cả dự án của Hoa Kỳ thông qua nước thứ ba thì nước này lại là quốc gia dẫn đầu trong số các nước đầu tư vào Việt Nam trong 10 tháng đầu năm 2006. Riêng TNC Intel vốn đầu tư đợt 1 là 605 triệu USD trên tổng số vốn đăng ký 1 tỷ USD.

Như vậy, đi sâu phân tích thấy thêm rằng, các TNCs Hoa Kỳ vào Việt Nam hiện nay về cơ bản ưa thích hình thức 100% vốn nước ngoài thay vì các hình thức khác. Điều này chứng tỏ chiến lược đầu tư của các TNCs Hoa Kỳ là khá tập trung. Mặc dù vậy, xét về địa bàn đầu tư thì các TNCs Hoa Kỳ hay thực chất là các công ty con từ một nước thứ ba đến đầu tư ở Việt Nam có số dự án phân bố khá rộng trên các địa bàn của cả nước. Nhưng tập trung nhất là Thành phố Hồ Chí Minh với 105 dự án. Bình Dương 40 dự án, Hà Nội 25 dự án. Mức độ tập trung cao tại khu vực phía Nam Việt Nam. Trong khi các tỉnh như Vĩnh phúc 1 dự án với số vốn đầu tư là 4.300.000 USD, Hải Dương 2 dự án với số vốn đầu tư là 103.200.000 USD. Ngoài số đó ra, hầu hết các tỉnh còn lại nếu có dự án của TNCs Hoa Kỳ thì chỉ chiếm từ 1 hoặc 2 dự án!.

Nhìn chung việc đa dạng hóa các hình thức đầu tư không ảnh hưởng đến việc phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam. Bởi các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài ở bất kỳ hình thức nào cũng chịu sự điều chỉnh của luật pháp Việt Nam. Do vậy, nhà nước Việt Nam đã cho phép các nhà đầu tư nước ngoài kể cả các TNCs của Mỹ được linh hoạt làm ăn và chuyển đổi các hình thức đầu tư nhằm đạt hiệu quả tốt nhất.

Theo Luật đầu tư của Việt Nam, phần lớn các nhà đầu tư là các TNCs Mỹ được lựa chọn các hình thức đầu tư theo chiến lược kinh doanh của họ. Về địa bàn đầu tư, các nhà đầu tư Mỹ chọn những nơi có kết cấu hạ tầng thuận lợi. Nhìn chung sau nhiều năm thăm dò và chờ đợi thời cơ từ quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam Hoa Kỳ được bình thường hóa hoàn toàn, các TNCs Mỹ bắt đầu chính thức xuất hiện tại địa bàn Việt Nam thay vì phải thông qua một nước thứ ba. Đây

là tín hiệu tốt đối với nỗ lực thu hút đầu tư của Việt Nam. Quan hệ Việt Mỹ hiện nay có nhiều thuận lợi hơn bất kỳ giai đoạn nào trước đây, tới đây khi Hoa Kỳ chính thức thừa nhận quan hệ bình thường vĩnh viễn đối với Việt Nam thì tình hình thu hút đầu tư chắc chắn sẽ hết sức khả quan. Hy vọng những TNCs chính thức của Mỹ đến làm ăn tại Việt Nam. Hiện nay Việt Nam đã chính thức là thành viên chính thức của WTO điều kiện thuận lợi này nếu các TNCs Hoa Kỳ không trực tiếp chớp thời cơ thì sự chậm chân sẽ đem lại sự thua thiệt đối với các TBCs Mỹ.

3. Triển vọng đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam

Hướng đến vị trí số 1

Trong định hướng xúc tiến đầu tư, Bộ Kế hoạch - Đầu tư đã nhận định, Mỹ là nơi hội tụ của nhiều tập đoàn xuyên quốc gia (TNCs), có thế mạnh về tài chính và công nghệ hiện đại, mạng lưới thị trường quốc tế và kỹ năng quản trị kinh doanh tốt. Các lợi thế nêu trên một khi được kết hợp với các lợi thế của Việt Nam sẽ mang lại lợi ích to lớn và thiết thực cho cả hai bên. Việt Nam chủ trương hướng mạnh vào việc tiếp cận và thu hút đầu tư từ các TNCs của Mỹ theo nhiều hướng: thực hiện những dự án lớn, công nghệ cao hướng vào xuất khẩu, tạo điều kiện để một số TNCs xây dựng các trung tâm nghiên cứu, phát triển vườn ươm công nghệ gắn với đào tạo nguồn nhân lực.

Mới đây nhất, đoàn doanh nghiệp gồm 29 đại diện cho một số nhà nhập khẩu lớn của Mỹ đã đến Việt Nam để tìm kiếm cơ hội đầu tư, hợp tác kinh doanh và họ đã có kế hoạch thành lập một quỹ đầu tư đầu tiên của Mỹ tại Việt Nam vào cuối năm nay, với quy mô vốn từ 50-100 triệu USD.

Trước đó, đoàn 18 doanh nghiệp hàng đầu trong các lĩnh vực công nghệ thông tin, dầu khí, hàng không... của Mỹ cũng đã đến Việt Nam khảo sát, tìm kiếm cơ hội đầu tư cho thấy tín hiệu tốt đẹp về hợp tác của giới doanh nghiệp hai nước. Giải thích về sự tăng tốc đầu tư vào Việt Nam trong năm qua của các đầu tư nước ngoài nói chung cũng như của các nhà đầu tư Mỹ, nhiều chuyên gia cho rằng, bên cạnh yếu tố nguồn nhân lực trẻ, dồi dào, tay nghề cao, tình hình chính trị ổn định và nền kinh tế có mức tăng trưởng cao, đạt trung bình trên 7%/năm từ

năm 2000 đến nay, việc Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới hồi đầu năm nay cũng là yếu tố quan trọng giúp cho các doanh nghiệp nước ngoài hoạt động thuận lợi hơn ở Việt Nam.

Hiện tại, Mỹ và Việt Nam có một cơ chế chung thúc đẩy thương mại đầu tư là Hội đồng tư vấn Việt Mỹ, nơi mà bên cạnh chức năng tư vấn chính sách còn là điểm để các nhà đầu tư Mỹ thảo luận với các đối tác Việt Nam các kế hoạch làm ăn một cách “cơ bản” và “có hệ thống” nhất. Thông qua cầu nối này, trong hơn một năm qua các nhà đầu tư đã đề xuất ít nhất khoảng 10 dự án trong hầu hết các lĩnh vực quan trọng như dầu khí, điện lực, hàng không và công nghệ thông tin. 10 thành viên chính thức về phía Mỹ trong hội đồng, cùng với một số doanh nghiệp chưa là thành viên khác, đã cam kết sẽ đầu tư khoảng 4-5 tỷ USD vào Việt Nam trong vòng 2-3 năm tới.

Được biết, trong đề xuất của các nhà đầu tư Mỹ hiện nay, có rất nhiều tên tuổi lớn. Tập đoàn Conoco Phillips đã đầu tư khoảng 1 tỷ USD trong lĩnh vực thăm dò và khai thác dầu khí tại Việt Nam và cho biết họ có thể đầu tư thêm hàng tỷ USD nếu có tiềm năng và cơ hội. Tập đoàn Gannon quan tâm đến dự án đầu tư một nhà máy điện tại Đồng Nai với công suất 1000MW theo ba giai đoạn. Hiện công ty đang khảo sát xây dựng nhà máy điện tại Nhơn Trạch - Đồng Nai và sẽ đầu tư nếu đạt được những thỏa thuận liên quan phù hợp với hai bên.

Trong khi đó, các đại gia trong ngành công nghệ thông tin của Mỹ là Microsoft, Unisys, Qualcomm và Motorola cũng muốn thúc đẩy các dự án hợp tác với Việt Nam. Qualcomm muốn cung cấp hạ tầng mạng di động 3G cho các hãng EVN Telecom và Hanoi Telecom và tham gia dự án Internet không dây cho ngành giáo dục Việt Nam.

Cách đây vài năm, những dự đoán về vị trí số 1 của Mỹ trong danh sách đầu tư vào Việt Nam có vẻ còn xa vời, nhưng với những bước tiến mạnh mẽ từ cả hai phía, rất có thể vị trí số một sẽ sớm thành hiện thực như kỳ vọng của hai bên

Tổng giá trị của các hợp đồng thỏa thuận được ký kết trong chuyến đi lên tới 11 tỷ USD là con số đạt được lớn vượt trội hẳn con số dự kiến 4 tỷ rưỡi lúc

lên đường. Hiệp định khung về Thương mại và Đầu tư (TIFA) được xem là bước tiếp theo của Hiệp định Thương mại Song phương Việt Nam-Hoa Kỳ (BTA) và là bước mở đầu tiến tới Hiệp định Thương mại Tự do mở ra triển vọng rất lớn trong giao thương kinh tế .

Kể từ khi Hiệp định Thương mại Song phương (BTA) có hiệu lực đến nay, quan hệ buôn bán giữa hai nước tăng nhanh: Kim ngạch buôn bán hai chiều năm 2005 đạt 7,8 tỷ USD, tăng gấp 5 lần năm 2001 (1,5 tỷ USD); năm 2006 đạt 9,7 tỷ USD, trong đó Việt Nam nhập 1,1 tỷ USD và xuất 8,6 tỷ USD. Hiện nay, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam và nước ta luôn xuất siêu lớn sang Hoa Kỳ. Đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đến tháng 4-2007 đạt hơn 2,3 tỷ USD, xếp thứ 8 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ nước ngoài đầu tư vào Việt Nam (nếu tính cả qua nước thứ ba thì đạt khoảng 4,3 tỷ USD). Hiện đã có hơn 1 000 doanh nghiệp Hoa Kỳ đang hoạt động tại Việt Nam

Vào năm 2001, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đã tăng rất nhanh, khoảng 400%. Con số đầu tư này gồm của cả các doanh nghiệp có trụ sở ở Mỹ cũng như các chi nhánh của các doanh nghiệp này ở ngoài Mỹ. Thực tế, trong một báo cáo gần đây cho thấy, hiện rất nhiều nhà đầu tư Mỹ đã chính thức đưa ra những đề xuất cho các dự án lớn. Vào dịp Hội nghị Thượng đỉnh APEC, các nhà đầu tư Mỹ đã đạt được thoả thuận xây dựng dự án nhiệt điện Mông Dương và dự án mở rộng cảng Cái Lân. Hai hãng bảo hiểm ACE và Liberty Mutual cũng đã đạt được hai giấy phép kinh doanh bảo hiểm sớm hơn dự kiến. Đây như là một tín hiệu cho thấy sự sẵn sàng của cả hai phía và mở ra một thời kỳ mới, một động lực để các nhà đầu tư Mỹ đẩy nhanh các dự án lớn.

Đó là các dự án: Nhà máy điện Mông Dương của Tập đoàn AES, công suất 1.200MW, tổng vốn đầu tư dự tính là 1,46 tỉ USD, trong đó AES góp 90% vốn pháp định, sử dụng công nghệ than sạch; dự án điện Gannon tại Đồng Nai công suất chưa tiết lộ; dự án bảo hiểm phi nhân thọ 100% vốn nước ngoài của TĐ Liberty Mutual; Dự án thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài thí điểm hoạt động trong lĩnh vực thẻ tín dụng của Cty GE...

Ngoài ra, cũng trong dịp này, Hãng Boeing đang thương thảo hợp đồng với Vietnam Airlines bán 10 chiếc máy bay Boeing 787, hy vọng hợp đồng sẽ được ký kết vào thời điểm Tổng thống Mỹ dự Hội nghị APEC.

Hợp đồng có giá trị lớn nhất được ký kết trị giá 1,4 tỷ USD, giữa tập đoàn AES and Power của Mỹ và tập đoàn Than Khoáng sản Việt Nam, nhằm xây dựng Nhà máy Nhiệt điện Mông Dương 2.

Ngoài ra, đáng kể còn có hợp đồng giữa tập đoàn Hanwha của Hàn Quốc và Công ty TNHH Thung lũng Vua (King's Valley) với trị giá 150 triệu USD.

Riêng 10 tháng đầu năm 2006, cùng với dự án đầu tư có quy mô lớn, trên 1 tỷ USD của Intel tại thành phố Hồ Chí Minh, vốn đầu tư Hoa Kỳ tại Việt Nam đạt trên 1,4 tỷ USD, đứng đầu trong số các nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam.

Năm 2010, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam sẽ tăng lên 15 tỉ USD. Các tập đoàn kinh tế hàng đầu của Hoa Kỳ mong muốn Chính phủ Việt Nam cho phép đầu tư vào một số dự án cực lớn thuộc các lĩnh vực cơ sở hạ tầng, năng lượng, viễn thông và bảo hiểm nhân thọ.

Tại cuộc họp hội đồng tư vấn cấp cao Việt Nam - Hoa Kỳ, các thành viên hội đồng - đồng thời là các nhà đầu tư - đã nêu lên một số dự án và mong muốn Chính phủ quan tâm thúc đẩy nhân dịp Tổng thống Mỹ Bush sang Việt Nam dự Hội nghị APEC.

Hoạt động đầu tư trực tiếp nước ngoài hiện nay diễn ra trong bối cảnh tình hình trong nước và quốc tế vừa có những yếu tố thuận lợi vừa đan xen nhiều khó khăn. Dưới sự chỉ đạo tích cực của Chính phủ, các bộ, ngành và địa phương đã tăng cường cải thiện môi trường đầu tư, phát huy những mặt thuận lợi, vượt lên khó khăn và giành được kết quả đáng khích lệ trong việc tăng cường và thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Có thể thấy triển vọng đầu tư nước ngoài, đặc biệt là Hoa Kỳ - một nước có tiềm lực kinh tế mạnh, với hàng trăm công ty đa quốc gia với quy mô lớn, hoạt động trên nhiều lĩnh vực có xu hướng tăng lên. Hoa Kỳ là chủ đầu tư của nhiều nước, chủ yếu đầu tư nhiều nhất vào những nơi có cơ sở hạ tầng

phát triển, trình độ lao động có chuyên môn cao, luật pháp ổn định rõ ràng, mức độ rủi ro thấp. Với những tiêu chí này thì các nước ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương là địa chỉ hấp dẫn để thu hút FDI. Đối với nước ta, chắc chắn sau sự kiện Việt Nam trở thành thành viên của WTO, triển vọng FDI từ Hoa Kỳ sẽ sáng sủa hơn rất nhiều. Có thể thấy hiện nay tình hình môi trường đầu tư của nước ta tiếp tục được cải thiện, công tác xây dựng và hoàn thiện luật pháp tiếp tục được tăng cường. Cùng với việc cho ra đời nhiều văn bản pháp luật nhằm cải thiện môi trường đầu tư ở Việt Nam, vừa qua Chính phủ cũng ban hành thêm một số chính sách và luật định quan trọng như:

- Quyết định số 53/2004/QĐ-TTg về một số chính sách khuyến khích đầu tư tại các khu công nghệ cao, theo đó (nhà đầu tư sẽ được hưởng mức ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp ở mức cao nhất (10% trong suốt thời gian thực hiện dự án, miễn 4 năm kể từ khi có thu nhập và giảm 50% trong 9 năm tiếp theo), ưu đãi về sử dụng đất, cho phép vay vốn tín dụng trung hạn và dài hạn với lãi suất ưu đãi, bảo lãnh vay vốn, hưởng ưu đãi của Nhà nước về tín dụng hỗ trợ xuất khẩu khi xuất khẩu sản phẩm.

- Nghị quyết số 08/2004/NQ-CP về tiếp tục đẩy mạnh phân cấp quản lý Nhà nước giữa Chính phủ và chính quyền tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương theo hướng đẩy mạnh phân cấp nhằm phát huy hơn nữa tính chủ động sáng tạo của chính quyền địa phương, khai thác các nguồn lực góp phần nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Chính phủ cũng đã sửa đổi một số quy định pháp lý chưa phù hợp để đảm bảo tính nhất quán về chính sách đầu tư nước ngoài đã cam kết như: Sửa đổi Nghị định 164/2003/NĐ-CP về thuế thu nhập doanh nghiệp và Nghị định 158/2003/NĐ-CP về thuế VAT theo hướng đảm bảo nguyên tắc không có sự phân biệt đối xử giữa đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài.

- Ban hành Luật Đầu tư và Luật Doanh nghiệp được áp dụng chung cho đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài nhằm đưa hệ thống luật pháp và chính sách về đầu tư nước ngoài của nước ta theo hướng xoá bỏ phân biệt đối xử giữa đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài, minh bạch hơn và phù hợp hơn với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Công tác xúc tiến đầu tư đã có những bước chuyển biến tích cực đồng thời được tiến hành ở nhiều ngành, nhiều cấp, ở cả trong nước

và ngoài nước dưới nhiều hình thức đa dạng, tập trung vào các địa bàn chiến lược và các dự án trọng điểm. Thủ tướng Chính phủ và các Phó Thủ tướng đã trực tiếp tham gia các diễn đàn doanh nghiệp trong và ngoài nước, lắng nghe nguyện vọng và giải thích, chỉ đạo kịp thời nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Đồng thời trong các chuyến viếng thăm và làm việc với các nước trong đó có Hoa Kỳ, lãnh đạo Đảng và Nhà nước đã trực tiếp kết hợp nhiều chương trình vận động xúc tiến đầu tư. Đặc biệt chuyến đi thăm Hoa Kỳ của Thủ tướng Phan Văn Khải vừa qua là một sự kiện quan trọng trong quan hệ hợp tác Việt Nam - Hoa Kỳ, là cơ hội tốt để hai bên có những cải thiện tích cực, mở rộng quan hệ thương mại và tăng cường đầu tư. Với những nỗ lực về cải thiện môi trường đầu tư ở trong nước, việc tăng cường xúc tiến đầu tư nước ngoài, việc ký kết và thực hiện các hiệp định song phương liên quan đến đầu tư, đã xuất hiện động thái mới về đầu tư nước ngoài vào Việt Nam trong đó có Hoa Kỳ, thể hiện qua việc gia tăng số lượng các nhà đầu tư Hoa Kỳ vào Việt Nam khảo sát, tìm kiếm cơ hội đầu tư, kinh doanh. Xu hướng trên cũng sẽ tạo điều kiện để hình thành các dự án đầu tư mới trong tương lai.

Tình hình chính trị - xã hội nước ta tập tục ổn định, an ninh được đảm bảo, uy tín của nước ta trên trường quốc tế được nâng cao. Việc nước ta khẳng định tiếp tục thực hiện đổi mới, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và tiếp tục mở rộng hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đầu tư nước ngoài... cũng đã tác động tích cực đến tâm lý của các nhà đầu tư. Nền kinh tế nước ta tiếp tục tăng trưởng cao với tốc độ trên 8% mỗi năm, quá trình công nghiệp hoá đang diễn ra nhanh chóng cùng với việc triển khai thực hiện Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ cũng đã tạo điều kiện mở rộng thị trường tiêu thụ và những thuận lợi cho phía các nhà đầu tư Hoa Kỳ. Trên thực tế ngày càng có nhiều công ty lớn của Hoa Kỳ đến Việt Nam để tìm kiếm cơ hội làm ăn chứng tỏ mối quan tâm của các doanh nghiệp Hoa Kỳ đối với thị trường Việt Nam. Một minh chứng cụ thể là vào tháng 3 năm 2006 vừa qua đã có một đoàn doanh nghiệp thuộc 21 tập đoàn lớn của Hoa Kỳ đến Việt Nam. Có thể thấy đây là một con số khả quan cho triển vọng đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Cơ cấu vốn đầu tư nước ngoài đã có chuyển biến tích cực, tỷ trọng đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp tiếp tục gia tăng, nhất là đã có một số dự án mới sử dụng công nghệ cao. Bên cạnh đó, kết cấu hạ tầng được nâng cấp cũng là tiền đề và điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư. Nguồn lao

động dồi dào, giá nhân công rẻ cũng là một trong những nhân tố góp phần quan trọng vào việc thu hút đầu tư của Hoa Kỳ. Đồng thời, khi tay nghề lao động của Việt Nam cũng đang ngày càng được nâng cao. Số lượng người lao động ở những ngành kỹ thuật cao hiện nay đáp ứng được nhu cầu lao động của các doanh nghiệp nước ngoài, trong đó có cả những nhà đầu tư Hoa Kỳ khó tính ngày càng tăng. Trong những năm vừa qua, hoạt động đầu tư nước ngoài tại Việt Nam đã tiếp tục có bước phục hồi rõ rệt từ sau khủng hoảng tài chính khu vực. Bên cạnh đó hậu quả nặng nề của trận động đất, sóng thần tại Đông Á và Đông Nam Á ảnh hưởng đến tình hình kinh tế và dòng vốn FDI vào khu vực này, nhất là đầu tư từ Hoa Kỳ và EU. Việt Nam may mắn do không nằm trong vùng động đất và sóng thần, và đây chính là một lợi thế để thu hút đầu tư từ các nước phát triển, đặc biệt là Hoa Kỳ. Dự báo trong những năm tới, tình hình kinh tế - xã hội nước ta tiếp tục ổn định, nền kinh tế tiếp tục tăng trưởng nhanh, thị trường sẽ tiếp tục được mở rộng, cơ sở hạ tầng cũng sẽ tiếp tục được nâng cấp. Nền kinh tế thế giới tiếp tục phục hồi kéo theo sự phục hồi dòng vốn FDI trên toàn cầu. Theo đánh giá của phía Hoa Kỳ, thời điểm để Hoa Kỳ trở thành nhà đầu tư số một ở Việt Nam đã đến gần khi lộ trình mở cửa các dịch vụ viễn thông, tài chính, năng lượng... vốn là thế mạnh của Hoa Kỳ đã gần kề. Hiện nay, cộng đồng doanh nghiệp Mỹ không chỉ có lợi ích trong quan hệ thương mại mà còn cả trong quan hệ đầu tư ở Việt Nam. Đặc biệt, các doanh nghiệp Hoa Kỳ hiện đang rất chú trọng về đầu tư vào lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam. Nhiều nhà kinh tế Hoa Kỳ cho rằng trong vài năm tới sẽ có nhiều tỷ USD của các công ty Hoa Kỳ đổ vào Việt Nam. Chỉ cần một số tập đoàn lớn xuất hiện trên những lĩnh vực công nghệ cao sẽ tạo hiệu ứng thu hút nhiều doanh nghiệp ở các lĩnh vực khác đến Việt Nam. Theo quan niệm của giới kinh doanh Hoa Kỳ thì quan hệ thương mại song phương, đầu tư mới thật sự là tâm điểm của hợp tác kinh tế Hoa Kỳ - Việt Nam nên họ rất quan tâm đến những cơ hội đầu tư ở Việt Nam. Do vậy mà triển vọng đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam cũng sẽ không ngừng tăng bởi Việt Nam là điểm đến tin cậy và hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài nói chung và Hoa Kỳ nói riêng

3. Kết luận

Từ khi Hoa Kỳ bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam, đặc biệt là từ sau khi có HĐTM Việt Nam - Hoa Kỳ, đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đã có những đóng góp tích cực cho quá trình phát triển nền kinh tế xã hội của Việt Nam như góp phần quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Việt Nam, góp phần giải quyết công ăn việc làm, đóng góp vào ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, cũng có không ít những điều còn trở ngại trên thực tế sau hơn 4 năm Hiệp định Thương mại có hiệu lực, mới chỉ có khoảng 2 tỷ USD của Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam. Khoản đầu tư này chỉ chiếm 0,7% tổng đầu tư của Hoa Kỳ vào Đông Nam Á, còn quá nhỏ so với tiềm năng của cả hai nước, việc chuyển giao công nghệ còn nhiều hạn chế... Do đó, việc tiếp tục hoàn thiện thủ tục đầu tư trực tiếp nước ngoài, tăng cường kết cấu hạ tầng, hoàn thiện các chính sách khuyến khích đầu tư, tăng cường hoạt động xúc tiến đầu tư... đang là những vấn đề đặt ra nhằm thu hút ngày càng nhiều các nhà đầu tư Hoa Kỳ vào Việt Nam. Chính vì vậy, trong tương lai, môi trường đầu tư tại Việt Nam cần được cải thiện hơn nữa để đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam đạt được tốc độ tương xứng với tiềm lực của hai nước và tạo ra những bước đột phá quan trọng

Kiên nghị

Những người hoạch định chính sách cần phải chú trọng về những tác động gì có thể xảy ra đối với các doanh nghiệp nước ngoài hoạt động tại Việt Nam. Các qui định của luật làm sao phải tạo được môi trường đầu tư thuận lợi, bình đẳng và công bằng cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

Danh mục các tài liệu tham khảo

- Trang web của Bộ Kế hoạch và đầu tư: www.mpi.gov.vn
- Báo cáo của Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và đầu tư các năm 200-
- 2007

CHUYÊN ĐỀ 13:
NHỮNG BÀI HỌC KINH NGHIỆM RÚT RA TỪ NGHIÊN CỨU
THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ SAU KHI
VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

PGS.TS. Trần Quang Lâm

PGS.TS. An Như Hải

Ths. Đinh Trung Thành

1. Khai thông mối quan hệ thương mại Việt – Mỹ là bước quyết định thúc đẩy phát triển và hội nhập nền kinh tế Việt Nam vào kinh tế thế giới

Qua 6 năm thực hiện BTA và hơn 1 năm thúc đẩy quan hệ thương mại Việt- Mỹ theo các tiêu chuẩn của WTO mà cả hai quốc gia đều là thành viên, có thể rút ra được những thành quả về phát triển và hội nhập của nền kinh tế Việt Nam trên các mặt sau:

Thứ nhất, Bình thường hóa quan hệ về kinh tế với Mỹ, quốc gia siêu cường số 1 thế giới, vốn là đối thủ nặng ký nhất đứng bên kia chiến tuyến, Việt Nam đã khai thông được kênh quan trọng nhất để gắn nền kinh tế nước ta với thị trường khu vực và thế giới, tạo điều kiện thực hiện thành công đường lối kinh tế đối ngoại của Đảng và thúc đẩy tiến trình CNH, HĐH đất nước, phát triển được nền kinh tế thị trường định hướng XHCN của Việt Nam.

Hơn nữa, khai thông quan hệ thương mại và đầu tư Việt – Mỹ là một trong những cơ sở quan trọng hàng đầu để mở rộng quan hệ kinh tế với các nước khác, trước tiên là quan hệ kinh tế với các nước có quan hệ chặt chẽ với kinh tế Mỹ. Đây là một thành công to lớn mà chưa thể thấy hết ý nghĩa của nó sau hơn 1 năm gia nhập WTO của Việt Nam

Thứ hai, về thành quả đạt được từ thúc đẩy mối quan hệ này thể hiện rõ ở các mặt cụ thể sau: 1) Nhờ việc Mỹ mở cửa thị trường cho hàng hóa của Việt Nam và cắt giảm thuế hàng loạt mặt hàng theo cam kết của BTA và WTO nên xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng đột biến: 128% (2002), 90% (2003) và từ đó đến nay ổn định ở 20% (đối với các mặt hàng dệt may). Nếu tính chung cho các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng 8 lần. Mỹ vươn lên trở thành thị trường lớn nhất của xuất khẩu Việt Nam và chiếm 20% tổng giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam ¹

¹ Thương mại Việt-Mỹ chuyển biến về chất chưa rõ nét. Báo Việt Namnet. Cập nhật 11:55:18/07/2007 (GMT+7)

Trong chiều ngược lại, xuất khẩu Mỹ sang Việt Nam cũng tăng gần gấp đôi trong những năm qua. Hàng xuất khẩu Mỹ sang Việt Nam chủ yếu là phương tiện máy móc, các sản phẩm chế tạo và thực phẩm sơ chế... Và rõ ràng Mỹ cũng đã được hưởng lợi từ sự phát triển của Việt Nam. Tuy nhiên, sự tăng trưởng không nhanh như hàng Việt Nam vào Mỹ do thu nhập có khả năng thanh toán và độ hấp thụ sản phẩm mới của nền kinh tế nước ta còn thấp; 2) Khi khai thông quan hệ thương mại và đầu tư Việt-Mỹ, với vị thế là 1 trong 3 trung tâm đầu tư lớn nhất của thế giới, Mỹ đang vươn lên trở thành nhà đầu tư lớn nhất ở Việt Nam. Hiện Mỹ đứng ở vị trí thứ 6 trong 83 quốc gia và vùng lãnh thổ có vốn đầu tư trực tiếp ở Việt Nam, còn vốn đầu tư gián tiếp (FII) Mỹ chiếm khoảng 1/3 đến 1/2 tổng số vốn nước ngoài đang đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Rõ ràng sự vận động về lượng của các nguồn lực chủ yếu và sự chuyển hướng về tỷ trọng của các nguồn lực trên thông qua dòng thương mại được khảo sát từ mối quan hệ thương mại Việt – Mỹ ta thấy, xu thế phát triển tốt hơn của nền kinh tế Việt Nam và trình độ hội nhập của nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế thế giới tăng lên và có nhiều triển vọng tốt đẹp xuất phát từ tăng cường mối quan hệ này; 3) Nhờ khai thông được thị trường Mỹ, các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu Việt Nam đã tiếp cận được với khối cầu có khả năng thanh toán lớn của Mỹ. Từ đó Việt Nam phát huy được lợi thế tuyệt đối về sự sẵn có của của mình về nguyên liệu, lao động cần cù, khéo léo, giá rẻ để sản xuất hàng hóa tiêu dùng xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Do khai thông được quan hệ này, Việt Nam đã giải quyết được một số vấn đề cơ bản trong phát triển kinh tế xã hội như: tạo thêm được nhiều việc làm, tăng thu nhập cho người lao động. Quan trọng hơn là có nguồn vốn để nhập thiết bị, máy móc, tạo điều kiện đẩy nhanh tiến trình CNH, HĐH, dịch chuyển cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại gắn liền với sự phát triển kinh tế trí thức đang diễn ra ở Mỹ hiện nay; và 4) việc thực hiện BTA và WTO đã thúc đẩy nhanh hơn và theo các lộ trình rõ ràng hơn những cải cách hành chính, pháp luật ở Việt Nam theo hướng hội nhập và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế đã được hầu hết các nước thừa nhận. Các khung pháp lý và kỹ thuật được xác định từ các hiệp định mà cả Việt Nam và Mỹ tham gia ký kết không chỉ là cơ sở để điều tiết các hành vi hoạt động sản xuất kinh doanh ở mỗi nước, mà còn là cơ sở chung để điều tiết mối quan hệ kinh tế giữa hai nước, tạo tiền đề và cơ sở để hai quốc gia vốn là đối thủ trong quá khứ hòa giải tăng cường hiểu biết về nhau hơn.

Bởi lẽ xuất phát từ các quan hệ kinh tế chuẩn mực dễ dàng hơn trong điều chỉnh các quan hệ chính trị, ngoại giao và xã hội vẫn còn đang gặp nhiều trở ngại. Lịch sử đã minh chứng rằng, quan hệ thương mại, đầu tư không chỉ là mối quan hệ mở đường, mà còn là cơ sở để hình thành các mối quan hệ quốc tế khác giữa các nước trong quá khứ. Qua hiểu biết và tiếp xúc thường xuyên của các quan hệ kinh tế, lấy lợi ích vật chất làm cơ sở chủ yếu, con người cũng như các dân tộc dễ đồng cảm và hòa nhập vào nhau về văn hóa, lối sống và từ đó các quan hệ khác từng bước được cải thiện, dễ đi tới đồng thuận hơn.

2. Những giới hạn và những rào cản cần tháo gỡ để thúc đẩy quan hệ thương mại Việt-Mỹ phát triển.

Ta biết rằng, nền kinh tế Mỹ là nền kinh tế của một siêu cường thế giới với thu nhập quốc nội đạt 13.130 tỷ USD, trong đó Xuất – nhập khẩu đạt 2.200 tỷ USD (2006), trong khi đó Việt Nam là một nước đang phát triển, trên đường chuyển đổi sang kinh tế thị trường, thu nhập quốc dân chỉ đạt 71,5 tỷ USD (2007) kim ngạch xuất khẩu 48,4 tỷ USD và nhập khẩu đạt 60,83 tỷ USD (2007). Do đó, mối quan hệ thương mại giữa Mỹ và Việt Nam là quan hệ giữa một nền kinh tế siêu lớn và một nền kinh tế nhỏ. Tỷ trọng trao đổi buôn bán Mỹ - Việt là lớn đối với Việt Nam nhưng lại rất nhỏ đối với Mỹ trong quan hệ thương mại quốc tế. Do đó, những giới hạn của thương mại, đầu tư của Việt Nam đối với Mỹ là giới hạn của một nền kinh tế nhỏ trong quan hệ với nền kinh tế lớn. Hơn nữa, Mỹ và Việt Nam đều là thành viên của WTO, một tổ chức thương mại toàn cầu, đang trong quá trình đấu tranh để thiết lập một trật tự thương mại công bằng hơn, chính vì vậy Việt Nam cũng không tránh khỏi những đối xử bất công trong một trật tự chưa được hoàn thiện và công bằng.

Trong bối cảnh đó, những giới hạn và rào cản đối với luồng thương mại của Việt Nam sang Mỹ và những khó khăn đối với hướng đầu tư và công nghệ từ Mỹ vào Việt Nam là một khách quan, đòi hỏi thiện trí và nỗ lực cả từ hai phía mới có thể thúc đẩy được mối quan hệ này theo hướng lành mạnh và công bằng hơn. Những giới hạn và rào cản đó thể hiện ở các mặt sau:

Thứ nhất là, xuất phát từ phía Việt Nam: 1) Dòng nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam vào thị trường Mỹ trong suốt thời gian thực thi BTA và WTO chủ yếu là hàng gia công, nguyên liệu, công cụ và công nghệ do các nhà nhập khẩu Mỹ cung cấp. Việt Nam chỉ đóng góp được lao động khéo léo, giá rẻ để chế tác nên

giá trị gia tăng từ phía Việt Nam góp vào tổng giá trị sản phẩm xuất khẩu không lớn, nên lợi nhuận thu được từ hoạt động sản xuất và xuất khẩu này là rất nhỏ cho đối tác Việt Nam. Ví như may mặc chiếm 50% giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ, trong đó Việt Nam chỉ được hưởng 5-10%, còn 90-95% lợi ích là do đối tác nhập khẩu thu được. Điều đó giải thích phần nào vì sao Việt Nam tăng mạnh xuất khẩu, nhưng nhập khẩu cũng tăng nhanh. Cán cân thương mại thâm hụt ngày càng lớn.

Tuy nhiên biểu hiện trong cán cân thanh toán với Mỹ Việt Nam là nước xuất siêu còn Mỹ là nước nhập siêu, do đó hàng hóa Việt Nam luôn là đối tượng dễ phía Mỹ áp đặt cơ chế giám sát và đứng trước nguy cơ của các vụ kiện chống bán phá giá của các đối thủ trên thị trường Mỹ gây tổn kém và thất thu lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Đối với mặt hàng cá tra và cá basa đông lạnh, Việt Nam dựa vào lợi thế điều kiện tự nhiên thuận lợi, lao động dồi dào, không đòi hỏi đào tạo chuyên sâu nên giá thành sản xuất thấp, chất lượng tốt. Song, lợi thế này lập tức bị loại bỏ bởi hàng loạt vụ kiện bán phá giá và các vụ kiểm tra chất lượng an toàn thực phẩm gây thiệt hại lớn đối với người nông dân. Đáng rằng những tiêu chuẩn về kỹ thuật và chất lượng theo chuẩn mực WTO là bắt buộc tuân thủ, song đây là giới hạn không tránh khỏi của một quốc gia đang phát triển khi đang tham gia vào thị trường thế giới; và 2) Dòng vốn đầu tư trực tiếp và gián tiếp từ Mỹ vào Việt Nam tăng lên rất nhanh, song trình độ hấp thụ nguồn vốn của Việt Nam là không tương thích làm cho lượng vốn đăng ký và vốn thực thi mới đạt khoảng một nửa. Lượng vốn này mới chỉ tập trung vào phát triển các ngành khai thác lợi thế về lao động, đất đai, tài nguyên, khí hậu cảnh quan tự nhiên của Việt Nam, vào những ngành dịch vụ thu hồi vốn nhanh như nhà hàng khách sạn, du lịch, do đó không có tác động lớn vào dịch chuyển cơ cấu nền kinh tế theo hướng tiên tiến gắn với trí thức hóa.

Thứ hai là, xuất phát từ phía Mỹ: 1) Hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lượng hàng hóa xuất khẩu của toàn bộ nền kinh tế. Do đó, sự suy giảm và trì trệ của nền kinh tế Mỹ do khủng hoảng tín dụng dưới chuẩn và giảm giá của đồng USD xuất phát từ việc áp dụng chính sách tiền tệ thả lỏng của FED đã ảnh hưởng trực tiếp, tức thời tới các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Đặc biệt, khi chính phủ Việt Nam sử dụng chính sách mua USD trên thị trường ngoại hối để cân bằng các cân thương mại và tăng

dự trữ ngoại tệ đã thúc đẩy nhanh quá trình lạm phát ở Việt Nam. Lạm phát đã tác động rất xấu tới đời sống của người lao động, đặc biệt là nông dân và người làm công ăn lương, tước đoạt phần lớn lượng của cải tích lũy dưới hình thái tiền tệ ký hiệu thành quả lao động trong nhiều năm của họ. Lạm phát làm cho nhiều ngành sản xuất bị đình đốn. Đây là bài học lớn từ việc neo chặt đồng tiền quốc gia vào đồng USD; và 2) Khi các nhà đầu tư Mỹ hoạt động trong nền kinh tế Việt Nam, đứng trước các lợi ích kinh tế, họ luôn tạo ra sức ép, đòi hỏi chính phủ phải thay đổi chính sách kinh tế quốc gia, coi những ràng buộc trong cam kết WTO chỉ là mức sàn. Họ mong muốn mở rộng các ưu đãi về thuế, về đất đai, về lĩnh vực hoạt động đầu tư... Đặc biệt là tác động của các luồng vốn đầu tư gián tiếp của Mỹ hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam có thể khống chế thị trường khi họ nắm trong tay một khối lượng lớn cổ phiếu của các doanh nghiệp chủ chốt. Hoạt động kinh doanh của họ có tác dụng định hướng và điều tiết thị trường. Nếu xảy ra hiện tượng đầu cơ hoặc tháo chạy của các luồng vốn này sẽ dễ dàng đẩy thị trường chứng khoán vào đổ vỡ. Do đó, khi khảo sát và phân tích sự tăng cường mối quan hệ thương mại Việt – Mỹ cần thấy rõ cả mặt tích cực và hạn chế của quan hệ này mới sử dụng nó vào phát triển kinh tế có hiệu quả.

CHUYÊN ĐỀ 14:

TÁC ĐỘNG CỦA MỞ RỘNG QUAN HỆ VIỆT MỸ TỚI GIẢI QUYẾT VIỆC LÀM VÀ NÂNG CAO THU NHẬP CỦA NGƯỜI DÂN

TS Vũ Thị Thoa

Việt Nam đã và đang có những thay đổi trong việc mở rộng quan hệ với các nước trong khu vực và thế giới. Việc Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đã thúc đẩy quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và Mỹ. Mở rộng mối quan hệ Việt - Mỹ sẽ có tác động rất lớn về kinh tế đối với cả hai nước và rất có thể Việt Nam sẽ là đối tác rất quan trọng ở Châu Á đối với Mỹ.

Mục tiêu những năm tới của Việt Nam trong việc mở rộng quan hệ với Mỹ là phân đầu đưa quan hệ Việt - Mỹ phát triển ổn định và hiệu quả và có bước đột phá mới cả về chiều rộng và chiều sâu trong quan hệ kinh tế với Mỹ và rất có thể Mỹ sẽ trở thành đối tác kinh tế quan trọng hàng đầu, không chỉ về thị trường hàng hóa mà cả về chuyển giao công nghệ, cung cấp nguồn vốn, kinh nghiệm quản lý và đào tạo chuyên gia. Thông qua mở rộng quan hệ Việt Mỹ, các đối tác Mỹ có thể tham gia vào đầu tư để thực hiện quá trình đổi mới ở Việt Nam và họ có thể tìm thấy ở Việt Nam một thị trường ổn định, an toàn và đầy tiềm năng.

Trong quan hệ hai nước Việt Nam và Mỹ, hợp tác kinh tế, thương mại luôn là một trong những lĩnh vực trọng tâm. Hiệp định Thương mại Việt-Mỹ được ký kết vào tháng 7/2000 và có hiệu lực vào tháng 12/2001 đã tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế-thương mại và đầu tư. Khi quan hệ hai nước được mở ra thì các công ty của Hoa Kỳ dẫn đầu thế giới muốn đầu tư vào Việt Nam trong các lĩnh vực như: dịch vụ, tài chính, du lịch, giáo dục và họ đang tiếp tục tìm hiểu, mở rộng hoạt động kinh doanh ở các lĩnh vực này tại Việt Nam, bởi vì các nhà đầu tư Hoa Kỳ họ không muốn chỉ giới hạn hoạt động của mình trong lĩnh vực sản xuất.

Ngoài ra khi quan hệ Việt Nam - Mỹ được mở rộng ra sẽ tạo cơ hội cho người dân hai nước có thể qua lại với nhau, giúp cho họ trở nên gần gũi hơn. Đồng thời, thông qua các chương trình giao lưu văn hoá đã giúp hàng trăm người Việt Nam ghé thăm Hoa Kỳ hàng năm có cơ hội gặp gỡ các đồng nghiệp Mỹ và học hỏi thêm về Hoa Kỳ. Hàng chục ngàn doanh nhân và du khách Mỹ đến thăm Việt Nam hàng năm, tham gia vào những hoạt động giao lưu đã giúp họ hiểu biết thêm về văn hoá giữa Việt Nam và Mỹ, cũng như tăng thêm sự học hỏi lẫn nhau về mọi mặt, việc mở rộng quan hệ này góp phần tích cực vào việc phục vụ cho lợi ích của nhân dân hai nước.

Ở Việt Nam hiện nay, số lao động không có việc làm còn chiếm tỷ lệ lớn và thu nhập của người dân còn thấp đặc biệt là ở các vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn. Mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam có thể giải quyết được việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân. Mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam có thể tiếp nhận những kinh nghiệm về nhiều mặt trong phát triển kinh tế của Mỹ có thể áp dụng vào Việt Nam, đồng thời người Việt Nam có cơ hội nâng cao sự hiểu biết của mình về văn hoá Mỹ, đặc biệt là người dân Việt Nam có cơ hội tiếp nhận thêm việc làm mới, kéo theo đó là nâng cao thu nhập của người dân điều này thể hiện ở chỗ:

Thứ nhất, gia nhập WTO có nghĩa là Việt Nam sẽ mở cửa thị trường, điều này tạo điều kiện cho Việt Nam có cơ hội đưa hàng hoá của mình ra thị trường nước ngoài và hàng hoá của các nước có cơ hội thâm nhập vào thị trường Việt Nam, như vậy sẽ thúc đẩy thị trường dịch vụ thương mại phát triển, tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người dân, nâng cao thu nhập của họ. Năm 2005 kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai nước đạt 8,7 tỷ USD, tăng gấp 5 lần năm 2001 (1,5 tỷ USD) và năm ngoái, kim ngạch xuất nhập khẩu 2 chiều đã đạt gần 10 tỷ USD. Hiện Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam và cũng là thị trường tiềm năng nhất đối với nhiều mặt hàng xuất khẩu quan trọng như dệt may, đồ gỗ,

thủ công mỹ nghệ... Hiện nay, kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam sang Mỹ ước đạt hơn 1,5 tỷ USD, trong đó riêng thị trường Mỹ, các doanh nghiệp đồ gỗ đã xuất khẩu được trên 600 triệu USD.

Như vậy, việc mở rộng trao đổi thương mại của Việt Nam góp phần tăng kim ngạch xuất khẩu, đồng thời đã và đang tạo ra thêm nhiều việc làm cũng như nâng cao mức sống cho cả người Việt Nam lẫn người Mỹ.

Thứ hai, mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ tạo cơ hội cho các công ty Mỹ đầu tư vào Việt Nam, sự có mặt của các công ty này ở Việt Nam sẽ tạo thêm nhiều chỗ việc làm mới cho người lao động Việt Nam nếu họ đáp ứng yêu cầu về công việc của các công ty này.

Sự phát triển mạnh mẽ về thương mại giữa Việt Nam và Mỹ trong những năm gần đây đã thu hút nhiều nhà đầu tư Hoa Kỳ, họ đã nhìn thấy cơ hội kinh doanh ở thị trường Việt Nam và đến đầu tư tại Việt Nam. Hiện nay, có hơn 1.000 doanh nghiệp Hoa Kỳ đang hoạt động tại Việt Nam, trong đó có rất nhiều tập đoàn và công ty lớn hàng đầu thế giới như Boeing, Microsoft, IBM, Intel, Ford, Citigroup... đã mở ra cơ hội lớn hơn cho xuất khẩu phần mềm và các dịch vụ công nghệ cao, đồng thời cũng mở ra nhiều cơ hội việc làm cho nhiều người. Chẳng hạn Tập đoàn Intel thành phố Hồ Chí Minh đã thu hút 4.000 người lao động Việt Nam vào làm việc.

Tính đến tháng 4/2007, đầu tư của Mỹ vào Việt Nam ước đạt hơn 2,3 tỷ USD, đứng thứ 8 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Việc mở rộng sản xuất kinh doanh của các công ty Mỹ tại Việt Nam sẽ tạo thêm nhiều việc làm và nâng cao thu nhập cho người lao động ở Việt Nam.

Thứ ba, mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ tạo cơ hội thúc đẩy hòa giải giữa cộng đồng Việt Kiều với đất nước, tạo cơ hội cho cộng đồng Việt kiều ở Mỹ có thể đầu tư về Việt Nam tạo công ăn việc làm cho người dân, đây cũng là một nguồn lực lớn cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đến năm 2020. Việc

thu hút Việt Kiều trở về đóng góp cho đất nước cũng là hướng quan trọng góp phần tăng đầu tư phát triển kinh tế, tạo việc làm cho người dân Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Thứ tư, mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ, Việt Nam có cơ hội phát triển ngành du lịch. Mỗi năm Việt Nam mới chỉ thu hút dưới 2 triệu khách du lịch quốc tế mỗi năm với doanh thu khoảng 1-2 tỷ USD, trong khi Thái lan, Malaysia, và Indonesia, mỗi nước hàng năm thu hút trên 10 triệu khách du lịch, với doanh thu hàng chục tỷ USD. Mở rộng phát triển du lịch sẽ giúp Việt Nam thu hút khách du lịch quốc tế, tạo thêm hàng triệu việc làm cho người dân và đạt kim ngạch xuất khẩu ước tính hàng chục tỉ USD.

Phát triển du lịch quốc tế sẽ kéo theo phát triển sâu rộng của các ngành phụ trợ như xây dựng, hàng không, giao thông vận tải, thương mại, công nghệ thông tin, chế biến thực phẩm. Nhờ đó tạo thêm việc làm cho người dân.

Thứ năm, việc gia nhập WTO sẽ mở rộng cửa thị trường cho các doanh nghiệp Việt Nam vươn ra thế giới theo các quy định chung của tổ chức này. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng sẽ phải đối mặt với những thách thức về cạnh tranh khi các doanh nghiệp Mỹ, cũng như các doanh nghiệp nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam và như vậy các doanh nghiệp Việt Nam phải đối đầu cạnh tranh ngay trên sân nhà với doanh nghiệp thế giới. Cạnh tranh sẽ làm cho giá cả hàng hoá tiêu dùng sẽ giảm xuống, người dân có thể mua được nhiều hàng hoá hơn với một lượng tiền như trước, điều này có thể hiểu theo nghĩa nó đã nâng cao thu nhập và mức sống của người dân.

Thứ sáu, bên cạnh việc thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt nam và Mỹ, mở rộng quan hệ Việt Nam và Mỹ còn tạo cơ hội cho Việt Nam có thể nhận được sự trợ giúp của Mỹ để giải quyết một số vấn đề xã hội như: ngăn chặn các bệnh dịch toàn cầu và trợ giúp đối tượng yếu thế.

Năm 2006 tổng trợ giúp của Chính phủ Hoa Kỳ dành cho Việt Nam lên đến xấp xỉ 90 triệu đôla. Ngân quỹ này đã tài trợ cho các chương trình có tính linh hoạt và sáng tạo để ngăn chặn dịch cúm gia cầm và HIV/AIDS. Tài trợ các chương trình trợ giúp phụ nữ, những nhóm người thiệt thòi, và trẻ em.

Thứ bảy, mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ sẽ tạo cơ hội thu hút người lao động Việt Nam sang làm việc ở Mỹ, thông qua việc ký kết các hợp đồng xuất khẩu lao động - đây một trong những hướng mở ra cơ hội tạo thêm việc làm và nâng cao thu nhập của người dân.

Thứ tám, mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ sẽ tạo cơ hội để hai nước hợp tác trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo nghề.

Mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ giúp cho Việt Nam có cơ hội tiếp nhận chuyển giao công nghệ, nguồn vốn, kinh nghiệm quản lý và đào tạo từ các chuyên gia Mỹ. Người Việt Nam làm việc tại các công ty của Mỹ ở Việt Nam sẽ có cơ hội nâng cao tay nghề và có thu nhập cao hơn. Việt Nam và Mỹ đã và đang thực hiện các chương trình hợp tác trong lĩnh vực giáo dục, đây là cơ hội giúp hàng trăm người Việt Nam học tập tại Mỹ có trình độ chuyên môn và tay nghề cao có thể giúp Việt Nam thực hiện thắng lợi sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Hiện tại đang có hàng ngàn sinh viên Việt Nam xuất sắc đang học tại các trường đại học và các viện nghiên cứu Mỹ - đây là nguồn nhân lực đóng góp trong tương lai cho sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước, tạo việc làm cho người lao động ở Việt Nam.

Mở rộng quan hệ Việt Nam - Mỹ sẽ tạo cơ hội việc làm và nâng cao thu nhập của người dân. Nhưng mỗi quan hệ này sẽ phát triển và có tầm chiến lược sâu rộng hay không thì mỗi bên đều phải có sự nỗ lực cùng tham gia và cùng biết khai thác triệt để thế mạnh tiềm tàng của mỗi bên, Ngược lại, mỗi quan hệ này sẽ bị ách tắc, trở ngại khi mỗi bên cố giữ những định kiến nặng nề do quá khứ để lại hoặc do thiếu thông tin.

Để thúc đẩy quan hệ Việt - Mỹ nhanh chóng đạt tới một tầm cao mới, theo chúng tôi Việt Nam cần quan tâm đến các vấn đề sau:

Một là, cần phải quan tâm và khai thác triệt để những thế mạnh của đối tác Mỹ để nắm chắc xem nên mở rộng quan hệ đến đâu và mở rộng ở những lĩnh vực nào.

Hai là, trong quan hệ với Mỹ, chúng ta không nên kỳ vọng vào viện trợ kinh tế hoặc bất kể sự trợ giúp đặc biệt nào của Mỹ để tránh sự lệ thuộc vào Mỹ, mà nên chú ý tới quan hệ song phẳng, không lệ thuộc vào các công ty Mỹ trong hợp tác kinh doanh và chuyển giao công nghệ.

Ba là, trong các dự án hợp tác với Mỹ, Việt Nam cần chú ý lựa chọn các cán bộ có đức, có tài để có thể tiếp thu được kinh nghiệm quản lý, công nghệ tiên tiến, kinh nghiệm sản xuất kinh doanh, khả năng dự báo thị trường và hạn chế những tiêu cực có thể có.

Bốn là, Việt Nam cần phải chú ý tới hiệu quả của các dự án Mỹ đầu tư, bởi các doanh nghiệp Mỹ rất chú trọng tới tính hiệu quả trong khi quyết định đầu tư kinh doanh. Sức thu hút doanh nghiệp Mỹ vào các dự án mà họ muốn đầu tư tùy thuộc vào tính khả thi, hiệu quả kinh tế của từng dự án cũng như sự quyết tâm thực hiện dự án của đối tác chứ không phải là mối quan hệ thân tình hoặc lợi thế lớn ở dạng tiềm năng.

Năm là, Việt Nam cần có cơ chế chính sách khuyến khích và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, các tổ chức, các nhà chính khách đã nghỉ hưu trong mở rộng quan hệ hợp tác với các đối tác Mỹ. Có thể Việt kiều và các cựu chiến binh Mỹ sẽ là những cầu nối hữu hiệu cho các mối quan hệ này. Đây là một trong những hướng đi có thể thúc đẩy sự hợp tác giữa Việt Nam và Mỹ.

Sáu là, Việt Nam nên chú ý thu hút đầu tư vào lĩnh vực du lịch, bởi đây là một lĩnh vực mà Việt Nam có lợi thế cạnh tranh. Đầu tư vào phát triển du lịch sẽ

có tính khả thi và hiệu quả chắc chắn hơn nhiều so với các ngành công nghiệp khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Việt Nam có thể là đối tác rất quan trọng của Mỹ. Thông tin kinh tế - xã hội ngày 2/11/2007
2. Kinh tế Mỹ duy trì đà tăng trưởng. Thời báo kinh tế Việt Nam ngày 16/11/2006
3. Kinh tế Mỹ tăng trưởng cao hơn dự kiến. Thời báo kinh tế Việt Nam ngày 5 / 2/ 2007
4. Đại sứ Michael W.Marine ca ngợi quan hệ Việt Mỹ. Việt Báo Việt Nam ngày 3/7/2007
5. Quan hệ Việt Mỹ ngày càng mang tính chiến lược. Vietnam net ngày 2/2/2007.
6. Vũ Minh Khương. Đẩy quan hệ Việt - Mỹ lên tầm cao mới. 2/6/2005.
7. Thay đổi lớn trong qun hệ Việt - Mỹ. 25/6/2007
8. Hoàn tất đàm phán Việt Nam - Mỹ cánh cửa gia nhập WTO đã mở rộng. Thời báo kinh tế Việt Nam 15/5/2006

CHUYÊN ĐỀ 15:
THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI KHU VỰC TƯ NHÂN CỦA
VIỆT NAM - MỸ THỜI KỲ 2000-2007

ThS Phạm Thị Túy
Học viện CT-HCQG Hồ Chí
Minh

Những năm gần đây, cùng với Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 36/NQ-TW của Bộ Chính trị, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chính sách động viên, thu hút kiều bào về nước đầu tư làm ăn mà điển hình là Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (năm 1987), Luật Khuyến khích đầu tư trong nước (1998), và gần đây nhất là Luật Đầu tư năm 2005, có hiệu lực từ 01/06/2006, hầu như không có sự phân biệt giữa doanh nhân Việt kiều và doanh nhân trong nước. Chính bởi vậy mà từ năm 2000 đến nay quan hệ thương mại, đầu tư của khu vực tư nhân của Việt Nam có những bước tăng trưởng đáng khích lệ. Trong khu vực này, quan hệ thương mại có bước tăng trưởng nhanh nhất phải kể đến là thương mại khu vực tư nhân của Việt Nam - Mỹ. Bởi theo ước tính của ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài, thì hiện nay trong số 3 triệu người Việt Nam đang làm ăn sinh sống tại hơn 90 nước và vùng lãnh thổ trên khắp thế giới, thì có tới 3/4 sống ở các nước công nghiệp phát triển, mà tập trung nhiều nhất là ở Mỹ (1,3 triệu người).

Mặt khác, cùng với việc thực hiện Nghị quyết Trung ương V lần thứ IX của Đảng Cộng sản Việt Nam, khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam có một sự đảm bảo chắc chắn trong phát triển. Đến Đại hội Đảng lần thứ X (4/2006), khu vực kinh tế tư nhân đã phát triển rộng khắp trên các ngành nghề và lĩnh vực với khoảng 2,5 triệu hộ kinh doanh, 200 nghìn doanh nghiệp bước đầu nắm quyền tự do làm ăn sinh sống; đã đóng góp quan trọng vào công cuộc phát triển kinh tế, là khu vực có công đầu về tạo việc làm và thúc đẩy hoạt động thực mại và dịch vụ phát triển. Tính đến cuối năm 2005 tổng số doanh nghiệp của tư nhân đăng ký kinh doanh

vào khoảng 20 vạn¹. Trong số đó có 17% hoạt động trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp, tiểu, thủ công nghiệp, 14% trong lĩnh vực xây dựng, 14% trong lĩnh vực nông nghiệp và 55% trong các hoạt động dịch vụ khác. Như vậy có thể nói phải đến non nửa số các doanh nghiệp tư nhân hoạt động trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ. Do đó, để lượng hoá được hoạt động thương mại của khu vực tư nhân Việt Nam sang Mỹ là vô cùng khó, song với tỷ lệ phân bố hoạt động của khu vực kinh tế tư nhân nêu trên và thực tế quan hệ ngoại giao giữa hai nước, có thể ước lượng tỷ lệ khu vực tư nhân tham gia trong hoạt động thương mại Việt - Mỹ sẽ vào khoảng trên dưới 50% tổng kim ngạch thương mại Việt - Mỹ và gia tăng mạnh sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới.

Cùng với những nhân tố nêu trên, Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA) được ký kết đã đưa quan hệ hợp tác thương mại Việt Nam - Mỹ lên một bước phát triển mới. Khi Hiệp định có hiệu lực, Mỹ áp dụng quy chế Tối huệ quốc (MFN) đối với Việt Nam. Sau khi được hưởng quy chế này, thuế suất cho hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Mỹ giảm trung bình từ 40% xuống còn 4%. Điều này cũng có nghĩa là Hiệp định đã mở cửa thị trường khổng lồ Mỹ cho các nhà xuất khẩu Việt Nam trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng với các nước khác. Ngoài ra, theo Hiệp định thương mại, Việt Nam cam kết thực hiện theo lộ trình trong vòng 10 năm các thay đổi về luật pháp, chính sách, quy định và cải cách hành chính, chủ yếu theo các tiêu chuẩn của Tổ chức Thương mại thế giới WTO và các thông lệ quốc tế. Các cam kết toàn diện trong Hiệp định thương mại của hai quốc gia sẽ không chỉ thúc đẩy thương mại hai chiều giữa hai nước mà còn tăng thêm tính hấp dẫn của môi trường đầu tư tại Việt Nam đối với các nhà đầu tư Mỹ.

Trên thực tế, kể từ khi Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ có hiệu lực (10/12/2001) kim ngạch buôn bán giữa hai nước tăng lên một cách nhanh chóng. Chỉ trong vòng 7 tháng đầu năm 2003 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ đã đạt 2,436 tỷ USD. Từ đó thị trường Mỹ đã vươn lên trở thành thị

¹ số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư

trường xuất khẩu lớn nhất cho Việt Nam. Tuy nhiên, để duy trì và khai thác có hiệu quả thị trường xuất khẩu tiềm năng này, cần thiết phải nhìn nhận một cách toàn diện thực trạng quan hệ thương mại giữa 2 nước, đặc biệt là khu vực tư nhân- một khu vực tiềm năng trong quan hệ này, để thấy được những thuận lợi, khó khăn và xác định các bước phát triển tiếp theo.

1.Thực trạng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ thời gian qua

Mỹ là thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng, với dân số gần 5% dân số thế giới, nhưng quy mô tổng thu nhập quốc dân bằng 1/3 tổng thu nhập thế giới. Hàng năm, Mỹ xuất khẩu gần 1000 tỷ USD và nhập khẩu từ 1200 đến 1400 tỷ USD. Nhận thấy những cơ hội to lớn từ thị trường Mỹ, ngay từ đầu những năm 90, cùng với những nỗ lực ngoại giao của Chính phủ, rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tìm cách thâm nhập vào thị trường này. Kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ đã tăng lên một cách nhanh chóng. Nếu như năm 1994 kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ mới chỉ đạt 50,5 triệu USD, thị trường Mỹ đứng trong số 10 thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Năm 1997, vị trí này đã lên tới thứ 7, thì đến năm 2000 kim ngạch xuất khẩu đạt 812,3 triệu USD (tăng gấp 16 lần so với năm 1994) và thị trường Mỹ đã đứng trong số 5 thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Đặc biệt, kể từ khi Hiệp định thương mại Việt Nam - Mỹ có hiệu lực (10/12/2001). Cùng với việc Hiệp định có hiệu lực là việc Mỹ trao cho Việt Nam quy chế Tối huệ quốc, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng lên đáng kể, ngay trong năm 2002, kim ngạch xuất khẩu vào Mỹ đã tăng gấp đôi năm trước đạt 2,421 tỷ USD, mức gia tăng kim ngạch xuất khẩu trong năm 2002 thì có tới 90% là tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Và cho đến nay, kim ngạch xuất khẩu tăng liên tục: năm 2001 là 29%; 2002 là 127%; 2003: 90%; 2004: 16% và năm 2003 với tổng kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ đạt gần 4 tỷ USD đã đưa thị trường Mỹ trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu vào Mỹ đạt xấp xỉ 7 tỷ USD và năm 2006 là 8 tỷ USD (chiếm 86,8% so với kim ngạch xuất khẩu vào Châu Mỹ), theo dự kiến tổng giá trị thương mại 2 chiều Hoa Kỳ-Việt Nam sẽ vượt qua 10 tỷ USD trong năm 2007

và thị trường Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, chiếm 20% tổng giá trị xuất khẩu với các mặt hàng chủ yếu là dệt may, giày dép và các sản phẩm gỗ. Trong tương lai, thị trường Mỹ có sức mua lớn, cùng với những cải thiện tích cực trong quan hệ ngoại giao giữa 2 nước thị trường, Việt Nam đã là thành viên chính thức của WTO với hơn 10.000 đồng thuế sẽ được giải quyết theo cam kết, thì cơ hội gia tăng xuất khẩu vào Mỹ sẽ rất lớn và như thế Mỹ có thể sẽ tiếp tục là thị trường tiềm năng tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong những năm tới.

Bảng 1: Ngoại thương Việt Nam - Hoa Kỳ 10 năm thiết lập quan hệ

(xuất khẩu&nhập khẩu - triệu USD)

Nă m	199 4	199 5	199 6	199 7	199 8	199 9	200 0	2001	2002	2003	2004
Xuấ t khẩ u	50,5	199, 0	331, 0	388, 4	554, 1	608, 4	812, 3	1052, 2	2394, 8	4554, 8	5275, 8
Nhậ p khẩ u	172, 9	252, 3	616, 6	286, 7	273, 9	291, 5	367, 5	460,4	580,0	1324, 4	1163, 4

Nguồn: Thời báo kinh tế Sài Gòn - 16/6/2005

Từ nhiều năm nay, cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Mỹ không có nhiều thay đổi, hầu như mới chỉ tập trung vào một số nhóm hàng có tính chất truyền thống như dệt may, thủy hải sản, giày dép, nông sản (hạt điều, cà phê, tiêu, mật ong, cao su), chế biến gỗ và sản xuất đồ nội thất, gốm sứ, dầu và khí đốt. Và chủ yếu được xuất qua con đường chính ngạch bởi các doanh nghiệp nhà nước hoặc các Hiệp hội.

Bảng 2: Một số mặt hàng chủ yếu Việt Nam xuất sang Mỹ thời gian qua

Đơn vị: Triệu USD

STT	Mặt hàng	2000	2001	2002	5 tháng đầu năm 2003
1	Hàng dệt may	49,57	47,46	975,77	846,0
2	Thủy hải sản	304,36	482,42	673,75	284,3
3	Giày dép các loại	87,79	114,23	196,55	119,4
4	Dầu thô	91,37	225,2	147,12	123,8

Nguồn: Bộ Thương mại

Theo số liệu thống kê của Bộ thương mại Việt Nam, Hiện Mỹ là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam, luôn chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm này của Việt Nam. ủy ban Thương mại quốc tế Mỹ (ITC) đánh giá, ở châu á, chỉ có Việt Nam và trong chừng mực nào đó có Indonesia có thể cạnh tranh với Trung Quốc trong việc xuất khẩu hàng dệt may vào Mỹ. Trị giá xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Mỹ, năm 2001 chỉ ở mức 47 triệu USD, đã tăng lên 975 triệu USD năm 2002; 2.484 triệu USD năm 2003 và 2.719 triệu USD năm 2004. Từ đầu năm 2005, khi Hiệp định dệt may ATC/WTO chấm dứt hiệu lực đồng nghĩa với việc bãi bỏ hoàn toàn chế độ hạn ngạch cho các nước thành viên WTO, ngành Dệt-May Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt nhưng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Mỹ vẫn tăng đáng kể với tổng giá trị là 2.880 triệu USD. Năm 2006 kim ngạch xuất khẩu tiếp tục tăng đạt 3.200 triệu USD. Và dự báo trong năm 2007, kim ngạch xuất khẩu dệt may của các doanh nghiệp sẽ đạt khoảng 3.525 triệu USD. Mặc dù để thâm nhập được vào thị trường Mỹ là điều không phải dễ do phải vượt qua các quy định về nhập khẩu, thuế quan và phí, hạn ngạch thuế quan, quản lý số lượng, thủ tục hải quan... rất phức tạp, đồng thời Mỹ còn sử dụng nhiều biện pháp để bảo hộ phù hợp với quy chế WTO và các biện pháp chống bán phá giá, nhưng do đây là thị trường giàu tiềm năng, theo dự báo thị trường hàng dệt may Mỹ có nhu cầu tiêu thụ lớn, dự kiến năm 2009 đạt gần 72 tỷ USD hàng dệt may và 176 tỷ USD hàng may mặc, nên các doanh nghiệp trên thế giới nói chung và các doanh nghiệp

Việt Nam nói riêng luôn cố gắng khắc phục mọi khó khăn để đưa các loại sản phẩm của mình vào thị trường này.

Đứng thứ hai về kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ là mặt hàng thủy sản, nhưng mặt hàng này lại là mặt hàng nổi đình nổi đám nhất về các rắc rối thương mại. Vụ cá tra, ba sa vừa khép lại, con tôm Việt Nam đã phải hầu toà vì cùng tội danh: bán phá giá. Chưa kịp thở phào vì tuy án đã tuyên nhưng vẫn nhẹ hơn một vài đối thủ như Trung Quốc, Thái Lan, mới đây tôm Việt Nam lại vướng vào rắc rối mới. Đó là quy định buộc phải đóng trước tiền thuế chống bán phá giá tạm tính trước một năm (tiền bond). Trước đây khoản thuế tạm tính chỉ theo từng container hàng và do nhà nhập khẩu gánh vác nhưng nay, toàn bộ khoản bond khổng lồ được chuyển khoản sang cho các doanh nghiệp Việt Nam. Theo Hiệp hội Thủy sản Việt Nam (VASEP), khoản bond này làm chết một lượng vốn rất lớn trong khi tiềm lực tài chính của doanh nghiệp ta lại quá nhỏ. Vì thế, khả năng tiếp tục vào thị trường Mỹ đang khép lại trước nhiều doanh nghiệp Việt Nam.

Trong top các mặt hàng xuất khẩu nhiều vào thị trường Mỹ của Việt Nam còn phải kể đến các sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất giày da, túi xách và sản phẩm da của Việt Nam. Năm 2004, Mỹ là thị trường tiêu thụ lớn thứ 2 của các doanh nghiệp giày da Việt Nam với kim ngạch 450 triệu USD (tăng 50% so với năm 2003), năm 2005 đạt 600 triệu USD. Hiện đang có nhiều doanh nghiệp giày da Việt Nam hướng tới thị trường Mỹ, nơi có nhu cầu tiêu thụ lớn và đa dạng. Cùng với đó là xu hướng chuyển các đơn hàng của các nhà nhập khẩu Mỹ sang các nước châu á, trong đó có Việt Nam.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ cũng là một mặt hàng xuất khẩu có thế mạnh của Việt Nam. Hiện kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đã vượt Malaixia, Indonesia và Thái Lan, trở thành nước xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ lớn nhất Đông Nam á, sản phẩm gỗ xuất khẩu có mặt tại 120 nước và khu vực trên thế giới. Trong các thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam thì thị trường Mỹ vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất dòng sản phẩm này. Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm gỗ vào thị trường Mỹ của Việt Nam đã tăng từ

120,35 triệu USD năm 2003 lên đến 744,1 triệu USD trong năm 2006. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch bình quân thời kỳ này sang thị trường Mỹ đạt 95%.

Tuy vậy, song hàng năm, chỉ tiêu cho đồ nội thất của Mỹ đạt trên 77 tỷ USD và được dự báo sẽ tăng thêm 23% đến năm 2010. Năm 2006 Mỹ đã nhập 25 tỷ USD đồ nội thất các loại, tăng 75 so với năm 2005. Trong đó nhập khẩu nội thất bằng gỗ đạt 10,87 tỷ USD. Hiện Mỹ đang tăng nhập khẩu đồ nội thất giá rẻ từ thị trường châu Á và giảm nhập khẩu đồ nội thất cao cấp từ châu Âu. Nhờ giá nhập khẩu được giữ ở mức thấp nên tiêu dùng của người dân Mỹ tiếp tục tăng cao. Về chủng loại sản phẩm: Đồ nội thất bằng gỗ gia dụng là loại sản phẩm Mỹ có nhu cầu nhập khẩu cao nhất, đạt khoảng 8,6 tỷ USD. Tiếp đến là đồ nội thất bằng gỗ dùng trong văn phòng, với mức tăng trưởng khoảng 16%/năm, đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD năm 2006. Kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ nội thất văn phòng của Việt Nam sang Mỹ còn thấp, mới đạt khoảng trên 7 triệu USD năm 2006, tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng khá cao, trên 23%/năm và hứa hẹn sẽ là một thị trường xuất khẩu tiềm năng đối với mặt hàng gỗ, sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới.

Như vậy, khả năng tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ còn rất lớn. Thị trường Mỹ ngày càng đánh giá cao ngành sản xuất sản phẩm gỗ của Việt Nam. Họ coi Việt Nam là một đối tác quan trọng trong cả nhập khẩu sản phẩm gỗ và xuất khẩu gỗ nguyên liệu. Việt Nam có lợi thế hơn các nước xuất khẩu đồ nội thất trong khu vực Đông Nam Á về sự đa dạng trong sử dụng các chủng loại gỗ nguyên liệu sản xuất sản phẩm nhập khẩu. Malaixia, Thái Lan chủ yếu xuất khẩu sản phẩm gỗ sản xuất từ gỗ cao su, Indonesia sản xuất chủ yếu từ gỗ tếch, gỗ mahogany và sonokeling. Chính vì vậy, mặc dù năm 2006 thị trường nhà đất Mỹ không sôi động những xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường Mỹ vẫn giữ vững được nhịp độ tăng trưởng khá. Dự báo xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường Mỹ sẽ tiếp tục giữ được mức tăng trưởng cao, khoảng 25-30%/năm.

Hiện nay cả nước có khoảng 2000 doanh nghiệp tham gia chế biến gỗ với năng lực sản xuất khoảng 2,2-2,5 triệu m³ gỗ tròn/năm. Nhìn chung, các doanh

nghiệp chế biến gỗ hầu hết là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đa số các công ty sản xuất và chế biến các sản phẩm gỗ tập trung chủ yếu ở các tỉnh miền Nam như Bình Dương, Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai...; các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên như Bình Định, Gia Lai, Đắk Lắk...; một số công ty, thường là các công ty sản xuất và xuất khẩu đồ mỹ nghệ, tập trung ở các tỉnh phía Bắc và khu vực đồng bằng sông Hồng như Hà Nội, Bắc Minh, Hà Tây, Vĩnh Phúc...

Số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ năm 2006 là 1.850 (kể cả các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu uỷ thác). Số lượng doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm khoảng 16% nhưng kim ngạch xuất khẩu của khối này lại chiếm khoảng 50% kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của cả nước. Tốc độ tăng trưởng của khối doanh nghiệp này trong năm 2006 đạt 31,8% so với năm 2005. Khoảng 39% kim ngạch của khối doanh nghiệp này là đồ nội thất phòng ngủ và gần 85% là xuất sang thị trường Mỹ. 50% kim ngạch xuất khẩu còn lại của các doanh nghiệp trong nước với tốc độ tăng trưởng là 28,6%.

Việt Nam cũng là một trong những nước dẫn đầu thế giới về mặt hàng cà phê, hạt tiêu, hạt điều... vào thị trường Mỹ với tổng kim ngạch 359 triệu USD. Tuy nhiên, thị trường cung cao hơn cầu, giá nông sản lại biến động thất thường nên giá trị xuất khẩu chưa được như kỳ vọng. Đặc biệt, nhóm hàng rau quả tươi hầu như chưa tiếp cận được thị trường Mỹ do sản xuất chưa mang tính hàng hoá, quy mô nhỏ, manh mún. Vấn đề cần làm theo các chuyên gia là tăng cường khả năng cung, đảm bảo chất lượng ổn định, mẫu mã theo tiêu chuẩn Mỹ cho hàng nông sản. Cuối cùng là tuân thủ chặt chẽ các cam kết giao dịch quốc tế để giữ vững thị trường.

Theo ông Steve Parker, chuyên gia Dự án STAR Việt Nam, đến nay hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng 8 lần kể từ sau khi ký Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ. Tác động trực tiếp nhất của việc Mỹ cắt giảm thuế suất hàng loạt theo BTA là sự tăng trưởng của hàng xuất khẩu Việt Nam sang Mỹ tăng mạnh, nhưng chủ yếu vẫn là nhóm các mặt hàng truyền thống. Tuy nhiên, theo các nhà nhập khẩu Mỹ, với xu thế dòng vốn FDI đang tăng lên, trong vài năm tới,

Việt Nam có thể sẽ hướng sự phát triển vào những mặt hàng như: sản phẩm hoá dầu, sản phẩm cơ khí, linh kiện và thiết bị điện tử công nghiệp và gia dụng, chế phẩm cao su kỹ thuật cao, phụ tùng ô tô, linh kiện vi tính, vật liệu xây dựng ... Những nhóm hàng này sẽ tăng dần và trở thành sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Hiện nay, nhiều nhà đầu tư Mỹ đang vào Việt Nam tìm kiếm cơ hội đầu tư, thậm chí chuyển hướng các cơ sở sản xuất của họ sang Việt Nam. Đây là cơ hội tốt mà các doanh nghiệp Việt Nam cần nắm lấy. Doanh nghiệp phải vươn lên xây dựng mạng lưới đại lý phân phối tại thị trường Mỹ thay vì thụ động ngồi nhà tìm đối tác nhập khẩu qua mạng Internet.

2. Tình hình xuất khẩu của tư nhân Mỹ vào thị trường Việt Nam từ 2000 đến nay

Tính đến nay, kim ngạch 2 chiều Việt - Mỹ đã tăng gần gấp 30 lần lên gần 7 tỷ USD USD. Tuy nhiên, con số ấn tượng trên vẫn chưa thoả mãn các nhà quản lý cũng như giới doanh nghiệp, bởi sự tăng trưởng trên cho thấy tiềm năng của cả hai phía chưa được khai thác hết. Mặc dù thị trường Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, song kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ vẫn còn thấp và tổng giá trị xuất khẩu còn nhỏ bé, số lượng các mặt hàng xuất khẩu đơn điệu. Còn về phía Mỹ, thị trường Việt Nam vẫn còn là thị trường tiềm năng, nhất là đối với các doanh nghiệp tư nhân Mỹ. Đến cuối năm 2004, phía Mỹ mới chỉ xuất sang Việt Nam được gần 1,2 tỷ USD hàng hoá, nhưng đều là những mặt hàng có giá trị cao như máy bay và phụ tùng, thiết bị cơ khí, điện và điện tử, y tế... Đến 2006 và nhất là sau khi Việt Nam trở thành thành viên WTO, xuất khẩu của Mỹ sang Việt Nam đã có những động thái tích cực và chiều hướng gia tăng kim ngạch xuất khẩu Mỹ sang Việt Nam trong thời gian tới là khả quan hơn. Tuy vậy, vẫn sẽ là lệch lạc trong quan hệ này, bởi thị trường Việt Nam là một thị trường bé, tiềm lực kinh tế hạn chế trong khi các hàng hoá xuất khẩu của Mỹ là những hàng hoá có giá trị cao, nên kim ngạch xuất khẩu của Mỹ sang Việt Nam sẽ tăng, nhưng chắc chắn mức tăng sẽ rất hạn chế. Nhất là khi môi trường thương mại, đầu tư Việt Nam còn chứa đựng những hạn chế của một nền kinh tế mới thị trường hoá, tính chuyên nghiệp, cung cách kinh doanh quốc tế còn manh mún.

Điều đó làm cho thương Mỹ còn phải thăm dò, tìm hiểu và e ngại khi tham gia vào thị trường Việt Nam.

3. Một số vấn đề đặt ra trong quan hệ thương mại khu vực tư nhân Việt Nam - Mỹ

Trải qua 13 năm kể từ khi quan hệ Việt - Mỹ được bình thường hoá, quan hệ thương mại giữa hai nước cũng có một chặng đường phát triển khá sôi động, nhất là sau khi Hiệp định thương mại song phương có hiệu lực. Giới kinh doanh hai nước đã vượt qua những bước thăm dò, những trở ngại ban đầu và thật sự hiểu nhau hơn. Các doanh nghiệp Việt Nam đã nhận ra rằng Mỹ là thị trường lớn nhất, mua nhiều nhất nhưng cũng là nơi dễ bị ra toà nhất. Về phía các doanh nhân Mỹ, sự phát triển của kinh tế Việt Nam đang khiến họ thay đổi cách nhìn về triển vọng Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp Mỹ đã tích cực vận động cho việc gia nhập WTO của Việt Nam vì họ hiểu rõ sự thịnh vượng của Việt Nam sẽ gắn với quyền lợi kinh tế của họ. Tuy nhiên, để những mong ước đơn hoá kết trái và quan hệ thương mại Việt - Mỹ có những bước phát triển ngang tầm với tiềm năng của mỗi bên thì còn nhiều vấn đề cần được đưa ra bàn luận, giải quyết, trong đó Việt Nam cần lưu ý tới những vấn đề sau:

Do mới tiếp xúc với thị trường Mỹ trong một thời gian ngắn, năng lực sản phẩm quốc gia có nhiều hạn chế, tiềm lực kinh tế nhỏ bé, các mặt hàng xuất khẩu lại thường cùng chủng loại với nhiều đối thủ cạnh tranh đáng gờm như Trung Quốc, Thái Lan... Nên hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực này gặp phải không ít khó khăn.

Trước hết, Mỹ là quốc gia có hệ thống pháp luật rất phức tạp và chặt chẽ, mỗi Bang lại có sự khác biệt đáng kể về luật lệ. Bởi vậy, khi thực hiện xuất khẩu hàng hoá vào Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam thường vấp phải các vấn đề về luật pháp.

Kể từ khi tiếp cận thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam đã hơn 20 lần phải hầu kiện và phần thắng hầu như luôn thuộc về nguyên đơn. Do đó, để có thể làm ăn với Mỹ, việc trước tiên là các doanh nghiệp Việt Nam cần phải hiểu luật, trong quan hệ làm ăn này các doanh nghiệp Việt Nam cần nắm vững ba loại luật

ban hành bởi Việt Nam, WTO và Mỹ. Trong đó luật pháp của Mỹ có ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động thương mại đó là luật thuế và hải quan. Điều quan trọng trong luật này là cần hiểu rõ hệ thống danh bạ thuế quan thống nhất của Mỹ để biết được sản phẩm của mình xuất khẩu vào Mỹ chịu thuế suất bao nhiêu. Vì danh bạ này thường thay đổi, nên các doanh nghiệp phải theo dõi để nghiên cứu bản mới nhất. Sau đó, các doanh nghiệp cần biết mình phải cạnh tranh với những nhà sản xuất kinh doanh nào tại Mỹ, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam, được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP). Tiếp theo, các doanh nghiệp phải biết rõ cách xác định giá trị hàng hoá để thu thuế Hải quan Mỹ. Hiện nay, Mỹ dùng phương pháp định giá theo “giá trị giao dịch ” (Transaction Value) để làm cơ sở chính cho việc định giá hàng nhập khẩu.

Các quy định về mác, mã là những quy định mà các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá vào Mỹ cần hết sức lưu ý. Mọi hàng hoá nhập khẩu có xuất xứ ngoại quốc phải ghi ở chỗ dễ nhìn thấy trên bao bì hàng hoá, rõ ràng, không tẩy xóa, tên bằng tiếng Anh nước xuất xứ hàng hoá đó, tên người mua cuối cùng ở Mỹ. Trên các bao bì, vật dùng chứa đựng bao bì tiêu dùng của hàng hoá tới tay người tiêu dùng cuối cùng cũng phải ghi rõ xuất xứ của hàng hoá bên trong. Nếu không tuân thủ quy định này sẽ bị phạt 10% giá trị lô hàng, mà vẫn phải thực hiện nghĩa vụ mác, mã và phải thực hiện thêm một số yêu cầu.

Ngoài ra cũng cần phải tìm hiểu một số luật khác như Luật khắc phục những bất lợi trong thương mại của Mỹ (Trade Remedy Act). Có 2 luật rất quan trọng cần chú ý là: Luật thuế đối kháng (Countervailing Dutylaws) và Luật chống bán phá giá (Antidumping laws). Luật thuế đối kháng được áp dụng nếu Bộ Thương mại Mỹ điều tra xác định rằng có tình trạng trợ cấp trực tiếp hoặc gián tiếp cho việc chế tạo, sản xuất, xuất khẩu một mặt hàng nào đó vào Mỹ của nước xuất khẩu, ngành công nghiệp Mỹ sản xuất ra hàng hoá đó hoặc liên quan tới hàng hoá đó bị tổn thương về mặt vật chất; xác định mức độ mà nước xuất khẩu ấy trợ cấp thì Mỹ sẽ áp đặt ngay mức thuế đối kháng. Đây là mức thuế đánh bổ sung thêm vào mức thuế hiện hành. Luật chống bán phá giá (Antidumping laws) ra đời nhằm bảo vệ nền công nghiệp trong nước của Mỹ. Luật này cho phép đánh

một mức thuế bổ sung vào mức thuế hiện hành khi Bộ Thương mại Mỹ điều tra và khẳng định rằng: hàng đang bán hoặc đã bán vào nước Mỹ thấp hơn giá trị thực của nó (phá giá), hoặc Ủy ban thương mại quốc tế Mỹ khẳng định rằng ngành công nghiệp trong nước bị tổn thương hoặc đe dọa tổn thương về mặt vật chất do Mỹ hấp khẩu mặt hàng bán phá giá ấy.

Một số điều luật khác cần chú ý là quyền tự vệ và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Bên cạnh những quy định trên, Mỹ còn có quy định về trách nhiệm đối với sản phẩm để bảo vệ người tiêu dùng như: người sản xuất phải chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hoá đối với sức khoẻ người tiêu dùng. Nếu sản xuất sai quy chế về chất lượng quốc gia sẽ bị phạt.

Thiếu hụt thông tin và kỹ năng xử lý thông tin yếu là trở ngại không nhỏ đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình tiếp cận thị trường Mỹ.

Theo ông Lương Văn Lý, Tổng Giám đốc Công ty DNL Pamers thì “Mặc dù Hiệp định thương mại song phương giữa hai nước đã ký, sự hiện diện của các doanh nghiệp Mỹ ngày càng nhiều nhưng dường như vốn hiểu biết của chúng ta về họ vẫn không hề có chuyển biến đáng kể”. Các doanh nghiệp chưa chủ động và tỏ ra khá đơn độc trong quá trình tìm hiểu thông tin về các đối tác bên kia bờ Thái Bình Dương. Theo ông Nghĩa thì một số dự án hỗ trợ doanh nghiệp trong lĩnh vực này hiện vẫn ở trong giai đoạn đang triển khai. Hệ thống thông tin thị trường (Market Information System) – một dự án được xem là khá tham vọng của Trung tâm Xúc tiến Thương mại - Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh dự kiến đi vào hoạt động năm 2008- thời gian đầu sẽ tập trung cung cấp thông tin về thị trường EU, rồi sau đó mới đến thị trường Mỹ. Tuy nhiên, để có những thông tin có chất lượng thì những đồng minh trên đất Mỹ là một kênh đặc biệt có hiệu quả mà doanh nghiệp nên tập trung khai thác. Đồng thời đây cũng là một nguyên tắc vàng đã được các thế hệ người Việt đúc kết “Buôn có bạn, bán có phường”, chúng ta cần thay đổi tư duy rằng đồng minh phải là người Việt. Nếu duy trì nếp tư duy này sẽ có nhiều hạn chế bởi hai lý do: (i) thị trường Mỹ rất rộng; (ii) những đồng minh người Việt thường là những người giống như chúng ta, ngoại trừ một số người Việt đã hội nhập tốt vào xã hội Mỹ và có kỹ năng hữu dụng. Do vậy, rất hữu ích nếu chúng ta tìm được đồng minh là người bản xứ. Việc này không hề dễ,

nhưng Hiệp hội ngành nghề cần phát huy vai trò của mình trong việc giải quyết vấn đề này. Thực tế cho thấy hiện mới chỉ có Hiệp hội Thủy hải sản và Dệt may là nhận thức rõ được tầm quan trọng của vấn đề này và họ đã àm khá tốt, sau khi hai ngành này đã trải qua những “bài học xương máu”.

Hạn chế về tiềm lực kinh tế, sức cạnh tranh của các hàng hoá xuất khẩu thấp... làm cho khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu vào thị trường Mỹ gặp không ít khó khăn. Thời gian qua, lượng hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Mỹ tăng nhanh chóng nhưng mới tập trung chủ yếu ở hàng may mặc, Thủy hải sản và đồ gỗ. Chất lượng sản phẩm hàng hoá xuất khẩu còn thấp, chủng loại, mẫu mã còn đơn điệu, do đó khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường Mỹ chưa cao. Vì vậy các doanh nghiệp Việt Nam cần phát triển hàng hoá xuất khẩu vào Mỹ có hàm lượng chất xám cao, số lượng có thể không nhiều nhưng kim ngạch xuất khẩu và hiệu quả cao. Vậy nên cần thường xuyên cải tiến mẫu mã, xây dựng, tạo lập những thương hiệu hàng hoá Việt Nam có uy tín, phấn đấu đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá được áp dụng trên thị trường Mỹ./.

Tài liệu tham khảo

1. Vũ Quốc Tuấn: “Phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam hiện nay”, Nxb CTQG, H 2006.
2. Th.s Nguyễn Thị Thanh Hà: “Đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ”, T/c Thương mại số 16/2007.
3. TS Phan Tố Uyên: “Thực trạng xuất khẩu sang thị trường Mỹ và những vấn đề đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam ”, T/c Kinh tế và Phát triển, số 80, tháng 2/2004.
4. Dương Bích Thủy: “Nhà xuất khẩu cần làm gì để đứng vững trên thị trường Mỹ”, T/c Thương mại số 20/2007.
5. Nguyễn Thanh Hải: “Khơi thông nguồn lực Việt”, T/c Tài chính, số 10/2007.

PHẦN III:

TRIỂN VỌNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ VÀ CÁC GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY

CHUYÊN ĐỀ 17:

TRIỂN VỌNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ SAU KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

PGS.TS.Trần Quang Lâm

Triển vọng của một quan hệ kinh tế thể hiện trước hết ở kỳ vọng về lợi ích mà nó mang lại cho các đối tác tham gia. Đối với một nền kinh tế, triển vọng chính là việc nó tạo ra những cơ hội cho phát triển kinh tế quốc gia thông qua việc tăng cường và mở rộng triển khai quan hệ này trong thực tiễn. Do đó, nghiên cứu triển vọng mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ chính là việc chỉ ra và hiện thực hóa các cơ hội mà nó mang tới.

1. Phát triển mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ đã tạo ra nhiều cơ hội phát triển đối với nền kinh tế nước ta.

1.1. Phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam chiếm lĩnh và khai thác thị trường Mỹ.

Ta biết rằng, Mỹ là một thị trường lớn hàng đầu thế giới, với kim ngạch nhập khẩu hàng năm chiếm hơn khoảng 18% tổng kim ngạch nhập khẩu của toàn thế giới. Năm 2005 kim ngạch nhập khẩu của Mỹ là 1.700 tỷ USD ; 2006 là 1.800 tỷ USD¹. Do mức sống cao, hệ thống bán hàng thuận tiện, các dịch vụ liên quan như thanh toán, vận chuyển, thông tin quảng cáo, hậu mại ... rất phát triển nên người Mỹ tiêu dùng rất nhiều. Khó cầu tiêu dùng Mỹ rất đa dạng do có nhiều người gốc các dân tộc khác nhau sinh sống, có tập quán và thị hiếu tiêu dùng khác nhau. Sự phân tầng xã hội ở Mỹ rất rõ rệt, trong đó có ba tầng lớp: thượng lưu, trung lưu và người nghèo đều có số lượng đông, tạo nên nhiều loại nhu cầu với nhiều phẩm cấp sản phẩm. Thị trường Mỹ lại khá cởi mở, không quá kén chọn và thích những cái mới lạ. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội để xuất khẩu sản phẩm của mình sang thị trường này. Đặc biệt Mỹ chiếm tỷ trọng rất cao trong nhập khẩu của toàn cầu về một số mặt hàng mà Việt nam

¹ Xuất khẩu sang Hoa Kỳ có thể tăng 30% cập nhật 24/01/2007. 09: 26 : 52 (GM+7)

đang có lợi thế trong xuất khẩu. Ví dụ: Khi kết thúc thế kỷ XX, tỷ phần thị trường của Mỹ trên thị trường thế giới đối với các mặt hàng cụ thể như sau:

Về Giấy thể thao: Mỹ chiếm 18% thị phần nhập khẩu 4,6 tỷ USD của thế giới, trong khi đó Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ mới chiếm lĩnh được khoảng 44 triệu USD, khoảng 5% thị phần (trong khi Trung Quốc xuất 568 triệu USD, chiếm thị phần 70%).

Về các loại giấy dép: Mỹ chiếm 33% trong tổng nhập khẩu 41,5 tỷ USD của thế giới, trong đó Việt Nam xuất sang Mỹ chiếm không đáng kể (trong khi Trung Quốc xuất hơn 8 tỷ và chiếm 60% thị phần ở Mỹ).

Về Cà phê: Mỹ chiếm khoảng 25% trong tổng nhập khẩu 9,6 tỷ USD của thế giới, trong đó Việt Nam mới xuất sang Mỹ được 105 triệu USD, chiếm 4% thị phần của Mỹ.

Về Tôm đông lạnh: Mỹ chiếm 33% trong tổng nhập khẩu hơn 8,2 tỷ USD của thế giới, Việt Nam mới xuất khẩu sang Mỹ 81 triệu USD, chiếm 3% thị phần của Mỹ.

Về áo khoác: Mỹ chiếm 30% trong tổng nhập khẩu 5,3 tỷ USD của thế giới, song Việt Nam chỉ xuất khẩu sang Mỹ không đáng kể.

Về Quần áo nam, nữ: Mỹ chiếm từ 32% đến 34 % trong tổng nhập khẩu của thế giới (29 tỷ và 35,8 tỷ), trong đó Việt Nam chiếm lĩnh thị phần này cũng không đáng kể trên thị trường Mỹ.

Về đồ trang phục khác: Mỹ chiếm 31% tỷ phần 59,8 tỷ USD của thế giới, nhưng Việt Nam chiếm lĩnh thị phần này không đáng kể ở thị trường Mỹ.

Về bàn ghế gỗ: Mỹ chiếm 29% thị trường 10 tỷ USD của thế giới trong khi đó Việt Nam mới chiếm lĩnh được 2 triệu USD tại thị trường Mỹ. Ngoài ra, nhiều mặt hàng khác, như thùng nhựa, tấm bìa, hạt tiêu, cá phi lê, khăn trải giường, khăn mặt, đồ chơi, đồ gốm... Mỹ cũng chiếm từ 25 đến trên 40% nhập khẩu của thế giới, trong khi đó Việt Nam chưa chiếm lĩnh được bao nhiêu thị phần nhập khẩu đó của Mỹ từ thị trường thế giới. Sở dĩ như vậy là vì, hàng Việt Nam xuất sang Mỹ những năm trước đây còn bị mức thuế không tối huệ quốc rất cao, gấp từ 5 đến 15 lần thuế tối huệ quốc, nên các doanh nghiệp Việt Nam không thể cạnh tranh được với hàng hóa của các nước khác trên thị trường Mỹ.

Ngày nay, khi BTA được ký kết có hiệu lực, đặc biệt khi Việt Nam gia nhập WTO, có cùng một sân chơi với hàng trăm nước trên thị trường Mỹ, thì

năng lực chiếm lĩnh và khai thác thị trường Mỹ tăng cao, tạo điều kiện để hàng hóa Việt Nam chiếm lĩnh lớn cả về khối lượng, chủng loại. Từ năm 2001 xuất khẩu Việt Nam sang Mỹ tăng liên tục: 1,4 tỷ USD (2001); 8,7 tỷ USD (2005) ; 9,7 tỷ USD (2006), trên 10 tỷ USD (2007). Nhiều mặt hàng Việt Nam chiếm lĩnh thị phần rất cao tại thị trường Mỹ như hàng dệt may, thủy sản, cà phê...

Trong điều kiện môi trường thương mại thế giới ngày một khó khăn hơn, việc tiếp tục mở rộng xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường truyền thống như EU, Nhật Bản, Úc cũng không dễ dàng do năng lực để chiếm lĩnh thị phần ở các thị trường đó về các mặt hàng Việt Nam đang có lợi thế là không lớn, thị trường Mỹ mở ra thực sự là cơ hội lớn và rất có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp nước ta. Vì đối với nhiều doanh nghiệp xuất khẩu trong điều kiện thị trường mở hiện nay thì xuất khẩu trở thành nhân tố quyết định sự tồn tại và tương lai của họ, công ăn việc làm của hàng triệu người lao động cũng gắn với xuất khẩu.

1.2. Gia nhập WTO và triển khai thực thi BTA và TIFA đã góp phần hoàn thiện môi trường đầu tư nhằm thu hút FDI và FII từ Mỹ vào phát triển kinh tế Việt Nam.

Ta biết rằng, WTO là tổ chức thương mại toàn cầu với trên 150 nước thành viên và chiếm 98% tổng giá trị thương mại thế giới, giữ vị trí quyết định trong xác lập và kiểm tra thực thi các nguyên tắc, nội dung và chủ đạo trong việc hình thành các định chế điều tiết quan hệ thương mại đầu tư quốc tế. Do đó, khi gia nhập WTO, chúng ta có quan hệ thương mại và đầu tư bình đẳng với hơn 150 quốc gia, trong đó có Mỹ, nhờ đó có điều kiện mở rộng thị trường và nâng cao vị thế của mình trên thị trường thế giới. Quan hệ thương mại trên nguyên tắc của WTO, chúng ta sẽ được hưởng những ưu đãi theo chế độ tối huệ quốc, được ưu tiên giảm liên tục hàng rào thuế quan và phi quan thuế, được cạnh tranh công bằng với mọi quốc gia thành viên trên thị trường.

Điều này tự nó đã giúp ta hoàn thiện môi trường đầu tư, đặc biệt là thống nhất được các khung pháp lý về thuế quan, về quyền hội hương vốn, lợi nhuận, về bảo hộ sở hữu trí tuệ... theo các chuẩn mực của WTO, từ đó tạo ra sự yên tâm cho các nhà đầu tư nước ngoài hoạt động trong nền kinh tế Việt Nam. Hơn nữa, giữa Việt Nam và Mỹ, ngoài các chuẩn mực của WTO quy định, còn được hưởng các ưu đãi tối huệ quốc đặc thù của hai phía nhường cho nhau theo các điều

khoản của BTA và TIFA cũng như các thỏa thuận chuyên ngành khác đã tạo ra sự hấp dẫn hơn đối với các nhà đầu tư từ Mỹ.

Trong thực tiễn, hơn một năm Việt Nam gia nhập WTO và 7 năm thực thi BTA với cam kết xóa dần theo lộ trình những hạn chế trong một số ngành chế tạo, nước ta đã thu hút được nguồn vốn và công nghệ tiên tiến hơn từ các nhà đầu tư Mỹ, đặc biệt là từ TNCs Mỹ.

Đầu tư của Mỹ trong các ngành dịch vụ cũng sẽ tăng nhanh với cam kết mở cửa thị trường và dành đối xử quốc gia cho nhà đầu tư Mỹ trong lĩnh vực này. Việc giảm giá, phí một số hàng hóa, dịch vụ, giảm thuế, tiến tới xóa bỏ dần hàng rào phi thuế quan, mở rộng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu của tất cả các doanh nghiệp... cũng tạo điều kiện để các doanh nghiệp có vốn đầu tư Mỹ giảm chi phí đầu tư và tiếp cận một cách rộng rãi hơn với thị trường hàng hóa, dịch vụ ở trong và ngoài Việt Nam.

Việc Việt Nam được hưởng quy chế quan hệ thương mại bình thường cũng tạo sức hấp dẫn rất lớn thu hút các công ty Mỹ và các nước khác đầu tư tại Việt Nam để tận dụng cơ hội xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Hiện nay, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam chiếm tỷ trọng rất lớn trong năng lực sản xuất và xuất khẩu đối với nhiều sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu vào thị trường Mỹ như: hàng may mặc, giày dép, hải sản, thực phẩm, đồ nội thất... Do đó, dòng FDI nói chung và đầu tư của Mỹ nói riêng vào các ngành này trong thời gian tới sẽ có nhiều cơ hội tăng trưởng. Ngay từ khi BTA có hiệu lực, tập đoàn Formosa của Đài Loan đã được cấp giấy phép đầu tư với tổng vốn đăng ký 245 triệu USD để xây dựng một tổ hợp sản xuất sợi nhân tạo tại khu công nghiệp Nhơn Trạch III, tỉnh Đồng Nai. Tập đoàn Nike của Mỹ (chiếm tới 12%- 14% năng lực sản xuất giày của Việt Nam và kim ngạch xuất khẩu năm 2000 đã đạt đến 500 triệu USD) cũng đang có kế hoạch mở rộng sản xuất tại Việt Nam. Theo báo cáo của ủy ban thương mại quốc tế Mỹ thì có ba lý do Việt Nam hấp dẫn các nhà đầu tư Mỹ, đó là mức thuế quan thấp, môi trường đầu tư ngày càng tích cực và các tiêu chuẩn đang được cải thiện.

Theo báo của Cục đầu tư nước ngoài – Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam, tính đến giữa tháng 5 năm 2007, các công ty và tập đoàn của Mỹ đã đầu tư vào Việt Nam 325 dự án với tổng vốn đăng ký đạt 2,3 tỷ USD, chiếm 4,4% tổng số dự án và 3,5 tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại Việt Nam. Như vậy, nếu

tính cả đầu tư qua nước thứ ba thì Mỹ đã đầu tư vào Việt Nam 396 dự án với tổng vốn đầu tư trên 4,7 tỷ USD, đứng thứ 6/77 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp vào Việt Nam. Dự kiến năm 2007, tổng đầu tư của Mỹ vào Việt Nam có thể đạt 8 tỷ USD, tăng gấp đôi so với năm trước¹. Và thực tế kết thúc năm 2007, đăng ký đầu tư Mỹ vào Việt Nam đã đạt trên 10 tỷ USD. Điều đó cho thấy rõ xu hướng đầu tư từ Mỹ vào Việt Nam tăng nhanh hơn dự kiến. Bởi lẽ nó được thúc đẩy không chỉ Việt Nam gia nhập WTO, mà còn vì quan hệ thương mại, đầu tư Việt-Mỹ ngày càng được chuẩn hóa theo sự hoàn thiện của các hiệp định giữa hai bên đã tạo ra môi trường đầu tư thuận lợi cho hai phía. Lần đầu tiên người ta đã thấy dòng đầu tư chảy ngược từ Việt Nam sang Mỹ, tuy số lượng rất nhỏ khoảng gần 2 triệu USD, song đến nay cho thấy môi trường đã thuận lợi hơn đối với cả hai phía.

1.3. Tăng cường quan hệ thương mại Việt – Mỹ giúp các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận công nghệ nguồn của thế giới từ Mỹ.

Ta biết rằng, trên lĩnh vực công nghệ, Mỹ là nước đứng đầu thế giới về năng lực sáng tạo và triển khai công nghệ trên hầu hết các lĩnh vực, với trình độ tiến và khả năng ứng dụng cao. Mỹ lại tương đối cởi mở trong việc chuyển giao công nghệ so với nhiều nước khác (thời hạn bảo hộ phát minh, sáng chế và sở hữu công nghiệp của Mỹ thường ngắn hơn nhiều nước công nghiệp khác).

Mỹ cũng có nhiều máy móc, thiết bị, nguyên, vật liệu sản phẩm trung gian có sức cạnh tranh mạnh về chất lượng và giá cả. Trong khi nhu cầu nhập khẩu của ta còn rất lớn, thị trường Mỹ được mở ra sẽ là nguồn cung cấp cho nền kinh tế Việt Nam nhiều công nghệ nguồn và được chuyển giao qua con đường thương mại và đầu tư từ Mỹ. Tính đến cuối năm 2007, đã có hơn 1000 doanh nghiệp Mỹ đầu tư vốn và công nghệ tại Việt Nam. Trong nhiều dự án mà tập đoàn lớn, TNCs Mỹ đều hướng về xuất khẩu, xây dựng các trung tâm nghiên cứu, vườn ươm công nghệ. Đặc biệt, các dự án về thông tin áp dụng trong đào tạo, hỗ trợ năng lực toàn diện 3G của tập đoàn Unisys có tác dụng không chỉ chuyển giao công nghệ đơn thuần, mà còn đào tạo nhân lực công nghệ lâu dài cho nước ta. Ta biết rằng Tập đoàn Chíp bán dẫn số một thế giới Intel đã nâng vốn đầu tư xây dựng và lắp ráp tại TP Hồ Chí Minh từ 65 triệu USD lên 1 tỷ USD, Tập đoàn dự liệu IDG cũng tăng vốn đầu tư lên 650 triệu USD vào năm 2010. Đây là các đề án phát triển

¹ Tổng đầu tư của Mỹ vào Việt Nam năm 2007 có thể đạt 8 tỷ USD, Báo Hà nội mới, cập nhật 22-6- 2007 9:13

công nghệ cao trong lĩnh vực thông tin. Ông J.Estrada (trợ lý Bộ trưởng thương mại Mỹ) cho rằng “Việt Nam là một trong những thị trường xuất khẩu công nghệ phát triển nhanh nhất khu vực Châu Á của Mỹ, là nơi hấp dẫn cho đầu tư công nghệ cao từ các doanh nghiệp Mỹ”¹. Trên thực tế, riêng công nghệ thông tin và truyền thông tốc độ tăng trưởng doanh số xuất khẩu từ Mỹ sang Việt Nam vượt cả Trung Quốc và Ấn Độ trong nửa đầu năm 2007, đạt 20%. Nhập khẩu công nghệ thông tin từ Mỹ tăng trung bình 62%². Trao đổi với phóng viên Việt Nam Net, ông Robert, (luật sư cao cấp của tập đoàn Cisco) cho rằng, mục tiêu và mong muốn của doanh nghiệp trong lĩnh vực CNTT và truyền thông của hai nước là tương đồng. Điều cần thiết là làm thế nào đẩy nhanh quá trình hợp tác. Chúng ta đã có một sự khởi đầu tốt và chắc chắn, các bước tiếp theo sẽ còn được đẩy mạnh hơn. Gia nhập WTO với những cam kết quốc tế khiến Việt Nam sẽ đẩy nhanh quá trình cải thiện môi trường kinh doanh, đầu tư, tăng khả năng cạnh tranh của quốc gia, từ đó lại thu hút thêm nhiều FDI từ nước ngoài.

Ngoài công nghệ thông tin và truyền thông, các doanh nghiệp chế biến hàng nông sản, dệt may, đồ gỗ gia dụng, da giày.... xuất khẩu sang thị trường Mỹ cũng đã được các đại lý và các nhà nhập khẩu Mỹ đầu tư công nghệ để cải thiện chất lượng sản phẩm cho phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của thị trường Mỹ. Nhờ đó, trình độ công nghệ sản xuất và chế biến của doanh nghiệp Việt Nam tăng mạnh. Do đó, gia nhập WTO, thực thi BTA và TIFA đã mở ra triển vọng to lớn để Việt Nam tiếp cận công nghệ nguồn từ cửa mở của thị trường Mỹ, giúp thúc đẩy nhanh hơn tiến trình CNH, HĐH gắn liền với phát triển kinh tế trí thức và định hướng XHCN của nước ta.

1.4. Phát triển mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ tạo điều kiện hoàn thiện kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam

Ta biết rằng, nền kinh tế, bất kể định hướng phát triển CNTB hay CNXH, trên cơ sở sử dụng cơ chế thị trường đều phải tuân theo các nguyên tắc cơ bản trong vận hành do các quy luật thị trường quy định. Hiện nay Việt Nam đang xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, là một nền kinh tế chưa có tiền lệ trong lịch sử, do đó nhiều cấu thành của nền kinh tế này chưa hình thành hoặc

¹, ² ICT. Việt – Mỹ : con đường hợp tác rộng mở : Việt Namnet phát biểu trong cuộc đối thoại ICT Việt – Mỹ do Míc phối hợp với đại sứ quán Mỹ tổ chức tại HN 17-18/9/2007

hình thành đang ở trong giai đoạn sơ khai, như thị trường bất động sản, thị trường chứng khoán, thị trường tiền tệ, thị trường khoa học công nghệ và cả thị trường sức lao động (gọi tắt là thị trường lao động)...Những cơ chế vận hành và điều tiết các loại thị trường trên chưa được hình thành đầy đủ và hoàn thiện, nên hoạt động không có hiệu quả. Đặc biệt trong quan hệ thương mại quốc tế, nhiều định chế và thể chế tài chính, thương mại quốc tế bản thân ta chưa thấu hiểu nên luôn vấp phải những rào cản, thậm trí những sai lầm khiến cho đất nước thiệt hại lớn về kinh tế như các vụ kiện về hàng không, về cá tra, cá basa...., thậm chí nhiều khái niệm như thị trường ngách, thị trường chính ngách, tiểu ngách còn chưa hiểu hết nội hàm và tác dụng của nó nên khi sử dụng chúng trong buôn bán quốc tế ta còn gặp không ít khó khăn. Do đó, tuy đã gia nhập WTO và trở thành thành viên chính thức của tổ chức thương mại toàn cầu này mà nền kinh tế của Việt Nam, cho đến nay, vẫn chưa được các nước công nhận là nền kinh tế thị trường, nên chưa được hưởng các quy chế đầy đủ của tổ chức này. Trong khi đó, Mỹ là một nước có nền kinh tế thị trường phát triển rất cao, ra đời sớm và có hàng trăm xây dựng, nên các cơ chế và thể chế thị trường phát triển đầy đủ và khá hoàn thiện. Khi quan hệ với Mỹ, đặc biệt khi tham gia ký kết các hiệp định buôn bán đầu tư song phương và đa phương, chúng ta có điều kiện tham gia đàm phán, hiểu được những nguyên tắc có thể nhân nhượng hoặc không trong các thỏa thuận quốc tế. Ngoài ra, ta còn được Mỹ hỗ trợ cả về tài chính và tổ chức để tiến hành đàm phán và thực thi các hiệp định.

Hơn nữa khi gia nhập WTO, Việt Nam phải minh bạch hóa toàn bộ các chính sách liên quan đến thương mại của mình và thông báo các kế hoạch hành động để tuân thủ dần dần các nguyên tắc của WTO. Thông qua đó, khuôn khổ pháp lý của Việt Nam sẽ minh bạch hơn, phù hợp hơn với thông lệ quốc tế, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, cạnh tranh lành mạnh và khuyến khích thương mại, đầu tư cũng như hợp tác về các vấn đề khác với cộng đồng quốc tế. Cam kết quốc tế về thương mại thực chất là cam kết về phát triển thị trường nhằm tạo môi trường cho cạnh tranh công bằng và bình đẳng phát triển. Nhờ đó Việt Nam từng bước có chính sách đẩy mạnh hội nhập, thúc đẩy cạnh tranh. Kinh nghiệm quốc tế cũng chứng tỏ, một quốc gia càng có độ mở cao, hội nhập càng sâu càng có điều kiện phát triển.

Hiện nay chúng ta đã ký kết nhiều hiệp định thương mại song phương với gần 100 nước, đã cam kết thực hiện AFTA, BTA và là thành viên của WTO.v.v.Vì vậy, chúng ta có điều kiện hoàn thiện thể chế thị trường bằng cách cắt giảm và xóa bỏ các biện pháp không phù hợp, và được phép sử dụng các biện pháp mà nhiều Hiệp định quốc tế cho phép để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu, từ đó không tạo cho các doanh nghiệp sự ỷ lại, trong chờ vào nhà nước. Đồng thời tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, minh bạch giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau khi tham gia vào sản xuất và kinh doanh xuất khẩu. Đối với các doanh nghiệp, cần phải nhận thức đầy đủ nội dung các cam kết mà Việt Nam đã và sẽ cam kết với các quốc gia, các tổ chức kinh tế thế giới, xác định rõ những cơ hội và thách thức trong tự do hóa thương mại và hội nhập để xây dựng chiến lược, điều chỉnh sản xuất kinh doanh đáp ứng nhu cầu thị trường. Từ đó từng bước ta xây dựng được nền kinh tế thị trường định hướng XHCN phù hợp với thông lệ quốc tế và có thể phát triển trong điều kiện chung sống hòa thuận với tất cả các nước có chế độ chính trị xã hội khác nhau

Ngoài ra, khi phát triển nền kinh tế thị trường trong điều kiện hội nhập và quan hệ với các trung tâm kinh tế phát triển của thế giới, trong đó có Mỹ, sẽ giúp ta giải quyết mối quan hệ giữa nhà nước và thị trường. Trong đó, sự kết hợp giữa điều hành kinh tế của nhà nước và điều tiết của các quy luật thị trường là nhân tố bảo đảm thành công của mọi nền kinh tế thị trường có chế độ chính trị xã hội khác nhau.

Ta biết rằng, cơ chế thị trường và cơ chế nhà nước có những điểm mạnh, yếu khác nhau và bổ trợ cho nhau. Ưu điểm của cơ chế thị trường là tính hiệu quả, nhưng điều này chỉ có được, khi có các thể chế cạnh tranh phù hợp do nhà nước tạo lập. Ngoài ra, cơ chế thị trường cũng có những khiếm khuyết cần được khắc phục bằng các thể chế Nhà nước. Ở đây khi tiếp cận với kinh nghiệm điều hành một nền kinh tế thị trường lớn và phức tạp như nền kinh tế Mỹ sẽ giúp nhiều bài học có ích. Trong thực tế, sự can thiệp quá mức của Nhà nước có thể làm phương hại đến khu vực doanh nghiệp tư nhân, giảm động cơ phát triển và tính sáng tạo, năng động của khu vực này. Chính sách can thiệp quá mức của Nhà nước trong chế độ tập trung cũng có thể tạo ra tình trạng độc quyền, đầu tư không hiệu quả, tạo điều kiện cho các hoạt động trục lợi bất chính và tham nhũng, làm giảm hiệu quả của nền kinh tế và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Phần lớn

các doanh nghiệp nhà nước của Việt Nam hiện nay đang hoạt động hiệu quả không cao và quá trình cổ phần hóa diễn ra chậm chạp chủ yếu xuất phát từ chỗ các doanh nghiệp này vẫn còn được bảo hộ, ưu đãi. Hơn nữa tại Việt Nam vẫn còn thiếu vắng khu vực tư nhân đủ mạnh để làm đối trọng cạnh tranh cho thị trường. Điều này sẽ dẫn đến sự thiếu hụt điều kiện đầy đủ để phát triển nền kinh tế thị trường vững mạnh.

Ngoài ra, muốn tạo môi trường thuận lợi cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các chủ thể, vai trò của nhà nước ở đây là làm cho và để cho thị trường hoạt động có hiệu quả. Thông qua việc xây dựng một thể chế kinh tế thị trường đầy đủ đồng bộ. Nhà nước đã tạo cho thị trường một kết cấu hạ tầng kinh tế và xã hội đầy đủ, cung cấp một cách hiệu quả các dịch vụ như năng lượng, giao thông, hải cảng, viễn thông... Việc tăng chi tiêu công cộng cho các dịch vụ xã hội như y tế, giáo dục và thực hiện công bằng hơn về mặt xã hội, tức là nhà nước đã sửa chữa các khiếm khuyết của thị trường. Thành công trong quá trình này phụ thuộc vào khả năng của Nhà nước trong khắc phục những yếu kém, đổi mới phương thức, phạm vi mức độ và phương pháp tác động đến thị trường và doanh nghiệp. Khi mở rộng quan hệ thương mại với Mỹ, sẽ có điều kiện hơn để phát triển khu vực công và kinh nghiệm phối hợp giữa cơ chế Nhà nước với cơ chế thị trường. Việc tháo gỡ rào cản, giảm chi phí đầu vào cho doanh nghiệp không chỉ tác động trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu, mà còn thu hút được đầu tư nước ngoài trên cơ sở xây dựng được hệ thống kết cấu hạ tầng thuận lợi, giá rẻ, bộ máy hành chính giản đơn và hoạt động hiệu quả.

Như đã biết, Việt Nam là một nước đang phát triển và hội nhập muộn, quy mô và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cũng như của quốc gia còn hết sức nhỏ bé, khi phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ sẽ tạo điều kiện để khai thác lợi thế của đất nước. Bài học về vai trò của Nhà nước trong thương mại quốc tế thể hiện trước hết ở việc tạo lập môi trường pháp lý, chính sách kích thích sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường quốc tế theo hướng vừa phù hợp với điều kiện thực tế của đất nước, vừa phù hợp với luật chơi quốc tế, với các hiệp ước, định chế quốc tế. Ở đây, Nhà nước hoạch định và thực thi chính sách kích thích sản xuất, không chỉ bảo đảm đầu vào, đầu ra cho quá trình sản xuất mở rộng, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về hàng hóa của xã hội, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc khai thác tiềm năng, thế mạnh và lợi

thể so sánh của đất nước, để dẫn dắt sản xuất đi theo tín hiệu của thị trường, từ đó phân bổ nguồn lực một cách hợp lý và hiệu quả trên phạm vi mở rộng.

2. Phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ : những thách thức đối với Việt Nam

Phát triển, mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ không chỉ mở ra tương lai cho phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam; đem lại lợi ích cho các đối tác và nền kinh tế Mỹ, mà còn đặt nền kinh tế Việt Nam, một nền kinh tế đang phát triển, chuyển đổi sang kinh tế thị trường, những thách thức to lớn. Thách thức to lớn nhất ở đây là Việt Nam phải cạnh tranh với Mỹ và các đối thủ của Mỹ trên cả thị trường Mỹ và Việt Nam. Cạnh tranh này diễn ra cả sản phẩm với sản phẩm, doanh nghiệp với doanh nghiệp và quốc gia với quốc gia trong việc khai thác các nguồn lực để thu lợi ích trên thị trường của nhau. Nhận biết và có bước đi hợp lý để vượt qua các thách thức mới có thể sử dụng quan hệ thương mại này, hướng vào phục vụ cho phát triển nền kinh tế nước ta trong tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới và khu vực. Biểu hiện của những thách thức này trên các mặt cơ bản sau đây:

2.1. Do năng lực cạnh tranh thấp nên các doanh nghiệp Việt Nam khó khăn trong chiếm lĩnh và khai thác thị trường Mỹ

Sức cạnh tranh của một doanh nghiệp là khả năng giành được thị phần lớn trước đối thủ cạnh tranh trên thị trường, kể cả khả năng giành lại một phần hay toàn bộ thị phần của đồng nghiệp. Hiểu một cách rộng hơn, thì sức cạnh tranh là khả năng của doanh nghiệp, ngành, quốc gia, khu vực trong việc tạo ra công ăn việc làm và thu nhập cao hơn trong hội nhập quốc tế. Theo quan niệm đó, thì sức cạnh tranh của nền kinh tế nói chung và doanh nghiệp Việt Nam nói riêng, còn nhiều mặt hạn chế. Ngay cả khi ra nhập WTO, Việt Nam vẫn là nước có khả năng cạnh tranh thấp. Sức mua và năng lực tích lũy tái đầu tư mở rộng sản xuất còn hạn hẹp, trình độ kỹ thuật và công nghệ so với mức trung bình của thế giới còn có khoảng cách lớn. Do đó, năng lực giành được thị phần lớn trước đối thủ nước ngoài trên thị trường Mỹ không cao, đặc biệt là các đối thủ nội địa của Mỹ. Trong khi đó Mỹ là thị trường rất mở, tồn tại trong đó sự cạnh tranh rất quyết liệt của các doanh nghiệp khắp các châu lục. Trên thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với chính các công ty Mỹ vốn thị trường là của họ, và với doanh nghiệp từ nhiều nước khác trên thế giới đã có mặt ở Mỹ sớm hơn ta.

Với mạng lưới kinh doanh đã hình thành, uy tín với người tiêu dùng đã được xây dựng. Như vậy, các đối thủ của Việt Nam có nhiều ưu thế trên thị trường Mỹ hơn các doanh nghiệp Việt Nam.

Khi xuất khẩu sang thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam còn phải cạnh tranh cả với các nhà đầu tư nước ngoài và các công ty nước ngoài đang hoạt động ở Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp trong số họ cũng mạnh hơn doanh nghiệp Việt Nam về nhiều mặt. Cạnh tranh trên thị trường không chỉ ở giá cả, chất lượng, mà còn cả ở các điều kiện như giao hàng, sự phản ứng nhanh nhạy, sự thích ứng với hệ thống kinh doanh toàn cầu, các dịch vụ kèm theo phải đầy đủ và hoàn thiện.

Do năng lực cạnh tranh tương đối yếu so với các đối thủ, song việc nâng cao năng lực cạnh tranh lại không đơn giản đòi hỏi phải có thời gian, nên thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam, nhất là trong thời gian đầu và đặc biệt đối với các doanh nghiệp chưa vào thị trường Mỹ là rất lớn.

Hơn nữa, khi thực hiện BTA và WTO, thị trường nước ta mở cửa dần trên mọi lĩnh vực cho các doanh nghiệp Mỹ (và cả doanh nghiệp các nước khác trong WTO và đối tác mà ta đã ký Hiệp định thương mại với họ). Từ đó sức ép cạnh tranh ngay trên “sân nhà” sẽ tăng lên đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Thêm vào đó, những cam kết giảm thuế từ mức trung bình là 17,4% trong 3 đến 5 năm, nhiều mặt hàng còn giảm mạnh hơn, xóa bỏ hàng rào phi quan thuế, cho phép doanh nghiệp nước ngoài được tiếp cận rộng rãi hơn với thị trường hàng hóa, dịch vụ đầu tư tại Việt Nam cũng đã đặt các doanh nghiệp Việt Nam trước sức ép cạnh tranh lớn ngay tại thị trường trong nước. Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng không có lợi thế so sánh và các mặt hàng trước nay vẫn được bảo hộ ở mức độ cao. Khi khai thác thị trường Mỹ luôn vấp phải những khó khăn to lớn, thậm chí không chiếm lĩnh được thị phần đáng kể. Trong thực tế, nhiều lĩnh vực sản xuất vật chất, sức ép cạnh tranh từ Mỹ sẽ không lớn lắm, vì cơ cấu sản phẩm của Mỹ khác Việt Nam, song Việt Nam vẫn bị đối thủ đến từ Trung Quốc hoặc Nam Mỹ loại bỏ. Đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ như ngân hàng, bảo hiểm, viễn thông, vận tải, tư vấn kinh doanh..., sức ép cạnh tranh lên các doanh nghiệp Việt Nam là rất mạnh. Dịch vụ lại là lĩnh vực phát triển chưa cao ở nước ta, trong đó có một số ngành các doanh nghiệp thường được độc quyền, bảo hộ cao, được nhiều ưu đãi từ chính phủ. Khi mở cửa, chúng ta sẽ khó đứng vững

được, do đó phải mở cửa thị trường theo lộ trình . Từng bước để các doanh nghiệp này làm quen và thích ứng với môi trường cạnh tranh trong tiến trình hội nhập trở thành nhu cầu bức thiết đối với nước ta.

2.2. Phát triển mở rộng quan hệ thương mại Việt - Mỹ, đặt Việt Nam trước sức cạnh tranh quốc gia to lớn từ Mỹ.

Thách thức của sức cạnh tranh quốc gia biểu hiện trên các mặt chủ yếu sau:

Một là doanh nghiệp Việt Nam phải đổi mới văn hóa kinh doanh khác lạ của Mỹ. Ta biết rằng, văn hóa kinh doanh là yếu tố được hình thành cùng với nền sản xuất và trao đổi các sản phẩm của lao động. Khi chiếm lĩnh và khai thác thị trường mới thì hiểu rõ yếu tố văn hóa kinh doanh là nhân tố quan trọng hàng đầu bảo đảm cho thắng lợi của một doanh nghiệp.

Người Mỹ có những nét văn hóa kinh doanh khác biệt rất nhiều so với người Châu Á nói chung, trong đó có người Việt Nam. Khi nghiên cứu về tập quán kinh doanh của các nước, có những cơ quan đã đưa ra 18 điểm đối nghịch giữa văn hóa kinh doanh của Mỹ và Nhật Bản. Những điểm đó cũng gần như tương thích khi so sánh văn hóa kinh doanh giữa người Mỹ và người Việt Nam. Trên thực tế, khi làm việc với các đối tác mới, người Mỹ thường trông đợi ở đối tác công khai với họ những thông tin chính yếu về doanh nghiệp, kể cả bản báo cáo tài chính công khai và đã được kiểm toán của doanh nghiệp. Họ cũng trông đợi các doanh nghiệp sử dụng các công cụ đáng tin cậy hoặc hiện đại trong kinh doanh như hệ thống thanh toán qua các ngân hàng có uy tín, tư vấn, luật sư, internet, tiếng Anh thông thạo, chuẩn xác trong ngôn ngữ hợp đồng v.v..Có nhiều điều mong đợi trên lại là điều cấm kỵ khi bước đầu tham gia đàm phán theo tập quán Á đông và nhất là với đối tác Việt Nam. Nếu không được khắc phục những thói quen không phù hợp và khoảng cách về văn hóa kinh doanh trên doanh nhân Việt Nam không thể làm ăn thành công được với các đối tác Mỹ.

Hai là, hệ thống pháp luật kinh doanh của Mỹ rất phức tạp, ngoài các luật chung của liên bang, các bang lại có những quy định riêng. Các doanh nghiệp Việt Nam muốn làm ăn với Mỹ phải tìm hiểu để nắm được các quy định của luật, hoặc phải thuê luật sư rất tốn kém để tư vấn các vấn đề pháp lý cho mình làm cho chi phí kinh doanh tăng cao. Một khi doanh nghiệp vi phạm luật dù không cố ý, thì các biện pháp chế tài sẽ không nhẹ, từ đó gây ra chán nản cho doanh nhân. Các thủ tục giải quyết tranh chấp, khiếu kiện của Mỹ rất phức tạp, kéo dài và tốn

kém. Người Mỹ nói chung có ý thức tôn trọng pháp luật cao và họ cũng đòi hỏi các đối tác làm ăn với họ cũng phải nghiêm chỉnh thi hành luật pháp của Mỹ cũng như luật của nước mình trong các lĩnh vực liên quan.

Tuy được coi là một thị trường tự do, song trên thực tế, để bảo vệ doanh nghiệp trong nước, chính phủ Mỹ lại thường đưa ra những hàng rào kỹ thuật để cản trở các doanh nghiệp nước ngoài. Những yêu cầu bảo vệ môi trường, điều kiện lao động cường bức, trách nhiệm xã hội... thường được đặt ra cho các doanh nghiệp nước ngoài, cá biệt đối với các lĩnh vực như ngành dệt may, da giày, đồ gỗ... khi xuất sang Mỹ thì các quy định về vệ sinh, an toàn thực phẩm và dược phẩm được kiểm định nghiêm ngặt để bảo vệ người tiêu dùng. Những lĩnh vực trên lại là thế mạnh của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Mỹ, do đó doanh nghiệp nước ta thường phải đối mặt với các vụ kiện về bán phá giá hoặc bị kiểm soát chặt chẽ về chất lượng sản phẩm, nhất là vệ sinh an toàn thực phẩm.

Ba là, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có được hệ thống pháp lý hoàn thiện theo chuẩn của WTO và cơ sở hạ tầng vật chất đảm bảo. Trên thực tế, khi phát triển và mở rộng quan hệ thương mại với một đối tác lớn và mạnh như Mỹ lại có một hệ thống luật đồng bộ điều tiết, thì bản thân Việt Nam cũng cần phải có bộ luật mạnh để bảo vệ lợi ích của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, tính khả thi của hệ thống pháp luật trên thị trường quốc tế phải phù hợp với thông lệ và được các quốc gia chấp thuận. Khi gia nhập WTO hệ thống luật kinh tế của Việt Nam hiện đang trong quá trình điều chỉnh cho phù hợp với thông lệ quốc tế, đồng thời bảo đảm được mục tiêu và định hướng phát triển của nền kinh tế. Do đó việc hình thành hệ thống luật pháp và hoàn thiện nó đòi hỏi phải có thời gian và phải được trải nghiệm, kiểm chứng từ thực tiễn.

Để mở rộng quan hệ thương mại với Mỹ, Việt Nam cần xây dựng hệ thống chính sách kinh tế, thương mại đồng bộ, phù hợp với những nguyên tắc, chuẩn mực WTO, và đặc thù quan hệ giữa hai nước. Yêu cầu này là cần thiết trong bối cảnh hệ thống chính sách kinh tế, thương mại đầu tư của Việt Nam còn nhiều bất cập, nhiều quy định không rõ ràng, thiếu nhất quán, nhất là hệ thống chính sách thuế quan và phi thuế quan. Nhiều chính sách tạo lợi thế cho thương mại mà các tổ chức quốc tế thừa nhận nhưng lại chưa được áp dụng đầy đủ và thường xuyên ở Việt Nam như chế độ hạn ngạch, thuế quan, biện pháp cân bằng cán cân thanh toán, quyền tự vệ, chống phá giá...

Trước đây khi luật đầu tư trong nước và luật đầu tư nước ngoài còn tồn tại riêng rẽ đã gây ra không ít trở ngại cho các doanh nghiệp xuất khẩu vào Mỹ. Nó chưa tạo ra một “sân chơi bình đẳng” giữa đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài, không chỉ đối với những vấn đề có liên quan đến việc thành lập, tổ chức và hoạt động của các dự án đầu tư, mà còn cả những vấn đề liên quan đến điều kiện đầu tư và chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư. Điều đó đã từng không đáp ứng được yêu cầu đối xử quốc gia cho các nhà đầu tư Mỹ. Chỉ khi thống nhất được hai luật đó tình trạng trên mới tạm khắc phục được. Tuy nhiên, luật đầu tư hiện nay vẫn còn nhiều điều bất cập, cần tiếp tục điều chỉnh khi Việt Nam gia nhập WTO.

Thêm vào đó, hạ tầng “cứng” như hệ thống thông tin liên lạc, giao thông vận tải, cung cấp điện, nước, đất đai, môi trường... còn nhiều mặt hạn chế. Hệ thống hỗ trợ doanh nghiệp, xúc tiến thương mại và đầu tư...còn nhiều bất cập, chưa thật sự trở thành công cụ đắc lực hỗ trợ doanh nghiệp. Trong khi đó, Mỹ đã có sẵn cả hệ thống hạ tầng khá hoàn chỉnh và hiệu quả để phục vụ cho doanh nghiệp họ khi làm ăn với Việt Nam.

So sánh về mức độ thông tin kinh tế để “biết mình, biết người”, các doanh nghiệp Mỹ cũng được trang bị tốt hơn các doanh nghiệp Việt Nam để sẵn sàng hơn khi đi vào thị trường Việt Nam. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa “biết mình”, chưa tự đánh giá được xác đáng khả năng cạnh tranh của mình trong tương quan so sánh với các đối thủ, lại cũng chưa “biết người” thấu đáo, nên chưa thật sẵn sàng đương đầu với thách thức, nắm lấy cơ hội để tiến hành kinh doanh với các đối tác Mỹ.

2.3. Phát triển mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ ở mức độ sâu hơn, nền kinh tế Việt Nam phải gắn liền với sự thăng trầm của nền kinh tế Mỹ.

Về lý thuyết, thì việc mở rộng quan hệ thương mại giữa các quốc gia không chỉ đem lại lợi ích, mà còn mang lại cả hệ lụy cho các nước tham gia bởi sự tùy thuộc chặt chẽ vào nhau trên tất cả các phương diện mà các quan hệ thị trường phát sinh. Thực tiễn, quan hệ thương mại Việt – Mỹ thời gian qua đã minh chứng đầy thuyết phục quan điểm lý luận này:

Một là, khi nền kinh tế Mỹ lâm vào suy thoái bởi cuộc khủng hoảng tín dụng dưới chuẩn thì tốc độ tăng trưởng kinh tế suy giảm, thu nhập có khả năng thanh toán của dân cư đối với hàng hóa của Việt Nam trên thị trường Mỹ giảm

mạnh, hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ chững lại rồi giảm sút làm cho nhiều doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam gặp khó khăn, công ăn việc làm với người lao động bị mất.

Hai là, để khơi động lại nền kinh tế, Sở dự trữ liên bang Mỹ (FED) liên tục áp dụng chính sách tiền tệ mở rộng để kích thích vào các thành tố của tổng cầu bằng cách bơm tiền vào lưu thông để giảm lãi suất. Điều này đã làm cho đồng USD suy yếu, giảm giá với hầu hết các đồng tiền, kể cả VNĐ, đã tác động trực tiếp tới các doanh nghiệp xuất khẩu sang Mỹ khi tiến hành thanh toán bằng đồng USD. Theo tính toán của các bộ phận chuyên môn, mỗi USD thu được từ thương mại với Mỹ, Việt Nam đã mất đi 500VNĐ. Đây là sự thiệt hại không nhỏ khi Việt Nam có thặng dư thương mại với Mỹ trên 7 tỷ USD. Tình thế này đã đẩy nhiều doanh nghiệp Việt Nam đứng trước nguy cơ thua lỗ nặng, dẫn tới phá sản.

Thêm vào đó, chính phủ Việt Nam đã xuất ra, theo công bố chính thức, một lượng lớn VND để mua trên 7 tỷ USD làm phương tiện dự trữ trong điều kiện đồng USD mất giá so với đồng Euro gần 40%, thì sự thiệt hại về phía Việt Nam là không nhỏ. Khi neo chặt đồng tiền quốc gia vào đồng USD, chưa đa dạng hóa được rổ tiền dự trữ quốc gia cũng làm sức cạnh tranh của nền kinh tế giảm xuống.

Ba là, khi Mỹ sử dụng các công cụ phi quan thuế để bảo hộ các doanh nghiệp trong nước như thực hiện các vụ kiện chống bán phá giá đối với cá tra, cá basa, tôm đông lạnh của Việt Nam không phù hợp với thực tế, hoặc áp đặt chế độ thanh tra đối với hàng dệt may lập tức những nông dân nuôi cá lâm vào tình cảnh phá sản, vỡ nợ hoặc những doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may xuất khẩu sang Mỹ mất hợp đồng, nhiều nhà máy phải đóng cửa. Những hiệu ứng tiêu cực tức thì đó khiến các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Việt Nam khó lượng đoán và sự điều hành của nhà nước gặp không ít khó khăn. Điều này cho thấy rõ sự lệ thuộc của một bộ phận của nền kinh tế quốc gia vào nước khác cho dù đó là quan hệ thương mại cũng tạo ra nhiều khó khăn đối với một nền kinh tế nhỏ.

Qua phân tích triển vọng và thách thức trước sự phát triển mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ có thể nhận thấy: triển vọng do mở rộng quan hệ này đối với phát triển nền kinh tế nước ta là to lớn còn thách tuy không nhỏ, song là nhất thời, trong ngắn hạn và nếu có những giải pháp tích cực có thể giảm nhẹ tác động xấu của nó đối với nền kinh tế.

CHUYÊN ĐỀ 18:

THỰC TRẠNG CÁC QUAN HỆ TIẾP THỊ VIỆT NAM – HOA KỲ SAU KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

Ths. Trần Hoa Phượng
CN. Nguyễn Thị Minh Tân

Năm 2001, Hiệp định thương mại song phương Việt Nam- Hoa Kỳ được ký kết, quan hệ thương mại giữa hai nước có nhiều bước phát triển vượt bậc. Sáu năm sau khi hiệp định thương mại được ký kết, kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước tăng lên từ mức 1,4 tỷ USD năm 2001 lên 9,7 tỷ USD vào năm 2006. Dự kiến năm nay, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ lên tới 10 tỷ USD.

Tổng vốn đầu tư của các doanh nghiệp Hoa Kỳ vào Việt Nam tính đến tháng 10 năm 2007 đã đạt 5,2 tỷ USD (tính cả đầu tư của doanh nghiệp Hoa Kỳ qua nước thứ ba) với 418 dự án, đứng thứ 6 trên tổng số 81 quốc gia và vùng lãnh thổ có vốn đầu tư trực tiếp tại Việt Nam. Nhiều công ty và tập đoàn lớn hàng đầu của Hoa Kỳ đã và đang có kế hoạch mở rộng kinh doanh tại thị trường Việt Nam. Đạt được những kết quả trên phần không nhỏ nhờ hoạt động giao lưu, xúc tiến thương mại giữa hai nước kể từ khi hiệp định thương mại được ký kết.

1. Thực trạng các hoạt động tiếp thị của Việt nam sang thị trường Mỹ

Hoa Kỳ được đánh giá là một trong những thị trường tiềm năng và triển vọng, song các yêu cầu của thị trường Mỹ cũng rất cao và có nhiều thách thức, gây không ít khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình thâm nhập. Một trong những điều kiện tiên quyết để thâm nhập thành công thị trường Mỹ là phải nắm bắt và hiểu rõ được một số luật thương mại trong hệ thống pháp luật đồ sộ và phức tạp của Mỹ; bên cạnh đó phải tính đến những tập quán kinh doanh của người Mỹ.

Trên cơ sở tìm hiểu, nắm bắt và hỗ trợ thông tin để quảng bá thương hiệu cũng như xúc tiến đầu tư, trong những năm qua nhiều hoạt động xúc tiến thương mại-đầu tư dưới nhiều hình thức với sự tham gia của nhiều cấp, nhiều ngành, địa phương và doanh nghiệp Việt Nam đã được thực hiện tại Mỹ. Nổi bật là hoạt động của các đoàn lãnh đạo cấp cao Chính phủ và các Bộ, ngành, địa phương có sự tham gia của các doanh nghiệp đến từ Mỹ. Trong đó, chuyến đi của Phó thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng năm 2001, Phó thủ tướng Nguyễn Mạnh Cẩm năm

2002, Phó thủ tướng Vũ Khoan tháng 12/2003 và các đoàn Bộ trưởng các Bộ, lãnh đạo các địa phương đã thúc đẩy phát triển quan hệ hai nước và cũng là những đợt vận động đầu tư thương mại lớn tại Mỹ. Các cuộc tiếp xúc cấp cao của các nhà lãnh đạo Việt Nam với các quan chức Quốc hội, chính quyền, báo chí và doanh nghiệp Mỹ cũng như các cuộc hội thảo của các đoàn tại thủ đô Washington D.C và ở nhiều thành phố lớn, trung tâm kinh tế, tài chính của Mỹ đã làm cho giới doanh nghiệp và dư luận chung ở Mỹ hiểu thêm về chính sách, môi trường, cơ hội đầu tư kinh doanh ở Việt nam.

Đồng thời nhận thức rõ về tầm quan trọng của các hoạt động ngoại giao phục vụ kinh tế, Đại sứ quán Việt Nam tại Mỹ cũng đã đặt nhiệm vụ thúc đẩy quan hệ kinh tế giữa hai nước thành ưu tiên hàng đầu, tích cực, chủ động phối hợp và hỗ trợ các bộ, ngành chức năng, các địa phương triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại- đầu tư tại Mỹ. Các hoạt động cung cấp thông tin về cơ hội đầu tư và thương mại cho các doanh nghiệp Mỹ và Việt Nam đã được thực hiện thường xuyên. Đại sứ quán cũng đã phối hợp với các ngành, địa phương Việt nam, các đối tác Mỹ tổ chức nhiều cuộc hội thảo thành công ở các thành phố lớn của Mỹ. Bên cạnh việc hỗ trợ các đoàn trong nước sang xúc tiến thương mại, du lịch. Chỉ tính riêng năm 2004, Đại sứ quán đã chủ động tổ chức và tham gia một loạt các cuộc hội thảo xúc tiến thương mại, đầu tư tại các bang, thành phố lớn như Oklahoma, Maryland, Virginia, New Jersey, Nebraska, Massachusetts, Georgia, North Carolina, Hawaii, Florida và đang chuẩn bị ở các địa phương khác.

Ngoài hoạt động hỗ trợ tiếp thị bởi Đại sứ quán, Cục xúc tiến thương mại (Bộ Thương mại) cũng tích cực thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại vào thị trường này thông qua nhiều hoạt động đa dạng. Từ ngày 22/4- 28/4/2004 các doanh nghiệp Việt nam đã được hướng dẫn tham gia các hội chợ lớn tại Mỹ như Hight Point, Source... Tại hội chợ đồ gỗ lớn nhất thế giới Hight Point đoàn Việt nam tham gia với 15 doanh nghiệp trong vòng 7 ngày đã thu hút được 600 lượt khách tham quan. Kết thúc Hội chợ, tại bảng đánh giá của Ban tổ chức, hiệu quả của gian hàng Việt nam đạt 80% từ 8 điểm trở lên. Tiếp đó, 24 doanh nghiệp Việt Nam đại diện cho các công ty xuất nhập khẩu mặt hàng thủ công mỹ nghệ và quà tặng thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia vào hội chợ Source. Tại đây, Cục xúc tiến thương mại đã phối hợp với thương vụ Việt nam tổ chức hội thảo cho

doanh nghiệp trong đoàn tiếp cận với những thông tin về thị trường, xu hướng, mẫu mã sản phẩm hàng thủ công mỹ nghệ tại Hoa Kỳ.

Đồng thời với các hoạt động trên, Cục xúc tiến thương mại đã phối hợp với một số Bộ, ngành hữu quan tổ chức các đoàn công tác khảo sát thị trường các cuộc hội thảo, tọa đàm về các vấn đề quan tâm của doanh nghiệp tới thị trường Mỹ. Bên cạnh đó, các dịch vụ cung cấp thông tin về thị trường, đối tác cho các doanh nghiệp có yêu cầu cũng được thực hiện. Những hoạt động này vừa là kênh cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam về thị trường Mỹ, cũng vừa là kênh tiếp thị các sản phẩm, doanh nghiệp Việt nam sang thị trường Mỹ.

Một trong những hoạt động quan trọng của công tác tiếp thị sang thị trường Mỹ là sự kiện Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại New York trực thuộc Cục được đưa vào hoạt động từ năm 2004. Đây là một trong những kênh hữu hiệu để quảng bá trực tiếp hình ảnh quốc gia và các thương hiệu, sản phẩm tiềm năng của Việt Nam.

Đi đôi với các hoạt động xúc tiến thương mại là các cuộc triển lãm của một số sản phẩm, doanh nghiệp Việt Nam tại Mỹ. Tiêu biểu là hoạt động quảng bá thương hiệu chè Việt Nam tại Mỹ nhằm tìm kiếm và thúc đẩy cơ hội hợp tác kinh doanh với doanh nghiệp nhập khẩu chè nước này. Trong tuần lễ quảng bá thương hiệu trà Việt Nam, đoàn đã phối hợp với trung tâm xúc tiến thương mại Việt Nam tại thành phố New York tổ chức tọa đàm giới thiệu về văn hóa trà Việt Nam, đồng thời quảng bá thương hiệu chè của nhiều doanh nghiệp trong nước.

Trong năm 2006, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã có cơ hội tiếp cận với triển lãm thiết bị công nghệ, nguyên phụ liệu và sản phẩm cho ngành dệt may được tổ chức tại thành phố Atlanta, tiểu bang Georgia, Hoa Kỳ. Đây không chỉ là cơ hội thích hợp cho các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm các loại thiết bị và công nghệ mới trong ngành dệt may, mà còn là dịp để các doanh nghiệp tìm kiếm và xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác Hoa kỳ trong lĩnh vực liên quan.

Đầu năm 2007, để hỗ trợ cho các doanh nghiệp xúc tiến xuất khẩu, đa dạng hóa sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế, đặc biệt là thị trường Hoa Kỳ, phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam- Công ty tổ chức triển lãm VCCI tổ chức đưa đoàn doanh nghiệp Việt Nam tham dự triển lãm quốc tế về hàng gia dụng, trang trí nội ngoại thất, thủ công mỹ nghệ, dệt may mang tên “The Gourmet Housewares Show & Global Connections 2007” tại trung tâm triển lãm Orange

Country, thành phố Orlando bang Florida, Hoa Kỳ. Đây là một trong những triển lãm thương mại về hàng tiêu dùng thường niên lớn nhất Hoa Kỳ với sự tham gia của hơn 1000 công ty đến từ 35 quốc gia và các vùng lãnh thổ trên thế giới. Các sản phẩm trưng bày tại triển lãm tập trung chủ yếu vào những ngành hàng xuất khẩu đang là thế mạnh của Việt Nam như hàng gia dụng, vật dụng gia đình và thiết bị chiếu sáng, hàng quà tặng, thủ công mỹ nghệ, gốm sứ, các sản phẩm trang thiết bị nội thất, đồ gỗ gia dụng, các sản phẩm thể thao và giải trí... Cũng như nhiều hoạt động xúc tiến thương mại của Việt Nam tại Hoa Kỳ, việc tham dự hội chợ này là một cơ hội thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập, mở rộng quy mô vào thị trường nói chung và thị trường phía nam Hoa Kỳ thông qua cửa ngõ quan trọng là thành phố Orlando.

Như vậy, sau khi Hiệp định thương mại Việt- Mỹ được ký kết, nhiều hợp đồng, thỏa thuận được đàm phán và ký kết. Các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại, hội trợ triển lãm được hỗ trợ bởi đại diện các cơ quan nhà nước Việt Nam tại Mỹ thực hiện là hoạt động quan trọng để quảng bá thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam và cũng là cơ hội lớn để các doanh nghiệp tiếp cận và tìm hiểu về thị trường Mỹ.

2. Thực trạng các hoạt động Marketing thương mại của Mỹ tại Việt Nam

Năm 1995 kể từ sau khi bình thường hoá quan hệ Việt Nam- Hoa kỳ, đến nay đã có hơn 1000 doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam. Trong đó, có nhiều tập đoàn và công ty lớn hàng đầu thế giới như Citi Group, Boeing, GE, Microsoft, IBM, Intel, Coca Cola, Pepsi Co la... Nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ đang xúc tiến các hoạt động thương mại và đầu tư để tìm hiểu về thị trường Việt Nam.

Từ ngày 4 đến 8/11/2007 một phái đoàn doanh nghiệp hàng đầu của Hoa Kỳ do Bộ trưởng Thương mại Carlos M. Guitierrez đã có chuyến thăm Việt Nam. Cùng đi với đoàn có các nhà lãnh đạo cao cấp của 23 đại công ty như 3M, Alcoa, Batex International, Gannon International, Marriott International, Dow Chemical Company, Ford Motor Company, NorthWest Airlines Corporation, AES Corporation... Đây là phái đoàn phát triển kinh doanh đầu tiên của nội các Hoa Kỳ đến Việt Nam, tính từ thời điểm Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) được thông qua và Việt Nam chính thức gia nhập WTO tháng 1/2007.

Người dẫn đầu phái đoàn, Bộ trưởng Thương mại Hoa Kỳ Carlos M. Guitierrez phát biểu trước chuyến đi: Việt Nam là một nền kinh tế đang phát triển với rất nhiều cơ hội tốt cho các nhà sản xuất, doanh nghiệp và người lao động. Những công ty đến Việt Nam lần này sẽ cung cấp thông tin để giúp họ phát triển tại thị trường Việt Nam, tăng xuất khẩu và tạo ra các cơ hội việc làm và lao động tại Mỹ.

Phái đoàn doanh nghiệp Hoa Kỳ do một Bộ trưởng dẫn đầu đến Việt Nam nhằm mở rộng quan hệ thương mại song phương và thúc đẩy các cơ hội xuất khẩu của Hoa Kỳ sau khi Việt Nam gia nhập WTO. Các công ty tham gia phái đoàn lần này đại diện cho các ngành tiêu biểu và đa dạng của Hoa Kỳ. Họ có mối quan tâm đặc biệt đến việc kinh doanh tại Việt Nam.

Đối với đối tác Hoa Kỳ, Việt Nam được đánh giá là một thị trường không nhỏ với 82 triệu dân, là một nước có nền kinh tế phát triển năng động không chỉ trong khu vực Đông Nam á mà còn là một trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất thế giới. Do đó, phái đoàn phát triển sẽ tìm kiếm cơ hội mở rộng thị phần cho các công ty Hoa Kỳ đang kinh doanh tại Việt Nam. Đồng thời phái đoàn cũng nhằm thực hiện mục tiêu tăng cường hơn nữa quan hệ kinh tế Việt Nam và Hoa Kỳ sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

Thành viên của phái đoàn sẽ được giới thiệu về các cơ hội kinh tế tại thị trường đang phát triển Việt Nam. Họ có cơ hội thiết lập các mối liên hệ với giới doanh nghiệp và chính phủ, củng cố chiến lược kinh doanh và mở rộng phạm vi hoạt động hiện có tại Việt Nam.

Chuyến thăm của Bộ trưởng thương mại và các thành viên doanh nghiệp Mỹ cũng mở ra một diễn đàn nhằm tăng cường quan hệ thương mại và kinh tế giữa Hoa Kỳ và Việt Nam thông qua việc thúc đẩy tính cởi mở, minh bạch, quyền kinh doanh và phân phối bình đẳng, bảo vệ và thực thi có hiệu quả Quyền sở hữu trí tuệ. Đây là những yếu tố chủ chốt giúp đảm bảo nền kinh tế của Việt Nam tiếp tục tăng trưởng và mở cửa cho hàng hoá và dịch vụ từ Hoa Kỳ tiếp cận vào thị trường Việt Nam.

Trong thời gian gần đây để đẩy mạnh hơn nữa hoạt động Marketing thương mại tại thị trường Việt Nam, Hoa Kỳ cũng đã thành lập hai phòng thương mại tại Việt Nam là Amcham Hà Nội và Amcham thành phố Hồ Chí Minh.

Trong thời gian đoàn các doanh nghiệp Hoa Kỳ sang thăm Việt Nam, hội thảo “Việt Nam- Hoa Kỳ: Một giai đoạn phát triển năng động mới” do Hội Việt-Mỹ phối hợp với Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI) và thời báo kinh tế Việt Nam đã được tổ chức. Đây là dịp để nhìn nhận lại những thành công và tồn tại trong quan hệ kinh doanh Việt Nam- Hoa Kỳ thời gian qua, đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy hơn nữa sự hợp tác giữa hai nước. Hội thảo còn là một cơ hội để tăng cường bổ sung kênh quan hệ rộng rãi với Hoa Kỳ. Đây là một diễn đàn không chính thức, mang tính chất nhân dân để những nhà nghiên cứu chuyên nghiệp, đại diện các tổ chức phi chính phủ nước ngoài trao đổi cởi mở và thực chất về những vấn đề mà hai bên còn khó khăn, vướng mắc.

Như vậy, song song với các hoạt động marketing thương mại của Việt Nam tại thị trường Mỹ thông qua sự hỗ trợ của các cơ quan Nhà nước Hoa Kỳ, các hoạt động marketing thương mại của Mỹ cũng đã được tiến hành ở Việt Nam. Đây là những hoạt động quan trọng không chỉ quảng bá thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp của mỗi nước mà còn là cơ hội lớn để các nhà đầu tư, kinh doanh của hai nước nắm bắt thông tin tìm kiếm cơ hội đầu tư kinh doanh. Sáu năm sau khi Hiệp định Thương mại được thực thi, đặc biệt là Hiệp định song phương Việt Nam-Hoa Kỳ về việc Việt Nam gia nhập WTO có hiệu lực, quan hệ thương mại, đầu tư giữa hai nước đạt được nhiều kết quả mới. Tuy nhiên, theo nhận định của các chuyên gia kinh tế thì nó vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của cả hai nước. Do đó, việc đánh giá triển vọng cũng như đề xuất giải pháp thúc đẩy quan hệ thương mại hai chiều hai nước là việc làm có ý nghĩa cần thiết hiện nay.

3. Triển vọng hoạt động Marketing của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.

Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ được quốc hội của hai nước phê chuẩn và có hiệu lực 10-12-2001, đã tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế- thương mại và đầu tư giữa hai nước. Nó mở ra một triển vọng mới cho xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Một trong những nhân tố thúc đẩy khả năng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ trong thời gian tới đó: 1) Xu thế tự do hoá thương mại, khu vực hoá và toàn cầu hoá kinh tế. Mục tiêu cuối cùng của tự do hoá thương mại là phát triển dần và tiến tới xoá bỏ tất cả các rào cản về thuế quan cũng như phi thuế quan để tạo điều kiện cho hàng hoá các nước tự do lưu thông tiến dần tới một thị trường thống nhất. Khi

các nước tham gia vào tổ chức này phải mở cửa thị trường, thực hiện mục tiêu của tự do hoá thương mại. Vì vậy xu thế tự do hoá thương mại, khu vực hoá và toàn cầu hoá kinh tế là một trong những yếu tố khách quan tác động đến quan hệ thương mại Việt Nam và Mỹ. Qua đó hai bên có cơ hội tăng cường đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá sang thị trường của nhau cũng như khai thác có hiệu quả những tiềm năng sẵn có. Đặc biệt đối với Việt Nam có điều kiện khai thác lợi thế so sánh của mình, nâng cao sức cạnh tranh hàng hoá trên thị trường Mỹ. 2) Nền kinh tế thế giới đang chuyển từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức. Sự chuyển biến này làm thay đổi căn bản cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam và Mỹ, vì hàng hoá của nền kinh tế tri thức sẽ là những sản phẩm của các ngành sản xuất có hàm lượng tri thức và công nghệ cao, đồng thời làm thúc đẩy quan hệ thương mại giữa các nước nói chung và quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mỹ nói riêng, 3) Do định hướng chính sách đối ngoại của Mỹ, đặc biệt là chính sách của Mỹ ở khu vực châu á- Thái Bình Dương đã tạo điều kiện thuận lợi cho quan hệ Việt Nam- Mỹ. Trong khi kinh tế thế giới gặp nhiều khó khăn, thì khu vực này chiếm 1/2 GDP của toàn thế giới, tốc độ tăng trưởng cao 6%. Đánh giá về thị trường Việt Nam, Ông Christopher Runckel – Giám đốc công tư tư vấn Ruckel Associates nhận xét “Việt Nam không chỉ trở thành một trong những thị trường xuất khẩu lớn vào thị trường Mỹ với nhiều mặt hàng rất có tiềm năng, mà có thể nhập khẩu nhiều hàng hoá quan trọng của Mỹ. Chính vì vậy, Mỹ coi Việt Nam là một đối tác thực sự có tiềm năng”(1). 4) Nền kinh tế Mỹ là nền kinh tế hàng mạnh nhất thế giới, với tốc độ tăng trưởng GDP đạt khoảng 2,9%-3% hàng năm. Điều này làm cho sức mua của thị trường Mỹ ngày càng tăng.

Chính nhờ những nhân tố trên đã tác động quan hệ thương mại giữa hai nước. Sau 6 năm Hiệp định Thương mại song phương Hoa Kỳ- Việt Nam được ký kết, kim ngạch thương mại hai chiều tăng từ mức 1,4 tỷ USD năm 2001 lên 9,7 tỷ USD năm 2006. Dự kiến năm 2007, xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ lên tới 10 tỷ USD. Và kể từ năm 2003 đến nay, Hoa Kỳ đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam (2), có thể là 12 tỷ USD vào năm 2008 hoặc nhiều hơn nữa. Theo chuyên gia kinh tế cấp cao Lê Đăng Doanh nói hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt khoảng 0,5% tại thị trường này.

Qua những con số trên cho chúng ta thấy triển vọng hoạt động Marketing của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ là rất tốt, nhưng bên cạnh đó vẫn tồn tại một

số vấn đề cần giải quyết đó là: Khi đưa ra yếu tố hấp dẫn đối với các đối tác như: ổn định chính trị, ổn định kinh tế vĩ mô, vị trí địa lý thuận lợi, nguồn nhân lực trẻ có kỹ năng, hệ thống thị trường rộng lớn, hệ thống pháp luật được cải cách theo hướng phù hợp với luật pháp quốc tế, chi phí kinh doanh thấp, cho phép đầu tư dưới nhiều hình thức chính vì không xác định đâu là yếu tố cơ bản, mang tính quyết định nhất khó thuyết phục các nhà đầu tư thâm nhập vào thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó Xuất khẩu vào thị trường Mỹ vẫn chưa có định hướng rõ ràng và cụ thể, chưa có kế hoạch dài hạn ở tầm vĩ mô. Việc tổ chức các hoạt động, phân tích môi trường và tổ chức hệ thống thông tin Marketing xuất khẩu được thực hiện vừa yếu vừa thiếu. Các doanh nghiệp doanh nghiệp dựa vào hỗ trợ trong nước để xúc tiến khuyến khích thương sản phẩm xuất khẩu là chủ yếu. Việc tham gia hội chợ quốc tế ở các thị trường lớn còn rất hạn chế, chỉ có số ít doanh nghiệp quy mô lớn thực hiện. Bên cạnh đó công tác thu thập và phổ cập thông tin, xúc tiến thương mại còn nhiều bất cập, ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động xuất khẩu.

4. Các giải pháp thúc đẩy hoạt động Marketing của Việt Nam

Hoa Kỳ là một thị trường khổng lồ của thế giới, không kể lượng hàng hoá sản xuất trong nước, hàng năm thị trường này còn nhập khẩu một lượng hàng hoá lên đến hàng trăm tỷ USD. Đây là một thị trường mở, đầy tiềm năng nhưng cũng được đánh giá là thị trường khó tính nhất với các loại hàng hoá nhập khẩu. Vậy làm thế nào để Việt Nam có thể tiếp cận, đưa hàng hoá vào thị trường Hoa Kỳ. Muốn vậy các doanh nghiệp cần phải thúc đẩy hoạt động Marketing của mình. Để làm được điều này cần phải thực hiện hai nhóm giải pháp sau đây:

Về phía nhà nước, cần tiếp tục đổi mới, hoàn thiện môi trường Marketing xuất khẩu cho các doanh nghiệp thương mại, trước hết cần hoàn thiện hệ thống chính sách và cơ chế đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế; chuyển dịch cơ cấu đầu tư nhằm phát triển sản xuất các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế cạnh tranh, có giá trị gia tăng xuất khẩu cao; tăng cường đàm phán mở rộng thị trường; hoàn thiện hệ thống pháp luật của Việt Nam tương thích với các “luật chơi chung” của thế giới và khu vực; đổi mới hỗ trợ xuất khẩu từ trực tiếp sang gián tiếp; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu cấp Chính phủ (3).

Về phía doanh nghiệp: Cần phải thực hiện một số giải pháp sau đây:

Một là, tăng cường nghiên cứu thị trường Mỹ.

Hiện nay, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ gặp rất nhiều khó khăn trong việc tăng nhanh kim ngạch và tốc độ tăng trưởng. Một trong những nguyên nhân dẫn đến thực trạng trên là do các doanh nghiệp Việt Nam hiểu biết về thị trường Mỹ còn rất hạn chế. Để có thể chủ động đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá vào Mỹ, đồng thời đối phó và vượt qua các rào cản thương mại thì cần phải tăng cường nghiên cứu thị trường Mỹ.

Điều trước tiên đối với các doanh nghiệp phải hiểu được hệ thống chính trị, luật thương mại của Mỹ, những qui định điều chỉnh quan hệ hợp đồng mua bán giữa doanh nghiệp Việt Nam và các doanh nghiệp Hoa Kỳ, cùng với những điểm khác biệt so với Luật thương mại Việt Nam. Ngoài ra, cần phải nắm vững được luật và qui định về thuế và hải quan của Mỹ như: danh bạ thuế, chế độ ưu đãi thuế quan, qui định về xuất xứ hàng nhập khẩu, qui định về nhãn hiệu hàng hoá nhập khẩu, Mặt khác, các doanh nghiệp Việt Nam phải nghiên cứu kỹ hệ thống hàng rào phi thuế quan với những qui định chi tiết về danh mục hàng hoá hạn chế nhập khẩu, cấm nhập khẩu, hạn ngạch nhập khẩu, Luật đối kháng, Luật thuế chống bán phá giá của Mỹ.

Nắm vững thông tin về hệ thống phân phối hàng hoá của thị trường Mỹ, về đối tác cạnh tranh. Việc nắm thông tin về đối thủ cạnh tranh không chỉ dừng lại ở việc xem xét những mặt hàng xuất khẩu của họ mà phải xem xét hệ thống phân phối và những biện pháp nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá.

Hai là, tăng cường hoạt động xúc tiến xuất khẩu vào thị trường Mỹ.

Theo các chuyên gia thương mại khuyến cáo, các doanh nghiệp và một số ngành hàng Việt Nam vào được thị trường Hoa Kỳ có thể tiếp cận qua một số cách như: Thông qua các nhà bán lẻ, các công ty chuyên sản xuất, công ty kinh doanh có văn phòng đại diện tại Việt Nam. Tiếp cận đối với các nhà sản xuất tại Hoa Kỳ, tiếp cận với các nhà bán buôn, các nhà nhập khẩu. Chính vì vậy giải pháp này có một vai trò hết sức quan trọng vào việc góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tại thị trường Mỹ trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 là xúc tiến xuất khẩu. Trên thị trường Mỹ không phải bất cứ doanh nghiệp xuất khẩu nào có được hàng hoá chất lượng cao, giá rẻ hơn là có thể tiêu thụ và cạnh tranh được ở đây. Chỉ có yếu tố lợi thế về chất lượng và giá cả thì chưa đủ mà doanh nghiệp cần phải biết cách xây dựng uy tín, thương hiệu có tiếng, hình ảnh tin cậy của hàng hoá mình thông qua việc sử

dụng các phương tiện thông tin, quảng cáo, hội chợ triển lãm, ... một cách trung thực, khôn khéo để khác hàng đi đến quyết định mua hàng của doanh nghiệp mình. Để làm được điều này, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có thể tiến hành theo các hình thức sau:

- Tuyên truyền, quảng cáo. Đây là hình thức phổ biến có hiệu quả cao nhất trong xúc tiến xuất khẩu được tiến hành dưới các hình thức: Tivi, radio, báo, trang web, catalogue, pano, áp phích. ...

- Khai thác tối đa sự trợ giúp của Thương vụ Việt Nam tại Mỹ và Văn phòng thương mại Mỹ tại Việt Nam. Đây có thể coi là giải pháp hiệu quả nhất và tiết kiệm chi phí, phù hợp với năng lực của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay khi triển khai xúc tiến thương mại cho xuất khẩu. Nếu doanh nghiệp Việt Nam chú trọng khai thác tối đa sự trợ giúp của các lực lượng này vào hoạt động xúc tiến thương mại của mình thì chắc chắn hiệu quả sẽ rất cao trên thị trường Mỹ.

- Chủ động tìm kiếm tối tác, chào hàng thông qua việc tham gia các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo. Một trong những cách thâm nhập nhanh chóng vào thị trường Mỹ là tham gia các hội chợ, triển lãm. Theo đánh giá của các chuyên gia có tới 70-80% số hợp đồng làm ăn của các doanh nghiệp được ký kết thông qua các hội chợ triển lãm.

- Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tìm cơ hội kinh doanh qua mạng của các Hiệp hội chuyên ngành qua các cuốn danh bạ của các hiệp hội ngành nghề ... Ngày nay, các công ty lớn của Hoa Kỳ ngày càng tăng cường đi đặt hàng bên ngoài thay vì sản xuất trong nước để tận dụng nguồn chi phí sản xuất rẻ từ các nước đang phát triển. Mặt khác, các công ty hoặc doanh nghiệp nên xây dựng trang web, trong đó luôn có những thông tin phục vụ cho các đối tác tìm hiểu về thông tin về mình trước khi giao dịch và quảng cáo hình ảnh, thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm.

- Tranh thủ sự tài trợ của Nhà nước bằng việc tham gia vào các đoàn của Chính phủ và của các Bộ về xúc tiến thương mại, chủ động chuẩn bị tham gia trưng bày giới thiệu sản phẩm và thiết lập các đầu mối giao dịch bán hàng tại trung tâm thương mại Việt Nam ở Mỹ do Nhà nước đầu tư xây dựng.

Ba là, thiết lập các kênh phân phối xâm nhập vào thị trường Mỹ.

Một trong những khó khăn nhất của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ hiện nay là đi tìm người mua hàng. Tại Hoa Kỳ, thương có nhiều Hiệp

hội cho những người cùng ngành nghề trao đổi thông tin nghề nghiệp và cùng là nơi cung cấp thông tin cho người cần mua, người cần bán sản phẩm hay dịch vụ cùng loại. Vì vậy, các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam nên có những nghiên cứu thị trường theo ngành hàng của mình có khả năng để xác định đối tác cần giao dịch. Trong giao dịch, các nhà nhập khẩu có thể đến trực tiếp tìm nguồn hàng hoặc các doanh nghiệp Việt Nam phải chủ động tiếp cận với họ tại thị trường Hoa Kỳ.

Theo các chuyên gia nước ngoài đánh giá thì việc thiết lập các kênh phân phối có tầm quan trọng đối với doanh nghiệp xuất khẩu. Để một doanh nghiệp đến thành công trong hoạt động cạnh tranh xuất khẩu nhất thiết phải xây dựng, lựa chọn, hoàn thiện hệ thống phân phối cho các sản phẩm của doanh nghiệp mình.

Có hai loại kênh phân phối chủ yếu trong kinh doanh xuất khẩu tại Mỹ, là kênh phân phối trực tiếp và kênh phân phối gián tiếp. Ở Mỹ hệ thống các cửa hàng bán sỉ và bán lẻ đóng vai trò quan trọng trong quá trình phân phối. Người tiêu dùng Mỹ tin tưởng gần như tuyệt đối và có thói quen mua sắm tại các trung gian phân phối nổi tiếng. Vì vậy, đối với các công ty nhỏ nên chấp nhận hình thức bán cho người trung gian để đưa hàng hoá vào thị trường Mỹ. Doanh nghiệp sản xuất có thể chấp nhận bán hàng thanh toán sau, đưa hàng đến cho nhà bán lẻ trưng bày giới thiệu để xem hàng hoá có tiêu thụ được hay không, bên cạnh đó doanh nghiệp cũng có thể đưa hàng vào thị trường Mỹ bằng cách thiết lập công ty tại Hoa Kỳ để đứng ra giao dịch với những người bán hàng, hoặc có người đứng ra đại diện cho công ty tại một địa phương cụ thể nào đó. Tuy nhiên, đây cũng là vấn đề không dễ thực hiện, bởi đối với các doanh nghiệp Việt Nam, cử người sang làm việc tại thị trường này rất tốn kém, khó khăn. Mặt khác, trong thời gian chào hàng, tiếp cận thị trường doanh nghiệp phải chấp nhận doanh thu thấp, phải chịu chi phí, giá dịch vụ cao. Vì vậy đòi hỏi cần phải xây dựng một chiến lược lâu dài ... Theo kinh nghiệm của các nước có quan hệ với thị trường Hoa Kỳ từ lâu, doanh nghiệp của họ đưa hàng vào thị trường này qua hệ thống người đại diện, lúc đầu có thể gặp nhiều khó khăn khi tạo chỗ đứng nhưng khi có được mạng lưới khách hàng ổn định thì vấn đề còn lại chỉ là việc cung ứng hàng hoá.

Tuy nhiên, mỗi một doanh nghiệp lại có cách tiếp cận thị trường riêng, nó tùy thuộc vào năng lực của mình và hàng hoá kinh doanh nhưng điều chung nhất

đối với họ là đều phải nghiên cứu thị trường cụ thể với từng loại ngành hàng, đặc điểm kinh doanh từng vùng. Cách thông thường mà các doanh nghiệp Việt Nam vẫn đang làm là bán hàng qua đối tác là các công ty chuyên kinh nhập xuất nhập khẩu, các nhà bán buôn, từ đó hàng hoá của họ đến các nhà bán lẻ. Các công ty có thể tạo dựng sự hiện diện của chính mình tại thị trường Hoa Kỳ bằng cách thành lập công ty hoặc văn phòng trưng bày tại các trung tâm lớn. Trong kinh doanh có nhiều cách doanh nghiệp tiếp cận thị trường riêng, chỉ có thể căn cứ vào chiến lược kinh doanh của công ty và chủng loại hàng hoá cụ thể để xác định hướng tiếp cận thị trường sao cho có hiệu quả. Với thị trường Hoa Kỳ, các doanh nghiệp Việt Nam càng phải thận trọng hơn trong nghiên cứu tiếp cận, bởi đây là thị trường khó tính nhưng cũng rất sôi động và mở rộng cho tất cả các loại hàng hoá.

Bốn là, cần chú ý đến vấn đề xây dựng thương hiệu

Thương hiệu là tài sản vô giá của doanh nghiệp. Trên thị trường, cạnh tranh đang trở thành cuộc chiến giữa các thương hiệu chứ không phải đơn thuần chỉ là cạnh tranh về giá cả và chất lượng. Hiện nay các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ hầu như chưa có thương hiệu riêng mà phần lớn vào thị trường Mỹ thông qua khâu trung gian hoặc dưới dạng gia công cho các thương hiệu nổi tiếng nước ngoài. Việc xây dựng thương hiệu có một vai trò hết sức quan trọng nó ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất khẩu. Để Việt Nam thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ nổi tiếng nhiều vụ kiện, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu cần được các doanh nghiệp đặc biệt quan tâm. Doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ các phương thức đăng ký bảo hộ ở Hoa Kỳ để bảo vệ nhãn hiệu một cách hữu hiệu, nhanh chóng và tiết kiệm. Một điều Việt Nam đặc biệt chú ý đăng ký nhãn hiệu hàng hoá, xây dựng thương hiệu cũng như thực hiện bảo vệ thương hiệu tại thị trường Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần lưu ý vận dụng quy định quốc tế để chủ động có chiến lược xâm nhập thị trường nước ngoài.

Tài liệu tham khảo:

- 1- Báo điện tử VN: Hoa Kỳ coi Việt Nam là đối tác có tiềm năng, ngày 8-4-2005.
- 2- Tuỳ Phong: Báo điện tử - Thời báo kinh tế Việt Nam, ngày 7-11-2007.

3- Lê Minh Diễn: Đổi mới quản trị chiến lược Marketing xuất khẩu – Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của doanh nghiệp thương mại Việt Nam. T/C Thương mại, số 16/2002, tr.7.

4- Võ Thanh Thu: Chiến lược thâm nhập thị trường Mỹ, Nxb Thống kê, H, 2001, tr.2.

5- Bộ Thương mại: Chính sách và giải pháp phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001-2010, tầm nhìn đến 2020, H, 2001.

6- Bộ thủy sản: Chiến lược xuất khẩu thủy sản Việt Nam thời kỳ 1996-2002 và 2010, H, 1998, tr.12.

CHUYÊN ĐỀ 19:

CÁC GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT – MỸ SAU KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

PGS.TS.Trần Quang Lâm

Phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ đem lại lợi ích cho cả Việt Nam và Mỹ, đều khẳng định đó không chỉ ở lý thuyết, mà cả trong thực tiễn. Do đó đã tạo ra sự đồng thuận không chỉ trong giới doanh nghiệp, mà còn cả đối với lãnh đạo quốc gia và dân cư hai nước. Trong chuyến thăm Mỹ tháng 6 năm 2007, trong buổi gặp gỡ 20 CEO hàng đầu bang California tại Diễn đàn doanh nghiệp được tổ chức ở Los Angeles ngày 23/6/2007, chủ tịch Nguyễn Minh Triết đã khẳng định: *“Việt Nam bây giờ là một đất nước đang mở cửa, hội nhập, đang hướng tới tương lai, một đất nước năng động và phát triển. Chính phủ Việt Nam đang làm hết sức mình để tạo môi trường đầu tư thuận lợi cho các nhà đầu tư đến làm ăn tại Việt Nam. Nhân dân Việt Nam luôn nở nụ cười thân thiện chào đón các bạn đến làm ăn”*. Tuy nhiên, để biến ý nguyện của lãnh đạo quốc gia thành hiện thực để đem lại lợi ích thỏa đáng cho đất nước là khó khăn và có một khoảng cách không nhỏ. Để thu hút được đầu tư và công nghệ từ Mỹ vào phục vụ cho tiến trình CNH, HĐH gắn với phát triển kinh tế trí thức cũng như tạo ra năng lực sản xuất hàng sang Mỹ thu được lợi ích, phát huy được lợi thế quốc gia, tạo được tăng trưởng nền kinh tế cần phải có các giải pháp đồng bộ, cả ở tầm vĩ mô và vi mô:

1. Các giải pháp vĩ mô nhằm sử dụng có hiệu quả quan hệ thương mại Việt – Mỹ, sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

1.1 Các biện pháp cụ thể hoàn thiện nền kinh tế thị trường nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại Việt – Mỹ sau khi Việt Nam gia nhập WTO

Tăng cường quan hệ thương mại Việt – Mỹ trong điều kiện Việt Nam đã gia nhập WTO, điều yếu nhất cần khắc phục bên phía Việt Nam là chưa có nền kinh tế thị trường đầy đủ, nên cộng đồng quốc tế, trực tiếp là Mỹ, chưa công nhận nền kinh tế Việt Nam là nền kinh tế thị trường. Do đó nhiều ưu đãi tối huệ quốc cho một quốc gia có nền kinh tế thị trường từ phía Mỹ, chúng ta chưa được hưởng. Từ đó tạo ra một yếu thế trong cạnh tranh của các doanh nghiệp và nền kinh tế nước ta, cả trên thị trường Mỹ và cả tại Việt Nam. Chính vì vậy, biện pháp cấp

bách là hoàn thiện, biến nền kinh tế nước ta thành một nền kinh tế thị trường đầy đủ. Muốn vậy, cần phải tập trung vào hoàn thiện hệ thống pháp luật và cơ chế quản lý nền kinh tế để hình thành nhanh và đồng bộ các yếu tố của kinh tế thị trường, gồm: 1) Ban hành kịp thời các văn bản hướng dẫn thực thi các luật mới ban hành theo nguyên tắc đơn giản, rõ ràng đúng với nội dung; 2) xóa ngay các hình thức bao cấp quốc gia đối với doanh nghiệp kể cả các doanh nghiệp nhà nước để giá cả hàng hóa, dịch vụ được hình thành theo quan hệ cung – cầu và chịu điều tiết của cơ chế thị trường; 3) Đẩy nhanh cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước để tạo lập đầy đủ các chủ thể nhằm thúc đẩy thị trường hoạt động nhịp nhàng; 4) Phát triển đầy đủ các loại thị trường, như thị trường sức lao động, thị trường chứng khoán, thị trường đất đai, bất động sản, thị trường khoa học công nghệ... và đưa chúng vào hoạt động và vận hành theo cơ chế thị trường; 5) Đẩy mạnh cải cách trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, để các ngân hàng thương mại và các công ty tài chính thực sự trở thành các chủ thể thị trường đầy đủ và vận hành theo cơ chế thị trường; 6) Cải cách chế độ hoạch toán và tài chính doanh nghiệp theo các chuẩn mực của WTO; 7) Hoàn thiện cơ chế và tổ chức quản lý cạnh tranh bằng các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp để tạo ra môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các chủ thể. Xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm phù hợp với hiệp định TBT và SPS để bảo vệ thị trường nội địa và người tiêu dùng; và 8) Đẩy mạnh cải cách tiền lương cho sát với sự hình thành giá cả sức lao động phù hợp với giá trị theo điều tiết của cơ chế thị trường đồng thời xây dựng các chế độ bảo hiểm và các quỹ an sinh xã hội nhằm tạo ra các công cụ có hiệu quả để khắc phục sự khuyết tật của cơ chế thị trường.

1.2. Các biện pháp cụ thể trong hoàn thiện pháp luật, chính sách phù hợp với yêu cầu của WTO, BTA và thực tiễn quan hệ thương mại Việt-Mỹ

Để đáp ứng nhu cầu phát triển của nền kinh tế nước ta, đồng thời phù hợp với cam kết của WTO và BTA, ngoài việc tích cực xây dựng khung thể chế “kinh tế thị trường định hướng XHCN” bao gồm thị trường hàng hóa, vốn, tiền tệ, lao động, công nghệ, bất động sản... còn cần khẩn trương xây dựng các định chế để hình thành thị trường vốn; hoàn thiện chính sách tiền tệ, hướng các chính sách tín dụng, lãi xuất, tỷ giá theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước; cụ thể:

- Về chính sách thương mại : Thực hiện lộ trình giảm thuế, xóa bỏ dần hàng rào phi quan thuế phù hợp khả năng cạnh tranh của từng ngành, từng sản

phẩm; tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu theo hướng cải tiến thủ tục xét cấp giấy chứng nhận hàng hóa, đơn giản hóa thủ tục hải quan, tăng cường công tác xúc tiến thương mại nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tìm hiểu thị trường, nâng cao khả năng dự báo để tiếp cận thị trường Mỹ.

- *Về chính sách tài chính, tiền tệ:* Tiếp tục cải cách hệ thống thuế theo hướng đơn giản hóa, rút gọn số lượng thuế suất, cải tiến phương thức hoàn thuế giá trị gia tăng, bãi bỏ chế độ thuế thu nhập bổ sung; xây dựng và khuyến khích thành lập quỹ hỗ trợ xuất khẩu với cơ chế linh hoạt và có hiệu quả hơn... Đồng thời, từng bước gia tăng dự trữ ngoại tệ đa dạng hóa nguồn ngoại tệ dự trữ để ứng phó với những biến động tài chính, tiền tệ quốc tế đặc biệt là biến động trên thị trường Mỹ gây thiệt hại cho doanh nghiệp và nền kinh tế. Thông qua các biện pháp quản lý tiền tệ, ngoại hối, từng bước đưa VNĐ thành đồng tiền có khả năng chuyển đổi. Chủ động tham gia vào việc cải tiến các thể chế tài chính toàn cầu và khu vực, xây dựng hệ thống giám sát mới có hiệu lực và hiệu quả, nhất là đối với dòng chảy tiền tệ từ khu vực tư nhân vào và ra khỏi thị trường tiền tệ nước ta để tránh các cú sốc tiền tệ bất thường trên thị trường chứng khoán

- *Về cải cách doanh nghiệp nhà nước:* Tiếp tục sắp xếp, đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả doanh nghiệp nhà nước theo hướng đẩy nhanh tiến trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước, xóa bỏ bao cấp và mở rộng quyền tự chủ kinh doanh của doanh nghiệp theo quan hệ cung - cầu trên thị trường. Ban hành Luật cạnh tranh để bảo vệ và khuyến khích các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế cạnh tranh, hợp tác bình đẳng trong khuôn khổ pháp luật và thông lệ quốc tế theo chuẩn mực của WTO.

- *Về chính sách đầu tư:* Đổi mới chính sách đầu tư theo hướng tập trung nguồn vốn cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng, giáo dục, đào tạo... Hoàn thiện hệ thống các chính sách để cải thiện đồng bộ môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến đất đai, tài chính, quản lý ngoại hối, lao động, công nghệ, môi trường...

Để tăng tính khả thi của những chính sách trên, cần tăng cường hệ thống thông tin về thị trường và pháp luật, xây dựng và củng cố hệ thống bảo hiểm xã hội nhằm đáp ứng kịp thời các vấn đề xã hội... Đặc biệt Nhà nước Việt Nam cần phải cải thiện môi trường đầu tư bằng cách điều chỉnh các văn bản pháp quy cho phù hợp với yêu cầu của quá trình hội nhập quốc tế, chú ý đến quá trình thực hiện

BTA và WTO. Hiện nước ta còn thiếu nhiều văn bản liên quan đến những quy định trong các hiệp định như: các quy định liên quan đến MEN, NT và quyền sở hữu trí tuệ. Tính minh bạch và khả năng lường trước được của các văn bản pháp luật của Việt Nam còn thấp. Nguyên tắc bình đẳng không phân biệt đối xử rất được chú trọng trong quan hệ kinh tế quốc tế còn chưa quán triệt đầy đủ và thực hiện triệt để: Vẫn còn một số phân biệt đối xử giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp ngoài nhà nước cũng như doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp nước ngoài ở một số lĩnh vực như thương mại, tài chính, tín dụng, ngân hàng...

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật của Việt Nam không chỉ tạo điều kiện cho phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ, mà còn giúp Việt Nam tham gia và hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế quốc tế. Trong tương lai gần, chúng ta cần bổ xung thêm các văn bản mới như luật khuyến khích cạnh tranh và kiểm soát độc quyền, các pháp lệnh về MEN, NT... cải tổ lại pháp luật về các doanh nghiệp và hoàn thiện hơn luật về phá sản, luật tín dụng doanh nghiệp...

Để phù hợp với thông lệ quốc tế, chính phủ nên khuyến khích hoạt động xuất khẩu bằng các công cụ thuế quan, phi thuế quan xem xét việc cấp giấy phép với các loại hàng hóa có khả năng xuất khẩu, nhưng cần kiểm soát chặt chẽ với các hàng hóa xuất khẩu không mang lại lợi ích cao mà lại ảnh hưởng tới uy tín của hàng hóa Việt Nam. Để hỗ trợ cho xuất khẩu sang Mỹ cần trang bị cho ngành Hải quan phương tiện làm việc hiện đại đủ khả năng thực thi nhiệm vụ nhanh gọn, không gây phiền hà với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Nhà nước cũng nên khuyến khích hoạt động xuất khẩu bằng những điều chỉnh liên quan đến hoạt động tài chính, tín dụng, chuyển giao công nghệ. Cung cấp một cách đa dạng các hoạt động tín dụng cũng là một biện pháp khuyến khích hữu hiệu, nhất là với các doanh nghiệp đang rất muốn thâm nhập vào thị trường Mỹ. Khuyến khích doanh nghiệp cố gắng sản xuất những mặt hàng có khả năng đáp ứng được nhu cầu thị trường Mỹ nhưng còn thiếu vốn bằng ưu đãi mức lãi suất thấp và không thế chấp, đặc biệt là thủ tục không được phức tạp, rườm rà. Trong tình hình hiện nay, khi mà tư nhân Việt Nam chưa có nhiều khả năng tự trang bị công nghệ hiện đại thì nhà nước cần tạo điều kiện để họ tiếp cận được với công nghệ của Mỹ phù hợp với các ngành sản xuất hàng xuất khẩu sang Mỹ

2. Xây dựng quy hoạch phát triển sản xuất vào các ngành có lợi thế cạnh tranh và bảo hộ hợp lý doanh nghiệp trong nước

Tham gia vào thương mại quốc tế nói chung và với Mỹ nói riêng, thực chất là tham gia vào hệ thống phân công lao động quốc tế theo nguyên tắc khai thác tối đa lợi thế quốc gia để thu được lợi ích cao và chính đáng. Tuy nhiên, khi phát triển và mở rộng quan hệ thương mại với Mỹ phải lựa chọn các ngành Việt Nam có lợi thế so sánh trội hơn trong tương quan với ngành dễ sản xuất tại Mỹ. Để làm được việc này cần thực thi các biện pháp sau: 1) Xác định rõ ngành nào là có lợi thế để tập trung vốn đầu tư xây dựng. Đồng thời, cần kết hợp chặt chẽ những yêu cầu và khả năng của nước ta với yêu cầu của thị trường Mỹ để tận dụng sự phát triển của khoa học công nghệ Mỹ, đặc biệt là các công nghệ sử dụng nhiều tri thức đang phát triển ở Mỹ hiện nay. Từ đó có kế hoạch thu hút đầu tư và hướng công nghệ Mỹ vào sản xuất hàng hóa xuất khẩu sang chính thị trường Mỹ. Nhờ đó ta xây dựng được các ngành có lợi thế thành ngành kinh tế mũi nhọn, chủ công để tăng cường sức mạnh cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường Mỹ; 2) Khai thác mọi khả năng bên trong của nền kinh tế kiên trì thực hiện nhất quán, lâu dài cơ cấu kinh tế nhiều thành phần, trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo; có chính sách huy động khuyến khích sự tham gia, đầu tư của mọi thành phần kinh tế cho sản xuất hàng hóa xuất khẩu sang Mỹ; 3) Phát huy cao độ lợi thế so sánh, lấy yêu cầu chất lượng và giá thành làm thước đo; tiêu chí quan trọng là hiệu quả kinh tế, khả năng cạnh tranh, vươn ra chiếm lĩnh thị trường Mỹ đang có nhu cầu cao; 4) Việc thực hiện các nghĩa vụ cắt giảm thuế và hàng rào phi thuế cần phải đặt trong mối quan hệ hữu cơ với nhiệm vụ cấp bách là chuyển đổi cơ cấu kinh tế, tập trung nguồn lực vào việc xây dựng các ngành lĩnh vực có khả năng phát triển để đổi mới trang thiết bị, kỹ thuật, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa dịch vụ; 5) Việc bảo hộ sản xuất trong nước cần được tiến hành có trọng lực, có điều kiện và có thời hạn nhất định, đúng quy định của WTO. Khi ưu đãi cần tập chung vào các ngành công nghiệp có khả năng phát triển, những ngành sử dụng nhiều lao động, nguyên liệu trong nước và sản phẩm nông nghiệp mà Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh. Theo truyền thống của WTO, Việt Nam có thể sử dụng thuế quan như một công cụ chủ yếu để bảo hộ sản xuất trong nước. Tuy nhiên, Nhà nước không thể bảo hộ vô thời hạn các doanh nghiệp kinh doanh không có hiệu quả mà chỉ hỗ trợ theo lộ trình nhất định theo thỏa thuận

của các điều khoản đã ký trong BTA và WTO. Về lâu dài cần khuyến khích cạnh tranh lành mạnh, coi cạnh tranh là động lực phát triển kinh tế xã hội, do đó cần tạo môi trường để cạnh tranh phát triển. Trên cơ sở những định hướng trên, cần thực hiện các biện pháp cụ thể trong các lĩnh vực:

Thứ nhất là, trong lĩnh vực nông nghiệp, tận dụng lợi thế so sánh của nền nông nghiệp nhiệt đới từng cạnh tranh thắng lợi trên thị trường nhiều nước để mở rộng sản xuất xuất khẩu sang thị trường Mỹ bằng cách nâng cao chất lượng sản phẩm, chấp nhận giá thị trường quốc tế. Trong đó chú trọng áp dụng các tiến bộ công nghệ sinh học, hiện đại hóa công nghệ chế biến, nâng cao chất lượng vệ sinh thực phẩm, đóng gói, bao bì...

Thứ hai là, trong lĩnh vực công nghiệp, bối cảnh Việt Nam đã gia nhập WTO và thực thi BTA khi bố trí đầu tư, xây dựng cần chọn thứ tự ưu tiên phù hợp với điều kiện của từng thời kỳ. Trong giai đoạn đầu, khi kinh tế còn kém phát triển, lao động dư thừa nhiều, khả năng vốn liếng có hạn lại phải dành nguồn lực thỏa đáng cho phát triển nông nghiệp, xây dựng nông thôn, chỉ nên phát triển một số công trình công nghiệp nặng, công trình quy mô lớn có chọn lọc, có hiệu quả, phải hết sức coi trọng những ngành và doanh nghiệp vừa và nhỏ, được trang bị hiện đại, có công nghệ tiên để tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, xuất khẩu được và thu hồi được vốn và trả được nợ.

Thứ ba là, khu vực dịch vụ, cần nhận thức đầy đủ tầm quan trọng đặc biệt của lĩnh vực này trong điều kiện Việt Nam đã gia nhập WTO để kết hợp phát triển các ngành bằng thực lực của quốc gia, đồng thời tranh thủ sự hợp tác với bên ngoài, đặc biệt là từ Mỹ. Trong phát triển ngành dịch vụ cần chấp nhận cạnh tranh, kể cả cạnh tranh trong nước lẫn cạnh tranh quốc tế, coi như một động lực thúc đẩy sự tiến bộ của các ngành dịch vụ. Ngoài ra cần xây dựng trương trình hội nhập quốc tế phù hợp với đặc thù của từng ngành dịch vụ, điều kiện và khả năng cụ thể của nước ta. Khi thị trường Mỹ được mở rộng hoàn toàn trên cơ sở thực thi WTO và BTA sẽ tạo điều kiện phát triển nhiều ngành dịch vụ mà ta có thể thu hút được đầu tư và công nghệ từ Mỹ. Khi quan hệ thương mại và đầu tư được mở rộng giữa nước ta với Mỹ và các nước khác sẽ tạo thêm nhu cầu và khả năng phát triển cho các ngành dịch vụ, trước hết là các dịch vụ phục vụ và hỗ trợ kinh doanh như thông tin liên lạc, giao thông vận tải, bảo hiểm, ngân hàng, kế toán - kiểm toán, tư vấn, dịch vụ pháp lý, bảo hộ sở hữu công nghiệp và sở

hữu trí tuệ, thiết kế sản phẩm, bao bì, quảng cáo v.v.. Các dịch vụ du lịch, giáo dục –đào tạo, y tế, nghiên cứu và ứng dụng khoa học - công nghệ, văn hóa, giải trí, bảo vệ môi trường,dịch vụ lao động...cũng phát triển theo đà giao thương và giao lưu giữa con người của hai nước và các nước khác. Khi các ngành dịch vụ phát triển, đến lượt nó sẽ góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển toàn bộ nền kinh tế, tạo thêm việc làm, tạo thêm giá trị gia tăng và nâng cao sức cạnh tranh của các ngành sản xuất và các doanh nghiệp Việt Nam.

Cơ hội xuất khẩu dịch vụ tại chỗ và xuất khẩu sang Mỹ cũng tăng mạnh, vì các doanh nghiệp Mỹ và người Mỹ nói chung có tập quán chi tiêu thu nhập chủ yếu vào các ngành dịch vụ

Sau đây là biện pháp cụ thể đối với một số ngành trọng yếu:

- *Đối với hàng dệt may:* Làm ăn với doanh nghiệp Mỹ đòi hỏi các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải tiếp cận với phương thức sản xuất và xuất khẩu FOB. Từ năm 2006, theo lộ trình của AFTA, chúng ta sẽ xóa bỏ hàng rào thuế quan nhập khẩu. Riêng thị trường Mỹ đã xóa bỏ hạn ngạch dệt may, song Mỹ vẫn thường xuyên áp dụng cơ chế giám sát để hạn chế lượng xuất khẩu của ta. Trước thách thức đó, ngành dệt may Việt Nam cần tập trung giải quyết 4 vấn đề lớn sau: 1) Xây dựng chương trình đầu tư phát triển cho toàn ngành từ nay đến năm 2010, trong đó tập trung đầu tư cho ngành dệt dưới dạng các cụm công nghiệp nhằm tạo ra nguồn nguyên liệu chất lượng cao cung cấp cho ngành may xuất khẩu, giảm thiểu nhập khẩu từ các đối tác thương mại Mỹ để tạo ra nhiều giá trị gia tăng; 2) Kết hợp chương trình đầu tư chiều sâu đối với các doanh nghiệp hiện có với chương trình cổ phần hóa, sắp xếp lại các doanh nghiệp dệt may nhằm từng bước hình thành doanh nghiệp vừa và nhỏ có công nghệ chuyên sâu, phù hợp với trình độ quản lý hiện nay; 3) Đối với ngành dệt may, do đặc thù vốn đầu tư thấp, công nghệ và lao động không quá phức tạp nên có thể phát triển rộng khắp đến tận các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa trên cơ sở củng cố 4 trung tâm làm hàng xuất khẩu chất lượng cao là Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh; 4) Đổi mới hệ thống quản lý, phương pháp làm việc nhằm nâng cao hiệu quả các cuộc đàm phán với các đối tác nước ngoài, đặc biệt là doanh nhân Mỹ trên cơ sở đúng thời hạn giao hàng và ổn định số lượng, chất lượng.

- *Đối với hàng thủy sản:* Theo các chuyên gia, để có thể chiếm lĩnh và khai thác ở thị trường Mỹ lâu dài, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy hải sản Việt

Nam phải không ngừng nâng cao chất lượng, bởi lẽ hệ thống kiểm soát chất lượng của Mỹ rất ngặt nghèo, đồng thời sự cạnh tranh giữa các sản phẩm cùng loại nhập từ nước khác trên thị trường Mỹ vô cùng quyết liệt. Về chất lượng, theo quy định của Mỹ, tất cả các sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài vào, đặc biệt là các mặt hàng thực phẩm chế biến, trong đó có hành thủy sản, đều phải qua khâu kiểm tra chất lượng cẩn trọng của cơ quan kiểm soát chất lượng thực phẩm và dược phẩm Mỹ (FDA).

Hơn nữa, riêng đối với mặt hàng thủy sản, Mỹ chỉ áp dụng tiêu chuẩn hệ thống kiểm soát HACCP (chương trình kiểm soát chất lượng vệ sinh an toàn chất lượng của riêng nước này), chứ không chấp nhận bất cứ tiêu chuẩn nào khác, kể cả tiêu chuẩn kiểm tra chất lượng được coi là rất khắt khe của liên minh Châu Âu (EU). Chính vì vậy, hiện chỉ có khoảng hơn 20 doanh nghiệp Việt Nam xây dựng được tiêu chuẩn chế biến thủy, hải sản theo chương trình HACCP có thể xuất sang thị trường Mỹ, trong khi đó có rất nhiều doanh nghiệp khác, mặc dù đã được EU đưa vào danh sách nhóm 1 (được xuất trực tiếp sản phẩm hải sản sang toàn bộ 25 nước EU mà không cần kiểm tra), nhưng vẫn không được thị trường này chấp nhận. Ngay cả khi đã vào thị trường Mỹ, hàng Việt Nam vẫn phải cạnh tranh quyết liệt với rất nhiều sản phẩm của các nước ASEAN khác mới có được thị phần ở thị trường khó tính này. Do đó, việc nâng cao chất lượng và tính cạnh tranh của sản phẩm, kết hợp với tăng cường xúc tiến thương mại mới có thể mở rộng được thị phần. Từ các vụ kiện về cá Tra, cá Basa, tôm của Việt Nam vào thị trường Mỹ cho thấy, nước ta phải có một đội ngũ chuyên viên thành thạo, đủ sức đối phó với các vụ kiện, sớm nắm bắt được các thông tin để tư vấn cho các doanh nghiệp có thể điều chỉnh kịp thời trước những biến động của thị trường. Hơn nữa các doanh nghiệp Việt Nam phải tìm hiểu kỹ thuật về luật pháp của thị trường Mỹ cũng như luật thương mại quốc tế. Và dựa vào các định chế của WTO và các thỏa thuận trong các điều khoản của BTA mới có thể chiếm lĩnh được thị phần về thủy sản ổn định trên thị trường Mỹ trong tương lai.

Ngoài các mặt hàng truyền thống mà Việt Nam có lợi thế tuyệt đối (tự nhiên) và lợi thế tương đối đã chiếm lĩnh được thị phần cao trên thị trường Mỹ sau thực thi BTA và gia nhập WTO của Việt Nam, thì khả năng xuất khẩu sản phẩm của lao động trí tuệ như phần mềm máy tính hay các phần mềm cho thương mại điện tử cũng đang có tương lai trên thị trường Mỹ. Đặc biệt sau công ty Intel

đầu tư 1 tỷ USD để sản xuất chip điện tử xuất khẩu thì nhiều công ty sử dụng công nghệ cao đang tìm hiểu đầu tư vào Việt Nam, 800 triệu USD xuất khẩu hàng điện tử đang là kỳ vọng của nước ta vào năm 2010. Biện pháp lâu dài ở đây là phải kết hợp được trí tuệ Việt Nam với và công nghệ đến từ Mỹ để sản xuất sản phẩm xuất khẩu sang Mỹ. Điều này nếu thành hiện thực, thì Việt Nam đã sử dụng nguồn lực của Mỹ để chiếm lĩnh và khai thác thị trường Mỹ lại tránh được những rào cản không đáng có. Đây chính là giải pháp xuất khẩu lao động tại chỗ sang thị trường Mỹ. Muốn thực hiện được giải pháp chiến lược và lâu dài này cần phải đổi mới hệ thống giáo dục đào tạo theo nhu cầu thị trường không chỉ Việt Nam, mà cả thị trường quốc tế.

3 Các giải pháp đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng nguồn nhân lực cho phát triển quan hệ thương mại Việt –Mỹ

Ta biết rằng, đã là hàng hóa, dù là hàng hóa dịch vụ cho xuất khẩu, cũng đều là sản phẩm của lao động, do người lao động tạo ra, nên để có được hàng hóa dịch vụ tốt, đủ chất lượng và đa dạng về mẫu mã phải đào tạo người lao động có kỹ năng tương ứng. Trong điều kiện nước ta có nguồn nhân lực dồi dào, lao động trẻ chiếm trên 70% lực lượng lao động. Người Việt Nam cần cù lao động, chịu khó học, nhận thức nhanh. Đây là một lợi thế cạnh tranh rất mạnh trên mọi thị trường, kể cả thị trường Mỹ. Muốn phát huy được lợi thế này cần phải đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực cho xuất khẩu. Đây là giải pháp có tính chiến lược, tức là giải pháp của mọi giải pháp, nó bảo đảm nâng cao sức cạnh tranh cơ bản lâu dài, không chỉ cho các hàng hóa dịch vụ xuất khẩu sang thị trường Mỹ, hoặc sang các trung tâm phát triển khác, mà còn là giải pháp cơ bản để tăng sức cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế Việt Nam. Muốn vậy, phải có sự phối hợp giữa các bộ ngành đặc biệt là Bộ Giáo dục và đào tạo với các ngành, thậm chí các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa xuất khẩu sang Mỹ, để thực hiện các biện pháp đào tạo nguồn nhân lực. Trước mắt cần thực thi các biện pháp sau: 1) Hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho một số ngành hàng đang xuất khẩu sang Mỹ với tỷ phần chiếm lĩnh cao và tương lai có sản phẩm xuất khẩu sang Mỹ; 2) Tổ chức và thực hiện các chương trình đào tạo nghề để giải quyết tình trạng thiếu hụt lao động có tay nghề cao trong các ngành sản xuất hàng dệt may, đồ gia dụng; 3) Chú trọng đào tạo lao động có tay nghề cao ở các khâu thiết kế, tạo dáng sản phẩm, đa dạng sản phẩm và chất lượng sản phẩm; và 4) Đào tạo nhân viên

kiểm tra chất lượng sản phẩm và tiếp thị có trình độ cao để chiếm lĩnh thị trường Mỹ.

Ngoài ra, muốn đưa các sản phẩm này đến tay người tiêu dùng cần phải có đội ngũ cán bộ thương mại giỏi. Trong khi đó, đội ngũ cán bộ của ta vừa thiếu vừa yếu, hạn chế cả về kiến thức, kinh nghiệm và ngoại ngữ. Vì vậy, cần tập trung đào tạo, nâng cao trình độ cán bộ có đủ năng lực hoạch định thực hiện chính sách, có khả năng ngoại ngữ và trình độ đàm phán quốc tế, đồng thời hiểu và vận dụng được những kết quả đàm phán vào thực tiễn kinh doanh quốc tế... Do đó, thời gian tới Nhà nước không chỉ chú trọng tổ chức các chương trình đào tạo nghề để có cán bộ kỹ thuật giỏi, mà cần đào tạo chuyên sâu về thương mại, có chính sách và chế độ bồi dưỡng đào tạo lại và tuyển chọn lại cán bộ thương mại một cách chặt chẽ, nghiêm túc... để khắc phục sự thiếu hụt cán bộ ngoại thương giỏi, các ngành đang có nhu cầu xuất khẩu sang thị trường Mỹ cần kết hợp với các chuyên ngành về ngoại thương để : 1) Đào tạo đội ngũ cán bộ kế cận giỏi có năng khiếu về các chức mà ngoại thương cần đến; 2) Hàng năm Nhà nước cử các cán bộ sang học tập, nghiên cứu tại Mỹ và tổ chức các lớp huấn luyện bồi dưỡng trong nước nhằm nâng cao kiến thức kinh doanh và trình độ quản lý cho các nhà quản lý của các doanh nghiệp chuyên xuất khẩu hàng sang Mỹ. 3) Mở các khóa thuyết trình, giới thiệu các thông tin mới nhất về chế độ, chính sách thể lệ liên quan đến kinh doanh thương mại và các hướng dẫn về nghiệp vụ như: Marketing, vận tải, bảo hiểm, xuất khẩu;... 4) Tổ chức các hội nghị, hội thảo để trao đổi và học tập kinh nghiệm với giới kinh doanh Mỹ. Thời gian qua mặc dù BTA có hiệu lực, đã đi vào thực hiện hơn 7 năm và gần đây nó tồn tại cùng WTO, song một số doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa hiểu hết các điều khoản ghi trong Bản hiệp định này và còn cảm thấy khó khăn trong việc khai thác nó. Nguyên nhân là do BTA có phạm vi rất rộng, liên quan đến nhiều đối tượng. Về ngôn ngữ còn nhiều cụm từ có hình thức giống nhau trong cùng một điều khoản, nhưng lại có nội dung khác hẳn nhau. Có nhiều khái niệm khác hẳn so với suy nghĩ truyền thống của các doanh nhân nước ta. Thêm vào đó, bản thân nhiều doanh nghiệp thời gian qua còn xem nhẹ việc tìm hiểu hiệp định, chưa thấy hết ý nghĩa quan trọng của nó đối với sự sống còn của doanh nghiệp mình, cho rằng khi cần thiết thì tìm đến các nhà tư vấn, các luật sư trong khi đội ngũ này ở ta rất thiếu... Do đó, Nhà nước cần thường xuyên mở các lớp tập huấn cho các doanh

ng nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp đang và sẽ xuất khẩu hàng hóa của mình sang thị trường Mỹ, và những vấn đề khác liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu trong quá trình thâm nhập vào thị trường Mỹ để tránh vấp phải các rào cản hoặc bị thua thiệt không đáng có.

4. Tăng cường xúc tiến thương mại và tiếp thị để phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt–Mỹ

Xúc tiến thương mại và tiếp thị là ông dẫn và cầu nối để sức cung gặp sức cầu trên thị trường, nhờ đó mà hoạt động của các quy luật thị trường diễn ra trơn chu hơn, giảm bớt được sự đổ vỡ gây thiệt hại cho cả người sản xuất và người tiêu dùng do sự tác động tự phát của chúng. Đặc biệt đối với thương mại quốc tế, từ nguồn cung tới nguồn cầu cách xa nhau hàng nửa vòng trái đất lại bị cản trở bởi tập quán sản xuất và tiêu dùng nảy sinh từ tập quán các dân tộc khác nhau. Thêm vào đó, là những hàng rào tâm lý do những định kiến chủng tộc và chính kiến chi phối làm cho các hiệp định thương mại giữa các quốc gia, về pháp lý để có hiệu lực, song không khả thi trong thực tiễn. Đối với việc mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố ngoại lai, từ chính trị đến chính kiến tạo ra áp lực lớn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của Việt Nam trên thị trường Mỹ và dòng đầu tư từ Mỹ chảy vào Việt Nam bởi quá khứ chiến tranh giữa hai nước để lại. Do đó, hoạt động xúc tiến thương mại và tiếp thị trên cả thị trường Mỹ và Việt Nam trở thành mũi nhọn vô cùng quan trọng để khai thông cho sự phát triển của mối quan hệ này

Ngay từ khi bình thường hóa quan hệ ngoại giao, Mỹ dỡ bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam, để phát triển mối quan hệ thương mại với Mỹ, Bộ thương mại khi đó, (nay là Bộ công thương) đã kết hợp với một số ngành có liên quan thành lập các nhóm nghiên cứu về thị trường Mỹ, tập trung vào các vấn đề như môi trường pháp luật, hàng hóa, kinh doanh, giá cả, phương thức tiếp cận thị trường, để giúp đỡ các doanh nghiệp Việt Nam xâm nhập và chiếm lĩnh dễ dàng hơn.

Để thúc đẩy xuất khẩu, ngoài các biện pháp và chính sách chung, đối với thị trường Mỹ, nhà nước cần: 1) Tiếp tục phát triển và mở rộng hệ thống các trung tâm thương mại tại một số thành phố lớn như New York, Los Angeles, San Francisco, Chicago... nhằm tạo cầu nối và giảm chi phí giao dịch cho các công ty Việt Nam. Trong thời gian tới, để mở rộng và phát triển các trung tâm này có thể do Nhà nước bảo trợ hoặc kết hợp với các công ty Mỹ và Việt Kiều, một số

doanh nghiệp lớn sang mở các phòng trưng bày, giao dịch giới thiệu và ký đồng. Đây là hoạt động rất cần thiết để các doanh nghiệp có được thông tin chính xác về thị trường và bạn hàng Mỹ, từ đó có thể sản xuất và xuất khẩu sang Mỹ những hàng hóa mà thị trường này cần, đáp ứng tốt nhu cầu thị hiếu về hàng hóa của thị trường Mỹ tại các thời điểm trong năm; 2) Đẩy mạnh công tác xúc tiến xuất khẩu ở tất cả các cấp độ. Đưa xúc tiến xuất khẩu thành một trong những nội dung chính thức của các đoàn công tác từ cấp nhà nước đến cấp bộ, ngành và các địa phương cũng như các hiệp hội ngành nghề và các doanh nghiệp khi sang Mỹ làm việc; 3) Thúc đẩy các hoạt động hợp tác đầu tư, buôn bán giữa Việt Nam với các đối tác Mỹ, thu hút các tập đoàn đa quốc gia đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng; 4) đổi mới các chương trình xúc tiến thương mại theo hướng chú trọng khâu tổ chức và cung cấp thông tin thị trường, tại các thị trường chính của Mỹ như: New York, Los Angerles, San Franciso, Chicago; 5) Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng trọng điểm mà khả năng xuất trong nước không bị hạn chế và các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn đang tiêu thụ thuận lợi trên thị trường Mỹ.

KẾT LUẬN

Bằng cả lý luận và thực tiễn, công trình này đã khẳng định: Sự phát triển và mở rộng thương mại giữa các nước đã đem lại lợi ích, không chỉ cho các nước tham gia, mà còn làm tăng thu nhập và tiêu dùng trong toàn bộ nền kinh tế thế giới.

Điều này đã được lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của A.Smith chứng minh ngay từ thế kỷ XVIII và lý thuyết về lợi tương đối của D. Ricardo khẳng định ở thế kỷ XIX. Sau đó Heckscher- ohlin, Dunning và các nhà kinh tế học hiện đại phát triển thành lý luận soi đường có các chính sách thương mại và đầu tư tự do ra đời ở khắp các nước trên thế giới. Lợi ích do tăng cường và mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ cũng không ngoài những lợi ích do các lý thuyết trên khẳng định. Và hơn thế nữa, nó còn là phần thưởng cho hai dân tộc Việt – Mỹ đã cố gắng xích lại gần nhau, từ năm 1976, khi nước Mỹ mới thành lập, nhưng không thành, do khoảng cách địa lý và lợi ích chính trị không tương đồng.

Vượt qua cuộc chiến tranh vệ quốc ác liệt chưa từng thấy trong lịch sử để bảo vệ nền độc lập và thống nhất đất nước, Việt Nam đã mở rộng vòng tay đón lại Mỹ, một đối thủ cũ, như một người bạn, một đối tác tin cậy. Và Mỹ cũng vậy, vượt qua nỗi ám ảnh nặng nề của cuộc chiến tranh để thấy một nước Việt Nam, đối thủ cũ của mình, phồn vinh hội nhập với thế giới và khu vực sẽ đem lại sự ổn định và phát triển thế giới, phù hợp với mong muốn và lợi ích của nước Mỹ. Chính vì vậy Mỹ đã xóa bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam (1994), Ký Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ -BTA (2000) dành cho Việt Nam quan hệ thương mại bình thường –NTR và ký hiệp định khung về thương mại và đầu tư – TIFA (2007). Trước đó, tháng 11 năm 2006, Việt Nam đã gia nhập WTO với sự ủng hộ của Mỹ. Ngàn ấy dấu mốc lịch sử trong quan hệ Việt – Mỹ được thực hiện trong hơn một thập kỷ đã chứng minh cho sự nỗ lực và cố gắng to lớn để hàn gắn và nối lại mối quan hệ bình thường giữa hai nước. Đồng thời, nó cũng khẳng định việc phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ là một tất yếu lịch sử. Bởi lẽ, phát triển mối quan hệ này không chỉ giúp Việt Nam khai thông được một cầu nối quan trọng cho nền kinh tế đang phát triển của mình gắn với nền kinh tế thế giới đang trong tiến trình toàn cầu hóa mở rộng, mà cũng giúp Mỹ đứng vững chân hơn trên địa bàn Đông Nam Á để thực hiện lợi ích và duy trì, củng cố vị thế của mình ở châu Á qua cầu nối Việt Nam

Đối với nước ta, mở rộng quan hệ thương mại Việt – Mỹ còn có tác dụng trực tiếp thúc đẩy hội nhập nền kinh tế của mình vào hệ thống phân công lao động để thu hút nguồn vốn, công nghệ, thúc đẩy nhanh hơn tiến trình CNH, HĐH gắn với phát triển kinh tế tri thức và định hướng XHCN.

Trong thực tiễn, kể từ khi BTA có hiệu lực năm 2001, thương mại hai chiều Mỹ - Việt tăng 6 lần, từ 1,4 tỷ USD (2001) lên 9,7 tỷ USD (2006). Và đặc biệt, sau khi Việt Nam gia nhập WTO con số này đã tăng hơn 12 tỷ USD, đưa Việt Nam vượt Chile, Columbia, Philippines, Tây Ban Nha để lọt vào danh sách 30 quốc gia xuất khẩu hàng đầu vào Mỹ. Riêng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ (2007) đã đạt 10,5 tỷ USD do gia tăng khối lượng hàng may mặc, hàng thủy hải sản, cà phê, sản phẩm trang trí nội thất: xuất khẩu hàng may mặc tăng 36%, trang trí nội thất tăng 36%, thủy sản tăng 6%, cà phê tăng 52%. Còn xuất khẩu của Mỹ vào Việt Nam cũng tăng 84% so với so với 2006. Đầu tư của Mỹ vào Việt nam cũng tăng vượt bậc. Tính đến hết tháng 10/ 2007, tức là 1 năm sau khi Việt nam gia nhập WTO, FDI của Mỹ vào Việt nam đã đạt 5,2 tỷ USD (kể cả qua nước thứ 3). Với 418 dự án, đứng thứ 6 trong 81 nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam, FII của Mỹ chiếm khoảng từ một nửa đến 1/3 lượng vốn hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Ở mỗi hình thức thương mại và đầu tư đều có những tiến bộ vượt bậc về lượng và hình thức so với trước khi gia nhập WTO của Việt Nam và những hạn chế mới cũng phát sinh. Song sự phát triển này đã tác động tích cực tới nền kinh tế của hai quốc gia là cơ bản và lâu dài, còn hạn chế phát triển là khách quan , song có tính ngắn hạn và tình huống là chủ yếu. Triển vọng phát triển quan hệ thương mại Việt – Mỹ là vô cùng to lớn, bởi lẽ sự tác động của nó, và thời cơ mà nó tạo ra cho sự phát triển kinh tế của hai quốc gia là rất sáng sủa. Tuy nhiên, từ triển vọng, thời cơ đến hiện thực không phải là con đường cái quan, rộng rãi, do đó cần phải có một hệ thống các giải pháp chiến lược và sách lược, cả ở tầm vĩ mô lẫn vi mô với những biện pháp căn cơ, cụ thể mới có thể đạt được các mục tiêu mong muốn. Trong công trình này, những giải pháp nhằm tạo lập một nền kinh tế thị trường đầy đủ với các bộ phận cấu thành với hệ thống các thể chế và thiết chế điều chỉnh linh hoạt và kịp thời cũng như những biện pháp tăng cường sức cạnh tranh của cả nền kinh tế và doanh nghiệp được đề xuất và nhấn mạnh như những giải pháp chủ đạo, không chỉ để phát triển và mở rộng quan hệ thương mại Việt Mỹ, mà còn là giải pháp cấp bách để thu được lợi ích thỏa đáng từ mối quan hệ kinh tế này. Hơn nữa, ở tầm dài hạn,

giải pháp đào tạo nguồn nhân lực để hấp thụ đầu tư và công nghệ của Mỹ, nhằm sản xuất hàng hóa dịch vụ với lợi thế đất nước xuất khẩu, chiếm lĩnh khai thác thị trường Mỹ và tăng sức cạnh tranh của nền kinh tế nước ta cùng với tăng cường công tác xúc tiến thương mại, đầu tư được coi là những giải pháp có tầm nhìn chiến lược.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. “*Tuyên ngôn Đảng Cộng Sản*”. C. Mác và Ph. Ăngghen toàn tập, t4 NXB CTQG . H. 1998
2. V.I.Lênin “*Chủ nghĩa đế quốc, giai đoạn tốt cùng của chủ nghĩa tư bản*” .V.I. Lênin toàn tập, t27, NXB TB. M. 1980, tr 383-541
3. Lê Văn Sang- Trần Quang Lâm “*Các công ty xuyên quốc gia (TNCs) trước ngưỡng cửa thế kỷ XXI*” NXB KHXH. H.1996
4. PGS. TS Lê Văn Sang (chủ biên) “*Cục diện kinh tế thế giới hai thập niên đầu thế kỷ XX*” NXB Thế giới. H . 2005
5. PGS. TS Trần Quang Lâm- TS An Như Hải: “*Kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam hiện nay*” NXB CTQG. H.2006
6. Cục đầu tư nước ngoài - Hiệp hội doanh nghiệp đầu tư nước ngoài “*20 năm đầu tư nước ngoài: Nhìn lại và hướng tới 1987-2007*” NXB Tri Thức H, 2008.
7. J. Stuart Mill “*Bàn về tự do*” NXB Tri thức. H. 2005
8. B. Ripley và Jamé M. Lindsay (chủ biên) (2002), “*Chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ sau chiến tranh lạnh*”, NXB CTQG, Hà nội.
9. Nguyễn Hữu Cát – Lê Thu Hằng (1995), “*Quan hệ kinh tế thương mại Việt – Mỹ: thuận lợi và khó khăn*”, Châu Mỹ ngày nay, (4), tr.7-12.
10. Nguyễn Điền (1997), “*Qui chế tối huệ quốc trong quan hệ thương mại giữa Mỹ và Việt Nam*”, Nghiên cứu kinh tế, (3), tr. 18-24
11. T.S. Nguyễn Thiết Sơn (1994), “*Kinh tế Mỹ: vấn đề và triển vọng*”, NXB KHXH, Hà Nội.
12. Lê Bá Thuyên (1997), “*Hoa Kỳ cam kết và mở rộng*”, NXB KHXH, Hà nội.
13. Đinh Văn Tiến và Phạm Quyền (1997), “*Tìm hiểu để hợp tác và kinh doanh với Mỹ*”, NXB Thống kê, Hà Nội

14. GS. TS. Đào Trí Úc (2002), *“Bước đầu tìm hiểu pháp luật thương mại Mỹ”*, NXB thống kê, Hà nội
15. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, (2002), *“Việt Nam và các tổ chức kinh tế quốc tế”*, NXB CTQG, Hà nội
16. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2000), *Đàm phán thuế quan trong WTO*, NXB CTQG, Hà nội
17. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2000), *GATS 2000: Mở cửa thị trường dịch vụ*, NXB CTQG, Hà nội
18. Viện thông tin khoa học xã hội (2000), *Khu vực hóa và toàn cầu hóa – hai mặt của tiến trình xã hội*, Hà nội
19. Trần Nguyễn Tuyên (1995), *“Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ bước tiến mới trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta”*, Châu Mỹ ngày nay, (2002), Tr. 25-30
20. Đào Trí Úc (chủ biên) (2002), *Bước đầu tìm hiểu pháp luật thương mại Mỹ*, Nxb Khoa học xã hội, Hà nội
21. Viện kinh tế thế giới (2002), *Thuyết kinh tế mới và “chu kỳ mới” của nền kinh tế Mỹ*, NXB CTQG, Hà nội
22. Viện nghiên cứu Đông Nam Á (Singagore) (1997), *APEC: Những thách thức và cơ hội*, NXB CTQG, Hà nội.
23. Trần Đình Vượng (1997), *“Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ”*, Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (3)
24. Trần Đình Vượng (1997), *“Chiến lược mới của Mỹ đối với khu vực Châu Á - Thái Bình Dương”* Tài liệu thông tin (1)
25. Phạm Ngọc Uyển (1997), *“Mỹ và các nước lớn với Châu Á – Thái Bình Dương”*, Tạp chí Châu Mỹ ngày nay, Tr. 34-36
26. Lê Văn Sang – Trần Quang Lâm- Đào Lê Minh (Đồng chủ biên) (2002), *Chiến lược và quan hệ kinh tế Mỹ - EU- Nhật Bản thế kỷ XXI*, NXB KHXH, Hà nội
27. Nguyễn Thiết Sơn (1995), *“Một số đặc biệt kinh tế Mỹ bước vào thế kỷ 21”*, Châu Mỹ ngày nay (1)
28. Nguyễn Thiết Sơn (2002), *Nước Mỹ năm đầu thế kỷ XXI*, NXB KHXH, Hà nội

29. Nguyễn Thiết Sơn (2003), “*Một năm thực hiện Hiệp định Thương mại Việt Nam – Mỹ và những vấn đề*”, Châu Mỹ ngày nay (1), Tr. 52-68
30. Nguyễn Thiết Sơn (2003), “*Chính sách kinh tế của Mỹ đối với Trung Quốc những năm 1990*”, Châu Mỹ ngày nay, (2), Tr.7-14
31. Paul R. Krugman-Maurice Obstfeld (1996), *Kinh tế học quốc tế - lý thuyết và chính sách tập 1, những vấn đề thương mại quốc tế*, NXB CTQG, Hà nội
32. Lê Bá Thuyên (1998), *Hoa Kỳ cam kết và mở rộng*, NXB KHXH , Hà nội
33. Lê Khương Thùy (2003), *Chính sách của Hoa Kỳ đối với ASEAN trong và sau chiến tranh lạnh*, NXB KHXH, Hà nội
34. Trung tâm nghiên cứu Bắc Mỹ (1994), *Hoa Kỳ: Những xu hướng chính sách quan trọng*, NXB KHXH, Hà nội
35. Lê Văn Sang (1996) “*Chiến lược kinh tế của Mỹ đối với khu vực Châu Á – Thái Bình Dương*”, Tạp chí châu Mỹ ngày nay (4)
36. Lê Văn Sang (chủ biên) (1998), *Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương*, NXB CTQG, Hà nội
37. *Hiệp định giữa Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Hợp chủng quốc Hoa Kỳ về Quan hệ Thương mại* (2001), NXB Thống Kê
38. Vũ Đăng Hình (chủ biên) (2002), *Chính sách kinh tế Mỹ dưới thời Bill Clinton*, NXB CTQG, Hà nội
39. Vũ Đăng Hình (2003), “*Điều chỉnh chính sách công nghiệp của Mỹ trong giai đoạn gần đây*”, Châu Mỹ ngày nay, (1), tr.3-23.
40. Vũ Văn Hòa (2002), “*Chính sách đối ngoại cứng rắn của chính phủ Bush và những hệ lụy*”, Châu Mỹ ngày nay, (3), tr. 32-39