

TRƯƠNG CƯỜNG
(*Chủ biên*)

W T O

KINH DOANH VÀ TỰ VỆ

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

TRƯƠNG CƯỜNG

- Phóng viên báo Nhân dân (*Chủ biên*)

NGUYỄN NAM

- Phóng viên báo Thị trường

QUANG TUẤN

- Phóng viên báo Chất lượng vàng

PHÚC THẮNG

- Phóng viên báo Quân đội Nhân dân

MINH QUYÊN

- Phóng viên báo Bưu điện

NGỌC ANH

- Phóng viên báo Đầu tư

KIM LIÊN

- Phóng viên báo Thương mại

HỒNG NGÀ

- Phóng viên tạp chí Thế giới ảnh

NGỌC SƠN

- Phóng viên báo Sinh viên

MINH NGUYỆT

- Giảng viên Đại học Kinh tế Quốc dân

VIỆT HOA

- Phóng viên báo Bảo vệ pháp luật

ANH TUẤN

- Phóng viên báo Điện tử Đảng cộng sản

MỤC LỤC

Lời nói đầu	5
Chương 1	
GIA NHẬP WTO - BƯỚC ĐI TẤT YẾU	
I. NHỮNG TRỌNG TÂM CỦA WTO	29
II. TẦM QUAN TRỌNG CỦA WTO	32
1. Giúp cho thương mại được thuận buồm xuôi gió	32
2. Giải quyết các mâu thuẫn thương mại với tinh thần xây dựng	34
3. Một hệ thống dựa trên những nguyên tắc chứ không phải là sức mạnh để làm cho các nước đều bình đẳng	35
4. Thương mại tự do hơn, giúp giảm chi phí cuộc sống	35
5. Đem đến cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn hơn, và phạm vi chất lượng rộng hơn để lựa chọn	36
6. Tăng thu nhập quốc dân và thu nhập cá nhân	37
7. Thương mại kích thích tăng trưởng kinh tế	37
8. Các nguyên tắc cơ bản giúp tăng hiệu quả và giảm chi phí	38
9. Cân đối lợi ích của các quốc gia	39
10. Hệ thống khuyến khích chính phủ hoạt động tốt	40
III. TẠO KHUÔN KHỔ PHÁP LÝ CHO TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ	42
1. Đãi ngộ tối huệ quốc	43
2. Đãi ngộ quốc gia	44

3. Cam kết mở rộng thị trường	44
4. Thừa nhận lẫn nhau	44
5. Thanh toán quốc tế	45
6. Dịch vụ tài chính	45
7. Dịch vụ viễn thông	46
8. Dịch vụ vận tải hàng không	46
9. Di chuyển tự nhiên của công dân	46

Chương 2

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM CẦN LÀM GÌ ĐỂ NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH

I. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM	47
1. Nguồn lực tài chính	53
2. Trình độ công nghệ sản xuất	63
3. Nguồn nhân lực	76
4. Các yếu tố, đầu vào	87
5. Năng lực tiếp cận và chiếm lĩnh thị trường	95
II. CÁC BIỆN PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP	100
1. Nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp	100
2. Xây dựng chiến lược marketing	117
3. Xây dựng và quảng bá thương hiệu	128
4. Lãnh đạo CEO phải làm gì?	142

Chương 3

MỘT SỐ QUI ĐỊNH PHÁP LUẬT VÀ THỦ TỤC PHÁP LÝ TRONG KINH DOANH QUỐC TẾ

I. CÁC BIỆN PHÁP HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG NHẬP KHẨU	158
1. Cấm nhập khẩu	158
2. Hạn ngạch nhập khẩu	159
3. Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu	159
4. Các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp, các biện pháp tự vệ	166
5. Hàng rào kỹ thuật thương mại trong hội nhập	176

Chương 4

NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN CAM KẾT GIA NHẬP WTO CỦA VIỆT NAM

I. CÁC CAM KẾT ĐA PHƯƠNG	213
II. CAM KẾT MỞ CỬA THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ	222
PHẦN PHỤ LỤC	
I. CÁC PHỤ LỤC CỦA TBT	232
1. Pháp quy kỹ thuật	233
2. Tiêu chuẩn	234
3. Các quy trình đánh giá sự phù hợp	234
4. Tổ chức hoặc hệ thống quốc tế	234
5. Tổ chức hoặc hệ thống khu vực	234
6. Cơ quan Chính phủ trung ương	234

7. Cơ quan Chính phủ ở địa phương	235
8. Tổ chức phi chính phủ	235
9. Các nhóm chuyên gia kỹ thuật	235
10. Quy chế thủ tục đối với việc soạn thảo chấp nhận và áp dụng các tiêu chuẩn	237
II. TRÌNH TỰ, THỦ TỤC ĐĂNG KÝ BẢO HỘ NHÃN HIỆU, THƯƠNG HIỆU Ở NƯỚC NGOÀI	242
1. Thoả ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa và Nghị định thư liên quan đến Thoả ước này.	242
2. Thoả ước Nice về phân loại quốc tế hàng hoá và dịch vụ vì mục đích đăng ký nhãn hiệu	252
3. Hiệp ước Luật Nhãn hiệu hàng hoá (TLT)	257
III. TRÌNH TỰ, THỦ TỤC GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP THƯƠNG MẠI TRONG KHUÔN KHỔ WTO	264
1. Ý nghĩa của cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO	264
2. Cơ quan giải quyết tranh chấp (DSB)	266
3. Những ưu điểm của hệ thống giải quyết tranh chấp của WTO	269
4. Trình tự giải quyết tranh chấp trong WTO	269
IV. GIỚI THIỆU NHỮNG NÉT CHÍNH VỀ MỘT SỐ THÀNH VIÊN G7	277
1. Mỹ	277

2. Canada	280
3. Anh	289
4. Pháp	299
5. Italia	309
6. Nhật Bản	311
7. Đức	313
V. DANH SÁCH 149 NƯỚC THÀNH VIÊN WTO KÈM THEO NGÀY GIA NHẬP	315
VI. CÁC NƯỚC QUAN SÁT VIÊN	320
Tài liệu tham khảo	322

GIA NHẬP TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI, CƠ HỘI - THÁCH THỨC VÀ HÀNH ĐỘNG CỦA CHÚNG TA

Việt Nam đã chính thức được kết nạp vào Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Điều gì sẽ diễn ra khi chúng ta tham gia Tổ chức thương mại có quy mô toàn cầu này. Đây là cơ hội mà chúng ta có thể và cần phải tận dụng. Những thách thức nào mà chúng ta phải nhận biết để vượt qua.

Và để tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức chúng ta phải làm gì.

Bài viết này nhằm góp phần lý giải những vấn đề nêu trên.

Vào nửa cuối của những năm 90 của thế kỷ trước, với đà phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật và sự bùng nổ của công nghệ thông tin, lực lượng sản xuất đã có bước phát triển vượt bậc trên phạm vi toàn cầu. Các công ty xuyên quốc gia với tiềm lực tài chính to lớn và khả năng công nghệ dồi dào gia tăng hoạt động.

Sự phát triển mạnh mẽ của lực lượng sản xuất và sự gia tăng hoạt động của các công ty xuyên quốc gia là hai yếu tố lớn tác động đến bức tranh kinh tế thế giới trong thời đại ngày nay. Hai yếu tố này, một mặt đặt ra nhu cầu, mặt khác tạo ra khả năng tổ chức lại thị trường trên toàn thế giới. Nói một cách khác, hai yếu tố này thúc đẩy quá trình toàn cầu hoá kinh tế. Sự mở rộng thị trường gắn với sự phát triển lực lượng sản xuất

và tính chất của quá trình này đã được C.Mác chỉ ra trong Tuyên ngôn Đảng Cộng sản.

Trong nền kinh tế toàn cầu hoá, các yếu tố của quá trình tái sản xuất hàng hoá và dịch vụ được dịch chuyển tự do hơn từ nước này sang nước khác, thông qua các cam kết mở cửa thị trường. Các cam kết này có thể là giữa hai nước theo hiệp định mậu dịch tự do song phương (FTA) có thể là giữa các nhóm nước theo hiệp định mậu dịch tự do khu vực (RTA) hoặc rộng hơn, trên quy mô toàn cầu trong Tổ chức thương mại thế giới. Tuỳ theo thoả thuận giữa các đối tác tham gia hiệp định mà phạm vi và độ sâu của các hiệp định có thể khác nhau nhưng nội dung cơ bản của các hiệp định này là các cam kết của thị trường về thương mại hàng hoá, dịch vụ, đầu tư và những nguyên tắc, luật lệ phải tuân thủ để bảo đảm mở cửa thị trường một cách thực chất và công bằng.

Đến năm 2005, trên thế giới, đã có 312 hiệp định mậu dịch song phương và khu vực được ký kết và được thông báo đến Tổ chức thương mại thế giới, trong đó có 170 hiệp định còn hiệu lực. Tổ chức thương mại thế giới được thành lập năm 1995 trên cơ sở tổ chức Thuế quan và thương mại (gọi tắt là (GATT) sau vòng đàm phán U-ru-goay kéo dài 8 năm. Đến nay, WTO có 150 thành viên, chiếm khoảng 90% dân số thế giới, 95% GDP và 95% giá trị thương mại toàn cầu.

Không dừng lại ở hiện trạng, nhiều nước đang đàm phán về các FTA và RTA mới. Tổ chức thương mại thế giới cũng đang tìm cách phát triển theo cả chiều rộng (kết nạp thêm thành viên mới), cả theo chiều sâu (đàm phán để mở rộng khả năng tiếp cận thị trường hơn nữa), mặc dù điều này không dễ dàng. Bởi

đây là quá trình chứa đựng nhiều mâu thuẫn, có sự xung đột lợi ích giữa các nước, các nhóm nước và là một quá trình vừa hợp tác vừa đấu tranh nhằm thiết lập một trật tự kinh tế thế giới hợp lý hơn, công bằng hơn. Vì lẽ đó, toàn cầu hoá vẫn là một quá trình chưa định hình.

Mặc dù vậy, toàn cầu hoá vẫn tiến về phía trước, như một tất yếu khách quan, bởi động lực bên trong của nó là sự phát triển của lực lượng sản xuất mà lực lượng sản xuất thì không ngừng phát triển và càng về sau thì càng phát triển nhanh hơn, mạnh hơn.

Do các yếu tố của quá trình tái sản xuất hàng hoá và dịch vụ dịch chuyển tự do từ nước này sang nước khác nên sự phân công lao động ngày càng sâu sắc và diễn ra trên phạm vi toàn thế giới, hình thành nên các chuỗi giá trị toàn cầu. Từ thực tế này, một loạt vấn đề mới đặt ra trong chính sách thương mại và đầu tư. Trong đó, có đối sách của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc trước xu thế của thời đại, hoặc tham gia vào tiến trình toàn cầu hoá hay đứng ngoài tiến trình ấy. Tham gia vào tiến trình toàn cầu hoá, tiến cùng thời đại tuy thách thức là rất lớn, nhưng cơ hội cũng rất nhiều. Không tham gia vào tiến trình ấy, trở thành người ngoài cuộc sẽ bị phân biệt đối xử trong tiếp cận thị trường về hàng hoá, dịch vụ và đầu tư, sẽ rất khó khăn trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá, nhất là trong bối cảnh thế giới đang diễn ra cuộc cách mạng kỹ thuật - công nghệ lần thứ ba; và từ đó, dẫn đến làn sóng chuyển dịch cơ cấu kinh tế lần thứ ba. Mà sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở mỗi nước sẽ dẫn đến sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế giữa các nước.

Điều quan trọng nữa là quốc gia nào không tham gia vào tiến trình này, quốc gia đó sẽ không có địa vị bình đẳng trong việc bàn thảo và xây dựng định chế của nền thương mại thế giới, không có điều kiện để đấu tranh bảo vệ quyền lợi của mình.

Nhận thức được tình hình đó, nhiều nước, kể cả các nước trước đây vẫn thực hiện chính sách bảo hộ mậu dịch nghiêm ngặt đã tiến hành cải cách kinh tế, mở cửa với bên ngoài, tham gia vào quá trình toàn cầu hoá. Nhờ đó, kinh tế các nước này tiếp tục tăng trưởng với tốc độ cao. Trung Quốc và Ấn Độ đang nổi lên thành những trung tâm kinh tế lớn cùng với Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản. Khu vực Đông Á, Đông Nam Á tiếp tục phát triển năng động. Quá trình hợp tác liên kết trong khu vực này ngày càng mở rộng và đi vào chiều sâu. Ý tưởng về việc thành lập một Khu vực mậu dịch tự do Đông Á thậm chí Khu vực mậu dịch tự do xuyên Thái Bình Dương đã được bàn thảo tại các diễn đàn kinh tế. Thủ tướng đang nói nhiều về “Thế kỷ châu Á”.

Đảng Cộng sản Việt Nam với bản chất cách mạng và tư duy chính trị nhạy bén đã khởi xướng và tiến hành công cuộc đổi mới một cách toàn diện và sâu sắc trên các lĩnh vực, cả về đổi mới cơ chế quản lý, đổi mới cơ cấu kinh tế, đổi mới quan hệ kinh tế đối ngoại và cải cách nền hành chính quốc gia. Gắn kết các nội dung đổi mới và để bảo đảm cho quá trình đổi mới là quá trình hoàn thiện hệ thống luật pháp, cơ chế quản lý, từng bước hình thành đồng bộ các yếu tố của kinh tế thị trường. Chính điều này không chỉ đảm bảo phát huy được nội lực của đất nước, sức mạnh của khối đại đoàn kết toàn dân mà còn tạo ra tiền đề bên trong - nhân tố quyết định cho tiến trình hội nhập ở bên ngoài. Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung

ương khoá VII tại Đại hội toàn quốc lần thứ VIII của Đảng tháng 6 năm 1996 khẳng định: “Tiếp tục thực hiện đường lối **đối ngoại độc lập, tự chủ, rộng mở, đa dạng hoá các quan hệ đối ngoại...** Hợp tác nhiều mặt, song phương và đa phương với **các nước, các tổ chức quốc tế và khu vực trên nguyên tắc tôn trọng độc lập, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ của nhau, bình đẳng, cùng có lợi...**”.

Thực hiện đường lối của Đảng, chúng ta đã phát triển mạnh quan hệ toàn diện và mở cửa buôn bán biên giới với Trung Quốc; gia nhập Hiệp hội các nước Đông-Nam Á (ASEAN), tham gia Hiệp định mậu dịch tự do ASEAN; Diễn đàn kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC); là sáng lập viên Diễn đàn Hợp tác Á - Âu (ASEM). Cùng với các nước ASEAN ký Hiệp định thành lập khu mậu dịch tự do ASEAN- Trung Quốc, ASEAN - Hàn Quốc, ASEAN - Ấn Độ, ASEAN - Úc và Niu Di-lân. Ký hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ (BTA). Đây là những bước đi quan trọng, là sự “cọ xát” từng bước trong tiến trình hội nhập.

Thực tiễn những năm qua chỉ rõ: Khi mở cửa thị trường, lúc đầu chúng ta có gặp khó khăn. Mở cửa buôn bán biên giới với Trung Quốc, hàng hoá nước bạn tràn vào đẩy doanh nghiệp nước ta vào thế bị động, một số ngành sản xuất “lao đao”, một số doanh nghiệp phải giải thể. Tuy nhiên với thời gian, các doanh nghiệp nước ta đã vươn lên, trụ vững và đã có bước phát triển mới. Nhiều doanh nghiệp đã đổi mới công nghệ sản xuất, cải tiến kiểu dáng, mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm, nhờ đó mà tăng được sức cạnh tranh, phát triển được sản xuất, mở rộng được thị trường. Thực hiện các cam kết theo hiệp định

mậu dịch tự do ASEAN, chúng ta đã loại bỏ hàng rào phi quan thuế, giảm thuế nhập khẩu. Đến năm 2006, có 10.283 dòng thuế chiếm 99,43% biểu thuế nhập khẩu ASEAN có thuế suất chỉ ở mức 0-5%, nhưng các ngành sản xuất của ta vẫn phát triển với tốc độ cao. Trong nhiều năm qua, sản xuất công nghiệp tăng trung bình 15-16%/năm, kim ngạch xuất khẩu tăng trung bình trên 20%/năm là nhân tố quan trọng bảo đảm tăng trưởng kinh tế khá cao và liên tục tạo thêm nhiều công ăn việc làm.

Điều đặc biệt quan trọng, có ảnh hưởng lâu dài là tiến trình đổi mới kinh tế theo cơ chế thị trường và hội nhập quốc tế đã từng bước xuất hiện một đội ngũ những nhà doanh nghiệp mới, có kiến thức, năng động và tự tin, dám chấp nhận mạo hiểm, dám đối đầu với cạnh tranh. Đây là nguồn lực quý báu cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Trên cơ sở những thành tựu đạt được sau gần 10 năm đổi mới, năm 1995 nước ta chính thức làm đơn xin gia nhập Tổ chức thương mại thế giới. Nhận thức rõ “toàn cầu hoá kinh tế là một xu thế khách quan, lôi cuốn ngày càng nhiều nước tham gia” (Báo cáo chính trị Ban Chấp hành Trung ương khoá VIII tại Đại hội toàn quốc của Đảng tháng 4 năm 2001) và thực hiện Nghị quyết 07 của Bộ Chính trị khoá VIII về hội nhập kinh tế quốc tế, chúng ta đã nỗ lực hoàn thiện thể chế, chính sách nhằm hình thành đồng bộ các yếu tố của kinh tế thị trường, kiên trì đàm phán trên cả hai kênh song phương (mở cửa thị trường) và đa phương (thực hiện các hiệp định của Tổ chức thương mại thế giới). Ngày 7-11-2006, nước ta đã chính thức được kết nạp vào tổ chức này.

Tham gia vào Tổ chức thương mại thế giới, nước ta đứng trước những cơ hội lớn như sau:

Một là: Được tiếp cận thị trường hàng hoá và dịch vụ ở tất cả các nước thành viên với mức thuế nhập khẩu đã được cắt giảm và các ngành dịch vụ mà các nước mở cửa theo các Nghị định thư gia nhập của các nước này, không bị phân biệt đối xử. Điều đó, tạo điều kiện cho chúng ta mở rộng thị trường xuất khẩu và trong tương lai - với sự lớn mạnh của doanh nghiệp và nền kinh tế nước ta - mở rộng kinh doanh dịch vụ ra ngoài biên giới quốc gia. Với một nền kinh tế có độ mở lớn như nền kinh tế nước ta, kim ngạch xuất khẩu luôn chiếm trên 60% GDP thì điều này là đặc biệt quan trọng, là yếu tố bảo đảm tăng trưởng.

Hai là: Với việc hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và thực hiện công khai minh bạch các thiết chế quản lý theo quy định của WTO, môi trường kinh doanh của nước ta ngày càng được cải thiện. Đây là tiền đề rất quan trọng để không những phát huy tiềm năng của các thành phần kinh tế trong nước mà còn thu hút mạnh đầu tư nước ngoài, qua đó tiếp nhận vốn, công nghệ sản xuất và công nghệ quản lý, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo ra công ăn việc làm và chuyển dịch cơ cấu lao động, thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, bảo đảm tốc độ tăng trưởng và rút ngắn khoảng cách phát triển.

Thực tế trong những năm qua đã chỉ rõ, cùng với phát huy nội lực, đầu tư nước ngoài có vai trò quan trọng trong nền kinh tế nước ta và xu thế này ngày càng nổi trội: năm 2006, đầu tư nước ngoài chiếm 37% giá trị sản xuất công nghiệp, gần 56% kim ngạch xuất khẩu và 15,5% GDP, thu hút hơn một triệu lao động trực tiếp làm việc trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Ba là: Gia nhập WTO chúng ta có được vị thế bình đẳng như các thành viên khác trong việc hoạch định chính sách thương mại toàn cầu, có cơ hội để đấu tranh nhằm thiết lập một trật tự kinh tế mới công bằng hơn, hợp lý hơn, có điều kiện để bảo vệ lợi ích của đất nước, của doanh nghiệp. Đương nhiên kết quả đấu tranh còn tùy thuộc vào thế và lực của ta, và khả năng tập hợp lực lượng và năng lực quản lý điều hành của ta.

Bốn là: Mặc dầu chủ trương của chúng ta là chủ động đổi mới, cải cách thể chế kinh tế trong nước để phát huy nội lực và hội nhập với bên ngoài nhưng chính việc gia nhập WTO, hội nhập vào nền kinh tế thế giới cũng thúc đẩy tiến trình cải cách trong nước, bảo đảm cho tiến trình cải cách của ta đồng bộ hơn, có hiệu quả hơn.

Năm là: Cùng với những thành tựu to lớn có ý nghĩa lịch sử sau 20 năm đổi mới, việc gia nhập WTO sẽ nâng cao vị thế của ta trên trường quốc tế, tạo điều kiện cho ta triển khai có hiệu quả đường lối đối ngoại theo phương châm: Việt Nam mong muốn là bạn, là đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng thế giới vì hoà bình, hợp tác và phát triển.

Trong khi nhận thức rõ những cơ hội có được do việc gia nhập WTO mang lại, cần thấy hết những thách thức mà chúng ta phải đối đầu, nhất là trong điều kiện nước ta là một nước đang phát triển ở trình độ thấp, quản lý nhà nước còn nhiều yếu kém và bất cập, doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân còn nhỏ bé. Những thách thức này bắt nguồn từ sự chênh lệch giữa năng lực nội sinh của đất nước với yêu cầu hội nhập, từ những tác động tiêu cực tiềm tàng của chính quá trình hội nhập. Những thách thức này gồm:

Một là: Cạnh tranh sẽ diễn ra gay gắt hơn, với nhiều “đối thủ” hơn, trên bình diện rộng hơn, sâu hơn. Đây là sự cạnh tranh giữa sản phẩm của ta với sản phẩm các nước, giữa doanh nghiệp nước ta với doanh nghiệp các nước, không chỉ trên thị trường thế giới và ngay trên thị trường nước ta do thuế nhập khẩu phải cắt giảm từ mức trung bình 17,4% hiện nay xuống mức trung bình 13,4% trong vòng 3 đến 5 năm tới, nhiều mặt hàng còn giảm mạnh hơn. Cạnh tranh không chỉ diễn ra ở cấp độ sản phẩm với sản phẩm, doanh nghiệp với doanh nghiệp. Cạnh tranh còn diễn ra giữa nhà nước và nhà nước trong việc hoạch định chính sách quản lý và chiến lược phát triển nhằm phát huy nội lực và thu hút đầu tư từ bên ngoài. Chiến lược phát triển có phát huy được lợi thế so sánh hay không, có thể hiện được khả năng “phản ánh vượt trước” trong một thế giới biến đổi nhanh chóng hay không. Chính sách quản lý có tạo được chi phí giao dịch xã hội thấp nhất cho sản xuất kinh doanh hay không, có tạo dựng được môi trường kinh doanh, đầu tư thông thoáng, thuận lợi hay không v.v...

Tổng hợp các yếu tố cạnh tranh trên đây sẽ tạo nên sức cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế, sức cạnh tranh quốc gia.

Hai là: Trên thế giới sự “phân phối” lợi ích của toàn cầu hoá là không đồng đều. Những nước có nền kinh tế phát triển thấp được hưởng lợi ít hơn. Ở mỗi quốc gia, sự “phân phối” lợi ích cũng không đồng đều. Mỗi bộ phận dân cư được hưởng lợi ít hơn, thậm chí còn bị tác động tiêu cực của toàn cầu hoá; nguy cơ phá sản một bộ phận doanh nghiệp và nguy cơ thất nghiệp sẽ tăng lên, phân hoá giàu nghèo sẽ mạnh hơn. Điều đó đòi hỏi phải có chính sách phúc lợi và an sinh xã hội đúng đắn;

phải quán triệt và thực hiện thật tốt chủ trương của Đảng: “Tăng trưởng kinh tế đi đôi với xoá đói, giảm nghèo, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội ngay trong từng bước phát triển”.

Ba là: Hội nhập kinh tế quốc tế trong một thế giới toàn cầu hoá, tùy thuộc lẫn nhau giữa các nước sẽ tăng lên. Sự biến động trên thị trường các nước sẽ tác động mạnh đến thị trường trong nước, đòi hỏi chúng ta phải có chính sách kinh tế vĩ mô đúng đắn, có năng lực dự báo và phân tích tình hình, cơ chế quản lý phải tạo cơ sở để nền kinh tế có khả năng phản ứng tích cực, hạn chế được ảnh hưởng tiêu cực trước những biến động trên thị trường thế giới. Trong điều kiện tiềm lực đất nước có hạn, hệ thống pháp luật chưa hoàn thiện, kinh nghiệm vận hành nền kinh tế thị trường chưa nhiều thì đây là khó khăn không nhỏ, đòi hỏi chúng ta phải phấn đấu vươn lên mạnh mẽ, với lòng tự hào và trách nhiệm rất cao trước quốc gia, trước dân tộc.

Bốn là: Hội nhập kinh tế quốc tế đặt ra những vấn đề mới trong việc bảo vệ môi trường, bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc văn hoá và truyền thống tốt đẹp của dân tộc, chống lại lối sống thực dụng chạy theo đồng tiền.

Như vậy, gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, hội nhập kinh tế quốc tế vừa có cơ hội lớn, vừa phải đối đầu với thách thức không nhỏ. Cơ hội tự nó không biến thành lực lượng vật chất trên thị trường mà tùy thuộc vào khả năng tận dụng cơ hội của chúng ta. Thách thức tuy là sức ép trực tiếp nhưng tác động của nó đến đâu còn tùy thuộc vào nỗ lực vươn lên của chúng ta. Cơ hội và thách thức không phải “nhất thành bất biến” mà luôn vận động, chuyển hoá và thách thức đối với ngành này có thể là cơ hội của ngành kia phát triển. Tận dụng được cơ hội

sẽ tạo ra thế và lực mới để vượt qua và đẩy lùi thách thức, tạo ra cơ hội mới lớn hơn. Ngược lại, không tận dụng được cơ hội, thách thức sẽ lấn át, cơ hội sẽ mất đi, thách thức sẽ chuyển thành những khó khăn dài hạn rất khó khắc phục. Ở đây, nhân tố chủ quan, nội lực của đất nước, tinh thần tự lực tự cường của toàn dân tộc là quyết định nhất.

Với thành tựu to lớn sau 20 năm đổi mới, quá trình chuyển biến tích cực trong cạnh tranh và hội nhập kinh tế những năm vừa qua, cùng với kinh nghiệm và kết quả của nhiều nước gia nhập Tổ chức thương mại thế giới trước ta, cho chúng ta niềm tin vững chắc rằng: Chúng ta hoàn toàn có thể tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức. Có thể có một số doanh nghiệp khó khăn, thậm chí lâm vào cảnh phá sản nhưng phần lớn các doanh nghiệp sẽ trụ vững và vươn lên, nhiều doanh nghiệp mới sẽ tham gia thị trường và toàn bộ nền kinh tế sẽ phát triển theo mục tiêu và định hướng của chúng ta.

Hội nghị lần thứ 4 Ban chấp hành Trung ương Đảng khoá X vào cuối năm nay sẽ thảo luận và thông qua một số chủ trương, chính sách lớn để phát triển nhanh và bền vững sau khi nước ta gia nhập Tổ chức thương mại thế giới. Dưới đây, xin trình bày một số vấn đề nhằm góp phần xác định những chủ trương, chính sách đó.

Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật và cơ chế quản lý, nhằm hình thành nhanh và đồng bộ các yếu tố của kinh tế thị trường, tạo cơ sở pháp lý cho việc thực hiện các cam kết. Trước hết tập trung vào (I) Soạn thảo các văn bản hướng dẫn thực thi các luật mới ban hành, bảo đảm cụ thể, công khai, minh bạch

phù hợp với nội dung của luật; (II) Xóa bỏ mọi hình thức bao cấp, trong đó có bao cấp qua giá, thực hiện giá thị trường cho mọi loại hàng hoá và dịch vụ. Đối với những mặt hàng hiện còn áp dụng cơ chế nhà nước định giá, phải xác định lộ trình thực hiện nhanh giá thị trường để các doanh nghiệp tính toán lại phương án sản xuất kinh doanh; (III) Đẩy mạnh cải cách trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo đảm cho các ngân hàng thương mại thực sự là các đơn vị kinh tế tự chủ, tự chịu trách nhiệm về các khoản vay và cho vay trên cơ sở hiệu quả, không có sự phân biệt đối xử về hình thức sở hữu và các thành phần kinh tế. Hoàn thiện cơ chế quản lý thị trường đất đai và bất động sản, tạo bước đột phá trong hoạt động của thị trường này. Cải cách chế độ kế toán và tài chính doanh nghiệp theo chuẩn mực quốc tế; (IV) Xây dựng các biện pháp hỗ trợ đối với một số lĩnh vực, sản phẩm đi đôi với việc loại bỏ các hình thức trợ cấp xuất khẩu và trợ cấp gắn với tỷ lệ nội địa hoá phù hợp với các cam kết của ta trong Tổ chức thương mại thế giới; (V) Hoàn thiện cơ chế và tổ chức quản lý cạnh tranh, chống bán phá giá, chống trợ cấp để tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh. Xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật và tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn thực phẩm phù hợp với Hiệp định TBT và SPS để bảo vệ thị trường nội địa và người tiêu dùng; (VI) Kết hợp chính sách tài khoá với chính sách tiền tệ, sử dụng linh hoạt các công cụ lãi suất, hạn mức tín dụng, tỷ giá... để điều tiết vĩ mô nền kinh tế. Nâng cao chất lượng của công tác thông tin, dự báo về thị trường, giá cả, quan hệ cung cầu để xác định các cân đối lớn (VII). Đẩy mạnh cải cách tiền lương, chế độ bảo hiểm; sớm nghiên cứu hình thành quỹ bảo hiểm thất nghiệp, và các

chính sách an sinh xã hội; (VIII) Đổi mới cơ chế quản lý các cơ quan khoa học - công nghệ theo hướng tăng cường tính tự chủ, tự hạch toán. Gắn kết chặt chẽ các cơ quan này với doanh nghiệp để thúc đẩy việc đổi mới công nghệ sản xuất ở doanh nghiệp, nhằm phát triển thị trường khoa học, công nghệ. Có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ vào đầu tư, kinh doanh đi đôi với việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

- Thực hiện một cách mạnh mẽ cải cách thủ tục hành chính, bãi bỏ các thủ tục, giấy tờ không thực sự cần thiết nhằm rút ngắn thời gian thành lập doanh nghiệp và tham gia thị trường, đưa nhanh hàng hoá và dịch vụ vào kinh doanh. Việc quản lý xuất nhập khẩu các mặt hàng quản lý chuyên ngành chỉ căn cứ vào tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm, điều kiện hành nghề, không dùng giấy phép làm công cụ để hạn chế thương mại. Công bố công khai quy trình tác nghiệp, thời gian giải quyết công việc, người chịu trách nhiệm ở tất cả các cơ quan thuộc bộ máy nhà nước và các đơn vị cung ứng dịch vụ công để mọi công dân, mọi doanh nghiệp biết, thực hiện và giám sát việc thực hiện. Công khai, minh bạch mọi chính sách, cơ chế quản lý là một trong những tiêu chí của xã hội “công bằng, dân chủ, văn minh” và là yêu cầu cấp bách hiện nay. Điều này không những là tiền đề của chống tham nhũng mà còn là điều kiện để tạo ra thị trường cạnh tranh, giảm chi phí giao dịch của doanh nghiệp và công dân, là điều kiện bảo đảm hiệu quả của tăng trưởng. Phải làm việc này một cách đồng bộ và kiên quyết. Loại bỏ khỏi bộ máy nhà nước những công chức gây phiền hà, nhũng nhiễu nhân dân và doanh nghiệp, những người thiếu trách nhiệm khi thực hiện nhiệm vụ.

- Sắp xếp lại các cơ quan quản lý nhà nước, theo yêu cầu quản lý đa ngành, đa lĩnh vực. Làm việc này không phải là để tinh gọn tổ chức một cách giản đơn. Làm việc này là tạo ra tiền đề tổ chức để bảo đảm sự đồng bộ, tầm nhìn liên ngành, khắc phục sự chồng chéo, kém hiệu quả trong việc xây dựng và thực thi các thiết chế quản lý.

Trên cơ sở sắp xếp lại các cơ quan quản lý nhà nước và cải cách thủ tục hành chính để xây dựng lại hệ thống phân cấp theo những tiêu chí khoa học, bảo đảm tính tương thích, sự đồng bộ và tính mục tiêu trong các lĩnh vực và phân cấp. Quan điểm nhất quán ở đây là: bảo đảm tính thống nhất quản lý và mục tiêu phát triển, phân cấp mạnh cho địa phương và cơ sở. Vấn đề sẽ được giải quyết ở cấp nào mà ở đó có đầy đủ thông tin và khả năng thực hiện công việc tốt nhất. Gần phân cấp với kiểm tra, giám sát.

- Đổi mới để phát triển mạnh nguồn nhân lực: Chúng ta thường nói và người nước ngoài cũng nói: nước ta có nguồn nhân lực dồi dào, lao động trẻ chiếm 70% lực lượng lao động. Người Việt Nam cần cù, chịu khó học tập, nhận thức nhanh. Đây là một lợi thế cạnh tranh. Điều đó đúng nhưng chưa phản ánh đầy đủ thực trạng nguồn nhân lực nước ta. Hiện tại, chúng ta chỉ có lợi thế cạnh tranh thực tế trong những ngành nghề đòi hỏi sử dụng nhiều lao động với kỹ năng trung bình và thấp. Những lĩnh vực có giá trị gia tăng lớn, đòi hỏi trình độ cao, chúng ta đang rất thiếu và do đó làm hạn chế khả năng thu hút đầu tư vào những lĩnh vực này như cơ khí chế tạo, sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, tư vấn thiết kế, tạo mẫu và trong các

ngành dịch vụ có giá trị gia tăng cao... Hạn chế này là do những yếu kém, bất cập trong hệ thống giáo dục của ta, cần phải nhanh chóng tìm ra các giải pháp để khắc phục.

Hướng chính ở đây là:

Chấp nhận cơ chế thị trường trong đào tạo đại học thuộc các ngành kỹ thuật - công nghệ và dạy nghề và huy động các nguồn lực nhằm phát triển và nâng cao chất lượng đào tạo gắn liền với việc thực hiện đầy đủ cơ chế thị trường trong việc trả lương cho người lao động.

Từ quan điểm hệ thống và bảo đảm tính liên thông trong hệ thống giáo dục - đào tạo từ phổ thông - đại học và dạy nghề, giải quyết trước việc cải cách giáo dục đại học và dạy nghề. Học tập kinh nghiệm của các nước có nền giáo dục đại học và dạy nghề tiên tiến để chọn lọc, sử dụng. Trên cơ sở bảo đảm tính thống nhất trong những nguyên tắc lớn và sự quản lý thống nhất của nhà nước đối với giáo dục và đào tạo, phát huy tính tự chủ, bản sắc riêng và tính cạnh tranh trong đào tạo đại học và dạy nghề. Nhà nước sẽ đầu tư nhiều hơn cho những ngành nghề cần thiết nhưng tính cạnh tranh thấp.

Khẩn trương xây dựng chiến lược cải cách giáo dục từ nội dung chương trình, phương pháp giảng dạy, chế độ thi cử ở tất cả các cấp đào tạo.

- Tập trung sức phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, năng lượng: Sự yếu kém về cơ sở hạ tầng đã và sẽ hạn chế thu hút đầu tư làm tăng chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Cạnh tranh giữa các nước về cơ sở hạ tầng sẽ là sự cạnh tranh dài hạn, nhất là trong điều kiện các hình thức ưu đãi trái với quy định của Tổ chức thương mại thế giới sẽ bị loại bỏ. Vì vậy,

phải đặc biệt coi trọng sự phát triển cơ sở hạ tầng. Lâu nay nhà nước đã rất chú ý phát triển cơ sở hạ tầng bằng nhiều nguồn vốn khác nhau: Vốn ngân sách, vốn của doanh nghiệp đầu tư theo phương thức BOT, BT..., vốn của dân. Khuyết điểm ở đây là tình trạng đầu tư từ nguồn vốn nhà nước phân tán, kéo dài chậm được khắc phục. Phát triển cơ sở hạ tầng là yêu cầu bức xúc của các địa phương, các vùng kinh tế. Khi nhu cầu lớn, nguồn lực có hạn, để thoả mãn được nhiều đối tượng dễ dẫn đến cách phân bổ phân tán, dàn trải. Kết quả là thời gian thi công kéo dài, nợ đọng lớn, không ít công trình hiệu suất sử dụng thấp, hiệu quả không cao xét trên yêu cầu phát triển tổng thể của nền kinh tế. Phải kiên quyết khắc phục tình trạng này. Nguyên tắc chỉ đạo ở đây là cái mà chúng ta lựa chọn và quyết định là cái tốt nhất có thể chứ chưa phải là cái mà chúng ta mong muốn. Cái tốt nhất có thể là cái mà nếu được lựa chọn sẽ có hiệu suất sử dụng cao nhất. Trong phát triển cơ sở hạ tầng (các tuyến đường, bến cảng) đó là những vùng đã và sẽ có trong tương lai gần dung lượng lưu thông hàng hoá lớn, từ đó thúc đẩy sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế nói chung. Từ yêu cầu này mà xử lý mâu thuẫn giữa nhu cầu và khả năng về vốn. Điều chỉnh lại việc phân cấp đầu tư cơ sở hạ tầng theo hướng tập trung cao hơn. Người có quyền ra quyết định đầu tư phải kiên quyết thực hiện bằng được yêu cầu này.

Huy động mọi nguồn lực kể cả các nguồn lực của các nhà đầu tư nước ngoài vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng giao thông, năng lượng.

- Về nông nghiệp, nông thôn và nông dân: Nông nghiệp là lĩnh vực nhạy cảm và dễ bị tổn thương hơn cả khi thực hiện cam

kết cắt giảm thuế nông sản. Thực hiện sự chỉ đạo của Chính phủ, Đoàn đàm phán đã kiên trì và thận trọng trong việc mở cửa thị trường nông sản. Mặc dầu vậy, nông nghiệp vẫn là lĩnh vực bị sức ép cạnh tranh khá lớn, nhất là trong điều kiện nông nghiệp nước ta vẫn là nền sản xuất nhỏ, phân tán, công nghệ lạc hậu, năng suất kém, chất lượng sản phẩm không cao, bình quân đất nông nghiệp trên một lao động thấp.

Để giải quyết vấn đề này phải thực hiện theo hai hướng:

Một là: Đẩy mạnh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong đó có cơ cấu kinh tế trong nông nghiệp và nông thôn, từng bước chuyển lao động nông nghiệp sang sản xuất công nghiệp và dịch vụ; đưa các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động, yêu cầu đào tạo không cao về nông thôn; phát triển các làng nghề sản xuất tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ; đưa các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động, yêu cầu đào tạo không cao về nông thôn; phát triển các làng nghề sản xuất tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ; hình thành các thị trấn, thị tứ mới ở nông thôn. Đây là hướng phát triển quan trọng nhất.

Hai là: Tăng ngân sách đầu tư cho nông nghiệp và nông thôn cùng với việc dành toàn bộ các nguồn vốn hỗ trợ trước đây cho khuyến khích xuất khẩu nông sản để đầu tư phát triển thuỷ lợi, giao thông nông thôn. Nhà nước hỗ trợ việc xây dựng hệ thống kho tàng, các cơ sở bảo quản, phơi sấy nhằm giảm hao hụt, bảo đảm chất lượng sản phẩm sau thu hoạch, tạo điều kiện điều tiết lượng hàng hoá lưu thông trên thị trường nhằm ổn định giá cả, phát triển chợ nông thôn. Giảm mạnh sự đóng góp của nông dân.

Đầu tư mạnh vào việc phát triển cải tạo các loại giống có năng suất cao, chất lượng tốt để cung cấp cho nông dân có sự hỗ trợ giá từ ngân hàng nhà nước. Phát triển và tổ chức lại hệ thống khuyến nông trên cả 4 cấp: trung ương, tỉnh, huyện, xã và hợp tác xã.

Phát triển các doanh nghiệp, các hợp tác xã cổ phần sản xuất nông nghiệp và kinh doanh dịch vụ ở nông thôn, thông qua đó mà thúc đẩy quá trình hình thành các vùng sản xuất hàng hoá lớn trong nông nghiệp, bảo đảm tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư cho nông dân. Khuyến khích nông dân trở thành cổ đông của các doanh nghiệp và các hợp tác xã cổ phần, là đồng sở hữu các nhà máy chế biến nông sản, bảo đảm thu nhập của nông dân và cung cấp ổn định nguyên liệu cho công nghiệp chế biến.

Nghiên cứu để hình thành cơ chế gắn việc thu hút lao động trong nông nghiệp sang làm công nghiệp hoặc dịch vụ, xuất khẩu lao động với việc chuyển giao, cho thuê lại ruộng đất để đẩy nhanh quá trình tích tụ ruộng đất.

- Phát triển các loại hình dịch vụ: Lĩnh vực dịch vụ ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của các nền kinh tế. Các nước công nghiệp phát triển. Các nước công nghiệp phát triển trình độ cao, dịch vụ chiếm từ 60-70%. Quá trình công nghiệp hoá và hiện đại hoá và sự phân công lao động gắn với công nghiệp hoá, hiện đại hoá vừa đặt ra nhu cầu vừa tạo khả năng phát triển dịch vụ. Ngược lại sự phát triển dịch vụ sẽ làm giảm chi phí sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó, phải hết sức coi trọng phát triển tất cả các ngành dịch vụ. Tập trung phát triển mạnh các ngành dịch vụ có giá trị gia tăng cao: dịch

vụ tài chính, ngân hàng với nhiều sản phẩm đa dạng, dịch vụ viễn thông, dịch vụ du lịch, các loại dịch vụ tư vấn để hỗ trợ các tổ chức, cá nhân lập doanh nghiệp, lựa chọn phương án kinh doanh, các dịch vụ nghề nghiệp như kế toán, kiểm toán để đánh giá chính xác hiệu quả sản xuất, kinh doanh, bảo đảm công khai minh bạch về tình trạng tài chính của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tham gia thị trường chứng khoán. Nhanh chóng xây dựng hệ thống mã số các loại dịch vụ theo phân loại của Tổ chức thương mại thế giới. Trên cơ sở đó, có định hướng đúng đắn chiến lược phát triển dịch vụ.

- Phát triển những lĩnh vực, sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, có khả năng mở rộng thị trường.

Từ đầu những năm 90 của thế kỷ trước, thế giới đã diễn ra hai mô hình công nghiệp hoá. Công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu đi liền với chế độ bảo hộ mậu dịch. Mô hình này khá phổ biến và đã thành công trước những năm 80. Khi chế độ bảo hộ mậu dịch giảm dần sự phân công lao động quốc tế sâu rộng hơn, các nước chuyển sang mô hình công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu trên cơ sở lợi thế so sánh.

Từ nửa sau thập kỷ 90 của thế kỷ trước, toàn cầu hoá kinh tế trở thành xu thế. Hàng rào bảo hộ bị cắt giảm thông qua việc ký kết các hiệp định mậu dịch tự do song phương và khu vực và việc hình thành tổ chức thương mại thế giới, ranh giới kinh tế giữa các quốc gia bị giảm thiểu; sự phát triển của vận tải đa phương thức và dịch vụ logistic đã làm chi phí lưu chuyển hàng hoá giữa các quốc gia giảm mạnh, thị trường trong nước và thị trường nước ngoài gần như thông nhau. Cái gọi là công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu và công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu

không còn nguyên nghĩa như khái niệm ban đầu của nó. Một sản phẩm cạnh tranh được trên thị trường trong nước cũng có thể cạnh tranh trên thị trường nước ngoài và ngược lại. Vì vậy, việc lựa chọn các ngành và sản phẩm để phát triển phải căn cứ vào các yếu tố sau đây: (1) lợi thế so sánh dài hạn; (2) quy mô kinh tế đặt trong quy hoạch liên vùng (để bảo đảm giảm chi phí cố định); (3) dung lượng thị trường (để bảo đảm có được thị phần và tăng thị phần mà không bị các biện pháp tự vệ, điều tra chống bán phá giá); (4) mức giảm thuế và lộ trình giảm thuế theo cam kết (để đo sức ép cạnh tranh của hàng nhập khẩu).

Đi đôi với việc phát triển một số ngành, sản phẩm theo các tiêu chí nêu trên cần hết sức coi trọng phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ và công nghiệp nền tảng cho công nghiệp hoá.

- Tiếp tục đẩy mạnh cải cách doanh nghiệp nhà nước, khuyến khích mọi người đầu tư vốn vào sản xuất kinh doanh, phát triển các loại hình doanh nghiệp, có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ. Việc sắp xếp lại, đổi mới và cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước trong những năm qua đã đem lại những kết quả tích cực. Hầu hết các doanh nghiệp nhà nước được cổ phần hoá đều có doanh thu, lợi nhuận, nộp ngân sách cao hơn trước khi cổ phần hoá; việc làm và đời sống người lao động trong doanh nghiệp đã cổ phần hoá được bảo đảm, có phần được cải thiện; quyền làm chủ thực sự trong quản lý doanh nghiệp từng bước được xác lập. Việc bán giá trị của doanh nghiệp thông qua đấu thầu trên thị trường chứng khoán đã khắc phục được tình trạng thất thoát vốn, tài sản của nhà nước. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp mà nhà nước có cổ phần hoặc cổ phần chi phối còn nhiều. Vốn của nhà nước trong doanh nghiệp còn lớn, tín dụng dành cho doanh nghiệp nhà

nước chiếm tỷ lệ cao. Phải khẩn trương hoàn thành kế hoạch sắp xếp, đổi mới doanh nghiệp nhà nước theo hướng hình thành loại hình công ty nhà nước đa sở hữu, chủ yếu là các công ty cổ phần, kể cả các tổng công ty, các tập đoàn kinh tế.

Một nước ở trình độ phát triển thấp như nước ta, lại đang trong giai đoạn chuyển đổi, tuyệt đại bộ phận là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (chiếm 95%), loại hình doanh nghiệp này thực sự đang là động lực của sự phát triển. Vì vậy, cần có chính sách hỗ trợ có hiệu quả hơn nữa các doanh nghiệp này.

So với dân số và nhu cầu tăng trưởng kinh tế, số lượng doanh nghiệp nước ta hiện rất thấp. Đây là hạn chế lớn trong việc phát triển kinh tế, giải quyết công ăn việc làm, tạo ra thị trường cạnh tranh và huy động nguồn lực của xã hội. Vì vậy, khuyến khích người dân đầu tư vào sản xuất kinh doanh, phát triển các loại hình doanh nghiệp. Định hướng cơ bản để thực hiện việc này là tạo điều kiện để doanh nghiệp có môi trường sản xuất, kinh doanh thuận lợi, giảm chi phí tham gia thị trường, miễn giảm thuế trong thời gian đầu lập nghiệp, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, đào tạo quản trị doanh nghiệp.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam: Như trên đã nói, chủ thể của tiến trình hội nhập và cạnh tranh là nhà nước và doanh nghiệp. Trong đó doanh nghiệp trực tiếp cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài trên thị trường trong và ngoài nước. Có thể thấy rõ 4 điểm yếu của doanh nghiệp nước ta: số lượng doanh nghiệp ít; quy mô nhỏ, thiếu vốn; công nghệ sản xuất kinh doanh nhìn chung lạc hậu; khả năng quản trị doanh nghiệp còn yếu kém. Những hạn chế

này có nguyên nhân khách quan của một nền kinh tế đang phát triển ở trình độ thấp, đang trong quá trình chuyển đổi. Điều quan trọng là các doanh nghiệp phải nhận thức được các hạn chế yếu kém đó, có kế hoạch để khắc phục các yếu kém đó. Muốn vậy, các doanh nghiệp phải xác định được chiến lược mặt hàng và chiến lược thị trường đúng đắn. Trên cơ sở lựa chọn đúng chiến lược thị trường, chiến lược mặt hàng mà đổi mới công nghệ sản xuất, công nghệ quản lý; áp dụng các tiêu chuẩn ISO, hoàn thiện phương thức kinh doanh; tạo ra bản sắc riêng có, những nét độc đáo riêng có của doanh nghiệp mình thông qua đó mà thu hút khách hàng, phát triển thị trường, xây dựng thương hiệu. Phải tăng cường liên kết hợp tác theo chiều dọc và chiều ngang; xác lập quan hệ bạn hàng và nhanh chóng hình thành hệ thống phân phối. Cần nhận thức rằng cạnh tranh và hợp tác luôn song hành trong hoạt động của doanh nghiệp trong cơ chế thị trường. Các tập đoàn tư bản tuy cạnh tranh với nhau gay gắt nhưng cũng sẵn sàng hợp tác vì lợi ích của chính họ. Doanh nghiệp của ta quy mô nhỏ, vốn ít càng phải tăng cường liên kết và hợp tác. Điều quan trọng là năng lực và bản lĩnh của người quản trị doanh nghiệp. Vì vậy, các doanh nghiệp phải chọn cho được những người quản trị doanh nghiệp có bản lĩnh và năng lực thực sự. Kinh doanh là nghề chấp nhận mạo hiểm. Chấp nhận mạo hiểm hoàn toàn khác với làm liều. Chấp nhận mạo hiểm trên cơ sở thu thập và xử lý đầy đủ thông tin, và dự kiến trước những diễn biến của thị trường. Phải tính đến rủi ro có thể xảy ra và nếu xảy ra rủi ro thì thiệt hại sẽ được giới hạn và có khả năng khắc phục. Làm được như vậy hiệu quả kinh doanh sẽ được bảo đảm, và trên cơ sở hiệu quả kinh

doanh mà tăng khả năng tích tụ vốn và huy động vốn trên thị trường chứng khoán. Từ đó doanh nghiệp sẽ lớn mạnh hơn, sức cạnh tranh sẽ được tăng cường, từng bước hình thành nhiều công ty, tập đoàn kinh tế lớn.

Kiện toàn tổ chức và cơ chế hoạt động của các hiệp hội ngành hàng, bảo đảm hiệp hội thực sự là cầu nối giữa doanh nghiệp và các cơ quan nhà nước, hỗ trợ có hiệu quả cho doanh nghiệp trong việc phát triển thị trường, xúc tiến thương mại, đào tạo nguồn nhân lực. Nâng cao trách nhiệm và đổi mới phương thức hoạt động của các cơ quan xúc tiến thương mại, các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong việc hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường, thiết lập quan hệ bạn hàng, đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển du lịch và thu hút đầu tư.

Không thể thực hiện những công việc rộng lớn trên đây trong một thời gian ngắn. Nhưng phải kiên quyết và kiên trì thực hiện trên cơ sở xây dựng các chương trình hành động đồng bộ, có phân công trách nhiệm rõ ràng, lộ trình thực hiện cụ thể, trước hết là trong các cơ quan nhà nước, cộng đồng doanh nghiệp.

- Tiên đề quan trọng và có ý nghĩa quyết định để thực hiện thắng lợi các chủ trương và giải pháp nêu trên là bảo đảm sự lãnh đạo của Đảng, nêu cao tinh thần độc lập, tự chủ, giữ vững chủ quyền quốc gia và định hướng của sự phát triển. Nâng cao nhận thức của mọi tầng lớp xã hội về bản chất và nội dung của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, những cơ hội và thách thức khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới. Tạo ra sự thống nhất trong nhận thức, thống nhất đánh giá, thống nhất

hành động. Trên cơ sở đó phát huy sức mạnh của khối đại đoàn kết toàn dân, truyền thống yêu nước và cách mạng, ý chí tự lực tự cường của mọi người Việt Nam nhằm tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức đưa nền kinh tế nước ta phát triển nhanh và bền vững, thực hiện thắng lợi mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

NGUYỄN TẤN DŨNG
THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

CHƯƠNG 1

GIA NHẬP WTO - BƯỚC ĐI TẤT YẾU

I. NHỮNG TRỌNG TÂM CỦA WTO

WTO là chữ viết tắt của World Trade Organization (Tổ chức Thương mại Thế giới) - tổ chức quốc tế duy nhất đưa ra những nguyên tắc thương mại giữa các quốc gia trên thế giới. Hiện nay, WTO có 150 quốc gia thành viên, và trụ sở của WTO được đặt tại Geneva (Thụy Sĩ). Trọng tâm của WTO chính là các hiệp định đã và đang được các nước đàm phán và ký kết. WTO có các chức năng chính như: Quản lý các hiệp định về thương mại quốc tế; Dẫn dắt cho các vòng đàm phán thương mại; Giải quyết các tranh chấp thương mại; Giám sát các chính sách thương mại; Trợ giúp về kỹ thuật và đào tạo cho các quốc gia đang phát triển; Hợp tác với các tổ chức quốc tế khác.

WTO được thành lập ngày 1/1/1995, kế tục và mở rộng phạm vi điều tiết thương mại quốc tế của tổ chức tiền thân, GATT - Hiệp định chung về Thuế quan Thương mại. GATT ra đời sau Chiến tranh Thế giới lần thứ II, khi mà trào lưu hình thành hàng loạt cơ chế đa biên điều tiết các hoạt động hợp tác kinh tế quốc tế đang diễn ra sôi nổi, điển hình là Ngân hàng

Quốc tế Tái thiết và Phát triển, thường được biết đến như là Ngân hàng Thế giới (World Bank) và Quỹ tiền tệ Quốc tế (IMF) ngày nay.

Với ý tưởng hình thành những nguyên tắc, thể lệ, luật chơi cho thương mại quốc tế nhằm điều tiết các lĩnh vực về công ăn việc làm, thương mại hàng hóa, khắc phục tình trạng hạn chế, ràng buộc các hoạt động này phát triển, 23 nước sáng lập GATT đã cùng một số nước khác tham gia Hội nghị về thương mại và việc làm và dự thảo Hiến chương La Havana để thành lập Tổ chức Thương mại Quốc tế (ITO) với tư cách là chuyên môn của Liên Hiệp Quốc. Đồng thời, các nước này đã cùng nhau tiến hành các cuộc đàm phán về thuế quan và xử lý những biện pháp bảo hộ mậu dịch đang áp dụng tràn lan trong thương mại quốc tế từ đầu những năm 30, nhằm thực hiện mục tiêu tự do hóa mậu dịch, mở đường cho kinh tế và thương mại phát triển, tạo công ăn việc làm, nâng cao thu nhập và đời sống của nhân dân các nước thành viên.

Hiến chương thành lập Tổ chức thương mại Quốc tế (ITO) nói trên đã được thỏa thuận tại Hội nghị Liên Hiệp Quốc về thương mại và việc làm ở Havana từ 11/1947 đến 23/4/1948, nhưng do một số quốc gia gặp khó khăn trong phê chuẩn, nên việc thành lập Tổ chức thương mại Quốc tế (ITO) đã không thực hiện được.

Mặc dù vậy, kiên trì mục tiêu đã định, và với kết quả đáng khích lệ đã đạt được ở vòng đàm phán thuế quan đầu tiên là 45.000 ưu đãi về thuế áp dụng giữa các bên tham gia đàm phán, chiếm khoảng 1/5 tổng lượng mậu dịch thế giới, 23 nước

sáng lập đã cùng nhau ký hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT), chính thức có hiệu lực vào tháng 1/1948.

Từ đó tới nay, GATT đã tiến hành 8 vòng đàm phán chủ yếu về thuế quan. Tuy nhiên, từ thập kỷ 70 và đặc biệt từ hiệp định Uruguay (1986-1994) do thương mại quốc tế không ngừng phát triển, nên GATT đã mở rộng diện hoạt động, đàm phán không chỉ về thuế quan mà còn tập trung xây dựng các hiệp định hình thành các chuẩn mực, luật chơi điều tiết các hàng rào phi quan thuế, về thương mại dịch vụ, quyền sở hữu trí tuệ, các biện pháp đầu tư có liên quan tới thương mại, về thương mại hàng nông sản, hàng dệt may, về cơ chế giải quyết tranh chấp. Với diện điều tiết của hệ thống thương mại đa biên được mở rộng, nên Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT) vốn chỉ là một sự thỏa thuận có nhiều nội dung ký kết mang tính chất tùy ý đã tỏ ra không thích hợp. Do đó, ngày 15/4/1994, tại Marrakesh (Maroc), các bên đã kết thúc hiệp định thành lập Tổ chức thương mại Thế giới (WTO) nhằm kế tục và phát triển sự nghiệp GATT. WTO chính thức được thành lập độc lập với hệ thống Liên Hợp Quốc và đi vào hoạt động từ 1/1/1995.

Hiện nay WTO có 149 nước thành viên, lãnh thổ thành viên, chiếm 97% thương mại toàn cầu và hơn 30 quốc gia khác đang trong quá trình đàm phán gia nhập.

Hầu hết các quyết định của WTO đều được thông qua trên cơ sở đồng thuận. Trong một số trường hợp nhất định, khi không đạt được sự nhất trí chung, các thành viên có thể tiến hành bỏ phiếu. Khác với các tổ chức khác, mỗi thành viên

WTO chỉ có quyền bỏ một phiếu và các phiếu bầu của các thành viên có giá trị ngang nhau.

Cơ quan quyền lực cao nhất của WTO là Hội nghị Bộ trưởng, họp ít nhất hai năm một lần. Dưới Hội nghị Bộ trưởng là Đại hội đồng - thường họp nhiều lần trong một năm tại trụ sở chính của WTO ở Geneva. Nhiệm vụ chính của Đại hội đồng là giải quyết tranh chấp thương mại giữa các nước thành viên và rà soát các chính sách của WTO.

Dưới Đại hội đồng là Hội đồng Thương mại hàng hóa, Hội đồng thương mại dịch vụ và Hội đồng giám sát về các vấn đề liên quan đến quyền Sở hữu trí tuệ (TRIPS).

II. TẦM QUAN TRỌNG CỦA WTO

Sở dĩ các quốc gia đều muốn tham gia vào tổ chức thương mại lớn nhất toàn cầu này vì họ thấy WTO sẽ mang lại nhiều lợi ích:

1. Giúp cho thương mại được thuận buồm xuôi gió

Hoà bình phần nào là một thành quả của hai nguyên tắc cơ bản nhất của hệ thống thương mại: giúp thương mại được thuận buồm xuôi gió và đưa đến cho các nước một lối thoát bình đẳng và mang tính xây dựng để giải quyết những bất đồng về các vấn đề thương mại. Đó cũng là một kết quả của sự hợp tác và lòng tin quốc tế do hệ thống này tạo ra và duy trì.

Lịch sử bị vấy bẩn bởi những tranh chấp thương mại dẫn đến chiến tranh. Một trong những ví dụ sống động nhất là cuộc chiến tranh thương mại những năm 1930, khi các nước cạnh tranh với

nhau nhằm tăng thêm các hàng rào mậu dịch để bảo vệ các nhà sản xuất trong nước và để trả đũa rào cản của các nước khác. Điều này càng làm cho cuộc đại suy thoái thêm tồi tệ và cuối cùng góp phần làm bùng nổ Chiến tranh Thế giới thứ hai.

Hai bước phát triển ngay trong Chiến tranh Thế giới thứ hai đã giúp tránh được nguy cơ những căng thẳng thương mại thời kỳ trước chiến tranh xuất hiện trở lại. Thứ nhất, ở Châu Âu, hợp tác quốc tế phát triển trong các ngành công nghiệp than, sắt và thép. Thứ hai, trên phạm vi toàn cầu, Hiệp định chung về thương mại và thuế quan (GATT) đã hình thành.

Cả hai bước phát triển trên đều tỏ ra thành công, thành công đến mức hiện nay chúng được mở rộng rất mạnh - một trở thành Liên minh châu Âu và một trở thành Tổ chức Thương mại Thế giới.

Hệ thống GATT/WTO là một chủ thể kiến tạo niềm tin quan trọng. Các cuộc chiến tranh thương mại những năm 1930 là bằng chứng cho thấy rằng chủ nghĩa bảo hộ có thể dễ dàng đẩy các nước vào một tình thế trong đó không có kẻ thắng mà chỉ toàn người thua. Quan điểm bảo hộ thiển cận cho rằng việc bảo vệ một số khu vực nhất định chống lại hàng nhập khẩu là rất có lợi. Những quan điểm này lại lờ đi chuyện các nước khác sẽ phản ứng như thế nào. Thực tế dài hạn hơn cho thấy rằng một bước bảo hộ của một quốc gia có thể dễ dàng dẫn đến hành động trả đũa từ các quốc gia khác, dẫn đến mất mát niềm tin vào thương mại tự do hơn và làm cho tất cả, bao gồm cả các khu vực được bảo hộ ngay từ đầu - sa lầy vào rắc rối kinh tế nghiêm trọng.

Niềm tin là chìa khoá giúp tránh được viễn cảnh không có kẻ thắng ấy. Khi các chính phủ đều tin tưởng rằng các nước khác sẽ không tăng cường các hàng rào mậu dịch thì chính họ cũng sẽ không có ý định làm như vậy. Hệ thống thương mại WTO đóng vai trò sống còn trong việc tạo ra và củng cố niềm tin đó. Đặc biệt quan trọng là những cuộc thương lượng đưa đến những thoả thuận trên cơ sở nhất trí ý kiến và tập trung vào việc tuân thủ các nguyên tắc.

2. Giải quyết các mâu thuẫn thương mại với tinh thần xây dựng

Do thương mại tăng lên về khối lượng, số lượng sản phẩm được trao đổi, và số lượng các nước và công ty tham gia thương mại, nên có thêm nhiều cơ hội để những tranh chấp thương mại nảy sinh. Hệ thống WTO giúp giải quyết các tranh chấp này một cách hoà bình và mang tính xây dựng.

Nếu để mặc chúng thì những tranh chấp này có thể dẫn đến những xung đột nghiêm trọng. Một trong những nguyên tắc của WTO là các thành viên có nghĩa vụ phải đưa những tranh chấp của mình tới WTO và không được đơn phương giải quyết. Khi họ đưa các tranh chấp ra giải quyết tại WTO, thủ tục giải quyết của WTO là tập trung chú ý của họ vào các nguyên tắc. Một khi nguyên tắc được thiết lập, các nước phải chú trọng nỗ lực tuân thủ nguyên tắc, và có lẽ sau đó tái thương lượng về các nguyên tắc - chứ không phải là tuyên chiến với nhau. Gần 200 tranh chấp đã được đưa ra giải quyết ở WTO kể từ khi tổ chức này thành lập. Nếu thiếu một phương tiện giải quyết các tranh chấp này một cách xây dựng và đồng bộ, một số tranh

chấp đã có thể dẫn đến những cuộc xung đột chính trị nghiêm trọng hơn.

3. Một hệ thống dựa trên những nguyên tắc chứ không phải là sức mạnh để làm cho các nước đều bình đẳng

WTO không thể tuyên bố sẽ làm cho tất cả các nước đều bình đẳng. Nhưng WTO thực sự làm giảm bớt một số bất bình đẳng, giúp các nước nhỏ hơn có nhiều tiếng nói hơn. Đồng thời cũng giải thoát cho các nước lớn khỏi sự phức tạp trong việc thoả thuận các hiệp định thương mại với các đối tác của mình.

Các quyết định và hiệp định của WTO được thực hiện bằng nhất trí ý kiến. Các hiệp định này áp dụng cho mọi người. Các nước giàu cũng như nước nghèo đều có thể bị chất vấn nếu họ vi phạm một hiệp ước, và họ có quyền chất vấn các nước khác trong quy trình giải quyết tranh chấp của WTO. Thiếu một cơ chế đa phương kiểu hệ thống WTO, các nước mạnh hơn sẽ càng được tự do đơn phương áp đặt ý muốn của mình cho các nước yếu hơn. Các nước lớn hơn cũng được hưởng những lợi ích tương xứng. Các cường quốc kinh tế có thể sử dụng diễn đàn duy nhất của WTO để thương lượng với tất cả hay với hầu hết các đối tác thương mại của họ cùng một lúc.

Trên thực tế, có riêng một hệ thống nguyên tắc áp dụng với tất cả các nước thành viên, điều đó đã đơn giản hoá rất nhiều toàn bộ cơ chế thương mại.

4. Thương mại tự do hơn, giúp giảm chi phí cuộc sống

Hệ thống toàn cầu WTO đã giảm bớt các hàng rào mậu

dịch thông qua thương lượng và áp dụng nguyên tắc không phân biệt đối xử. Kết quả là chi phí sản xuất giảm, giá hàng hoá thành phẩm và dịch vụ giảm và cuối cùng là chi phí cuộc sống thấp hơn.

Cho đến nay, các hàng rào mậu dịch đã giảm đi rất nhiều so với trước đây. Các hàng rào này còn tiếp tục được giảm và tất cả chúng ta đều có lợi.

5. Đem đến cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn hơn và phạm vi chất lượng rộng hơn để lựa chọn

Hiện nay chúng ta có thể có được tất cả các hàng hoá bởi chúng ta có thể nhập khẩu chúng. Nhập khẩu cho phép chúng ta có nhiều lựa chọn hơn - cả hàng hoá và dịch vụ lẫn phạm vi chất lượng. Thậm chí chất lượng của hàng sản xuất nội địa có thể nâng lên do chính sự cạnh tranh từ hàng nhập khẩu. Nhiều lựa chọn hơn không đơn giản là vấn đề người tiêu dùng mua hàng thành phẩm của nước ngoài. Hàng nhập khẩu còn được sử dụng làm nguyên liệu, linh kiện và thiết bị cho sản xuất trong nước.

Điều này mở rộng phạm vi của các thành phẩm và dịch vụ do các nhà sản xuất trong nước thực hiện và nó làm tăng phạm vi những công nghệ mà họ có thể sử dụng. Chẳng hạn, khi thiết bị điện thoại di động trở nên phổ biến, các dịch vụ phát triển mạnh, thậm chí ngay tại nước không hề sản xuất thiết bị. Đôi khi, sự thành công của một sản phẩm hay dịch vụ nhập khẩu tại thị trường trong nước cũng có thể khuyến khích các nhà sản xuất trong nước cạnh tranh, làm gia tăng lựa chọn nhãn hàng

hoá sẵn có cho người tiêu dùng cũng như tăng phạm vi hàng hoá và dịch vụ sản xuất trong nước. Nếu thương mại cho phép chúng ta nhập khẩu nhiều hơn, nó cũng cho phép những người khác mua nhiều hàng sản xuất của chúng ta hơn. Nó làm tăng thu nhập của chúng ta, cung cấp cho chúng ta những phương tiện để hưởng sự lựa chọn gia tăng đó.

6. Tăng thu nhập quốc dân và thu nhập cá nhân

Giảm bớt hàng rào thương mại cho phép thương mại tăng trưởng, điều này làm tăng thu nhập - cả thu nhập quốc dân và thu nhập cá nhân.

Dự tính của WTO về tác động của các thoả thuận thương mại tại vòng đàm phán Uruguay 1994 là thu nhập của thế giới có thêm từ 109 tỷ USD đến 510 tỷ USD.

Thương mại cũng làm nảy sinh những thách thức khi các nhà sản xuất trong nước phải đối mặt với sự cạnh tranh của hàng nhập khẩu. Nhưng thực tế cho rằng có nguồn thu nhập bổ sung có nghĩa là sẵn có nhiều nguồn lực để các chính phủ tái phân phối lợi nhuận từ những người được lợi nhiều nhất, chẳng hạn để giúp các công ty và công nhân thích ứng bằng cách trở nên năng suất và có khả năng cạnh tranh hơn trong lĩnh vực mà họ đã và đang làm, hoặc bằng cách chuyển sang các hoạt động mới.

7. Thương mại kích thích tăng trưởng kinh tế

Trên thực tế đã có bằng chứng căn cứ trên sự việc cho thấy việc giảm các rào cản thương mại là điều kiện tốt cho công ăn việc làm. Nhưng bức tranh này rất phức tạp do nhiều yếu tố.

Tuy nhiên, bảo hộ cũng không phải là cách để giải quyết các vấn đề việc làm.

Có ít nhất hai luận điểm được chỉ ra về vấn đề này. Thứ nhất, sẽ có những nhân tố khác xuất hiện. Chẳng hạn, tiến bộ công nghệ cũng có tác động mạnh đến việc làm và năng suất lao động, làm lợi cho một số loại công việc song lại làm tổn thương một số khác. Thứ hai, trong khi thương mại rõ ràng là làm tăng thu nhập quốc dân (và sự thịnh vượng), điều này không phải luôn được hiểu là tạo ra công ăn việc làm mới cho những người bị mất việc do sự cạnh tranh của hàng nhập khẩu.

Có nhiều tình huống cho thấy rằng cơ hội đã được nắm bắt - đó là những trường hợp thương mại tự do hơn sẽ có lợi cho việc làm. Ủy ban EU tính toán rằng việc thiết lập thị trường duy nhất của nó có nghĩa là có thêm khoảng từ 300.000 đến 900.000 việc làm nữa so với lúc không có thị trường duy nhất. Thực tế cũng cho thấy, chế độ bảo hộ đã làm hại công ăn việc làm như thế nào. Ví dụ điển hình là ngành công nghiệp xe hơi của Mỹ. Các hàng rào mậu dịch được thiết lập để bảo vệ việc làm ở nước này bằng cách hạn chế nhập khẩu từ Nhật Bản lại dẫn đến việc làm cho xe hơi ở Mỹ đắt thêm, lượng xe hơi vì thế được bán ít đi và việc làm sẽ giảm.

8. Các nguyên tắc cơ bản giúp tăng hiệu quả và giảm chi phí

Thương mại cho phép thực hiện phân công lao động giữa các nước. Nó cho phép sử dụng một cách phù hợp và hiệu quả các nguồn lực vào sản xuất. Nhưng hệ thống thương mại WTO

còn đem lại nhiều hơn thế. Nó giúp làm tăng hiệu quả và thậm chí còn giảm bớt chi phí nhiều hơn bởi những nguyên tắc quan trọng được thiết lập trong hệ thống.

Không phân biệt đối xử chỉ là một trong những nguyên tắc của hệ thống thương mại WTO. Những nguyên tắc khác gồm có:

- Minh bạch. Thông tin rõ ràng về các chính sách, nguyên tắc và quy định.

- Tin chắc vào các điều kiện thương mại. Những cam kết cắt giảm các hàng rào thương mại và làm tăng khả năng tiếp cận các thị trường của một số nước cho các nước khác có sự ràng buộc pháp lý.

- Đơn giản hoá và chuẩn hoá các thủ tục hải quan, xoá bỏ tình trạng quan liêu, tập trung hoá cơ sở dữ liệu thông tin và các biện pháp khác được thiết lập nhằm đơn giản hoá thương mại theo phương châm “kích thích thương mại”.

Tất cả những nguyên tắc này làm cho thương mại đơn giản hơn, giảm bớt phí tổn cho các công ty, tăng niềm tin vào tương lai. Đổi lại, điều đó cũng có nghĩa là có nhiều việc làm hơn, người tiêu dùng có hàng hoá và dịch vụ tốt hơn.

9. Cân đối lợi ích của các quốc gia

Hệ thống GATT/WTO phát triển trong nửa cuối của thế kỷ XX giúp cho các chính phủ có một nhãn quan cân bằng hơn về chính sách thương mại. Các chính phủ vững vàng hơn trong việc tự bảo vệ mình tránh khỏi những vận động ngoài hành lang của những nhóm có quyền lợi hẹp hòi bằng việc tập trung

vào những cân đối vì lợi ích của tất cả mọi người trong nền kinh tế.

Một trong những bài học nổi bật của chủ nghĩa bảo hộ trong những thập kỷ đầu thế kỷ XX là có thể gây ra thiệt hại nếu những quyền lợi cục bộ hẹp hòi chiếm ưu thế về ảnh hưởng chính trị. Kết quả là một chính sách ngày càng hạn chế mà đã dẫn đến một cuộc chiến tranh thương mại không có ai thắng chỉ toàn kẻ bại. Các chính phủ phải được vũ trang để chống lại sức ép của những nhóm quyền lợi hẹp hòi, và hệ thống thương mại WTO có thể giúp được điều này.

Hệ thống GATT/WTO bao trùm một phạm vi rất rộng. Vì vậy, nếu trong một cuộc thương lượng thương mại GATT/WTO có một nhóm áp lực vận động chính phủ của mình phải coi nhóm là một trường hợp đặc biệt cần được bảo hộ thì chính phủ có thể chống lại sức ép bảo hộ bằng cách lập luận rằng chính phủ cần phải có một thoả thuận trên phạm vi rộng để bảo đảm rằng mọi khu vực trong nền kinh tế đều có lợi.

10. Hệ thống khuyến khích chính phủ hoạt động tốt

Theo các nguyên tắc của WTO, khi đã có cam kết tự do hoá một khu vực thương mại nào đó, thì khó có thể đảo ngược được. Các nguyên tắc cũng không khuyến khích những chính sách thiếu thận trọng. Đối với giới kinh doanh, điều này có nghĩa là độ chắc chắn cao hơn và rõ ràng hơn về các điều kiện thương mại. Đối với các chính phủ, điều này thường đồng nghĩa với kỷ luật tốt.

Các cam kết bao gồm những cam kết không sa vào những

chính sách thiếu thận trọng. Chủ nghĩa bảo hộ nhìn chung không phải là một giải pháp khôn ngoan bởi những thiệt hại do nó gây ra trong nước và trên trường quốc tế.

Một hình thức hàng rào thương mại đặc biệt gây thêm thiệt hại vì chúng tạo cơ hội cho tham nhũng và những mô hình chính phủ xấu xa khác.

Một loại rào cản thương mại mà các nguyên tắc của WTO cố gắng giải quyết là hạn ngạch. Do hạn ngạch hạn chế cung nên đẩy giá cả tăng lên một cách giả tạo, đồng thời tạo ra một số lợi nhuận lớn khác thường. Các nhà kinh tế gọi đó là “thuế hạn ngạch”. Lợi nhuận này có thể được dùng để gây ảnh hưởng đối với các chính sách, vì cũng có nhiều tiền hơn để thực hiện các cuộc vận động ngoài hành lang. Nói cách khác, hạn ngạch là một biện pháp hạn chế thương mại đặc biệt tồi tệ. Thông qua các nguyên tắc của WTO các chính phủ đã nhất trí rằng họ không khuyến khích sử dụng hạn ngạch.

Tuy nhiên, nhiều loại hạn ngạch khác nhau vẫn được áp dụng ở hầu hết các nước, và nhiều chính phủ lập luận rằng hạn ngạch rất cần thiết. Song họ bị các hiệp định của WTO ràng buộc và có những cam kết giảm bớt hay loại bỏ nhiều loại hạn ngạch, đặc biệt là đối với ngành dệt.

Nhiều lĩnh vực khác của các hiệp định WTO cũng có thể giúp giảm bớt tệ tham nhũng và chính phủ xấu xa. Sự minh bạch, các tiêu chí rõ ràng hơn về các quy định đối với sự an toàn và chuẩn mực của sản phẩm, và sự không phân biệt đối xử cũng giúp giảm bớt tình trạng gian dối và việc ra quyết định mang tính độc đoán.

Thực sự các chính phủ đã dùng WTO như là một sức ép bên ngoài đáng được hoan nghênh đối với các chính sách của họ.

III - TẠO KHUÔN KHỔ PHÁP LÝ CHO TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ

Hiệp định chung về Thương mại Dịch vụ (GATS) lần đầu tiên được đưa ra thương thảo tại vòng đàm phán Uruguay và đã trở thành một bộ phận không thể tách rời trong hệ thống pháp lý của Tổ chức Thương mại Thế giới. Mục đích chính của GATS là tạo ra khuôn khổ pháp lý cho tự do hóa thương mại dịch vụ. Các nước thành viên đưa ra các cam kết về việc mở cửa thị trường dịch vụ không phân biệt đối xử trên cơ sở điều chỉnh luật trong nước. Việc điều chỉnh luật sẽ được tiến hành từng bước, hướng tới xóa bỏ hoàn toàn mọi hạn chế đối với các sản phẩm dịch vụ nhập khẩu cũng như đối với nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài khi tiến hành cung cấp dịch vụ theo các phương thức khác nhau (Đãi ngộ quốc gia - NT). Đồng thời mỗi thành viên phải dành cho nhà cung cấp dịch vụ của các thành viên khác đối xử không kém ưu đãi hơn đối xử mà nước này dành cho một nước thứ ba (Đãi ngộ tối huệ quốc - MFT). Ngoại trừ các dịch vụ được cung cấp thuộc phạm vi các hoạt động chức năng của cơ quan chính phủ, cụ thể là cung cấp dịch vụ đó không mang tính chất thương mại và cạnh tranh với bất cứ nhà cung cấp nào - các loại dịch vụ khác đều thuộc phạm vi điều chỉnh GATS

GATS bao gồm các nguyên tắc được áp dụng vô điều kiện (nghĩa là không phụ thuộc vào quá trình đàm phán) và các biện pháp áp dụng có điều kiện (chủ yếu dựa trên các cam kết là kết

quả đàm phán của mỗi nước). Vì vậy, không phải ngay lập tức mọi lĩnh vực dịch vụ đều phải vận dụng toàn diện các nguyên tắc của GATS, mà tùy thuộc vào kết quả đàm phán và các cam kết trong lĩnh vực dịch vụ, một quốc gia sẽ thực thi mở cửa thị trường toàn diện hay hạn chế đối với lĩnh vực dịch vụ đó. Cho đến khi bắt đầu các cuộc đàm phán, các thành viên (kể cả thành viên đang phát triển) đều mặc định rằng các chính sách về dịch vụ đều đúng đối với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài và khả năng áp dụng các nguyên tắc sẽ phụ thuộc vào từng lĩnh vực mà các nước đó có chủ định đàm phán để cam kết một mức độ tự do hóa nào đó.

Loại hình dịch vụ được chia làm 12 ngành và 155 phân ngành. Theo GATS, việc cung cấp các loại dịch vụ này có thể được tiến hành theo một trong bốn phương thức hoặc kết hợp giữa các phương thức sau đây: Cung cấp dịch vụ qua biên giới; Tiêu thụ dịch vụ ở nước ngoài; Cung cấp dịch vụ thông qua hiện diện thương mại; Cung cấp dịch vụ thông qua sự hiện diện của cá nhân.

** Những nội dung chính của GATS:*

1. Bãi bỏ tối huệ quốc

Đây là nghĩa vụ bắt buộc trong GATS, theo đó các nước cam kết dành cho nhau những “ưu đãi” đối với mọi lĩnh vực dịch vụ, ngoại trừ các lĩnh vực đã được đưa vào danh mục loại trừ bãi bỏ tối huệ quốc tạm thời. Mục tiêu của các loại trừ này **nhằm** đảm bảo rằng lợi ích của một nước trong thỏa thuận đặc biệt với một nước nào đó sẽ không tự động dành cho các nước

khác không thuộc đối tượng của thỏa thuận đó hưởng. Các loại trừ tạm thời có hiệu lực đến hết năm 1999, và có thể được kéo dài không quá 5 năm.

2. Đãi ngộ quốc gia

Nguyên tắc này được thực hiện trên cơ sở kết quả của các cuộc đàm phán và các cam kết về tiến trình tự do hóa dịch vụ giữa các thành viên. Nguyên tắc này chỉ áp dụng đối với các lĩnh vực và trong chừng mực nước đó cam kết thực hiện chứ không áp dụng đối với các lĩnh vực mà nước đó chưa cam kết.

3. Cam kết mở rộng thị trường

Các cam kết về việc mở cửa thị trường được thể hiện trong lộ trình cam kết của mỗi quốc gia. Lộ trình này sẽ xác định những điều kiện để tiếp cận thị trường dịch vụ. Những cam kết này mang tính ràng buộc giống như ràng buộc về thuế quan, chúng chỉ có thể được sửa đổi hoặc hủy bỏ sau khi đã “bù đắp” cho nước bị thiệt hại.

4. Thừa nhận lẫn nhau

GATS yêu cầu các hiệp định song phương giữa các chính phủ về việc thừa nhận lẫn nhau (Ví dụ như cấp giấy phép cho người cung cấp dịch vụ) phải được áp dụng đối với tất cả các thành viên khác muốn tham gia hiệp định. Việc thừa nhận lẫn nhau không được áp dụng trên cơ sở phân biệt đối xử hoặc gây trở ngại đặc biệt đối với thương mại.

5. Thanh toán quốc tế

Các giao dịch vắng lai liên quan đến các cam kết cụ thể trong khuôn khổ Hiệp định sẽ không bị hạn chế; ngoại trừ trường hợp cán cân thanh toán gặp khó khăn thì khi đó một số hạn chế sẽ được áp dụng mang tính tạm thời căn cứ vào các điều kiện cụ thể.

Trong khuôn khổ các cuộc đàm phán đa phương tại vòng Uruguay, các thành viên đã đạt được một số thỏa thuận cụ thể về tự do hóa hơn nữa một số ngành dịch vụ lớn như tài chính, viễn thông, vận tải hàng không.

6. Dịch vụ tài chính

Phụ lục về dịch vụ tài chính của GATS điều chỉnh các dịch vụ tài chính như dịch vụ bảo hiểm, các dịch vụ liên quan đến bảo hiểm; Dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác. Phụ lục này cho phép các chính phủ được thực hiện những biện pháp đặc biệt để bảo vệ nhà đầu tư, người gửi tiền, và để đảm bảo sự hòa nhập ổn định của hệ thống tài chính; và không áp dụng đối với những dịch vụ được chính phủ cung cấp vì mục đích quản lý hệ thống tài chính, chẳng hạn như hoạt động ngân hàng trung ương.

Các cuộc đàm phán về cam kết cụ thể trong lĩnh vực này đã được tiếp tục sau vòng Uruguay với kết quả là Nghị định thư thứ 5 của GATS đã được ký kết. Cho đến nay, đã có 102 thành viên WTO có các cam kết về dịch vụ tài chính. Nghị định thư thứ 5 này có hiệu lực kể từ ngày 1/3/1999

7. Dịch vụ viễn thông

Viễn thông vừa là một lĩnh vực trong nền kinh tế vừa là một phương tiện cung cấp dịch vụ cho các hoạt động kinh tế khác. Phụ lục về viễn thông của GATS đã quy định các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được phép tiếp cận mạng lưới viễn thông công cộng một cách bình đẳng. Các cuộc đàm phán tiếp theo về lĩnh vực này đã dẫn tới việc kí kết Nghị định thư thứ tư của GATS với sự tham gia của 69 thành viên. Nghị định thư này bắt đầu hiệu lực kể từ ngày 1/1/1998.

8. Dịch vụ vận tải hàng không

GATS chỉ điều chỉnh các loại hình dịch vụ như dịch vụ sửa chữa bảo trì máy bay, dịch vụ tiếp thị vận tải hàng không và dịch vụ đặt giữ chỗ bằng máy tính.

9. Di chuyển tự nhiên của công dân

Các chính phủ được phép đàm phán các cam kết cụ thể nhằm tạo thuận lợi cho việc tạm trú của cá nhân ở một nước khác nhằm mục đích cung cấp dịch vụ. Hiệp định GATS không áp dụng đối với những di chuyển tự nhiên của công dân tới một nước nhằm mục đích hoặc cư trú lâu dài, hoặc các biện pháp liên quan đến quyền công dân, quyền cư trú.

Vòng đàm phán mới về dịch vụ bắt đầu vào năm 2002, với các nội dung như trợ cấp, mua sắm dịch vụ của chính phủ, tự vệ, quy cách phẩm chất, tiêu chuẩn kỹ thuật, và giấy phép.

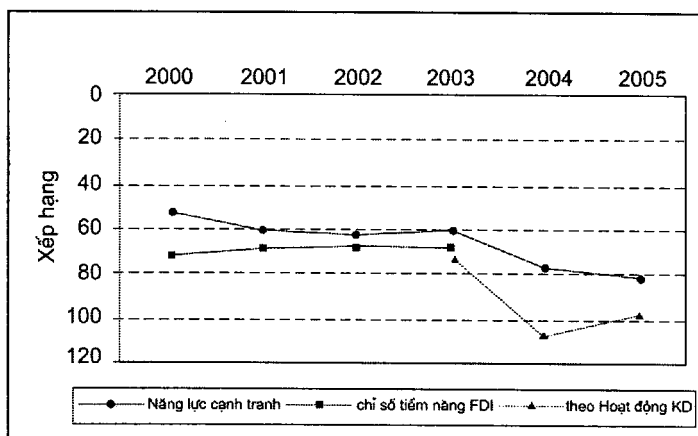
CHƯƠNG 2

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM CẦN LÀM GÌ ĐỂ NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH

I. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Sự phát triển của các doanh nghiệp Việt Nam đang làm thay đổi bộ mặt kinh tế - xã hội của đất nước. Tuy nhiên, một câu hỏi đặt ra là tình hình hoạt động của khối doanh nghiệp có thuận lợi hay không nếu so sánh với các nước khác, nhất là ở khu vực Đông Á. Các đánh giá về điểm mạnh, điểm yếu của Việt Nam, và sự lo lắng chung về năng lực của Việt Nam trong việc giành được một chỗ đứng trên thị trường toàn cầu luôn xuất hiện trong các cuộc thảo luận về “năng lực cạnh tranh”. Các xếp hạng về năng lực cạnh tranh khác nhau lại đưa ra những đánh giá khác nhau về vị thế tương đối của Việt Nam, do vậy làm cho vấn đề trở nên phức tạp hơn trong việc xác định vị thế của mình. Nhưng dù sử dụng tiêu chí nào để đánh giá thì chìa khóa đối với năng lực cạnh tranh là khả năng của các doanh nghiệp chuyển đổi chính mình, và Nhà nước cũng đóng vai trò hỗ trợ rất quan trọng.

Có 3 cách xếp hạng được đặc biệt chú ý ở Việt Nam trong những năm gần đây. Đó là, chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), xếp hạng hoạt động kinh doanh của Công ty Tài chính Quốc tế (IFC), chỉ số tiềm năng FDI của UNCTAD. Mỗi xếp hạng này được thực hiện cho trên 100 quốc gia. Cả ba xếp hạng này đều đặt Việt Nam ở cuối bảng năng lực cạnh tranh của các nước trên toàn thế giới, hoặc tốt nhất cũng là khoảng giữa. (hình 1)



Nguồn: Tự tính, sử dụng dữ liệu của IFC và NHTG (2005), UNCTAD (2005) và Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2005). Các số liệu phản ánh vị thế của một quốc gia so với tất cả các quốc gia được xem xét, từ tốt nhất (trên cùng) đến kém nhất (dưới cùng).

Hình 1. Xếp hạng năng lực cạnh tranh của Việt Nam

Chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng (GCI) là một kết hợp phức tạp gồm nhiều chỉ số quốc gia, ví dụ chỉ số nhận thức tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế. Những chỉ số

này được phân loại theo các tiêu đề “công nghệ”, “thể chế công”, và “môi trường kinh tế vĩ mô”, và được nhóm thành các mục khác nhau như mức độ mở cửa, chính phủ, tài chính, cơ sở hạ tầng, quản lý, lao động và thể chế.

Theo báo cáo Cạnh tranh toàn cầu năm 2004-2005 của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) vừa công bố, thứ hạng của Việt Nam đã giảm 17 bậc so với năm 2003-2004. Báo cáo thường niên này dựa trên khảo sát đối với 8700 doanh nghiệp tại 104 quốc gia. WEF sử dụng chỉ số “cạnh tranh tăng trưởng” (Growth Competitiveness Index, GCI) để xếp hạng các nước. Tính theo chỉ số này, Việt Nam xếp ở vị trí 77/104 nước, trong khi thứ hạng của Việt Nam năm 2003 là 60/102 nước.

Thứ hạng cạnh tranh tăng trưởng GCI		
Quốc gia	Năm 2004 (trên 104 nước)	Năm 2003 (trên 102 nước)
Singapore	7	6
Malaysia	31	29
Thái Lan	34	32
Trung Quốc	46	44
Indonesia	69	72
Philippines	76	66
Việt Nam	77	60

Theo báo cáo này, sự tụt hạng của Việt Nam liên quan tới sự sụt giảm mạnh trong cả ba lĩnh vực của chỉ số, đặc biệt là về thể chế công và công nghệ. Cụ thể là, chỉ số về thể chế của

Việt Nam năm 2004-2005 là 82 trong khi năm ngoái xếp thứ 63. Chỉ số công nghệ còn sút giảm mạnh hơn nữa, 92/104, so với năm trước là 65. Mặc dù tổng vốn đầu tư nước ngoài của Việt Nam có giảm song vốn tái đầu tư của Việt Nam lại tăng lên. Đây là một dấu hiệu tốt thể hiện sự tin tưởng của các nhà đầu tư nước ngoài vào môi trường kinh doanh của Việt Nam

Chỉ số hoạt động kinh doanh xem xét 10 chủ đề: khởi sự doanh nghiệp, bảo vệ các nhà đầu tư, tuyển dụng và cho thôi việc người lao động, thực hiện hợp đồng, đăng ký tài sản, đóng cửa doanh nghiệp, vay tín dụng, giải quyết giấy phép, đóng thuế, và thương mại qua biên giới. Trong một lần công bố gần đây nhất, chỉ số chung được tính là giá trị trung bình của các cấp hạng (theo thang điểm từ 0 đến 100) theo từng chủ đề trong mười chủ đề này. Cấp hạng theo từng chủ đề lại là giá trị trung bình của các cấp hạng theo các chỉ số hợp phần của chủ đề đó. Báo cáo hoạt động kinh doanh gần đây nhất đã xếp hạng Việt Nam ở thứ 99 trong tổng số 155 quốc gia. Các xếp hạng so sánh chưa được đưa ra trong những năm trước và khi đó số chủ đề đưa vào báo cáo ít hơn. Song có thể dễ dàng áp dụng phương pháp này cho dữ liệu từ những năm trước. Kết quả không thể hiện xu hướng rõ ràng nào, và Việt Nam dao động quanh nhóm 70/100.

Xếp hạng của Việt Nam thậm chí còn cao hơn nữa trong con mắt của các nhà đầu tư Nhật Bản. Trong 15 năm qua ở Nhật Bản đã tiến hành một cuộc điều tra để đánh giá các xu hướng hoạt động kinh doanh ở nước ngoài và các hoạt động

Thứ hạng cạnh tranh tăng trưởng GCI

Quốc gia	Năm 2004 (trên 104 nước)	Năm 2003 (trên 102 nước)
Singapore	10	8
Malaysia	23	26
Thái Lan	37	31
Trung Quốc	44	60
Indonesia	47	46
Philippines	70	64
Việt Nam	79	50

FDI. Trong năm 2004, cuộc điều tra này đã được tiến hành ở 932 doanh nghiệp ngành chế tạo có ít nhất ba chi nhánh ở nước ngoài và trong đó có ít nhất một cơ sở chế tạo. Khi được hỏi về các quốc gia có nhiều triển vọng đối với các hoạt động kinh doanh trung hạn, Việt Nam xếp thứ tư trên toàn thế giới, sau Trung Quốc, Thái Lan và Ấn Độ. Điều này cho thấy sự cải thiện đáng kể so với những năm trước dù Việt Nam đã đạt mức cao trong cuộc điều tra này trong những năm gần đây. Lý do chính để những người tham gia trả lời trong cuộc điều tra của Nhật bản lựa chọn Việt Nam là vì Việt Nam có lực lượng lao động không đắt, thị trường có tiềm năng tăng trưởng, nguồn nhân lực tuyệt vời, và có tiềm năng là một phương thức đa dạng hóa rủi ro. Một điều thú vị là hai trong số những lý do nói trên, chất lượng lao động và chi phí lao động, lại không nằm trong những chỉ số được Chỉ số cạnh tranh thế giới, Chỉ số hoạt động kinh doanh, hay Chỉ số tiềm năng FDI xem xét.

Các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay có thể chia thành 3 khối khá rõ gồm có: (i) doanh nghiệp nhà nước, (ii) doanh nghiệp ngoài quốc doanh, (iii) doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Cả ba loại hình này đều ngày càng phát triển. Theo đánh giá của ông Hồ Xuân Hùng, Phó trưởng ban Ban Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp TW, khối doanh nghiệp nhà nước mặc dù có những đóng góp nhất định trong việc giúp Chính phủ điều tiết kinh tế vĩ mô, bình ổn giá cả, đảm bảo an ninh quốc phòng... thì đây vẫn là khu vực có cơ chế quản lý kém hiệu quả nhất. Sau một thời gian sắp xếp và đổi mới, doanh nghiệp nhà nước về số lượng vẫn còn nhiều, quy mô vẫn còn nhỏ bé và quyền tự chủ chưa cao. Thứ hai là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, là khu vực được đánh giá là năng động và hiệu quả cao, tuy nhiên đây vẫn là khu vực có quy mô nhỏ bé, công nghệ lạc hậu, thiếu chiến lược kinh doanh. Ngoài ra, họ vẫn chưa có vị thế gì trong cạnh tranh, ngoài một số lĩnh vực như xuất khẩu thủy hải sản, nông sản, và mạng phân phối bán lẻ. Thứ ba là doanh nghiệp FDI. Đã có hơn 5.300 dự án FDI có hiệu lực đang hoạt động. Khu vực này đang góp phần đáng kể làm thay đổi diện mạo cho các doanh nghiệp ở Việt Nam và ngày càng trở thành những điểm sáng cho các doanh nghiệp Việt Nam học hỏi về quản trị doanh nghiệp, chiến lược thị trường, cơ chế tài chính... Đây là khu vực khẳng định tính năng động, minh bạch và tính chiến lược, chủ động trong cạnh tranh hội nhập.

Với con số thống kê trên về năng lực cạnh tranh, diện mạo cạnh tranh của Việt Nam trên con đường gia nhập WTO là không mấy sáng sủa. Vì vậy, với lộ trình 12 năm phía trước để thực hiện đầy đủ các yêu cầu của WTO, các doanh nghiệp Việt

Nam cần chủ động đẩy nhanh việc nâng cao năng lực cạnh tranh để nắm bắt được những cơ hội và giảm thiểu những áp lực sẽ ập vào Việt Nam. Một điều tra cho thấy cuối năm 2005, vẫn còn 45% doanh nghiệp chưa có kế hoạch để tham gia WTO, và tới 31% doanh nghiệp không hiểu biết về WTO.

1. Nguồn lực tài chính

Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, tính đến ngày 01/01/2004, cả nước có 72.012 doanh nghiệp thực tế hoạt động với tổng số vốn là 1.724.558 tỷ đồng (nếu quy đổi ra đô la Mỹ (thời điểm năm 2003) thì quy mô vốn của các doanh nghiệp ở Việt Nam chỉ tương đương với một tập đoàn đa quốc gia cỡ trung bình trên thế giới). Trong đó doanh nghiệp Nhà nước chiếm 59% tổng vốn của doanh nghiệp cả nước (1.018.615 tỷ đồng), doanh nghiệp ngoài quốc doanh chiếm 19,55% (337.155 tỷ đồng), doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 21,44% tổng vốn các doanh nghiệp cả nước (868.788 tỷ đồng). Xét riêng đối với mỗi doanh nghiệp, vốn của từng doanh nghiệp rất nhỏ (năm 2004, bình quân mỗi doanh nghiệp là 23,95 tỷ đồng), trong đó số doanh nghiệp có quy mô dưới 0,5 tỷ đồng có 18.790 doanh nghiệp (chiếm 26,09% tổng số doanh nghiệp), doanh nghiệp có quy mô vốn từ 0,5 đến 1 tỷ đồng là 12.954 doanh nghiệp (chiếm 17,99%), số doanh nghiệp có vốn từ 1 tỷ đồng đến 5 tỷ đồng là 24.737 doanh nghiệp (chiếm 34,35%), số doanh nghiệp có vốn từ 5 đến 10 tỷ đồng là 5.496 doanh nghiệp (chiếm 7,63%), số doanh nghiệp có số vốn từ 10 đến 50 tỷ là 6.648 doanh nghiệp (chiếm 9,23%), số doanh nghiệp có số vốn từ 50 đến 200 tỷ đồng là

2.491 doanh nghiệp (chiếm 8,46%), số doanh nghiệp có vốn từ 200 đến 500 tỷ đồng là 586 doanh nghiệp (chiếm 0,81%), số doanh nghiệp có vốn trên 500 tỷ đồng là 310 doanh nghiệp (chiếm 0,48% tổng số).

Như vậy, có thể thấy đại đa số các doanh nghiệp đang hoạt động trong tình trạng không đủ vốn cần thiết, đã ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả kinh doanh cũng như năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường trong nước và quốc tế. Đây là điều đáng lo khi các chính sách - bảo hộ của Nhà nước đến năm 2006 hầu như không còn nữa vì theo lịch trình giảm thuế quan cho khu vực mậu dịch tự do ASEAN - AFTA. Khi đó, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ dễ dàng bị các tập đoàn lớn của các nước trong khu vực đánh bại.

Những khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn vốn của các doanh nghiệp là rất lớn, trong khi vốn tồn đọng còn nhiều trong các nguồn và việc huy động vốn trong dân vào đầu tư sản xuất, kinh doanh chưa được cải thiện. Các doanh nghiệp Nhà nước được ưu đãi hơn về vốn trước hết là được cấp vốn ban đầu từ ngân sách, cấp đất xây dựng cơ sở sản xuất, kinh doanh... Còn các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chủ yếu dựa vào vốn chủ sở hữu. Với khả năng tiếp cận nguồn vốn hạn chế, các doanh nghiệp có tình trạng phổ biến là chiếm dụng vốn lẫn nhau, làm lây nhiễm rủi ro giữa các doanh nghiệp.

Trong giai đoạn 2001-2005, Ngân hàng Nhà nước đã thực thi chính sách tiền tệ thận trọng, linh hoạt, về cơ bản đã đạt được mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền, kiểm soát lạm phát,

thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đảm bảo sự ổn định và phát triển của hệ thống các Tài chính tín dụng. Việc điều hành chính sách tiền tệ thông qua các công cụ gián tiếp như nghiệp vụ thị trường mở, tái cấp vốn, dự trữ bắt buộc đã tăng cường khả năng điều tiết vốn khả dụng của các Ngân hàng thương mại, qua đó nâng cao khả năng cung ứng vốn của hệ thống Ngân hàng thương mại cho nền kinh tế.

Cũng trong thời gian này, vốn đầu tư thông qua kênh trung gian tài chính (hệ thống ngân hàng) vào nền kinh tế chiếm trung bình từ 20-22% tổng vốn đầu tư toàn xã hội. Bình quân tăng trưởng huy động vốn (và dư nợ cho vay nền kinh tế) giai đoạn 2001-2005 đạt mức khá cao, từ 20-25% hàng năm. Cùng với nguồn vốn đầu tư từ Ngân sách nhà nước, khu vực dân cư và tư nhân, ODA, FDI và kiều hối, nguồn vốn qua kênh ngân hàng thương mại thực sự đóng vai trò quan trọng trong việc tài trợ cho tín dụng đầu tư phát triển nền kinh tế.

Trong định hướng phát triển ngành ngân hàng giai đoạn 2006 - 2010 đã xác định toàn Ngành cần duy trì tốc độ tăng trưởng huy động vốn, tín dụng từ 22-25%/năm để góp phần thúc đẩy kinh tế tăng trưởng. Như vậy, chỉ tiêu này tiếp tục cao hơn tốc độ tăng vốn đầu tư toàn xã hội (dự kiến 12-13%). Đây được xem là mức phấn đấu khá cao đối với hệ thống ngân hàng trong điều kiện huy động vốn ngày càng gặp nhiều khó khăn, tập trung vào bốn vấn đề:

Một là, tốc độ tăng trưởng kinh tế dù được duy trì ở mức cao trong nhiều năm nhưng thu nhập quốc dân bình quân đầu người vẫn còn thấp, tiết kiệm và tích lũy trong dân cư tuy đã tăng nhưng còn ở mức khiêm tốn và dân cư vẫn chưa thực sự

tin tưởng khi gửi tiết kiệm và sử dụng các dịch vụ của Ngân hàng. Bên cạnh đó, quy mô vốn của các doanh nghiệp còn nhỏ bé, hoạt động chủ yếu bằng vốn vay ngân hàng; nhu cầu đầu tư cao trong khi khả năng tự tích lũy, tài trợ thấp.

Hai là, yếu tố giá cả tăng mạnh trong hai năm gần đây gây ra tâm lý e ngại gửi tiền VND dài hạn vào hệ thống ngân hàng, dẫn đến việc người dân chuyển sang đầu tư vào bất động sản, hoặc tích trữ dưới dạng USD và vàng.

Ba là, xu hướng tăng lãi suất USD tại Mỹ đã làm gia tăng tình trạng đô la hoá trong nền kinh tế, gây sức ép rất lớn lên lãi suất đối với Đồng Việt Nam và gây nhiều khó khăn cho công tác huy động vốn.

Bốn là, mức độ cạnh tranh trên thị trường vốn ngày càng cao, việc huy động vốn của các ngân hàng thương mại phải cạnh tranh với các kênh thu hút vốn khác như tiết kiệm bưu điện, bảo hiểm nhân thọ, hoạt động đầu tư bất động sản, đầu tư cổ phiếu, trái phiếu trên thị trường tài chính.

Về thuận lợi, dưới sự chỉ đạo kịp thời của Quốc hội, Chính phủ, hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách về tài chính-tiền tệ-đầu tư tiếp tục được đổi mới theo hướng tạo môi trường đầu tư và môi trường kinh doanh thuận lợi, thông thoáng và minh bạch, nhằm thu hút tối đa các nguồn tiềm năng để phát triển kinh tế - xã hội.

Môi trường pháp lý cho hoạt động của các doanh nghiệp đã dần được hoàn thiện, Các hình thức và các công cụ huy động nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước đã từng bước được đa dạng hoá và dần thực hiện theo các nguyên tắc thị trường, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư Việt Nam-Nhật Bản, hiệp

định kết nối kinh tế Việt Nam - Singapore đang hứa hẹn những làn sóng đầu tư mới từ các quốc gia này. Giới đầu tư quốc tế đang bày tỏ sự quan tâm ngày càng tăng đối với các cơ hội đầu tư vào Việt Nam. Trong hai ngày 8 và 9 tháng 12/2005, 100 nhà đầu tư với số vốn ước tính 100 tỷ USD đã đến Việt Nam tham dự Hội nghị đầu tư gián tiếp nước ngoài tại Việt Nam do Công ty Vinacapital và VCCI phối hợp tổ chức.

Những rào cản trong quá trình huy động vốn đầu tư trong và ngoài nước trên bình diện nền kinh tế và dưới giác độ hệ thống NHTM.

** Trên bình diện nền kinh tế:*

Dù đã có những sửa đổi nhưng nhìn chung hệ thống luật pháp của Việt Nam vẫn còn quá phức tạp, với nhiều cấp độ khác nhau: Luật, Pháp lệnh, Nghị định, Thông tư. Việc hướng dẫn tạo ra độ trễ khá lớn về thời gian từ khi văn bản quy phạm pháp luật có hiệu lực cho đến khi được áp dụng vào cuộc sống.

Cơ chế chính sách của nhà nước vẫn chưa thực sự tạo cho các doanh nghiệp nhà nước quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm. Các doanh nghiệp nhà nước chưa thể hiện rõ tính độc lập tự chủ trong công tác huy động vốn cho đầu tư sản xuất kinh doanh, còn dựa vào ngân sách nhà nước và vốn vay ngân hàng.

Về huy động vốn trong nước, việc thực hiện cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước còn chậm, Thị trường chứng khoán còn ở trình độ thấp, qui mô nhỏ bé, chất lượng dịch vụ chưa cao, chưa trở thành một kênh huy động vốn dài hạn cho đầu tư phát triển.

Đối với hệ thống ngân hàng thương mại nhà nước (chiếm 75% thị phần tín dụng, huy động vốn của toàn ngành), việc tài

trợ cho các doanh nghiệp nhà nước gặp rất nhiều khó khăn trong công tác thu hồi vốn để tái đầu tư nợ xấu, nợ quá hạn lớn phần nhiều cũng nảy sinh từ hoạt động tài trợ cho các doanh nghiệp này, dẫn đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại thấp do phải thực hiện trích lập dự phòng rủi ro lớn theo quy định hiện hành.

Về huy động vốn ngoài nước, nhiều tiềm năng vốn nước ngoài chưa được khai thác triệt để. Thực hiện ODA và FDI còn thấp so với mức cam kết và đăng ký của các nhà tài trợ, các nhà đầu tư tại Việt Nam. Sự cạnh tranh trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đang ngày càng trở nên gay gắt trong khu vực và trên thế giới trong khi môi trường đầu tư của Việt Nam vẫn bị đánh giá là thiếu nhất quán và kém cạnh tranh; thông tin kém minh bạch, chi phí của một số yếu tố đầu vào còn cao, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp còn hạn chế. Bên cạnh đó, thu hút vốn đầu tư gián tiếp (FII) còn chưa tương xứng với tiềm năng. Việc khơi thông nguồn vốn FII vào các doanh nghiệp của Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Phần nhiều là do Việt Nam chưa thực sự có những quy định pháp lý rõ ràng trong thu hút nguồn vốn này.

** Dưới góc độ hệ thống ngân hàng thương mại*

Hiện nay, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô vốn nhỏ bé trong khi phải thực hiện những nhiệm vụ chiến lược, những dự án có tổng vốn đầu tư lớn nên việc đảm bảo đủ 15% vốn tự có (hoặc 30% đối với các dự án đầu tư theo hình thức B.O.T) để được vay vốn các Ngân hàng thương mại với hình thức đảm bảo nợ vay bằng tài sản hình thành từ vốn vay là rất khó khăn. Ngoài ra, cơ sở pháp lý để xác định phần vốn

này đôi khi còn chưa rõ ràng. Thực tế, có rất ít doanh nghiệp đạt được tỷ lệ vốn tự có này.

Nợ tồn đọng trong các doanh nghiệp nhà nước, đặc biệt là doanh nghiệp ngành xây lắp chưa được giải quyết thoả đáng. Các doanh nghiệp không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ trả nợ Ngân hàng trong khi các ngân hàng thương mại lại chưa nhận được sự hỗ trợ để thu hồi nợ vay từ các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.

Tài sản đảm bảo nợ vay, phát mại tài sản bảo đảm hiện nay là trở ngại lớn cho các ngân hàng thương mại (đặc biệt là tài sản của các doanh nghiệp Nhà nước) vì đa phần các tài sản chưa đủ cơ sở pháp lý để thế chấp, cầm cố. Vì vậy, khi xử lý tài sản đảm bảo Ngân hàng gặp rất nhiều khó khăn và làm giảm sút giá trị của tài sản.

Xử lý tranh chấp liên quan đến nợ vay giữa Ngân hàng và doanh nghiệp nhiều khi còn chưa công bằng, quyền lợi của Ngân hàng chưa được bảo đảm khi doanh nghiệp có nguy cơ mất khả năng thanh toán.

Để đáp ứng được nhu cầu vốn cho phát triển nền kinh tế, rất cần xây dựng và thực hiện các chiến lược huy động vốn hợp lý trong bối cảnh các luồng vốn đầu tư trong nước, khu vực và thế giới có nhiều biến động. Với vị trí là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ - ngân hàng, nhằm tăng khả năng huy động vốn, có một số kiến nghị với Chính phủ, các bộ ngành và đề nghị các cấp chính quyền, các doanh nghiệp như sau:

** Đối với Chính phủ:*

Chính phủ cần đánh giá một cách toàn diện và xử lý hợp lý mối quan hệ giữa nguồn lực trong nước và ngoài nước theo hướng đảm bảo nợ quốc gia nằm trong phạm vi kiểm soát

được. Chỉ đạo các bộ, ngành lập kế hoạch thu hút và sử dụng có hiệu quả, tiết kiệm các nguồn vốn.

Xác định rõ những ngành, lĩnh vực, công trình bắt buộc nhà nước phải đầu tư triệt để và toàn bộ. Những lĩnh vực còn lại cần có kế hoạch, lộ trình cụ thể để huy động vốn đầu tư của toàn xã hội theo một cơ chế đầu tư minh bạch và thuận lợi, không phân biệt thành phần kinh tế.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách để đẩy nhanh quá trình đổi mới, sắp xếp doanh nghiệp nhà nước Đặc biệt là tiến trình cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước, định giá đúng và công khai, minh bạch mọi thông tin trước khi bán cổ phần để nâng cao hiệu quả thu hút vốn từ các nhà đầu tư.

- Chính phủ cần có hướng dẫn cụ thể cho đặc thù hoạt động của các ngân hàng thương mại khi cổ phần hóa.

- Xác định tiêu chí cổ đông chiến lược của các ngân hàng thương mại khi cổ phần hóa là các tập đoàn toàn cầu, các nhà đầu tư quốc tế được tham gia vào hội đồng quản trị để tận dụng được kinh nghiệm, phương thức quản lý và công nghệ tiên tiến.

- Các tài chính tín dụng được chủ động đề xuất và khi được phép của Bộ Tài chính, ngân hàng thương mại có quyền lựa chọn các công ty tư vấn có uy tín lớn trong việc tư vấn xác định giá trị doanh nghiệp, bán cổ phiếu lần đầu, lựa chọn hình thức cổ phần hóa (1 bước, 2 bước) và những vấn đề khác liên quan..

- Trước khi cổ phần hóa cần có cơ chế khuyến khích người lao động như việc bán cổ phần cho CBCNV một cách hợp lý.

Tiếp tục tháo gỡ những vướng mắc về cơ chế, chính sách để phát triển mạnh kinh tế tư nhân và trú trọng trợ giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Tiếp tục cải thiện môi trường thu hút đầu tư nước ngoài, kể cả đầu tư trực tiếp và đầu tư gián tiếp. Bảo đảm quyền kinh doanh của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được mở rộng phù hợp với các cam kết mở cửa thị trường theo các hiệp định thương mại song phương, trong đàm phán gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới.

Cần định hướng về thu xếp vốn cho các dự án có tổng vốn đầu tư lớn, các dự án lớn trên cơ cấu tỷ lệ vốn trong nước, vốn nước ngoài, vốn của ngân hàng thương mại, vốn từ Ngân sách Nhà nước, vốn của chủ đầu tư...

** Đối với Bộ Tài chính, ngân hàng nhà nước, Bộ Tư pháp, Bộ Tài nguyên Môi trường:*

Bộ Tài chính cần nghiên cứu phát triển Thị trường chứng khoán trở thành kênh huy động nguồn lực có hiệu quả, đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư dài hạn cho phát triển kinh tế - xã hội.

Đẩy mạnh việc phát hành Trái phiếu trong nước và quốc tế: Rà soát nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp lớn (nhóm ngành chiến lược cần đầu tư mạnh mẽ) để hướng dẫn thủ tục phát hành trái phiếu quốc tế; xem xét phát hành trái phiếu dài hạn trong nước 10 năm, với lãi suất và khối lượng phù hợp nhằm thu hút vốn trong dân và dần tạo lập thước đo lãi suất chuẩn cho thị trường vốn trong nước.

Bộ Tài chính cho phép các ngân hàng thương mại nhà nước có lộ trình tách bạch dư nợ kế hoạch nhà nước, chỉ định ra khỏi bảng tổng kết tài sản chậm nhất đến 2010, thời điểm cổ phần hoá toàn bộ các ngân hàng thương mại nhà nước theo định hướng của Chính phủ.

Hoàn thiện các cơ chế pháp lý về thế chấp đối với tài sản của các doanh nghiệp nhà nước trên nguyên tắc đảm bảo thuận lợi, đủ căn cứ pháp lý và đặc biệt cần lưu ý đến điều kiện kế thừa và chuyển đổi loại hình doanh nghiệp hiện nay. Cần quy định sao cho khi xử lý tài sản đảm bảo, các Ngân hàng có đầy đủ cơ sở và điều kiện thuận lợi để thu hồi vốn.

Cần sớm thống nhất việc đăng ký giao dịch bảo đảm vào một cơ quan duy nhất là Cục đăng ký quốc gia giao dịch bảo đảm thuộc Bộ Tư pháp để giảm bớt thủ tục, chi phí.

Bộ Tài chính, ngân hàng nhà nước phối hợp hoàn chỉnh khung pháp lý điều chỉnh hoạt động thị trường vốn, tăng cường liên kết giữa thị trường tiền tệ, thị trường vốn và thị trường dịch vụ tài chính.

Bộ Tài chính phối hợp Bộ Tài nguyên - Môi trường xây dựng và phát triển thị trường bất động sản một cách lành mạnh, bao gồm thị trường quyền sử dụng đất và thị trường nhà ở đô thị nhằm giải phóng và phát huy nguồn lực đất đai vào phát triển kinh tế.

** Đối với cộng đồng doanh nghiệp:* Bên cạnh việc sử dụng vốn tự có, vốn vay ngân hàng, cần xác định các phương thức thu hút vốn trong và ngoài nước một cách phù hợp. Cụ thể: các doanh nghiệp nên áp dụng hình thức huy động vốn thông qua phát hành trái phiếu công ty; doanh nghiệp cổ phần có thể lựa chọn khả năng phát hành thêm cổ phiếu và niêm yết trên thị trường chứng khoán trong nước.

Đối với các doanh nghiệp lớn có nhu cầu vay vốn nước ngoài, cần chấp nhận kiểm toán quốc tế, thực hiện xếp hạng tín nhiệm doanh nghiệp để giúp phát hành trái phiếu doanh nghiệp

trên thị trường quốc tế; xác định Chiến lược kinh doanh 5 năm, 10 năm của doanh nghiệp; chủ động nâng cao tính minh bạch về tài chính, có định hướng kinh doanh rõ nét để thu hút nguồn vốn đầu tư gián tiếp từ nước ngoài (FII), từ các quỹ đầu tư...

Một khía cạnh rất quan trọng đối với các doanh nghiệp là việc tăng cường hiệu quả sử dụng vốn; đổi mới công nghệ để tăng hiệu quả đầu tư. Đây là mục tiêu rất quan trọng, ảnh hưởng đến khả năng tái tạo vốn cho chính doanh nghiệp.

2. Trình độ công nghệ sản xuất

Ở Việt Nam, không có việc chuyển giao công nghệ theo license, trong khi những lĩnh vực đầu tư công nghệ cao như bưu chính viễn thông, cơ sở hạ tầng của Việt Nam lại “mở cửa” chưa nhiều. Loại hình đầu tư BOT chỉ có các doanh nghiệp nhà nước rót vốn, còn các doanh nghiệp tư nhân hay nước ngoài hầu như vắng bóng. Thêm vào đó, quy định thắt chặt trong tuyển dụng lao động nước ngoài (chỉ được sử dụng không quá 30% số lượng lao động là người nước ngoài) cũng hạn chế đến việc chuyển giao công nghệ và kinh nghiệm quản lý từ các chuyên gia nước ngoài.

Theo nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế TW (CIEM), trình độ công nghệ, máy móc thiết bị của các doanh nghiệp đạt mức trung bình tiên tiến. Phần lớn các doanh nghiệp hiện đang sử dụng các dây chuyền công nghệ, máy móc thiết bị có mức độ đồng bộ từ mức trung bình đến cao và thuộc thế hệ từ những năm 80 trở lại đây. Số doanh nghiệp sử dụng dây chuyền công nghệ đồng bộ thấp và chắp vá thuộc thế hệ những năm 70 còn không nhiều. Về mức độ làm chủ công

nghệ, các doanh nghiệp vẫn còn phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu, thiết bị công nghệ nhập khẩu; phụ thuộc ít hơn vào bí quyết công nghệ và chuyên gia nước ngoài.

Sự khác biệt về trình độ công nghệ giữa các doanh nghiệp phân theo ngành là tương đối rõ nét do khác nhau về đặc thù, về lịch sử phát triển, cấu trúc, đặc trưng công nghệ, đặc trưng sản phẩm và thị trường, chiến lược phát triển ngành. Tuy nhiên, việc so sánh trình độ công nghệ giữa các doanh nghiệp thuộc ngành này với các doanh nghiệp thuộc ngành khác chỉ có ý nghĩa khi xem xét đến mối quan hệ giữa trình độ công nghệ với yêu cầu phát triển của ngành đó.

CIEM đã thực hiện khảo sát đối với hai nhóm doanh nghiệp, may và hóa chất, với một số đánh giá chung sau:

- Trong lĩnh vực dệt may, trình độ công nghệ của các doanh nghiệp may trong ngành đã được nâng lên một bước so với những khảo sát trước đây, trong khi đó, trình độ công nghệ trong các doanh nghiệp dệt chưa có sự cải thiện đáng kể. Nguyên nhân do ngành may công nghệ không quá phức tạp, vốn đầu tư thấp; sản phẩm chủ yếu xuất khẩu, nên có tốc độ đổi mới công nghệ nhanh hơn, vì vậy máy móc thiết bị trong các doanh nghiệp may khá tiên tiến, đồng bộ và hiện đại. Trong khi đó, máy móc thiết bị trong nhiều doanh nghiệp dệt, ít nhiều đã được đầu tư cải tiến và đổi mới trong mấy năm gần đây, nhưng vẫn còn ở mức thấp, lạc hậu và chấp vá, dẫn đến năng suất thấp do đầu tư vào các thiết bị dệt đòi hỏi vốn lớn, thời gian hoàn vốn dài trong khi hiệu quả lại thấp. Sự tham gia của các doanh nghiệp mới đầu tư vào lĩnh vực này, đặc biệt các doanh nghiệp nước ngoài vẫn hạn chế.

- Trong lĩnh vực hoá chất, trình độ công nghệ của phần lớn

các doanh nghiệp được khảo sát nhìn chung đạt mức đồng bộ và hiện đại trung bình, tuy nhiên rất khác biệt theo các phân ngành và loại hình sở hữu. Ngành hoá chất bao gồm nhiều phân ngành khác nhau nhưng phát triển chưa đồng bộ. doanh nghiệp thuộc các phân ngành như hoá mỹ phẩm; cao su - sẫm lốp; điện hoá (pin, acquy), khí công nghiệp có trình độ công nghệ tiên tiến hơn các phân ngành khác như phân bón, hoá chất cơ bản, và đã đáp ứng được các yêu cầu về sản xuất. Trong khi đó, doanh nghiệp thuộc các phân ngành còn lại cần có sự đầu tư căn bản cho đổi mới công nghệ, trang thiết bị nhằm đáp ứng được yêu cầu về năng lực sản xuất của phân ngành cũng như mục tiêu đồng bộ hoá toàn ngành hóa chất.

Theo loại hình sở hữu, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hiện đang có ưu thế hơn cả về trình độ công nghệ do có khả năng về vốn và cơ hội chuyển giao công nghệ, tiếp cận công nghệ tiên tiến của nước ngoài. Hầu hết các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được khảo sát hiện đang sử dụng các dây chuyền công nghệ tiên tiến và đồng bộ cao. Trong khi đó, ở các doanh nghiệp nhà nước, ngoại trừ một số doanh nghiệp có quy mô lớn, nhiều công nghệ, máy móc thiết bị cũ, thủ công, và chắp vá hiện vẫn được sử dụng tương đối phổ biến. Nguyên nhân là do hầu hết các doanh nghiệp này thiếu vốn để đầu tư cho các hoạt động đổi mới công nghệ.

Với tình trạng công nghệ còn rất lạc hậu như vậy thì thái độ của các doanh nghiệp đối với hoạt động đổi mới công nghệ là như thế nào? Hầu hết các doanh nghiệp được phỏng vấn đã nhận thức được vai trò quan trọng của công nghệ trong việc nâng cao năng suất, nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp

trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay và có thái độ tương đối tích cực khi đánh giá sự cần thiết phải đổi mới công nghệ. Tuy nhiên, đánh giá mức độ cần thiết giữa các hoạt động của doanh nghiệp chưa có sự khác biệt đáng kể và điều này đặt ra câu hỏi phải chăng doanh nghiệp chưa xác định được rõ hoạt động nào là cấp thiết nhất trong hoàn cảnh của mình mà mới nhận thức các nhu cầu đổi mới công nghệ một cách khá chung chung.

Không có sự khác biệt đáng kể về đánh giá của các doanh nghiệp thuộc hai ngành nghiên cứu về mức độ cần thiết tiến hành các hoạt động đổi mới công nghệ. Tuy nhiên, xét theo loại hình sở hữu, các doanh nghiệp nhà nước đánh giá hầu hết các hoạt động đổi mới công nghệ là ở mức độ cần thiết khá cao và gần như ngang bằng nhau, ngoại trừ hoạt động bố trí lại tổ chức sản xuất được các doanh nghiệp dệt may đánh giá cần thiết hơn. Đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, điều dễ hiểu là do có ưu thế về trình độ công nghệ, lại chịu sức ép của thị trường nước ngoài, nên các doanh nghiệp này đánh giá các hoạt động liên quan đến sản phẩm mới và nâng cao nguồn nhân lực công nghệ cần thiết hơn các hoạt động cải tiến/đầu tư mới dây chuyền công nghệ. Đánh giá về mức độ cần thiết đối với các hoạt động đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp tư nhân thường thấp hơn so với các khối khác, tuy nhiên việc bố trí lại tổ chức sản xuất được các doanh nghiệp này cho là cần thiết tương đương với cải tiến dây chuyền công nghệ hay đầu tư cho sản phẩm mới. Điều này là do các doanh nghiệp tư nhân do ít vốn, sản phẩm chủ yếu phục vụ thị trường nội địa, lại khá mềm dẻo, linh hoạt

trong kinh doanh nên việc tối đa hoá tận dụng các nguồn lực là thực sự phù hợp và cần thiết.

Nhận thức được tầm quan trọng của đổi mới công nghệ với sản xuất, hầu hết các doanh nghiệp đã tiến hành đầu tư vào đổi mới công nghệ. Việc đầu tư này đôi khi không trùng với những đánh giá về mức độ cần thiết, xét về cả quy mô và tính chất của hoạt động đổi mới. Nguyên nhân một phần cũng là do các doanh nghiệp đôi khi “lực bất tòng tâm”, muốn đổi mới nhưng không đủ nhân lực, vật lực, hoặc bị cản trở bởi những yếu tố khách quan khác. Phần khác, do các doanh nghiệp chưa xác định được ưu tiên trước mắt trong tiến hành đổi mới công nghệ.

Hoạt động được các doanh nghiệp tiến hành nhiều nhất, không kể theo ngành, loại hình sở hữu, hay địa bàn của doanh nghiệp là cải tiến quy trình sản xuất hiện có. Đối với các doanh nghiệp trong nước, hoạt động cải tiến thường ít tốn kém và dễ thực hiện hơn so với đầu tư mới trong khi đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, do trình độ công nghệ đã tiên tiến nên cải tiến đã có thể đáp ứng yêu cầu của sản phẩm. Ngoài ra, thống kê của doanh nghiệp ở đây bao gồm cả những can thiệp nhỏ vào quy trình sản xuất nên cũng làm cho số doanh nghiệp tiến hành cải tiến tăng lên.

Áp dụng các quy trình sản xuất mới cũng được nhiều doanh nghiệp tiến hành tuy nhiên đa phần là phục vụ mục đích mở rộng sản xuất hơn là đổi mới công nghệ. Theo ngành, không có sự khác biệt lớn giữa tỷ lệ các doanh nghiệp tiến hành, tuy nhiên theo loại hình sở hữu, các doanh nghiệp tư nhân có tỷ lệ tiến hành thấp nhất. Nghiên cứu triển khai đã

được chú ý đầu tư ở nhiều doanh nghiệp, kể cả các doanh nghiệp tư nhân. Tuy nhiên, nghiên cứu triển khai ở đây phần nhiều là những nghiên cứu nhằm hỗ trợ cho việc tiếp thu và vận hành những công nghệ nhập khẩu hơn là các nghiên cứu liên quan đến cải tiến/nâng cấp, sáng tạo ra công nghệ mới. Các doanh nghiệp dẹt may có tỷ lệ tiến hành nghiên cứu triển khai cao hơn so với các doanh nghiệp hoá chất. Theo loại hình sở hữu, hầu hết các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đều tiến hành hoạt động này do có động lực là sự hỗ trợ từ phía nhà nước đối với doanh nghiệp nhà nước và từ công ty mẹ đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Trong khi đó, các doanh nghiệp tư nhân ít thực hiện hoạt động này hơn vì trong điều kiện của họ, hoạt động này chưa thực sự cần thiết. Mức độ đầu tư tài chính cho đổi mới công nghệ của doanh nghiệp đã tăng lên so với những kết quả khảo sát trước đây, chiếm khoảng 3% doanh thu một năm, tương đương với khoảng 5 tỷ đồng một doanh nghiệp/năm. Tuy nhiên, mức độ đầu tư tài chính rất khác biệt trong từng doanh nghiệp. Những doanh nghiệp thành công và có chỗ đứng trên thị trường, những doanh nghiệp có vốn nước ngoài thường có tỷ lệ đầu tư tài chính cho đổi mới công nghệ trên doanh thu cao hơn so với các doanh nghiệp khác.

Do cơ chế đầu tư đổi mới công nghệ xuất phát từ nhu cầu cấp bách của bản thân doanh nghiệp, nên hoạt động đổi mới công nghệ đã đem lại một số kết quả nhất định. Tỷ lệ doanh nghiệp tiến hành đổi mới công nghệ thu được kết quả là tương đối cao, mặc dù đây chỉ là những tính toán tương đối vì quá trình đổi mới công nghệ không có chu kỳ xác định.

- Các yếu tố tác động đến đổi mới công nghệ của doanh nghiệp

Quá trình đổi mới công nghệ trong các doanh nghiệp chịu tác động của nhiều nhân tố, tuy nhiên những nhân tố có tác động mang tính quyết định đến quá trình đổi mới công nghệ của doanh nghiệp chính là những nhân tố xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp, từ thực tế sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nói một cách khác, đây chính là những sức ép trực tiếp đối với doanh nghiệp.

Nguyên nhân của thực tế này đến từ hai phía: doanh nghiệp và nhà nước.

- Về phía doanh nghiệp, các doanh nghiệp chưa có được tầm nhìn lâu dài, mang tính chiến lược, do đó, chưa có kế hoạch đổi mới công nghệ dài hạn nhằm đạt được sự phát triển bền vững. Hiện tại, quyết định về đổi mới công nghệ của nhiều doanh nghiệp, xét cho cùng, cũng dựa trên lợi ích ngắn hạn.

- Về phía Nhà nước, việc đưa ra các chính sách, quy định pháp luật khuyến khích doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ chưa thực sự thích hợp, thoả đáng, chưa đặt doanh nghiệp trước sức ép phải đổi mới công nghệ để tồn tại. Đồng thời, công tác tuyên truyền cho các chính sách, quy định chưa đầy đủ, việc thực hiện chưa nghiêm nên chưa khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ, thậm chí, đôi khi lại có những tác động tiêu cực.

Cụ thể, về các nhân tố thúc đẩy, nhân tố có tác động thúc đẩy lớn nhất là những yêu cầu từ bên trong doanh nghiệp như nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm; nâng cao năng suất; nâng cao sức cạnh tranh... Các nhân tố thuộc về môi

trường bên ngoài có tác động thúc đẩy ít hơn nhiều, đa phần không mang tính quyết định đối với quá trình đổi mới công nghệ của doanh nghiệp.

Tương tự, các nhân tố cản trở chính cũng chính là những nhân tố từ bên trong doanh nghiệp như thiếu vốn, thiếu thông tin công nghệ thị trường, thiếu nhân lực có trình độ chuyên môn. Trong khi đó, tác động cản trở của các nhân tố khác như môi trường luật pháp, những rủi ro đầu tư, quy trình xin hỗ trợ đổi mới kéo dài tương đối hạn chế và không mang tính quyết định. Xét theo ngành, các nhân tố tác động đến quá trình đổi mới công nghệ giữa các nhóm doanh nghiệp không có sự khác biệt đáng kể. Điều này cho thấy, yếu tố ngành không có tác động nhiều đến việc đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp.

Xét theo loại hình sở hữu, có sự khác biệt giữa mức độ tác động của một số nhân tố đến các nhóm doanh nghiệp khác nhau. Những khác biệt này chủ yếu do đặc thù về sở hữu của doanh nghiệp tạo nên. Chẳng hạn, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ít chịu tác động thúc đẩy của các nhân tố thúc đẩy bởi lẽ việc đổi mới công nghệ ở nhóm doanh nghiệp này được thực hiện mang tính chiến lược và thường xuyên, tuy nhiên, nhân tố có tác động cản trở lớn nhất đối với các doanh nghiệp này lại là thiếu nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao để có thể thích ứng được với những đổi mới.

- Nguồn gốc của ý tưởng đổi mới, phương thức thực hiện đổi mới công nghệ, cách thức nghiên cứu thị trường của DN

- Về nguồn gốc ý tưởng đổi mới:

Hầu hết các doanh nghiệp hiện nay chủ yếu tiến hành đổi mới là do nhu cầu nảy sinh trong quá trình sản xuất của doanh

nghiệp khi đã trở nên quá cấp thiết và bức bách. Đây không những là nguồn gốc chính của các hoạt động đổi mới công nghệ của doanh nghiệp mà còn là động lực có tác động thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới công nghệ lớn nhất. Kết quả khảo sát cho thấy không phải doanh nghiệp nào cũng nhận thức được rằng, những hoạt động đổi mới kiểu “đối phó”, mang tính tình huống như vậy có thể giải quyết những khó khăn trước mắt, nhưng hiệu quả kinh tế không cao, nếu xét về lâu dài. Những doanh nghiệp thành công và có chỗ đứng trên thị trường, bất kể lĩnh vực hoạt động là dệt may hay hoá chất; thuộc loại hình sở hữu nhà nước, tư nhân hay có vốn đầu tư nước ngoài, đều có chính sách đầu tư cho đổi mới công nghệ tương đối tích cực, mạnh dạn và dài hạn. Bức tranh đổi mới công nghệ tại các doanh nghiệp này là đáng khích lệ cả về số lượng các hoạt động cũng như quy mô và tính chất của các hoạt động. Điều đó chứng tỏ các doanh nghiệp này đã xây dựng được cho mình một chiến lược kinh doanh, thị trường cần chiếm lĩnh và thực sự sẵn sàng tham gia vào cuộc cạnh tranh trên thương trường. Còn lại, việc đầu tư cho đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp khác chủ yếu vẫn mang tính bị động, nhỏ lẻ và từng phần.

Xét theo ngành, các doanh nghiệp hoá chất dường như chủ động trong việc đổi mới công nghệ hơn là các doanh nghiệp dệt may. Điều này thể hiện ở chỗ, việc đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp hoá chất xuất phát từ nhiều nguồn hơn, trong đó bao gồm những đề xuất của cán bộ được đào tạo, trung tâm thông tin, hội chợ, hội thảo, vv...

Xét theo loại hình sở hữu, một điều dễ hiểu là các doanh

ng nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chủ yếu đổi mới công nghệ xuất phát từ nhu cầu nảy sinh trong quá trình sản xuất và do khách hàng yêu cầu gợi ý. Trong khi đó, việc đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp nhà nước xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, và mang tính tổng hợp.

- Về phương thức tiến hành:

Về phương thức thực hiện đổi mới công nghệ, thông thường các doanh nghiệp kết hợp một số phương thức để quá trình đổi mới công nghệ đạt hiệu quả, tuy nhiên vẫn mang tính tương đối khép kín, chủ yếu là mua công nghệ từ nước ngoài vốn được cho là có hiệu quả nhanh nhất, và bắt chước thiết kế lại theo mẫu. Số các doanh nghiệp tự nghiên cứu triển khai trong nội bộ doanh nghiệp hay số doanh nghiệp có quan hệ hợp tác với các cơ quan khoa học trong nước và số doanh nghiệp mua công nghệ từ nguồn trong nước đã có nhưng chưa nhiều. doanh nghiệp chưa chú ý liên kết, hợp tác với các cơ quan khoa học trong nước và nếu có phần nhiều ở các doanh nghiệp nhà nước và do phía cung chủ động tiếp cận. Mối quan hệ giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần sở hữu khác nhau còn hạn chế, do đó chưa phát huy được tác động tràn từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài vốn ưu việt về trình độ chuyên môn, đổi mới công nghệ cũng như kỹ năng quản lý.

Xét theo ngành, các doanh nghiệp hoá chất sử dụng nhiều phương thức hơn trong khi các doanh nghiệp dệt may chủ yếu là mua công nghệ từ nước ngoài và bắt chước thiết kế lại theo mẫu. Điều này một phần cũng là do năng lực sản xuất trong nước đã đáp ứng được phần nào nhu cầu về máy móc thiết bị

trong một số phân ngành của lĩnh vực hoá chất, do đó, các doanh nghiệp hoá chất có nhiều sự lựa chọn hơn.

Xét theo loại hình sở hữu, ngoài phương thức mua công nghệ từ nguồn ngoài nước được hầu hết các doanh nghiệp thuộc các hình thức sở hữu khác nhau sử dụng, các doanh nghiệp nhà nước sử dụng kết hợp nhiều phương thức hơn so với các nhóm doanh nghiệp còn lại. Các doanh nghiệp tư nhân chủ yếu sử dụng phương thức bất chuyển thiết kế lại theo mẫu vì phương thức này ít tốn kém, phù hợp với điều kiện của họ. Trong khi đó, với năng lực vốn và công nghệ, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chủ yếu tiến hành nghiên cứu triển khai trong nội bộ doanh nghiệp.

- Về hoạt động nghiên cứu thị trường và đăng ký bảo hộ:

Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp đã chú trọng hơn trong việc đầu tư tiến hành các hoạt động này so với các đánh giá trước đây. Tuy nhiên, nghiên cứu thị trường ở các doanh nghiệp mới chỉ rất sơ khai, giản đơn, thiếu tính thường xuyên, liên tục.

Xét theo ngành, do đặc thù gia công là chủ yếu, các doanh nghiệp dệt may ít chú trọng đến nghiên cứu thị trường hơn so với việc đăng ký nhãn hiệu hàng hoá. Trong khi đó, xét theo loại hình sở hữu, không có sự khác biệt đáng kể giữa các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài về tỷ lệ doanh nghiệp tiến hành các hoạt động này. Tuy nhiên, ở khối doanh nghiệp tư nhân, ngoại trừ các doanh nghiệp thành công và có chiến lược kinh doanh dài hạn, ở các doanh nghiệp còn lại, các hoạt động này chưa được chú trọng ở mức độ cần thiết.

Kết quả khảo sát cho thấy mặc dù Nhà nước đã ban hành và thực hiện những chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tiến hành đổi mới công nghệ, tuy nhiên về phía doanh nghiệp, họ vẫn chưa nắm bắt đầy đủ thông tin về các chính sách này cũng như chưa tích cực hưởng ứng các cơ chế và chính sách đó. Vì vậy, để nâng cao nhận thức cũng như thúc đẩy doanh nghiệp tiến hành đổi mới công nghệ, trước hết Nhà nước cần thực hiện đồng bộ các chính sách mang tính vĩ mô nhằm tạo sân chơi bình đẳng cho các doanh nghiệp và tạo lòng tin cho doanh nghiệp vào các chính sách của nhà nước. Cụ thể:

- Tiếp tục thực hiện cải cách kinh tế vĩ mô, hoàn thiện môi trường pháp lý theo hướng kinh doanh bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, soạn thảo và ban hành luật doanh nghiệp chung cho tất cả các loại hình doanh nghiệp, đẩy nhanh quá trình sắp xếp, đổi mới các doanh nghiệp nhà nước.

- Tạo cơ chế gắn kết giữa doanh nghiệp và các tổ chức nghiên cứu triển khai để tăng tính ứng dụng của các đề tài nghiên cứu, sao cho các đề tài nghiên cứu xuất phát từ và phục vụ nhu cầu thực tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Có chính sách khuyến khích hình thành các tổ chức cung cấp và thông tin công nghệ đồng thời có cơ chế cung cấp thông tin công bằng cho mọi đối tượng doanh nghiệp để các doanh nghiệp có cơ hội cập nhật thông tin, lựa chọn và xác lập phương án đổi mới công nghệ.

Cùng với những giải pháp vĩ mô, Nhà nước cần hoàn thiện, bổ sung, sửa đổi và ban hành những chính sách cụ thể liên quan đến đổi mới công nghệ như sau:

• Đẩy mạnh công tác thông tin, phổ biến chính sách và triển khai các chính sách đã ban hành. Hiện nay, các doanh nghiệp chưa nắm bắt một cách đầy đủ về cơ chế và chính sách khuyến khích đổi mới công nghệ của Nhà nước cũng như đối tượng được áp dụng các ưu đãi này. Mặt khác, các chính sách trên phần nhiều mới chỉ được quy định trong các văn bản pháp luật mà chưa thực sự được triển khai và đi vào thực tế. Việc triển khai thực hiện, nếu có lại phức tạp, rườm rà và tốn nhiều thời gian gây mất lòng tin của doanh nghiệp.

• Bổ sung và ban hành các chính sách mới, bao gồm:

- Miễn giảm thuế thu nhập đối với các Viện nghiên cứu bán các kết quả nghiên cứu công nghệ, đối với hoạt động chuyển giao công nghệ và đào tạo liên quan đến công nghệ.

- Khuyến khích doanh nghiệp lập quỹ nghiên cứu đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm thông qua cho phép doanh nghiệp trích tỷ lệ % từ doanh thu và sử dụng một phần quỹ phát triển sản xuất và cho phép doanh nghiệp tính chi phí nghiên cứu khoa học vào giá thành sản xuất

- Sớm cho ra đời quỹ Đầu tư mạo hiểm để hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ

- Cho phép doanh nghiệp thành lập quỹ hỗ trợ phát triển sản phẩm để khuyến khích doanh nghiệp đầu tư và cải tiến sản phẩm

- Miễn thuế giá trị gia tăng cho việc nhập khẩu các thiết bị sử dụng cho hoạt động nghiên cứu triển khai và cho phép hạch toán chi phí nghiên cứu triển khai vào chi phí cố định - Có chính sách cho vay ưu đãi với lãi suất thấp cho các dự án đổi mới công nghệ nhằm hỗ trợ doanh nghiệp.

3. Nguồn nhân lực

Thời gian qua, Trung Quốc - quốc gia được đánh giá là có thế mạnh về nguồn nhân lực - đã đầu tư vào Việt Nam chủ yếu trên lĩnh vực nguyên liệu thô như than đá, bauxit và xây dựng đường bộ, đường sắt nối liền vùng duyên hải Việt Nam với miền Nam Trung Quốc. Tại Vĩnh Yên, Trần Quốc Huy, kỹ sư dệt may người Trung Quốc, đang điều hành một nhà máy sợi có 600 công nhân cho biết: *“Các nhà máy Trung Quốc đang đổ xô tới Việt Nam ngày càng nhiều - giá nhân công ở đây thấp hơn Trung Quốc 25 - 30%”*. Như phần trên đã trình bày, Nhật Bản cũng đánh giá cao về nguồn nhân lực của Việt Nam, và nhờ có yếu tố nhân lực này mà thứ hạng năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong con mắt các doanh nghiệp Nhật Bản rất khả quan, xếp thứ tư trên toàn thế giới.

Lực lượng lao động của Việt Nam khá đông đảo, vào năm 2004 lực lượng lao động khoảng 43,25 triệu người, nam 51%, nữ 49%, tăng 22,9% so với năm 1996. Trong giai đoạn 2000-2004, bình quân mỗi năm lực lượng lao động cả nước tăng thêm 1,2 triệu người (tăng 2,5%/năm). Mức tăng bình quân khá cao tạo nên sức ép trên thị trường lao động đối với cầu lao động, thể hiện ở tỷ lệ thất nghiệp của năm 2004 là 5,6%. Lao động ở khu vực nông thôn vẫn chiếm tỉ lệ lớn, năm 2004 lực lượng lao động nông thôn có 32,7 triệu người, chiếm 75,6% lực lượng lao động cả nước, lực lượng lao động thành thị là 10,55 triệu người, chiếm 24,4%.

Nhưng tỷ lệ lao động qua đào tạo còn thấp, một bộ phận lớn thanh niên trong độ tuổi 18 - 23 (khoảng 80%) bước vào

thị trường lao động, nhưng chưa qua đào tạo nghề. Lao động phổ thông dư thừa lớn, song thiếu lao động kỹ thuật lành nghề, thiếu chuyên gia, doanh nhân, nhà quản lý, cán bộ khoa học và công nghệ có trình độ cao. Trong lực lượng lao động, số lao động qua đào tạo tăng liên tục trong nhiều năm, năm 1996 lao động qua đào tạo là 10,4%, trong đó 7,5% qua đào tạo nghề; đến năm 2004 tăng lên 22,3%, trong đó qua học nghề 13,3%. Trong 4 năm (từ 2001 đến 2004) tuyển mới đào tạo nghề cho 4126 nghìn người, bình quân tăng gần 9%/năm, trong đó đào tạo nghề dài hạn 653 nghìn người, tăng bình quân trên 16%/năm; lực lượng lao động qua đào tạo cao đẳng, đại học tăng 4,8%/năm. Sự tăng nhanh của lao động qua đào tạo, đặc biệt là qua đào tạo nghề là yếu tố quan trọng nâng cao chất lượng của cung lao động, đáp ứng nhu cầu của người sử dụng lao động trong các khu vực và các thành phần kinh tế. Tuy nhiên cũng phải thấy rằng, chất lượng lao động còn có sự khác biệt khá xa xét theo khu vực thành thị, nông thôn. Năm 2004, lực lượng lao động thành thị lao động qua đào tạo chuyên môn kỹ thuật là 45,5%, trong khi nông thôn là 13,3%. Nhìn chung, chất lượng lao động nước ta còn một số yếu điểm như: tỷ lệ lao động qua đào tạo còn thấp, thiếu công nhân kỹ thuật lành nghề và lành nghề cao; chưa có tác phong công nghiệp, cơ cấu cấp trình độ chuyên môn kỹ thuật của lao động qua đào tạo còn bất hợp lý (năm 2003: CĐ, ĐH và trên ĐH - THCN - CNKT là 1 - 0,9 - 2,7)... Các tồn tại này đã được các cơ quản lý nguồn nhân lực quan tâm từ nhiều năm nay, và hiện đang thực hiện các giải pháp tích cực nhằm chuẩn bị đội ngũ lao động chuyên môn kỹ thuật để phù hợp với nhu cầu của thị trường lao động.

Lực lượng lao động nước ta còn nhiều hạn chế về ý thức, tác phong công nghiệp, thể lực và trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; năng lực hành nghề chưa đáp ứng tốt nhu cầu nhân lực của người sử dụng lao động nên còn một tỷ lệ đáng kể lao động qua đào tạo không tìm kiếm được việc làm thích hợp hoặc làm không đúng với trình độ và nghề được đào tạo. So với các nước trong khu vực, thứ bậc xếp hạng về chất lượng nguồn nhân lực của nước ta còn thấp (Việt Nam chỉ đạt 3,79/10 so với Trung Quốc là 5,73/10 và Thái Lan là 4,04/10). Nước ta không chỉ thiếu lực lượng lao động kỹ thuật, mà còn thiếu trầm trọng cả đội ngũ cán bộ hành chính, cán bộ quản lý chất lượng cao.

Cầu lao động: tính đến ngày 1-7-2004 tổng cầu lao động (lao động thực tế đang làm việc trong nền kinh tế) là 42,33 triệu người, tốc độ tăng bình quân 1996 - 2004 là 2,54%/năm. Cầu lao động có mức tăng khá cao là do có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và ổn định, và sự chuyển dịch tích cực của cơ cấu kinh tế theo chiều hướng tăng tỷ trọng kinh tế ở khu vực dịch vụ và công nghiệp. Một nguyên nhân quan trọng nữa có ảnh hưởng lớn đến việc tạo mở việc làm nhanh trong thời kỳ này là tỷ lệ vốn đầu tư trong GDP liên tục được tăng lên, từ 14,2% năm 1985 lên khoảng 33% năm 2004. Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh xuất khẩu cũng có tác động tích cực đến tạo mở việc làm, thu hút lao động. Mức cầu lao động trong các loại hình doanh nghiệp cụ thể như sau:

- Cầu lao động trong doanh nghiệp nhà nước: quá trình cải cách doanh nghiệp nhà nước đã làm cho lao động trong khu vực doanh nghiệp này giảm cả tuyệt đối và tương đối, từ 2500

nghìn người năm 1989 xuống còn 2200 nghìn người năm 2004. Khu vực doanh nghiệp nhà nước ít có khả năng thu hút lao động ở qui mô lớn, do một bộ phận lớn làm ăn kém hiệu quả hoặc đang trong quá trình sắp xếp, chuyển đổi hình thức sở hữu; bộ phận khác gặp khó khăn trong sản xuất - kinh doanh trước yêu cầu nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh bình đẳng, một số khác thì bị giải thể.

- Cầu lao động trong doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài: khu vực có vốn đầu tư nước ngoài có tốc độ tăng việc làm cao và có ảnh hưởng khá lớn đối với việc thúc đẩy phát triển mức cầu trên thị trường lao động. Năm 1997, số lao động làm việc trong khu vực có vốn đầu tư nước ngoài là 130 nghìn người, đến năm 2004 là 691 nghìn người. Các năm 2001-2004 tốc độ tăng lao động bình quân của khu vực này là 30,2%, trong đó doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài tăng bình quân 37%/năm.

- Cầu lao động trong các doanh nghiệp ngoài quốc doanh: sự phát triển của các doanh nghiệp ngoài quốc doanh có vai trò quan trọng trong việc tạo ra mức cầu lao động hàng năm trên thị trường lao động. Tính đến năm 2004, doanh nghiệp ngoài quốc doanh thu hút 1700 nghìn lao động, chiếm tỷ lệ 36,5% tổng số lao động của khu vực doanh nghiệp, tốc độ tăng lao động bình quân trong khu vực doanh nghiệp ngoài quốc doanh các năm gần đây là 28%.

- Trên tổng thể, lao động được thu hút vào làm việc trong khu vực doanh nghiệp có chất lượng như sau: 50,6% là lao động chưa qua đào tạo, 29,2% công nhân kỹ thuật, 7,4%, lao động trung học chuyên nghiệp, 12,8% cao đẳng, đại học trở lên.

- Cầu lao động khu vực hành chính sự nghiệp: hiện nay, lao động làm việc trong khu vực hành chính sự nghiệp là 1789,4 nghìn người, từ năm 1995 trở lại đây, bình quân mỗi năm tăng gần 5%. Cầu lao động trong khu vực hành chính sự nghiệp tăng lên chủ yếu là do có sự phát triển của các ngành như: giáo dục, đào tạo, y tế, quản lý nhà nước... và yêu cầu mới đối với công việc quản lý, điều hành nền kinh tế thị trường.

- Cầu lao động làm thuê ở nông thôn: hiện nay cả nước có 2.017 làng nghề thủ công thuộc 11 nhóm nghề chính. Các làng nghề thu hút khoảng 2501 nghìn lao động làm công ăn lương. Ngoài ra có gần 110 nghìn trang trại hoạt động, bình quân mỗi trang trại sử dụng 3,4 lao động thuê mướn. Tổng số lao động làm thuê trong các trang trại khoảng 375 nghìn người. Kinh tế hộ cũng có vai trò không nhỏ trong thu hút lao động trên thị trường lao động nông thôn. ở một số vùng kinh tế thị trường phát triển (vùng ven thị xã, thành phố, khu công nghiệp tập trung, vùng nông nghiệp hàng hóa xuất khẩu...) bình quân 23% hộ gia đình nông thôn có thuê lao động trong năm, chủ yếu là thuê không thường xuyên, ngắn hạn và theo mùa vụ.

- Cầu lao động của hộ kinh doanh dịch vụ: hiện nay cả nước có khoảng 2,381 triệu hộ kinh doanh cá thể, tiểu thương, tiểu chủ, dịch vụ. Theo điều tra gần đây của Bộ LĐTBXH cho thấy, bình quân mỗi hộ kinh doanh cá thể thuê 0,5 lao động, thu hút khoảng 1,19 triệu lao động và hàng vạn lao động giúp việc gia đình, góp phần tăng tổng cầu trên thị trường lao động.

- Cầu lao động ngoài nước: trong 4 năm 2001-2004, Việt Nam đã đưa 217.000 lao động và chuyên gia đi làm việc có thời hạn ở nước ngoài. Riêng năm 2004 đưa 60.000 nghìn

người đi làm việc ở nước ngoài, đến nay đã có trên 400.000 lao động đang làm việc ở 40 nước và vùng lãnh thổ. Xuất khẩu lao động góp phần vào điều chỉnh quan hệ cung - cầu trên thị trường lao động, có tác động đến sự phát triển hệ thống dịch vụ cung ứng lao động, kích thích người lao động học nghề.

Theo xu hướng cung lao động trong các năm 2005- 2010, quy mô cung lao động tiếp tục tăng, dân số trong độ tuổi lao động năm 2005 là 51,58 triệu người, chiếm 63,7% dân số, trong đó thành thị 14,96 triệu người, nông thôn 36,62 triệu người. Theo dự báo đến năm 2010, dân số trong độ tuổi lao động là 56,82 triệu người, chiếm 64,4% dân số, mức tăng khoảng 1,05 triệu người/năm. Năm 2005, lực lượng lao động khoảng 44,6 triệu người và năm 2010 tăng lên khoảng 50,5 triệu người. Tốc độ tăng lực lượng lao động giai đoạn 2006-2010 khoảng 2,65%/năm. Đồng thời, dưới tác động của chính sách phát triển giáo dục, đào tạo và với việc tham gia sâu rộng hơn vào thị trường lao động nước ngoài (thông qua xuất khẩu lao động), chất lượng lao động tiếp tục được cải thiện. Trong lực lượng lao động, tỷ lệ lao động qua đào tạo khoảng 25,5% vào năm 2005, trong đó đào tạo nghề 19% và 40% vào năm 2010, trong đó đào tạo nghề 26,6%.

Về xu hướng cầu lao động, theo phương án phát triển kinh tế với tốc độ tăng GDP bình quân 8%/năm, đầu tư toàn xã hội bình quân 35% GDP/năm, năng suất lao động xã hội tăng bình quân 5%/năm thì tổng cầu lao động năm 2005 của toàn nền kinh tế khoảng 43,4 triệu lao động (thành thị 24,8%), và đến năm 2010 là 49,1 triệu lao động (thành thị 29,4%). Cầu lao động trên thị trường lao động (lao động làm công ăn lương) của năm 2005 khoảng 12,2 triệu người, và con số này ở năm

2010 là 19,6 triệu người, trong đó, lao động làm công ăn lương trong doanh nghiệp là 11,05 triệu lao động và ngoài doanh nghiệp là 8,55 triệu người.

Cầu lao động cho xuất khẩu lao động có xu hướng tăng dần, thời kỳ 2005 - 2010 bình quân xuất khẩu lao động đạt 80 - 100 nghìn người/năm, trong đó trên 50% là lao động có nghề.

Xu hướng tiền công, tiền lương trên thị trường lao động: theo dự báo của các cơ quan chức năng thì đến năm 2010, tiền lương tối thiểu khoảng 600-700 nghìn đồng, tiền lương bình quân trả cho người lao động trong các doanh nghiệp tăng gấp 2-2,5 lần so với năm 2005.

*** Các giải pháp phát triển thị trường lao động:**

Thời kỳ 2005-2010 việc phát triển thị trường lao động nhằm đáp ứng yêu cầu của quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế cần chú trọng vào các giải pháp sau:

• Các giải pháp đối với cung lao động:

- Tiếp tục thực hiện chính sách kế hoạch hóa dân số và gia đình để trong tương lai đảm bảo tốc độ tăng dân số trong độ tuổi lao động hàng năm hợp lý, hình thành nguồn nhân lực chất lượng cao, tiến tới cân bằng cung - cầu lao động.

- Phát triển giáo dục, đào tạo là giải pháp có tính chiến lược lâu dài để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và phát triển cung lao động chuyên môn kỹ thuật trên thị trường lao động.

Các giải pháp cụ thể là:

+ Đối với các trường cao đẳng, đại học, trung học chuyên nghiệp cần hoàn thiện chuẩn mực quốc gia về trường, lớp, đội

ngũ giáo viên, cơ sở vật chất, trang thiết bị giảng dạy, nội dung, chương trình và phương pháp giảng dạy để nâng cao chất lượng đào tạo trong toàn hệ thống. Phân bố hợp lý các trường đào tạo, các cấp trình độ trên các vùng trong phạm vi cả nước.

+ Mở rộng và nâng cấp hệ thống dạy nghề cho người lao động ở 3 cấp trình độ: sơ cấp nghề, trung cấp nghề, cao đẳng nghề và liên thông giữa các cấp trình độ; đồng thời chuyển sang đào tạo theo định hướng cầu lao động; đào tạo gắn với sử dụng, gắn với nhu cầu của sản xuất, cung cấp lao động có chất lượng về tay nghề, sức khỏe, kỷ luật lao động, tác phong công nghiệp và các phẩm chất khác để đáp ứng được thị trường trong nước và nước ngoài.

+ Đa dạng hóa các loại hình trường, lớp dạy nghề (của Nhà nước, của tư nhân và quốc tế), hình thành thị trường dạy nghề phù hợp với pháp luật).

+ Thực hiện quy hoạch, đầu tư tập trung vào hệ thống dạy nghề kỹ thuật thực hành. Quan tâm xây dựng hệ thống trường dạy nghề trọng điểm quốc gia, trường cao đẳng nghề, trong đó có các trường đạt tiêu chuẩn khu vực; các tỉnh, thành phố đều có trường dạy nghề, mỗi quận huyện đều có trung tâm dạy nghề, phát triển cơ sở dạy nghề ngoài công lập.

- Đảm bảo vận hành hiệu quả thị trường lao động, thị trường không bị chia cắt bởi các yếu tố chính sách hành chính; lao động được tự do di chuyển dưới sự chi phối của mức tiền lương, tiền công trên thị trường lao động. Phát triển thị trường lao động vùng, địa phương, tạo ra mức cầu lao động

tại chỗ để điều chỉnh hợp lý sự di chuyển lao động trên thị trường lao động.

• *Các giải pháp đối với cầu lao động:*

- Tiếp tục hoàn thiện các quy định pháp luật kinh doanh, tạo môi trường thuận lợi cho khu vực kinh tế tư nhân phát triển, vì đây và khu vực có khả năng tạo ra nhiều việc làm. Đặc biệt và tạo môi trường đầu tư, chuyển giao công nghệ, hợp tác quốc tế để phát triển một bộ phận lớn doanh nghiệp vừa và nhỏ với công nghệ hiện đại, sản xuất sản phẩm có giá trị gia tăng lớn. Thực hiện định hướng của Chính phủ là đến năm 2010, cả nước có khoảng 500 nghìn doanh nghiệp, giải quyết được nhiều việc làm cho người lao động.

- Tích cực tác động vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn bằng các giải pháp như tăng cường quy hoạch các vùng sản xuất hàng hóa nông nghiệp, hỗ trợ đầu tư để phát triển kinh tế hộ gia đình, kinh tế trang trại; phục hồi và phát triển làng nghề truyền thống; khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến, dịch vụ tại chỗ và hỗ trợ đầu tư hình thành các khu công nghiệp nhỏ ở nông thôn để thu hút lao động tại chỗ.

- Tiếp tục cải cách khu vực kinh tế nhà nước, tạo môi trường kinh doanh bình đẳng, thúc đẩy các doanh nghiệp nhà nước làm ăn có hiệu quả và tạo mở thêm việc làm cho người lao động. Phát triển các tập đoàn kinh tế nhà nước trong những ngành sản xuất, dịch vụ quan trọng, kinh doanh ở phạm vi toàn cầu như: hàng không, dầu khí, điện lực, viễn thông, vận tải viễn dương, ngân hàng, bảo hiểm...) để tạo kênh thu hút lao động chuyên môn - kỹ thuật.

- Ngoài nguồn vốn quan trọng - nhất là nguồn vốn của các doanh nghiệp, hộ gia đình cá nhân và Nhà nước, cần khai thác hiệu quả hơn nguồn vốn FDI, ODA (FDI khoảng 4-5 tỷ USD/năm, ODA thực hiện 2- 3 tỷ USD/năm) để phát triển doanh nghiệp. Khuyến khích Việt kiều chuyển tiền về nước để tăng thêm nguồn vốn đầu tư cho sản xuất kinh doanh, tạo mở thêm việc làm cho người lao động. Vì thực tế cho thấy đây là nguồn vốn khá lớn, năm 2004 số tiền Việt kiều chuyển về nước gần ngang bằng vốn đầu tư nước ngoài trực tiếp vào nước ta.

- Phát triển hạ tầng cơ sở (điện lưới, giao thông, chợ, hệ thống thông tin liên lạc...) để tạo môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế, di chuyển lao động trên thị trường lao động và tạo việc làm cho người lao động.

- Nâng cao hiệu quả đầu tư của các chương trình phát triển kinh tế - xã hội, đầu tư có trọng điểm để tạo mở được cầu lao động trên thị trường lao động. Các chương trình phát triển kinh tế - xã hội phải thực sự gắn với chương trình tạo việc làm cho người lao động tại các vùng lãnh thổ, địa phương, khu vực thành thị và nông thôn.

- Tham gia sâu rộng vào quá trình tự do hóa thương mại mang tính toàn cầu (WTO... và các Hiệp định thương mại đa phương, song phương...); phát triển các ngành hàng có khả năng xuất khẩu lớn, để tạo ra mức cầu lao động lớn trong các ngành, lĩnh vực này.

Cải cách thủ tục hành chính mạnh mẽ và nâng cao tính nghiêm minh của pháp luật trong các khâu dịch vụ xuất khẩu lao động. Tạo cơ hội nhiều hơn cho người lao động ra nước

ngoài làm việc. Đặc biệt và đối với lao động thất nghiệp, bộ đội xuất ngũ, lao động nông thôn...

• *Các giải pháp hỗ trợ, khuyến khích thị trường lao động phát triển:*

- Nâng cao tính chuyên nghiệp và hiện đại hóa thiết bị kỹ thuật của các cơ quan thống kê và cung ứng thông tin thị trường lao động các cấp. Tăng cường các hình thức hiệu quả về thu thập, xử lý, cung ứng thông tin thị trường lao động của các cơ quan chức năng về quản lý lao động.

- Phát triển hệ thống môi giới, tư vấn việc làm và nghề nghiệp để làm cầu nối cho cung cầu lao động gặp nhau.

- Phát triển các hình thức thông tin thị trường lao động (hội chợ việc làm, trang web việc làm trên Internet, thông tin và quảng cáo việc làm...). Có cơ chế hiệu quả trong nghiên cứu, xử lý, cung ứng thông tin thị trường lao động các nước để phục vụ cho việc đào tạo và xuất khẩu lao động.

- Tiếp tục hoàn thiện chính sách thị trường lao động thụ động, như chính sách trợ cấp thất nghiệp, bảo hiểm xã hội, đào tạo lại, giải quyết lao động dôi dư... đảm bảo cho thị trường lao động vận hành hiệu quả. Hoàn thiện chính sách tiền lương, tiền công theo hướng đảm bảo bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, bảo vệ quyền và lợi ích của người lao động và người sử dụng trong quan hệ lao động. Các chính sách tiền lương, tiền công tác động linh hoạt đến hoạt động của thị trường lao động, tạo ra động lực kích thích tăng trưởng kinh tế và phát triển toàn diện nguồn nhân lực.

- Hoàn thiện môi trường pháp lý góp phần thúc đẩy hoạt

động có hiệu quả hơn các loại thị trường: vốn, sản phẩm khoa học và công nghệ, hàng hóa, dịch vụ, bất động sản... Sự hoạt động mạnh của các loại thị trường này có tác động kích thích phát triển ngành nghề, tăng trưởng sản phẩm và tạo ra sự gia tăng cầu lao động trên thị trường lao động.

4. Các yếu tố đầu vào

Tham gia WTO là mở cửa thị trường. Không chỉ những doanh nghiệp kinh doanh các ngành hàng xuất nhập khẩu sẽ chịu sức ép của hàng hóa nước ngoài mà hàng hóa trong nước cũng sẽ chịu sự cạnh tranh không kém của các mặt hàng ấy. Nếu công tác chuẩn bị không tốt, không loại trừ khả năng một số ngành kinh tế sẽ bị chết yếu trước sức tấn công của hàng hóa ngoại nhập. Chính vì thế, có thể nói đây là cơ hội để các doanh nghiệp vượt qua rào cản của chính mình và hoàn thiện hơn. Theo nhận định của các chuyên gia, khi gia nhập WTO các ngành hàng gặp nhiều khó khăn, nhất là dịch vụ, nông nghiệp, thép, ô tô... Riêng về dệt may, chúng ta không phải chịu hạn ngạch. Nhà nước phải công bố điều kiện cạnh tranh cho các doanh nghiệp ở các ngành này thật sớm, để các doanh nghiệp có sự chuẩn bị khi thị trường chính thức mở cửa.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, các doanh nghiệp có được lợi thế cạnh tranh nếu họ sử dụng tốt các nhân tố đầu vào có chi phí thấp, chất lượng cao như: chất lượng và số lượng nguồn lao động; hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ; nguồn tài nguyên, khí hậu, vị trí địa lý thuận lợi; nguồn vốn tài chính và chiến lược phát triển khoa học – công nghệ quốc gia... Năm nhóm đầu vào này được phân ra thành hai dạng cơ bản là đầu vào sơ cấp

và đầu vào cao cấp, được sử dụng chung cho mọi ngành hay có tính chất chuyên ngành.

Dưới tác động của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại thì cạnh tranh dựa vào những yếu tố đầu vào sơ cấp - phổ biến (tài nguyên, khí hậu, vị trí địa lý, lao động giản đơn...) phải nhường vị trí ưu tiên hàng đầu cho phát triển cạnh tranh dựa vào yếu tố đầu vào cao cấp - chuyên ngành (hệ thống viễn thông hiện đại, lao động trình độ chuyên môn cao, công nghệ cao...). Đầu vào chuyên ngành có vai trò quyết định hơn, bền vững hơn đầu vào phổ biến, mặt khác đầu vào chuyên ngành thường là các đầu vào cao cấp. Như vậy, lợi thế cho năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp chủ yếu phụ thuộc vào việc tạo ra các yếu tố đầu vào hơn là việc sử dụng các yếu tố đầu vào đã có. Chẳng hạn như ngành sản xuất thép ở Nhật Bản có sức cạnh tranh cao trên thị trường thế giới dù họ không có lợi thế về tài nguyên sắt hoặc than mà ở chỗ họ có công nghệ sản xuất thép rất tốt.

Ba khía cạnh chủ yếu của nhu cầu ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp: bản chất của nhu cầu, dung lượng và tốc độ tăng trưởng của nhu cầu, cơ chế lan truyền nhu cầu trong nước ra thị trường quốc tế. Khi người tiêu dùng đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm và các dịch vụ kèm theo sẽ tạo áp lực đối với doanh nghiệp phải đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, đặc tính kỹ thuật, dịch vụ... tạo sức ép chuyển sang đáp ứng đoạn nhu cầu mới cao cấp hơn. Qua đó nâng vị thế của doanh nghiệp trong cạnh tranh. Tốc độ tăng trưởng của nhu cầu trong nước và ở một khía cạnh khác là nhu cầu bão hoà nhanh chóng sẽ kích thích doanh nghiệp phải

thường xuyên quan tâm đến đổi mới công nghệ, tăng năng suất lao động.v.v.. Tức là phải liên tục đổi mới.

Với những doanh nghiệp cạnh tranh mạnh trong môi trường quốc gia thì khi tham gia cạnh tranh quốc tế sẽ có nhiều cơ may chiến thắng hơn. Chẳng hạn, như các doanh nghiệp trong ngành chế biến thức ăn nhanh của Hoa Kỳ có sức cạnh tranh rất mạnh trên thị trường thế giới là do người tiêu dùng trong nước là những khách hàng đòi hỏi tốc độ và sự thuận tiện nhất thế giới.

Ở đây, ta sẽ xem xét từng nhân tố tác động đến yếu tố đầu vào:

* *Phế phẩm và sự lãng phí* - Giảm phế phẩm và các lãng phí hữu hình không cần thiết, bao gồm sử dụng vượt định mức nguyên vật liệu đầu vào, phế phẩm có thể ngăn ngừa, chi phí liên quan đến tái chế phế phẩm, và các tính năng trên sản phẩm vốn không được khách hàng yêu cầu;

* *Chu kỳ sản xuất* - Giảm thời gian quy trình và chu kỳ sản xuất bằng cách giảm thiểu thời gian chờ đợi giữa các công đoạn, cũng như thời gian chuẩn bị cho quy trình và thời gian chuyển đổi mẫu mã hay quy cách sản phẩm;

* *Mức tồn kho* - Giảm thiểu mức hàng tồn kho ở tất cả công đoạn sản xuất, nhất là sản phẩm dở dang giữa các công đoạn. Mức tồn kho thấp hơn đồng nghĩa với yêu cầu vốn lưu động ít hơn;

* *Năng suất lao động* - Cải thiện năng suất lao động, bằng cách vừa giảm thời gian nhàn rỗi của công nhân, đồng thời phải đảm bảo công nhân đạt năng suất cao nhất trong thời gian

làm việc (không thực hiện những công việc hay thao tác không cần thiết);

* *Tận dụng thiết bị và mặt bằng* - Sử dụng thiết bị và mặt bằng sản xuất hiệu quả hơn bằng cách loại bỏ các trường hợp ùn tắc và gia tăng tối đa hiệu suất sản xuất trên các thiết bị hiện có, đồng thời giảm thiểu thời gian dừng máy;

* *Tính linh động* - Có khả năng sản xuất nhiều loại sản phẩm khác nhau một cách linh động hơn với chi phí và thời gian chuyển đổi thấp nhất.

* *Sản lượng* - Nếu có thể giảm chu kỳ sản xuất, tăng năng suất lao động, giảm thiểu ùn tắc và thời gian dừng máy, công ty có thể gia tăng sản lượng một cách đáng kể từ cơ sở vật chất hiện có.

Hầu hết các nhân tố trên đều dẫn đến việc giảm giá thành sản xuất - ví dụ như, việc sử dụng thiết bị và mặt bằng hiệu quả hơn dẫn đến chi phí khấu hao trên đơn vị sản phẩm sẽ thấp hơn, sử dụng lao động hiệu quả hơn sẽ dẫn đến chi phí nhân công cho mỗi đơn vị sản phẩm thấp hơn và mức phế phẩm thấp hơn sẽ làm giảm giá vốn hàng bán.

Trong một bài điều tra của tạp chí Industry Week, các công ty Mỹ đang triển khai phương pháp này cho biết trung bình có thể giảm 7% giá vốn hàng bán nhờ áp dụng Lean. Chúng tôi tin rằng mức tiết kiệm chi phí còn có thể cao hơn cho các công ty Việt Nam vì mức độ lãng phí ở đây thường cao hơn các nhà sản xuất ở Mỹ.

Hay nói cách khác, với cùng một mức sản lượng đầu ra

nhưng có lượng đầu vào thấp hơn - ít thời gian hơn, ít mặt bằng hơn, ít nhân công hơn, ít máy móc hơn, ít vật liệu hơn và ít chi phí hơn.

Khi công ty Lantech, một công ty sản xuất thiết bị của Mỹ hoàn tất việc triển khai Lean năm 1995, công ty cho biết đã đạt được các cải tiến sau so với hệ thống sản xuất theo lô sản phẩm trong năm 1991 (theo James Womack, Daniel Jones & Daniel Roos: "The Machine that Changed the World"):

- + Mặt bằng sản xuất trên mỗi máy giảm 45%;
- + Phế phẩm giảm 90%;
- + Chu kỳ sản xuất giảm từ 16 tuần xuống còn 5 ngày 14 giờ;
- + Thời gian giao hàng giảm từ 4-20 tuần xuống còn 1-4 tuần.

Một dây chuyền cung ứng sản xuất bao gồm tối thiểu ba yếu tố: nhà cung cấp, bản thân đơn vị sản xuất và khách hàng.

Nhà cung cấp: là các công ty bán sản phẩm, dịch vụ là nguyên liệu đầu vào cần thiết cho quá trình sản xuất, kinh doanh. Thông thường, nhà cung cấp được hiểu là đơn vị cung cấp nguyên liệu trực tiếp như vật liệu thô, các chi tiết của sản phẩm, bán thành phẩm.

Các công ty cung cấp dịch vụ cho sản xuất, kinh doanh được gọi là nhà cung cấp dịch vụ.

- Đơn vị sản xuất: là nơi sử dụng nguyên liệu, dịch vụ đầu vào và áp dụng các quá trình sản xuất để tạo ra sản phẩm cuối cùng. Các nghiệp vụ về quản lý sản xuất được sử dụng tối đa

tại đây nhằm tăng hiệu quả, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo nên sự thông suốt của dây chuyền cung ứng.

- Khách hàng: là người sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất. Các thành phần cơ bản của SCM Dây chuyền cung ứng được cấu tạo từ 5 thành phần cơ bản. Các thành phần này là các nhóm chức năng khác nhau và cùng nằm trong dây chuyền cung ứng:

- Sản xuất (Làm gì, như thế nào, khi nào)
- Vận chuyển (Khi nào, vận chuyển như thế nào)
- Tồn kho (Chi phí sản xuất và lưu trữ)
- Định vị (Nơi nào tốt nhất để làm cái gì)
- Thông tin (Cơ sở để ra quyết định)

Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải nhận thức được các yếu tố sau:

* *Nhận thức về sự lãng phí* - Bước đầu tiên là nhận thức về những gì có và những gì không làm tăng thêm giá trị từ góc độ khách hàng. Bất kỳ vật liệu, quy trình hay tính năng nào không tạo thêm giá trị theo quan điểm của khách hàng được xem là thừa và nên loại bỏ. Ví dụ như việc vận chuyển vật liệu giữa các phân xưởng là lãng phí và có khả năng được loại bỏ.

* *Chuẩn hoá quy trình* - Lean đòi hỏi việc triển khai các hướng dẫn chi tiết cho sản xuất, gọi là Quy trình chuẩn. Trong đó ghi rõ nội dung, trình tự, thời gian và kết quả cho tất các thao tác do công nhân thực hiện. Điều này giúp loại bỏ sự khác biệt trong cách các công nhân thực hiện công việc.

* *Quy trình liên tục* - Lean thường nhắm tới việc triển khai

một quy trình sản xuất liên tục, không bị ùn tắc, gián đoạn, đi vòng lại, trả về hay phải chờ đợi. Khi được triển khai thành công, thời gian chu kỳ sản xuất sẽ được giảm đến 90%.

* *Sản xuất "Pull"* - Còn được gọi là Just-in-Time (JIT), sản xuất Pull chủ trương chỉ sản xuất những gì cần và vào lúc cần đến. Sản xuất được diễn ra dưới tác động của các công đoạn sau, nên mỗi phân xưởng chỉ sản xuất theo yêu cầu của công đoạn kế tiếp.

* *Chất lượng từ gốc* - Lean nhắm tới việc loại trừ phế phẩm từ gốc và việc kiểm soát chất lượng được thực hiện bởi các công nhân như một phần công việc trong quy trình sản xuất.

* *Liên tục cải tiến* - Lean đòi hỏi sự cố gắng đạt đến sự hoàn thiện bằng cách không ngừng loại bỏ những lãng phí khi phát hiện ra chúng. Điều này cũng đòi hỏi sự tham gia tích cực của công nhân trong quá trình cải tiến liên tục.

Phương pháp này đang được áp dụng ngày càng rộng rãi tại các công ty sản xuất hàng đầu trên toàn thế giới, dẫn đầu là các nhà sản xuất ô tô lớn và các nhà cung cấp thiết bị cho các công ty này. Phương pháp này đang trở thành đề tài ngày càng được quan tâm tại các công ty sản xuất ở các nước phát triển khi các công ty này đang tìm cách cạnh tranh hiệu quả hơn đối với khu vực châu Á.

Những doanh nghiệp nào sẽ được lợi từ việc thực hiện phương pháp này?

Phương pháp này được sử dụng rộng rãi nhất trong các ngành công nghiệp thiên về lắp ráp hoặc có quy trình nhân công lặp đi lặp lại. Trong những ngành công nghiệp này, tính

hiệu quả và khả năng chú tâm vào chi tiết của công nhân khi làm việc với các công cụ thủ công hoặc vận hành máy móc có ảnh hưởng lớn đến năng suất. ở các công ty này, hệ thống được cải tiến có thể loại bỏ nhiều lãng phí hoặc bất hợp lý. Với đặc thù này, có một số ngành cụ thể bao gồm xử lý gỗ, may mặc, lắp ráp xe, lắp ráp điện tử và sản xuất thiết bị.

Vì phương pháp này loại bỏ nhiều vấn đề liên quan đến lịch sản xuất và cân bằng chuyền kém nên phương pháp này đặc biệt thích hợp cho các công ty chưa có hệ thống Hoạch định Nguồn lực Doanh nghiệp (ERP) hoặc chưa có hệ thống để hoạch định yêu cầu vật tư (MRP), lịch sản xuất hay điều phối sản xuất. Điều này đặc biệt quan trọng ở Việt Nam vì chúng tôi nhận thấy nhiều công ty tư nhân Việt Nam đang hoạt động dưới mức công suất khá đáng kể, hoặc thường giao hàng không đúng hạn do các vấn đề trong hệ thống quản lý và lên lịch sản xuất.

Phương pháp này cũng thích hợp cho các ngành có chiến lược ưu tiên việc rút ngắn thời gian chu kỳ sản xuất tới mức tối thiểu để tạo được thế mạnh trong cạnh tranh cho công ty.

Gần đây một vài doanh nghiệp trong nước đã chủ động tiến hành đào tạo và áp dụng các phương pháp lean nhằm loại trừ những bất hợp lý trong hoạt động kinh doanh dẫn đến việc cải thiện thời gian quy trình sản xuất và dịch vụ. Chẳng hạn như Toyota Bến Thành, một trung tâm dịch vụ bảo trì xe của Toyota ở Việt Nam, qua quá trình áp dụng lean đã giảm thiểu đáng kể quy trình dịch vụ bảo trì xe từ 240 phút xuống chỉ còn 45-50 phút cho mỗi xe đồng thời tăng lượng xe được bảo

trì trong ngày từ 4-6 xe lên tới 16 xe tại mỗi điểm bảo trì. Toyota Bến Thành đã đạt được những giảm thiểu đáng kể về thời gian quy trình bằng cách loại bỏ thời gian chờ đợi không cần thiết cùng với các thao tác và di chuyển không hợp lý của công nhân.

5. Năng lực tiếp cận và chiếm lĩnh thị trường

Tạo ra sản phẩm chỉ là kết quả bước đầu trong quá trình cung ứng giá trị thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Vấn đề quan trọng là năng lực tiếp cận và chiếm lĩnh thị trường như thế nào. Rất nhiều ý kiến cho rằng khả năng tiếp thị và marketing của các doanh nghiệp Việt Nam còn quá kém chính vì vậy mà họ luôn phải chịu sức ép từ phía các nhà sản xuất nước ngoài.

Ngày nay, người tiêu dùng không phải là lựa chọn sản phẩm nữa mà họ lựa chọn thương hiệu, chính vì vậy khái niệm thương hiệu trở nên thịnh hành và dường như trở thành một thứ mốt mà nhiều doanh nghiệp đang chạy theo. Tuy nhiên, xây dựng một thương hiệu mạnh không phải là một trò đùa, không phải chỉ là việc đánh bóng hình ảnh của mình trên các phương tiện truyền thông, mà xây dựng thương hiệu mạnh bắt nguồn sâu xa từ những hoạt động đầu tiên chuẩn bị cho quá trình sản xuất và phân phối.

Hoạt động nghiên cứu thị trường là không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Môi trường luôn biến đổi khiến các xu hướng tiêu dùng của khách hàng cũng không ngừng thay đổi. Xu hướng chung của người tiêu dùng là ngày càng tiếp cận các kênh phân phối hiện đại như siêu thị và cửa hàng tự chọn. Các dịp mua sắm lớn chủ yếu vẫn tập trung vào các ngày

nghi lễ, Tết... Tuy nhiên, cũng có một xu hướng tiêu dùng mới hình thành tại các đô thị, đó là nhu cầu mua sắm vào dịp cuối tuần tại các trung tâm thương mại hiện đại. Mức tăng trưởng của hệ thống bán lẻ hiện đại luôn đạt khoảng 20%/năm. 2/3 số người được hỏi khẳng định rằng trong tương lai sẽ mua sắm ở khu thương mại hiện đại như Metro, Coop Mart, Zen Plaza hay Vincom City Tower thường xuyên hơn.

Phần lớn khách hàng khi mua hàng vẫn tham khảo qua các nguồn thông tin từ báo chí, quảng cáo và bạn bè. Tuy nhiên, nhu cầu tiếp cận các kênh thông tin về sản phẩm và dịch vụ của độc giả Tư vấn Tiêu & Dùng ngày càng thiên về các loại hình thông tin đại chúng, bao gồm cả phát thanh - truyền hình, báo chí và Internet. Còn mức độ ảnh hưởng từ các kênh thông tin truyền thống (qua bạn bè, người quen, gửi hàng mẫu...) lại có xu hướng giảm xuống. Tức là người tiêu dùng đã có lòng tin nhất định vào sự giới thiệu của các nhà sản xuất thông qua các phương tiện thông tin đại chúng.

Điểm yếu lớn nhất của các thương hiệu Việt Nam chính là khả năng duy trì mức độ nhận biết của người tiêu dùng trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh khốc liệt. Có những trường hợp hàng hóa Việt Nam chiếm lĩnh thị trường nhưng mức độ nhận biết thương hiệu là rất kém. Ví dụ mặt hàng đường, dù có một số ưu ái nhất định dành cho nhãn hiệu đường Biên Hòa và Quảng Ngãi nhưng nhìn chung nhận biết về thương hiệu đường không cao mặc dù có rất nhiều nhà máy sản xuất đường và Nhà nước cũng có những chính sách hỗ trợ nhất định đối với ngành đường. Một ví dụ khác là đối với mặt hàng nước mắm và nước tương. Nước mắm Phú Quốc được

nhận biết rất tốt đồng thời được sử dụng đại chúng nhưng không có một thương hiệu Việt Nam nào được chỉ ra cụ thể. Chỉ có thương hiệu Knorr Phú Quốc được nhận thức riêng biệt. Các nhãn hiệu nước tương nổi tiếng như Nam Dương, Chinsu, Trung Thành mức độ nhận biết đều rất thấp.

Một điểm yếu khác của các thương hiệu Việt là khả năng cung cấp dịch vụ và đảm bảo chất lượng dịch vụ. Hầu hết các phản hồi đều đánh giá cao hệ thống phân phối và dịch vụ của các thương hiệu nước ngoài. Các thương hiệu nước ngoài đang chiếm lĩnh các kênh phân phối hiện đại nên theo xu hướng tiêu dùng hiện đại thì khả năng tiếp cận người tiêu dùng của các nhãn hiệu này sẽ cao hơn các sản phẩm cùng nhóm. Riêng đối với nhóm dịch vụ thì mức độ nhận biết và mức độ hài lòng hầu như không đồng nhất. Ví dụ đối với ngành bảo hiểm. Mức độ nhận biết dành cho Bảo Việt cao hơn nhưng mức độ đánh giá tốt trên số phản hồi dành cho Prudential lại cao hơn nhiều. Hay trong ngành tài chính ngân hàng. Đa số phản hồi đều thể hiện mức độ nhận biết tốt đối với các ngân hàng Nhà nước như Vietcombank và Incombank nhưng thái độ và sự nhiệt tình của nhân viên ở các ngân hàng ngoài quốc doanh như ACB lại được đánh giá cao hơn.

Vậy giải pháp nào giúp tăng cường khả năng tiếp cận thị trường cho các doanh nghiệp Việt Nam? Hiện nay có một số tổ chức nhà nước như VCCI có vai trò hết sức tích cực trong hoạt động tìm kiếm thị trường cho các doanh nghiệp Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể dựa vào sự hỗ trợ của những tổ chức này, bên cạnh đó, họ có thể dựa vào nội lực hoặc sử dụng các dịch vụ tư vấn của các công ty nghiên cứu mar-

keting, công ty giải pháp thị trường. Mọi sự thành công đều khởi sự từ việc am hiểu thị trường. Để bắt đầu kinh doanh tại một thị trường, dù trong nước hay quốc tế, các doanh nghiệp đều phải nghiên cứu hết sức kỹ lưỡng các đặc điểm hành vi của khách hàng, nghiên cứu các vấn đề về môi trường của thị trường đó.

Khi đã có chỗ đứng trên thị trường, các doanh nghiệp phải tìm cách duy trì sự nhận biết của khách hàng về thương hiệu của mình, thông qua hoạt động quảng cáo, truyền thông. Đồng thời, đảm bảo về chất lượng sản phẩm và dịch vụ chăm sóc khách hàng, đúng như những gì cam kết với khách hàng thì chắc chắn uy tín của doanh nghiệp đó sẽ không ngừng được khẳng định.

Khái niệm về sản phẩm không đơn thuần chỉ là kết quả của quá trình sản xuất, ở đây, các doanh nghiệp cần tiếp cận dưới góc độ marketing, nghĩa là không phải họ bán cái gì mà cách họ bán như thế nào. Do đó, không thể thiếu các dịch vụ kèm theo như hậu mãi, chăm sóc khách hàng trong hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.

Hệ thống bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam được đánh giá rất thấp và luôn bị cạnh tranh bởi nhiều công ty phân phối nước ngoài bởi tính chuyên nghiệp của họ. Vì thế, sử dụng hiệu quả các công cụ quảng cáo trực tuyến- bán hàng trực tuyến cũng là giải pháp để nâng cao khả năng tiếp cận và chiếm lĩnh thị trường. Nhờ vào các cửa hàng, các trang web giới thiệu sản phẩm, các hệ thống phân phối rộng rãi, các nhà kinh doanh mới có thể làm cho sản phẩm của mình tiếp cận được với khách hàng một cách nhanh chóng và thúc đẩy doanh thu.

Ngày nay có một hệ thống bán lẻ còn khá mới mẻ, nhưng hiện tại đang thể hiện rất tốt vai trò của mình trước các doanh nghiệp, đó là phân phối sản phẩm qua hệ thống bán lẻ trên mạng. Tuy nhiên có một điều khó khăn cho các doanh nghiệp là: họ phải làm như thế nào để tất cả các bên như hệ thống cửa hàng, các kênh bán lẻ và những kênh trung gian khác có thể kết hợp chặt chẽ với các đơn vị bán lẻ trên mạng để đạt được một kết quả khả quan?

Câu trả lời nằm ở hệ thống kinh doanh bán lẻ trên mạng, hệ thống này có thể quản lý các thành phần như: lượng hàng đã bán được, lượng hàng đang tồn kho, khối lượng đặt hàng, đồng thời có thể thiết lập một hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng. Hệ thống này không chỉ đơn thuần liên kết với kế hoạch tiếp thị của doanh nghiệp mà còn có mối quan hệ chặt chẽ đến định hướng hoạt động của doanh nghiệp.

Việc chọn những kênh quảng cáo cho hệ thống bán lẻ thường được thực hiện dễ dàng vì nhà quảng cáo biết được khách hàng bán lẻ của mình thường có hành vi như thế nào. Chi phí tìm khách hàng thông qua các kênh này thường thấp nhất, nhưng vẫn tồn tại một câu hỏi: Bạn có chắc là mình đã giành được khách hàng đó không? Nếu câu trả lời là có thì khách hàng đó sẵn sàng chi ra bao nhiêu và vị khách đó liệu có đem lại nhiều lợi nhuận?

Nắm rõ các khoản chi tiêu trong ngân sách quảng cáo trực tuyến để đề ra những chiến lược phù hợp trong phát triển hệ thống bán lẻ là cách cơ bản nhất để tối ưu các hoạt động quảng cáo trực tuyến, và đây cũng là cách mà các công cụ quản lý tiếp thị trực tuyến hoặc quản lý giá cả đã sử dụng để theo dõi và xử

lý các thông tin bán lẻ nhằm tối ưu hoá các khoản chi quảng cáo để hỗ trợ cho các kênh này. Trên từng kênh trực tuyến, tốt nhất nên phân đoạn và nhận diện những cách giành được khách hàng. Bước đầu tiên để thu thập những dữ liệu này dĩ nhiên là phải ghi nhận địa chỉ URL của khách hàng và mã hoá vào từng khách hàng với nguồn chú thích tìm được khách hàng như thế nào và chi phí tìm được khách hàng này là bao nhiêu...

Nếu đã phát triển được hệ thống theo dõi và báo cáo tiếp thị trực tuyến, bạn hãy bắt tay vào việc thêm các thông tin như: chi phí sản phẩm, chi phí tồn kho để tính toán lợi nhuận đầu tư. Nếu bạn có tư vấn quảng cáo hay sử dụng phần mềm của đơn vị tư vấn, hãy cố gắng giữ cho hệ thống phục vụ hậu cần cho việc bán lẻ luôn được cập nhật những giải pháp quảng cáo trực tuyến đã được sử dụng.

Khả năng báo cáo việc đo lường bán lẻ phải được thực hiện thuần thực, phải thường xuyên được thực hiện và được thực hiện theo thực thời gian. Khả năng này kết hợp với sự đánh giá thông tin khách hàng sẽ giúp bạn thực hiện cải thiện lợi tức cao nhất trên từng cú click, làm giảm chi phí tồn kho và sinh ra nhiều lợi nhuận.

II. CÁC BIỆN PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

1. Nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp

1.1. Các vấn đề cơ bản của quản trị

** Khái niệm:*

Quản trị là một quá trình nhằm đạt đến sự thành công trong các mục tiêu đề ra bằng việc phối hợp hữu hiệu các nguồn lực

của doanh nghiệp. Đó là quá trình nhằm tạo nên sức mạnh gắn liền các vấn đề lại với nhau trong tổ chức và thúc đẩy các vấn đề chuyển động. Mục tiêu của quản trị là tạo ra giá trị thặng dư, tức tìm ra phương thức thích hợp để thực hiện công việc nhằm đạt hiệu quả cao nhất với chi phí các nguồn lực ít nhất.

Nói chung, quản trị là một hình thức phức tạp mà các nhà quản trị kinh doanh phải quản trị từ khâu đầu đến khâu cuối của một chu kỳ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Thực chất của quản trị kinh doanh là quản trị các yếu tố đầu vào, quá trình sản xuất kinh doanh các yếu tố đầu ra theo quá trình hoạt động.

** Ý nghĩa của hoạt động quản trị:*

Khi con người kết hợp với nhau trong tập thể để cùng nhau làm việc, người ta có thể tự phát làm những việc cần thiết theo cách suy nghĩ riêng của mỗi người. Lối làm việc như thế cũng có thể đem lại kết quả, hoặc cũng có thể không đem lại kết quả. Nhưng nếu người ta biết tổ chức hoạt động và những việc quản trị khác thì triển vọng đạt kết quả sẽ chắc chắn hơn, đặc biệt quan trọng không phải chỉ là kết quả mà sẽ còn ít tốn kém thời gian, tiền bạc, nguyên vật liệu và những phí tổn khác. Khi chúng ta so sánh giữa kết quả đạt được với chi phí để thực hiện sẽ có khái niệm là hiệu quả.

Hiệu quả = Kết quả - chi phí

Hiệu quả sẽ tăng trong hai trường hợp:

- Tăng kết quả với chi phí không đổi.
- Giảm chi phí mà vẫn giữ nguyên hiệu quả

Muốn đạt được cả hai điều đó đòi hỏi phải biết cách quản

trị, không biết cách quản trị cũng đạt được kết quả nhưng hiệu quả sẽ thấp. Một sự quản trị giỏi không những mang lại nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp mà còn có ý nghĩa quan trọng góp phần đẩy nền kinh tế đất nước nhanh chóng phát triển.

Trong hoạt động kinh doanh, người nào luôn tìm cách giảm chi phí và tăng kết quả tức là luôn tìm cách tăng hiệu quả. Có thể nói rằng, lí do cần thiết của hoạt động quản trị chính là muốn có hiệu quả và chỉ khi nào người ta quan tâm đến hiệu quả thì người ta mới quan tâm đến hoạt động quản trị.

Mục tiêu của hoạt động quản trị là nhằm giúp chúng ta có những kiến thức, kĩ năng cần thiết để gia tăng hiệu quả trong hoạt động kinh doanh vì mục tiêu lợi nhuận cũng như mục tiêu phục vụ không lợi nhuận.

** Các chức năng quản trị doanh nghiệp:*

Lập kế hoạch là quá trình xây dựng các mục tiêu và xác định các nguồn lực, biện pháp cần thiết để thực hiện các mục tiêu đề ra. Đây là chức năng đầu tiên của quản trị doanh nghiệp. Chức năng này còn bao gồm cả việc làm thế nào để thúc đẩy quá trình cải cách thiết thực.

Tổ chức doanh nghiệp là quá trình gắn kết, phân công và phối hợp các thành viên vào cùng làm việc, nhằm thực hiện mục tiêu chung; trong đó bao gồm tổ chức con người, tổ chức công việc, phân bố các nguồn lực... Chính nhờ chức năng này mà nhà quản trị quyết định được những nhiệm vụ nào cần phải hoàn thành, làm thế nào để kết hợp nhiệm vụ vào những công việc cụ thể; làm thế nào để phân chia công việc thành những công đoạn khác nhau tạo nên cấu trúc của tổ chức.

Lãnh đạo doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh là thu hút, lôi cuốn, động viên, thuyết phục, hướng dẫn thúc đẩy các thành viên trong tổ chức làm việc đáp ứng theo yêu cầu công việc.

Kiểm tra, kiểm soát trong quá trình kinh doanh là việc theo dõi hoạt động của doanh nghiệp thông qua việc thiết lập hệ thống thông tin quản trị, các tiêu chuẩn đo lường, đánh giá và thu thập các thông tin nhằm xử lý điều chỉnh các hoạt động của tổ chức sao cho quá trình thực hiện phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp. Để có thể thực hiện các điều chỉnh cần thiết, các nhà quản trị cần theo dõi các hoạt động đang diễn ra, so sánh kết quả với tiêu chuẩn.

** Nhiệm vụ chủ yếu của các nhà quản trị trong doanh nghiệp:*

Các nhà quản trị là những người thực hiện các hoạt động để quản trị doanh nghiệp, một bộ phận trong doanh nghiệp, có trách nhiệm tiến hành các hoạt động, các chức năng quản trị làm cho doanh nghiệp cũng như cho mọi thành viên trong đó hướng vào việc đạt được các mục tiêu đã đề ra. Các chức danh quản trị được đặt ra tương ứng với các cấp quản trị, thường bao gồm các chức danh: tổng giám đốc, phó tổng giám đốc, giám đốc, phó giám đốc, các trưởng, phó các phòng ban, quản đốc, phó quản đốc các phân xưởng, bộ phận trưởng ngành trong các phân xưởng, các đội trưởng, các nhóm trưởng, tổ trưởng...

Mục tiêu của quản trị doanh nghiệp là đảm bảo sự bền vững và đạt lợi nhuận cao trong hoạt động kinh doanh, như vậy nhiệm vụ then chốt của nhà quản trị trong bất kì doanh nghiệp nào cũng phải tập trung thực hiện là:

+ Xây dựng môi trường làm việc tích cực, tạo hướng chiến lược.

+ Phân bổ và sắp xếp các nguồn lực, nâng cao chất lượng quản trị, nỗ lực về tổ chức, tạo ra sự hoàn hảo trong các hoạt động điều hành.

Các nhiệm vụ này giúp nhà quản trị xác định phạm vi công việc, đặt ra các thứ tự ưu tiên và nhận ra các mối quan hệ quan trọng giữa chúng.

1.2. Các biện pháp nâng cao năng lực quản trị trong doanh nghiệp

Nâng cao năng lực quản trị nhân sự trong doanh nghiệp.

Ngày nay người ta bắt đầu nói nhiều về quản trị nhân sự. Khi người ta nói đến một doanh nghiệp, một giám đốc làm ăn thua lỗ, không phải do thiếu vốn, thiếu trang thiết bị, thiếu mặt bằng... mà người ta sẽ thấy rằng người đó không đủ năng lực điều hành công việc và thiếu sự trang bị về kiến thức quản trị nhân sự hoặc thiếu kinh nghiệm trong chiến lược con người.

Sự phân tích về những thành công của nền kinh tế Nhật Bản qua nhiều năm đã cho thấy, sở dĩ nước Nhật đạt sự tăng trưởng thần kì, nguyên nhân thì có nhiều nhưng nổi bật nhất là chiến lược con người và chính sách nhân sự của họ.

Một vị giám đốc từng nói: “Học vấn kinh doanh cơ bản của tôi không ngoài hai điều: đó là về con người, tiền bạc và công việc”, xem ra mới thấy rằng ngày nay muốn làm được việc vĩ đại hay thành đạt trong kinh doanh thì phải biết sử dụng nhân tài, phải biết khai thác nguồn lực và phối hợp sự hoạt động của con người trong sản xuất-kinh doanh.

Yếu tố hạn chế trong hầu hết mọi trường hợp làm ăn kém hiệu quả chính là sự thiếu thốn về chất lượng và sức mạnh của nhà quản trị, không biết cách khai thác nguồn nhân sự và sự lãng phí về các nguồn nhân lực, vật lực.

Vì thế, có thể nói quản trị nhân sự là một công việc hết sức khó khăn và phức tạp, bởi nó động chạm đến những con người cụ thể với những hoàn cảnh và nguyện vọng, sở thích cảm xúc và văn hoá riêng biệt. Giáo sư Felix Migro, một chuyên gia kinh tế hàng đầu của Mỹ cho rằng: “Quản trị nhân sự là nghệ thuật chọn lựa những nhân viên mới và sử dụng những nhân viên cũ sao cho năng suất và chất lượng công việc của mỗi người đều đạt tới mức tối đa có thể được.

Chức năng quản trị nhân sự liên quan đến công việc hoạch định nhân sự, tuyển mộ, lựa chọn, hướng dẫn, đào tạo, huấn luyện và phát triển nghề nghiệp của nhân viên. Nhân sự phải gắn liền với tổ chức, với việc sắp xếp con người vào những vị trí nhất định trong bộ máy tổ chức để đảm bảo khả năng quản trị, điều hành được doanh nghiệp cả hiện tại lẫn tương lai. Quản trị nhân sự phải được xem xét theo quan điểm hệ thống. Việc xác định nguồn nhân sự, vấn đề tuyển chọn, sắp xếp, đề bạt, đào tạo và phát triển, đánh giá nhân viên... cần phải được đặt trên cơ sở khoa học, trong mối liên hệ tương quan đến nhiều vấn đề và các chức năng của quản trị. Chúng được xem xét xuất phát từ các chiến lược, kế hoạch kinh doanh, từ các chính sách nhân sự, kế hoạch và các điều kiện của môi trường.

Quản trị nhân sự là một trong những chức năng cơ bản của quá trình quản trị, bởi con người bao giờ cũng là yếu tố quan

trọng nhất của một doanh nghiệp. Do đó, việc lựa chọn, sắp xếp con người có năng lực, phẩm chất phù hợp với các vị trí trong bộ máy là nhiệm vụ hàng đầu của nhà quản trị. Đó là quá trình bố trí nhân viên phù hợp, đáp ứng với yêu cầu công việc. Những nhà quản trị nhân lực giỏi là người phát hiện ra những kỹ năng của nhân viên, hiểu biết về tính khí của nhân viên để bố trí phù hợp với yêu cầu tiêu chuẩn công việc. Một khi con người được sắp xếp, bố trí tương xứng với công việc sẽ giúp cho doanh nghiệp thực hiện với hiệu quả cao và đạt được sự thoả mãn của nhân viên, duy trì được những nhân viên có hiệu quả ở mức cao và hạ thấp sự vắng mặt.

Nền kinh tế nước ta hiện nay là nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của Nhà nước, do đó đặc trưng nổi bật là tính cạnh tranh cao, đặc biệt khi chúng ta gia nhập WTO. Các tổ chức nói chung và doanh nghiệp nói riêng buộc phải cải thiện tổ chức, trong đó yếu tố con người là quyết định. Việc tìm đúng người phù hợp để giao đúng việc, hay đúng cương vị đang là vấn đề đáng quan tâm đối với mọi hình thức tổ chức hiện nay. Sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật hiện đại cùng với sự phát triển của nền kinh tế mở buộc các nhà quản trị phải biết thích ứng. Do đó, việc tuyển chọn, sắp xếp, đào tạo, điều động nhân sự trong bộ máy tổ chức nhằm đạt hiệu quả tốt nhất đang được mọi giới quan tâm.

Việc nắm bắt được các yếu tố tác động đến quản trị nhân sự giúp nhà quản trị học được cách giao dịch với người khác, biết cách đặt câu hỏi, lắng nghe, biết tìm ra ngôn ngữ chung với nhân viên, biết cách đánh giá nhân viên một cách tốt nhất, biết cách lôi kéo nhân viên say mê với công việc và tránh được

sai lầm trong việc tuyển chọn và sử dụng lao động, nâng cao chất lượng công việc, nâng cao hiệu quả tổ chức.

Giáo sư Letter C.Thurow - nhà kinh tế và quản trị học thuộc Viện công nghệ kĩ thuật Matsachuset (Mĩ) cho rằng: “Điều quyết định cho sự tồn tại và phát triển của công ty là những con người có học vấn cao, được đào tạo tốt, có đạo đức, có văn hoá và biết cách làm việc có hiệu quả”.

** Quản trị tiền lương trong doanh nghiệp:*

Tiền lương luôn là một vấn đề thời sự nóng bỏng trong đời sống xã hội của đất nước. Nó hàm chứa nhiều mâu thuẫn giữa sản xuất và nâng cao mức sống, giữa thu nhập và các thành phần dân cư.

Đối với hàng triệu người lao động làm công ăn lương, tiền lương là mối quan tâm hàng ngày của họ, vì đây là nguồn thu nhập chính nhằm duy trì và nâng cao mức sống của người lao động và gia đình họ. ở một mức độ nhất định, tiền lương có thể được xem là bằng chứng thể hiện giá trị, địa vị, uy tín của người lao động đối với xã hội.

Bản chất của tiền lương cũng thay đổi tùy theo điều kiện phát triển và nhận thức của con người. Trước đây tiền lương thường được coi là giá cả sức lao động trong nền kinh tế thị trường. Giờ đây, với việc áp dụng quản trị nguồn nhân lực vào trong doanh nghiệp, tiền lương không phải chỉ đơn thuần là giá cả sức lao động nữa. Quan hệ giữa người sử dụng sức lao động và người lao động đã có những thay đổi căn bản. Liệu rằng với việc áp dụng quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp, quan hệ này có thể chuyển từ hình thức bóc lột, mua bán hàng

hoá sang hình thức quan hệ hợp tác song phương, đôi bên cùng có lợi hay không và bản chất tiền lương là gì, hiện vẫn còn là những vấn đề cần phải tiếp tục nghiên cứu.

Ở Việt Nam, hiện nay có sự phân biệt các yếu tố trong tổng thu nhập của người lao động từ công việc: tiền lương, phụ cấp, tiền thưởng và phúc lợi.

Trước yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đang chuẩn bị xây dựng lộ trình thống nhất mức lương tối thiểu (vào năm 2008, hoặc 2010 hay 2012) đã được xác định trong Đề án cải cách chính sách tiền lương để bảo đảm các yếu tố: bù trượt giá, phù hợp với mức tăng trưởng kinh tế, có tính đến quan hệ cung cầu lao động (LĐ) để lương tối thiểu ngày càng gần với mức giá trên thị trường. Chúng ta có thể đi chậm hơn ngưỡng mà nhiều chuyên gia Việt Nam đang tính là đến năm 2010 - đó cũng là thời điểm Việt Nam bắt buộc phải hội nhập toàn bộ khi vào WTO.

Bộ Lao động - Thương binh - Xã hội dự kiến trình Quốc hội Luật tiền lương tối thiểu vào năm 2008, với các nội dung chính sau: Quy định chung về vai trò, chức năng của tiền lương tối thiểu; Quy định phạm vi, đối tượng áp dụng lương tối thiểu; Quy định căn cứ, nguyên tắc xác định, cơ chế áp dụng, điều chỉnh tiền lương tối thiểu chung; Quy định căn cứ, nguyên tắc xác định, cơ chế áp dụng, điều chỉnh tiền lương tối thiểu theo vùng; và theo ngành (hiện nay nước ta chưa có loại này); Quy định nội dung quản lý nhà nước về tiền lương tối thiểu: vai trò, thẩm quyền và trách nhiệm của Chính phủ, UBND tỉnh, thành phố, đại diện người sử dụng lao động, đại diện người lao động

trong việc xác định, thực hiện mức lương tối thiểu chung, vùng, ngành; hình thành Hội đồng quốc gia về lương tối thiểu. Lương tối thiểu định ra để bảo vệ người lao động yếu thế, những lao động làm việc không qua đào tạo. Các mức lương cao hơn phải thông qua thương lượng, hai bên thỏa thuận với nhau, còn đây chỉ là mức sàn thấp nhất, doanh nghiệp không được trả thấp hơn mức đó, nếu trả thấp hơn mức đó là vi phạm luật. Còn trong trả tiền lương phải tôn trọng nguyên tắc thỏa thuận giữa hai bên: theo nghề nghiệp, trình độ năng lực của người lao động, đó là đặc tính lương của thị trường.

Về mức lương tối thiểu trong doanh nghiệp: Quy định mức lương tối thiểu theo vùng; theo từng thời kỳ có xem xét điều chỉnh phù hợp với điều kiện của vùng kinh tế, vùng kinh tế trọng điểm và vùng ưu đãi đầu tư. Trước mắt, có thể thực hiện phân vùng như đã thực hiện đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Đối với doanh nghiệp trong nước (Cty nhà nước và doanh nghiệp dân doanh), Bộ LĐ-TB-XH dự kiến quy định mức lương tối thiểu vùng từ 1/1/2007 và thực hiện điều chỉnh tăng dần hàng năm (mức tăng dao động trong khoảng 20 - 25%); đến 2010 mức lương của doanh nghiệp nhà nước sẽ chậm lại. Còn đối với doanh nghiệp FDI, tiếp tục thực hiện mức lương tối thiểu vùng theo Nghị định số 03/2006/NĐ-CP và điều chỉnh khi chỉ số giá tiêu dùng tăng trên 10% (dự kiến 2 năm điều chỉnh một lần vào đầu năm 2008 và 2010). Và sẽ áp dụng thống nhất mức lương tối thiểu giữa 3 loại hình doanh nghiệp vào khoảng năm 2010.

Tiền lương là một trong những hình thức kích thích lợi ích vật chất đối với người lao động. Vì vậy sử dụng đòn bẩy tiền

lương nhằm đảm bảo sản xuất phát triển, duy trì đội ngũ lao động có trình độ kỹ thuật nghiệp vụ cao với ý thức kỷ luật vững, đòi hỏi công tác tổ chức tiền lương trong doanh nghiệp phải đặc biệt coi trọng.

Việc tổ chức tiền lương trong doanh nghiệp được công bằng và hợp lý sẽ tạo ra không khí cởi mở giữa những người lao động, hình thành khối đoàn kết thống nhất, trên dưới một lòng, một ý chí vì sự phát triển doanh nghiệp và vì lợi ích của bản thân họ. Chính vì vậy mà người lao động tích cực làm việc bằng cả nhiệt tình hăng say và họ có quyền tự hào về mức lương họ được hưởng.

Ngược lại, khi công tác tổ chức tiền lương trong doanh nghiệp thiếu tính công bằng và hợp lý thì không những mâu thuẫn nội bộ thậm chí khá gay gắt giữa những người lao động với nhau, giữa người lao động với các cấp quản trị, cấp lãnh đạo doanh nghiệp, mà có lúc có nơi còn xảy ra sự phá hoại ngầm dẫn đến sự lãng phí to lớn trong sản xuất. Vì vậy, đối với nhà quản trị doanh nghiệp, một trong những công việc cần được quan tâm hàng đầu, là phải theo dõi đầy đủ công tác tổ chức tiền lương hoặc tiền thưởng cho người lao động, qua đó có sự điều chỉnh thoả đáng và hợp lý.

Trong việc tính toán trả công cho người lao động, nhà quản trị phải nhận thức được ngoài tiền lương cơ bản và các khoản phụ cấp, tiền thưởng cho người lao động cũng đóng vai trò lớn. Đây là hình thức kích thích vật chất, có tác dụng rất tích cực đối với người lao động trong việc phấn đấu thực hiện công việc tốt hơn. Trong thực tế các doanh nghiệp có thể áp dụng một số hoặc tất cả các loại thưởng sau đây:

Thưởng năng suất, chất lượng: áp dụng khi người lao động thực hiện tốt hơn mức độ trung bình về số lượng, chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ.

Thưởng tiết kiệm: áp dụng khi người lao động sử dụng tiết kiệm các loại nguyên vật liệu, có tác dụng làm giảm giá thành sản phẩm dịch vụ mà vẫn đảm bảo được chất lượng theo yêu cầu.

Thưởng sáng kiến: áp dụng khi người lao động có các sáng kiến cải tiến kĩ thuật, tìm ra các phương pháp làm việc mới... có tác dụng làm nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

Thưởng theo kết quả hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp: áp dụng khi doanh nghiệp làm ăn có lãi, người lao động trong doanh nghiệp sẽ được chia một phần tiền lời dưới dạng tiền thưởng. Hình thức này áp dụng trả cho nhân viên vào cuối quý, sau nửa năm, hoặc cuối năm tùy theo cách thức tổng kết hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Thưởng tìm được nơi cung ứng, tiêu thụ, kí kết hợp đồng mới: áp dụng cho các nhân viên tìm thêm được các địa chỉ tiêu thụ mới, giới thiệu khách hàng, kí kết các hợp đồng có tác dụng làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Thưởng đảm bảo ngày công: áp dụng khi người lao động làm việc với số ngày công vượt mức quy định của doanh nghiệp.

Thưởng về lòng trung thành, tận tâm với doanh nghiệp. áp dụng khi người lao động có thời hạn phục vụ trong doanh nghiệp vượt quá một thời gian nhất định, ví dụ 25 hoặc 30 năm; hoặc khi người lao động có những hoạt động rõ ràng đã làm tăng uy tín của doanh nghiệp.

Cách tính tiền thưởng rất đa dạng. Ví dụ, để khuyến khích nhân viên hăng hái, tích cực đi tìm các hợp đồng mới cho doanh nghiệp, người quản trị có thể đề ra nguyên tắc chi thưởng 10% giá trị tặng cho nhân viên kiếm được hợp đồng mới...

Ngày nay, khi cuộc sống của người lao động đã được cải tiến rõ rệt, trình độ văn hoá, chuyên môn của người lao động được nâng cao, người lao động đi làm mong muốn không chỉ có các yếu tố vật chất như lương cơ bản, thưởng, trợ cấp, phúc lợi mà còn muốn được có những cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp, được thực hiện những công việc có tính thách thức, thú vị, được sự kính nể của đồng nghiệp... chứ không còn đơn thuần chỉ là thu nhập.

Những vấn đề trên cho thấy, việc quản trị tiền lương là hết sức nhạy cảm và cần có giải pháp vừa công bằng nhưng đồng thời cũng có những biện pháp hợp lý để kích thích năng lực nhân viên một cách hiệu quả nhất.

** Quản trị chất lượng trong doanh nghiệp:*

Việc Việt Nam chuẩn bị gia nhập WTO có nghĩa là trong thời gian tới, thuế suất các mặt hàng sẽ giảm xuống chỉ còn từ 0-5%. Trình độ khoa học kỹ thuật của nhiều nước hơn chúng ta một khoảng cách xa. Vậy làm thế nào để trong vòng vài năm tới các sản phẩm của ta sản xuất ra đủ cạnh tranh với các nước khi mà 2 trong 3 hàng rào bảo hộ mậu dịch không còn nữa: quota và thuế suất. Còn chiếc rào cuối cùng đó là gì? Đó là chất lượng.

Các nhà sản xuất trong nước thường than phiền dân ta chuộng hàng ngoại, thiếu tinh thần yêu nước trong xây dựng

kinh tế. Nhưng với tư cách là người cung cấp hàng hoá, các nhà sản xuất phải tự hỏi xem họ còn đang thiếu cái gì đó khiến dân chúng chưa thật tình lắm với hàng nội. Đó là chất lượng. Vậy chất lượng là gì?

Thông thường người ta cho rằng sản phẩm có chất lượng là những sản phẩm hay dịch vụ hảo hạng, đạt được trình độ của khu vực hay của thế giới và đáp ứng được mong đợi của khách hàng với chi phí có thể chấp nhận được. Nếu quá trình sản xuất có chi phí không phù hợp với giá bán thì khách hàng sẽ không chấp nhận giá trị của nó, có nghĩa là giá bán cao hơn giá mà khách hàng chịu bỏ tiền ra để đổi lấy các đặc tính của sản phẩm.

Theo ISO9000, “Chất lượng là tập hợp các đặc tính của một thực thể (đối tượng) tạo cho thực thể (đối tượng) đó khả năng thoả mãn những nhu cầu đã nêu hoặc tiềm ẩn” và “Chất lượng sản phẩm là tổng thể các chỉ tiêu, những đặc trưng của sản phẩm, thể hiện sự thoả mãn nhu cầu trong những điều kiện tiêu dùng xác định, phù hợp với công dụng của sản phẩm”.

Thông thường người ta rất dễ chấp nhận ý tưởng cho rằng cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm là phải tập trung cải tiến và nâng cao đặc tính kĩ thuật, sự hoàn thiện của sản phẩm. Quan niệm này sẽ dẫn đến xu hướng đồng hoá việc đầu tư và đổi mới vào đổi mới dây chuyền sản xuất, công nghệ sản xuất là nâng cao chất lượng sản phẩm. Trong nhiều trường hợp, quan niệm này tỏ ra đúng đắn, nhất là khi sản phẩm đang được sản xuất ra với công nghệ quá lạc hậu. Tuy nhiên, chất lượng đã vượt ra khỏi phạm vi của sản phẩm. Doanh nghiệp sản xuất

ra các sản phẩm có chất lượng và nhờ những sản phẩm tốt mà được khách hàng tín nhiệm. Song muốn thật sự được người tiêu dùng tín nhiệm, thì cùng với sản phẩm tốt, doanh nghiệp còn phải thực hiện tốt một loại dịch vụ cần thiết khác như: bảo hành, hướng dẫn sử dụng, bảo dưỡng kĩ thuật định kì và các dịch vụ phụ trợ khác.

Điều đó có nghĩa là doanh nghiệp không chỉ bán sản phẩm tốt mà còn phải giúp khách hàng giải quyết các vấn đề nảy sinh trong khi sử dụng. Ví dụ, khi những sản phẩm đầu tiên của Nhật Bản bán ra thị trường nước ngoài, khách hàng không thể đọc được các bản hướng dẫn sử dụng vì nó viết bằng tiếng Nhật, nhưng sau đó họ đã rút kinh nghiệm và hàng hoá của Nhật ngày càng được chấp nhận ở nước ngoài.

Chất lượng sản phẩm phải thể hiện thông qua 3 chữ P của chất lượng là:

Perfectibility: sự hoàn thiện của sản phẩm.

Price: giá thể hiện chi phí để sản xuất (mua) sản phẩm và chi phí để khai thác và sử dụng nó.

Punctuality: sự kịp thời cả về chất lượng và thời gian.

Trong thực tế sản xuất kinh doanh, nếu không chú ý đầy đủ đến 3 chữ p này sẽ dẫn đến thiệt hại không nhỏ. Thí dụ, gần đây nhất là không đảm bảo được chữ P thứ 3 (kịp thời) trong giao hàng mà chúng ta đã mất đi một số thị trường gạo xuất khẩu vào tay các đối thủ khác như Thái Lan. Hoặc vào buổi sáng khi ta không có thời gian mà vào quán ăn, quán cà phê phải chờ rất lâu mới có cái ăn và cà phê để uống thì lần sau khách hàng sẽ không vào nơi ấy nữa...

Trên thực tế, có 2 yếu tố mà người mua hàng cân nhắc trước khi mua:

Giá cả: gồm cả khi mua và giá sử dụng.

Chất lượng: muốn biết được mức chất lượng của sản phẩm bày bán, người mua thường so sánh với sản phẩm cùng loại đã biết, và thường hay hỏi người bán về mẫu mã, tính năng. Người bán hàng cần sự tín nhiệm của người mua đối với nhà sản xuất. Sự tín nhiệm này, nhiều khi người mua đặt vào nhà phân phối, người bán hàng vì họ chưa biết người sản xuất là ai. Một nhà phân phối làm ăn ổn định, buôn bán ngay thẳng và phục vụ tốt dễ gây tín nhiệm cho khách hàng, nhất là đối với những sản phẩm dịch vụ mới. Thực tế này đòi hỏi việc quản trị chất lượng phải một lần nữa mở rộng ra và bao gồm cả nhà phân phối.

Muốn làm chất lượng, nếu chỉ có các biện pháp trong doanh nghiệp thôi thì chưa đủ. Người ta thấy, nếu không giải quyết vấn đề đảm bảo chất lượng nguyên liệu nhập vào, không quan tâm đến mạng lưới phân phối bán ra thì không thể nâng cao chất lượng sản phẩm sản xuất ra. Do vậy, trong quản lý chất lượng người ta tìm cách tạo ra được quan hệ tin cậy, lâu dài với người cung ứng nguyên vật liệu và cả người phân phối nữa.

Như vậy, quản trị chất lượng trong doanh nghiệp đã mở rộng ra quản trị chất lượng cả đời sống sản phẩm từ khâu thiết kế đến cả quá trình sản xuất và quá trình phân phối sản phẩm. Nếu trong chuỗi trên xảy ra trục trặc một khâu nào đó sẽ ảnh hưởng ngay đến chất lượng một cách trực tiếp hoặc gián tiếp.

Nhà sản xuất muốn tạo được sự tín nhiệm đối với khách hàng không phải chỉ thông qua lời giới thiệu của người bán,

những câu chuyện, lời lẽ quảng cáo trên tivi hay pano, áp phích mà phải được minh chứng bằng một hệ thống quản lí chất lượng trong doanh nghiệp. Vì thế, các hệ thống quản lí chất lượng khác nhau ra đời, tạo cơ sở cho việc đảm bảo chất lượng, giúp cho doanh nghiệp làm ăn, có lãi và phát triển một cách bền vững.

Đảm bảo chất lượng là cốt lõi của quản trị chất lượng, bao gồm một đảm bảo sao cho người mua hàng có thể mua một sản phẩm, dịch vụ với lòng tin và sự thoải mái là có thể sử dụng một thời gian dài. Đảm bảo chất lượng giống như một lời hứa hoặc hợp đồng với khách hàng về chất lượng.

Bất kì công ty nào cũng cần áp dụng chính sách đảm bảo chất lượng nhằm đoan chắc với khách hàng rằng trước khi mua, trong khi mua và giai đoạn nào đó sau khi mua sản phẩm, dịch vụ phải có độ tin cậy làm thoả mãn khách hàng và chiếm được lòng tin của họ. Các doanh nghiệp cần xây dựng chính sách đảm bảo chất lượng sao cho khách hàng tin vào hàng hoá của công ty mình hoặc xa hơn nữa là tin tưởng vào chất lượng của chính bản thân công ty, như vậy khách hàng sẽ yên tâm khi mua sản phẩm, dịch vụ mới.

Đảm bảo chất lượng bao gồm mọi việc từ lập kế hoạch sản phẩm cho đến khi làm ra nó, bảo dưỡng, sửa chữa và tiêu dùng. Vì thế các hoạt động đảm bảo chất lượng cần được xác định rõ ràng, điều gì cần làm ở mỗi giai đoạn để đảm bảo được chất lượng trong suốt đời sống của sản phẩm.

Đảm bảo chất lượng không những bao gồm mọi hoạt động về kiểm tra chất lượng bên trong các phòng ban, mà còn giữa

các phòng ban với nhau. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đổi mới cơ cấu tổ chức từ quản trị theo chức năng sang quản trị theo chức năng chéo nhằm hướng mọi nỗ lực của các thành viên vào việc thực hiện mục tiêu chung của doanh nghiệp là thoả mãn tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng và thu được lợi nhuận.

Nói chung, muốn hội nhập vào thị trường thế giới, các doanh nghiệp phải có ngôn ngữ tương đồng với nhau và việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng quốc tế như ISO9000 là một trong những ngôn ngữ đó. Hiện nay, vẫn còn không ít người ngộ nhận ISO9000 là một loại tiêu chuẩn chất lượng của sản phẩm. Không phải thế, ISO9000 là một hệ thống quản lý chất lượng áp dụng cho đơn vị để cải tiến công tác quản trị cho phù hợp, trên cơ sở đó đảm bảo việc thực hiện cam kết chất lượng sản phẩm, dịch vụ đối với khách hàng.

Bên cạnh việc quản lý chất lượng theo hệ thống ISO9000 còn các hệ thống quản lý chất lượng khác như: hệ thống TQM, Q.Base, giải thưởng chất lượng Việt Nam...

Trên đây là một số biện pháp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, ngoài các biện pháp trên, thực tế còn rất nhiều biện pháp khác như: quản trị cung ứng, quản trị nhãn hiệu hàng hoá...

2. Xây dựng chiến lược marketing

Trong bất kì lĩnh vực nào khi bắt tay vào thực hiện, bạn cũng cần lập cho mình một kế hoạch và để thành công trong marketing, việc lập kế hoạch là hết sức cần thiết.

2.1. Lập kế hoạch marketing

Một phương pháp lập kế hoạch marketing là thực hiện theo nguyên tắc 4P

Sản phẩm (Product)

Sản phẩm là mặt hàng bạn định đem bán. Bạn phải quyết định bán hàng loại gì, chất lượng, màu sắc và kích cỡ như thế nào. Nếu bạn kinh doanh dịch vụ thì dịch vụ chính là sản phẩm của bạn. Thí dụ, dịch vụ du lịch chính có thể bao gồm: dịch vụ khách sạn, nhà hàng, bán tour du lịch, đặt vé máy bay...

Đối với các nhà bán lẻ và bán buôn, sản phẩm là toàn bộ các mặt hàng cùng đặc tính, bán cho cùng một loại khách hàng và với giá cả tương đương như nhau.

Khái niệm sản phẩm còn bao hàm các đặc tính khác của hàng hoá và dịch vụ như:

Chất lượng hàng hoá

Bao bì hàng hoá

Sách hướng dẫn sử dụng kèm theo

Dịch vụ được cung cấp

Dịch vụ sửa chữa và các phụ tùng đi kèm.

Bạn cũng nên đưa thêm các đặc tính khác giúp cho sản phẩm của bạn hấp dẫn, đặc biệt hơn.

Giá cả (Price)

Giá cả là số tiền mà bạn đòi cho hàng hoá của bạn. Nó bao gồm các khoản giảm giá hoặc bất cứ hình thức bán chịu nào đối với khách hàng. Để đặt giá cho hàng hoá của mình bạn cần nắm được:

Các chi phí của mình

Mức giá mà khách hàng sẽ chấp thuận trả cho hàng hoá của bạn

Giá bán ra của đối thủ cạnh tranh.

Địa điểm (Place)

Địa điểm ở đây có nghĩa là nơi bạn kinh doanh. Nếu bạn định bán lẻ hoặc cung cấp dịch vụ thì địa điểm kinh doanh là vấn đề rất quan trọng. Bạn phải đặt nơi kinh doanh gần với khách hàng. Cửa hàng phải ở chỗ dễ tìm và thuận tiện cho việc đi lại. Nói chung người ta sẽ không đi xa để mua hàng của bạn trong khi đối thủ cạnh tranh với bạn lại ở ngay bên cạnh.

Có được địa điểm kinh doanh gần với khách hàng không phải là yếu tố duy nhất đáng lưu tâm đối với nhà sản xuất. Có lẽ việc tiếp cận nguồn nguyên liệu sao cho thuận tiện còn quan trọng hơn, nghĩa là nhà máy hoặc xưởng sản xuất nên nằm gần nơi cung cấp. Và ngoài ra giá thuê mặt bằng thấp cũng là điều quan trọng đối với nhà sản xuất.

Khái niệm địa điểm kinh doanh còn bao hàm cả phương thức phân phối hàng hoá cho khách hàng. Làm ra một sản phẩm tốt là chưa đủ. Bạn còn phải làm sao để đưa sản phẩm đó đến tay khách hàng.

Xúc tiến bán hàng (Promotion)

Xúc tiến bán hàng là việc quảng cáo, tuyên truyền và thu hút khách hàng của bạn. Thông thường có ba cách sau:

Quảng cáo là cung cấp thông tin cho khách hàng và làm cho họ muốn mua hàng của bạn. Có thể đưa các thông tin

quảng cáo lên báo chí, đài phát thanh... áp phích, tờ rơi, biển hiệu, bảng giá, danh thiếp là các hình thức quảng cáo khác nhau cho doanh nghiệp và hàng hoá của bạn.

Sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng là hình thức xúc tiến bán hàng miễn phí bằng cách cho đăng một bài báo về cơ sở kinh doanh hoặc hàng hoá của bạn trên báo chí địa phương.

Xúc tiến bán hàng, phương thức này bao gồm tất cả những gì bạn làm để khiến khách mua hàng khi đến cơ sở kinh doanh của bạn hoặc khi tiếp xúc với nó dưới bất kì hình thức nào. Bạn có thể trưng bày hàng thật hấp dẫn, hướng dẫn sử dụng, dùng hàng mẫu hoặc bán nhiều sản phẩm đi kèm nhau. Tất cả đều là phương thức xúc tiến bán hàng.

Xúc tiến bán hàng luôn đòi hỏi chi phí. Hãy hỏi giá từ hoạ sĩ, nhà in và các cơ sở kinh doanh liên quan khác. Bạn hãy tính đến đối thủ cạnh tranh sắp tới của mình. Tìm hiểu xem họ sử dụng hình thức xúc tiến bán hàng nào. Sau đó hãy quyết định xem hình thức nào tối ưu cho doanh nghiệp của bạn.

2.2. Những quy luật bất biến trong marketing

**** Nguyên tắc về sự dẫn đầu:***

Là sản phẩm đầu tiên bao giờ cũng có ưu thế hơn các sản phẩm chưa xuất hiện trên thị trường.

**** Nguyên tắc về chủng loại:***

Nếu bạn không thể là sản phẩm đầu tiên của một chủng loại, hãy thay đổi tính chất của chủng loại đó, hoặc tạo ra một chủng loại mới mà bạn có thể là sản phẩm đầu tiên.

** Nguyên tắc bậc thang:*

Chiến lược mà bạn sẽ áp dụng tùy thuộc vào nấc thang thứ mấy mà bạn đang đứng.

** Nguyên tắc về song đôi:*

Về lâu dài, mọi cuộc đua tranh rồi sẽ chỉ còn lại hai con ngựa.

** Nguyên tắc về tư duy và nhận thức:*

Marketing không phải là một trận chiến của các sản phẩm, nó là một trận chiến về nhận thức của khách hàng, và đôi khi chiếm lĩnh nhận thức của khách hàng trước tạo ra nhiều ưu thế hơn là thâm nhập thị trường trước.

** Nguyên tắc về sự tập trung:*

Khái niệm có tác động cao nhất trong marketing là sở hữu một từ trong tư duy của khách hàng tiềm năng.

** Nguyên tắc về sự mở rộng:*

Việc mở rộng thêm nhãn hiệu thường là một áp lực không thể cưỡng lại được.

** Nguyên tắc về sự độc nhất và tính ưu việt:*

Sở hữu một vị trí ưu việt trong tư duy của khách hàng là yếu tố sống còn, marketing là một sự nỗ lực liên tục trong quá trình tìm kiếm sự độc nhất.

** Nguyên tắc về sự phân chia:*

Theo thời gian, một chủng loại sản phẩm sẽ phân chia và trở thành hai (hoặc nhiều hơn) chủng loại.

** Nguyên tắc của trái tim:*

Chiến lược marketing mà không có yếu tố tình cảm thì sẽ không hiệu quả.

** Nguyên tắc về đặc tính:*

Khi bạn phải tập trung vào đặc tính sản phẩm, bất kì khía cạnh nào cũng có một đặc tính đối nghịch và hiệu quả.

** Nguyên tắc về tính thật thà:*

Khi bạn chấp nhận một nhược điểm, khách hàng tiềm năng sẽ cho bạn một ưu điểm.

** Nguyên tắc về sự hi sinh:*

Muốn được một thứ bạn phải từ bỏ một thứ khác.

** Nguyên tắc về sự thành công:*

Thành công thường dẫn đến kiêu ngạo và kiêu ngạo dẫn đến thất bại.

** Nguyên tắc về sự thất bại:*

Thất bại là điều phải được dự kiến và được chấp nhận.

** Nguyên tắc về yếu tố không thể lường trước:*

Trừ khi bạn chính là người soạn ra kế hoạch của đối thủ cạnh tranh, bạn không thể biết được điều gì trong tương lai.

** Nguyên tắc về sự cường điệu:*

Tình hình thực tế thường ngược lại với những gì xuất hiện trên báo.

** Nguyên tắc về sự gia tốc:*

Những chương trình thành công thường không được xây dựng dựa trên một nhất thời mà dựa trên khuynh hướng.

** Nguyên tắc về viễn cảnh:*

Hiệu ứng marketing thường xảy ra và kéo dài.

** Nguyên tắc về sự đối nghịch:*

Nếu bạn nhắm vào vị trí thứ hai, chiến lược của bạn do người dẫn đầu quyết định.

** Nguyên tắc về xuất xứ:*

Xuất xứ của thương hiệu thường quan trọng hơn chất lượng.

** Nguyên lí về nguồn tài nguyên:*

Không có đủ nguồn ngân sách và kiến thức chuyên môn cần thiết, ý tưởng không thể trở thành hiện thực và thương hiệu không thể được tạo nên.

2.3. Kinh nghiệm, người thầy tốt nhất trong marketing

Trong kinh doanh cũng như tất cả các lĩnh vực khác, kinh nghiệm luôn là người thầy tốt nhất. Và marketing cũng không loại trừ yếu tố đó.

Những gì thực tế trải nghiệm sẽ hình thành nên ý kiến riêng của bạn và nó được ưu thích, được in sâu trong trí nhớ hơn những kinh nghiệm đã được ai đúc kết và truyền lại. Marketing trải nghiệm sử dụng các sự kiện mà ở đó khách hàng có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với một sản phẩm hoặc một nhãn hiệu, nhờ đó họ có được những kinh nghiệm đáng ghi nhớ. Một nghiên cứu mới đây đã cho thấy cách làm này có thể tác động đến quyết định mua của khách hàng hiệu quả hơn cả quảng cáo trên TV và thư tín trực tiếp.

Theo kết quả cuộc điều tra về marketing trải nghiệm do Sponsorship Research International (SRI) thực hiện: tới 43% phụ nữ cho rằng kinh nghiệm trong các marketing trải nghiệm

thúc đẩy họ mua sắm sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ nào đó một cách nhanh chóng.

Trong khi đó, chỉ có 20% phụ nữ được phỏng vấn nói đó là nhờ các kênh quảng cáo truyền thống và 37% nói là nhờ thư tín trực tiếp. Ngoài ra, sau khi tham gia vào một marketing sống động cho một sản phẩm hoặc một nhãn hiệu, tới 9 trong số 10 khách hàng cho rằng họ có lẽ sẽ dễ dàng lĩnh hội hơn những quảng cáo trong tương lai cho sản phẩm đó.

Dưới đây là 4 yếu tố quan trọng để tạo nên một sự kiện đáng ghi nhớ đối với khách hàng:

** Lựa chọn một địa điểm gặp gỡ tốt nhất:*

Không giống như các hoạt động marketing truyền thống với mục tiêu đầu tiên là tạo sự tín nhiệm đối với khách hàng, marketing trải nghiệm yêu cầu mang đến cho những người tham dự kinh nghiệm tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm của bạn theo cách thú vị và đáng ghi nhớ. Số lượng các điểm gặp gỡ không quan trọng, có thể ở các siêu thị, hội chợ, chợ bán lẻ và nhà hàng, và đủ dài để hỗ trợ cho chủ đề của sự kiện và thúc đẩy các ảnh hưởng qua lại. Hãy tạo ra địa điểm nếu các địa điểm thích hợp không có sẵn.

Ví dụ, một doanh nhân sáng tạo ra một loại đồ chơi mới có kích thước nhỏ. Anh ta biết rằng sản phẩm đó sẽ khó thu hút sự chú ý khi ở trong các siêu thị bán lẻ lớn. Vì vậy, anh này bắt đầu dựng những rạp trình diễn nơi trẻ em có thể chơi với loại đồ chơi này. Chiến lược này đã phát huy hiệu quả tốt và anh ta tổ chức thêm các điểm marketing trải nghiệm, gồm cả các cuộc gặp gỡ, các sự kiện thân thiện với trẻ em trên khắp đất nước.

** Thu hút đối tượng:*

Bạn luôn phải ghi nhớ rằng bạn có thể tổ chức được một sự kiện rất thành công nhưng đó lại là một kinh nghiệm marketing thất bại. Hãy thử tưởng tượng bạn là một nhà thiết kế thời trang cho giới trẻ, người đã tạo nên bộ sưu tập các phục trang. Bạn có thể tổ chức một buổi tiệc có đội ngũ người mẫu trình diễn bộ sưu tập của bạn và hàng trăm khách mời vui vẻ.

Tuy nhiên, nếu đối tượng tham dự không đúng độ tuổi, giới tính hoặc nhóm thu nhập, bạn sẽ không đạt được mục tiêu marketing của mình. Marketing trải nghiệm hiệu quả yêu cầu bạn cẩn thận tạo nên sự kiện để thu hút khách hàng tiềm năng cũng như các khách hàng thực sự của bạn.

** Tạo bầu không khí vui vẻ:*

Trong điều tra của SRI, những người trả lời thuộc mọi đối tượng đều thích các sự kiện marketing trải nghiệm kết hợp được tính giải trí với cơ hội kiểm nghiệm sản phẩm. Cách nào sẽ đáng nhớ hơn; nhận một mẫu xà phòng theo đường thư tín hay tham dự một sự kiện vui vẻ mà ở đó bạn có thể dùng thử các loại xà phòng và các sản phẩm khác cùng với những người có vị trí xã hội giống như bạn? Cách sau có lẽ hấp dẫn hơn và nhiều khả năng sẽ lôi cuốn được bạn đến quyết định mua sản phẩm.

** Tránh tạo nên một đám đông hỗn độn:*

Với tư cách một người chủ doanh nghiệp, bạn ở vị trí lí tưởng để sử dụng các sự kiện marketing để tiếp cận khách hàng thực sự và khách hàng tiềm năng. Thực tế, theo những người được phỏng vấn trong cuộc điều tra của SRI, các đối

thoại mặt đối mặt và khả năng chia sẻ kinh nghiệm với những người khác là hai yếu tố hàng đầu giúp làm sự kiện trở lên đặc biệt thú vị.

Vì vậy, hãy chú ý giữ cho sự kiện của bạn ở quy mô có thể kiểm soát được để phát huy tối đa tác dụng ảnh hưởng giữa người với người và tạo cho những người tham gia cảm giác vui vẻ. Bởi vì những sự kiện nhỏ với bầu không khí thân mật được ưa thích hơn những sự kiện lớn với quá nhiều người tham gia.

Có thể nói, những kinh nghiệm trên chỉ là một trong số những kinh nghiệm marketing khác nhưng hi vọng đem đến cho người quản lí doanh nghiệp những điều bổ ích và thiết thực nhất.

2.4. Những tư liệu hữu ích trong tiếp thị

Trong quá trình hoạt động kinh doanh, các doanh nghiệp thường phải cung cấp các thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm hay dịch vụ của mình cho nhiều đối tượng khác nhau như khách hàng, đối tác hay các cơ quan thông tấn báo chí...

Theo các chuyên gia tiếp thị doanh nghiệp thì doanh nghiệp cần phải chuẩn bị 8 loại thông tin cơ bản dưới đây để cung cấp cho các đối tượng kể trên khi cần thiết.

**** Những thông tin cơ bản về doanh nghiệp:***

Các nhà đầu tư tiềm năng, các nhân viên, các nhà phân tích, các nhà báo cần phải được biết những thông tin quan trọng về doanh nghiệp thông qua một bản tự bạch (fact sheet) bao gồm những thông tin sau: ngày thành lập doanh nghiệp, thành viên trong ban lãnh đạo cao cấp, thông tin để liên lạc với doanh nghiệp, tuyên bố ngắn gọn về sứ mệnh doanh nghiệp.

** Những thông tin cơ bản về sản phẩm:*

Mỗi sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp cũng phải có một bản thông tin cơ bản bao gồm những nội dung sau: chức năng của sản phẩm, các đặc điểm phân biệt, so sánh sản phẩm của doanh nghiệp với các sản phẩm hay dịch vụ trên thị trường, chất lượng sản phẩm (đạt những tiêu chuẩn chất lượng nào), độ tin cậy của sản phẩm, giá bán hay chi phí.

** Tiểu sử của người sáng lập và các lãnh đạo cấp cao:*

Doanh nghiệp nên chuẩn bị sẵn những thông tin tóm tắt về học vị, bằng cấp, những giải thưởng, các công trình nghiên cứu hay quá trình hoạt động và kinh nghiệm của các nhà sáng lập và các thành viên hội đồng quản trị.

** Tuyên bố sứ mệnh:*

Lời tuyên bố sứ mệnh cũng giống như “kim chỉ nam” của một doanh nghiệp để tạo ra động cơ làm việc và định hướng cho đội ngũ nhân viên, giúp cho các nhân viên mới nhanh chóng hiểu được đường hướng hoạt động của doanh nghiệp. Lời tuyên bố sứ mệnh cũng có thể giúp tạo ra một ấn tượng tốt cho các nhà đầu tư, các ngân hàng, các cơ quan thông tấn.

** Nguồn gốc của doanh nghiệp:*

Bên cạnh bản tự bạch, doanh nghiệp cũng nên có một đoạn văn nhỏ nói về hoàn cảnh ra đời của mình.

** Danh sách các khách hàng và các đối tác:*

Các nhà đầu tư và các khách hàng tiềm năng có thể rất quan tâm đến các thông tin này.

** Những thông tin cung cấp cho báo chí:*

Khi chuẩn bị khai trương hay khi chuẩn bị đưa một sản

phẩm mới ra thị trường hay tham dự một cuộc triển lãm, doanh nghiệp thường phải cung cấp một số thông tin cho báo chí. Những thông tin này bao gồm: logo của doanh nghiệp, thư giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp, bản tự bạch về doanh nghiệp, bản giới thiệu sản phẩm, thông cáo báo chí, các bài viết nói về doanh nghiệp, danh thiếp, nguồn gốc và hoàn cảnh ra đời của doanh nghiệp.

** Hồ sơ lưu trữ những thông tin nói về doanh nghiệp từ bên ngoài:*

Nên cử một người trong công ty chịu trách nhiệm thu thập và lưu trữ các thông tin, bài viết nói về doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp cần thực hiện một chiến dịch PR (giao tế với công chúng), thì nên thuê một công ty PR chuyên nghiệp đứng ra thực hiện việc gọi các thông cáo báo chí cho những tờ báo thích hợp.

3. Xây dựng và quảng bá thương hiệu

3.1. Triết lí xây dựng thương hiệu

Thương hiệu là một trong những yếu tố được quan tâm hàng đầu khi doanh nghiệp đã bắt đầu đi vào hoạt động. Nhưng làm thế nào để xây dựng cho mình một thương hiệu mạnh riêng thì quả là một câu trả lời không dễ ràng chút nào.

Xây dựng được một thương hiệu mạnh là khát khao của mọi nhà sản xuất. Để có một thương hiệu mạnh, có khi doanh nghiệp phải mất hàng 10 năm, 20 năm, thậm chí còn lâu hơn thế. Do đó, bạn phải luôn nhất quán và kiên định để theo đuổi mục tiêu của mình đặt ra.

Việc bắt tay xây dựng thương hiệu là rất cần thiết, vì thế mọi doanh nghiệp đều muốn tạo uy tín cho thương hiệu của mình. Họ đề ra nhiều biện pháp khác nhau, có những doanh nghiệp thành công nhưng cũng có những doanh nghiệp đã thất bại khi nỗ lực để thương hiệu của mình đi sâu vào tâm trí khách hàng.

Vậy đâu là triết lý xây dựng thương hiệu? Một số doanh nghiệp thành công đã rút ra kết luận đó là: khách hàng quyết định thương hiệu.

Thương hiệu hàng hoá thành công trong thị trường không nhất thiết phải tốn tiền quảng cáo rầm rộ. Đã có nhiều ví dụ trong thực tế chứng minh điều đó.

Để có một thương hiệu mạnh, trước hết phải có một chiến lược kinh doanh lâu dài và một chương trình marketing, xúc tiến giới thiệu sản phẩm phù hợp. Tên tuổi và dấu ấn của các thương hiệu hàng hoá sản phẩm cần phải được tồn tại và chiếm một vị trí trong tiềm thức người tiêu dùng. Để mỗi sản phẩm hàng hoá hay dịch vụ chiếm lĩnh một chỗ đứng, đầu tiên phải được người tiêu dùng chấp nhận và xếp vào loại có giá trị sử dụng.

Để được người tiêu dùng chấp nhận, trước hết sản phẩm phải đem lại cho đối tượng người tiêu dùng cảm giác “thật” và “đáng tin cậy”.

Để tạo uy tín cho thương hiệu sản phẩm, có thể áp dụng các biện pháp ít chi phí. Thương hiệu cà phê Lily của Thuy Sĩ là một ví dụ. Hãng kinh doanh cà phê này đã có ý thức xây dựng thương hiệu thông qua việc tăng cường ý thức về chất lượng

của người trồng cà phê ở các nước thế giới thứ ba. Nhà sản xuất được nghe, xem các bài giới thiệu, thuyết trình về cà phê, cách chăm sóc, dưỡng cây, kỹ thuật thu hái, bảo quản và chế biến trong đó hạn chế tối đa dùng hoá chất.

Qua đó sẽ hình thành trong tiềm thức người trồng về chất lượng cà phê mà họ phải duy trì. Đồng thời, từ phía những người trồng cà phê cũng phải chứng tỏ cho khách hàng có trình độ thưởng thức cao. Cứ như vậy, tiếng lành đồn tiếng xa, cà phê Lily trở nên nổi tiếng với một nguồn gốc xuất sứ rõ ràng, không dùng hoá chất, chất lượng đảm bảo. Lily không thực hiện quảng cáo thường xuyên trên các phương tiện truyền thông mà thay vào đó là chủ ý tổ chức các buổi họp báo, giới thiệu sản phẩm, trưng bày tại hội trợ triển lãm.

Triết lý kinh doanh của Lily thứ nhất là kinh doanh phải rất có ý thức cao về thương hiệu sản phẩm của mình, coi đó là vấn đề sống còn thì mới có những đầu tư xứng đáng; thứ hai là sản phẩm của nhà kinh doanh cũng phải tốt nếu không thì mọi hoạt động marketing, quảng cáo khuếch trương chỉ là lừa dối và không thể thuyết phục được khách hàng lâu dài; thứ ba là cần có chuyên gia giỏi về marketing, đặc biệt là về tổ chức giới thiệu sản phẩm ra ngoài công luận; thứ tư là cần phải có thời gian, vì thương hiệu có thực sự nổi tiếng cũng phải thể hiện qua sự bền vững với thời gian.

Một thương hiệu không thể có tên tuổi sau thời gian quá ngắn mà cần có sự quan tâm xây dựng thường xuyên. Chỉ bằng các cách thức quảng cáo kinh điển thông thường thì họ mới tiếp cận định hướng của người tiêu dùng. Để người tiêu dùng

chủ động tìm đến hàng hoá, cần phải có niềm tin. Để giữ được khách hàng lâu dài cần phải thuyết phục và tạo ra sự khác biệt nổi trội đối với hàng hoá.

Khi tìm hiểu những triết lí xây dựng thương hiệu, các doanh nghiệp sẽ tìm cho mình những phương pháp xây dựng khác nhau. Có 5 công cụ xây dựng thương hiệu hiệu quả và mang lại ấn tượng sau:

** Không đặt tên có dấu:*

Tên của nhãn hiệu sản phẩm là yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất tạo nên khả năng nhận biết, gợi nhớ, phân biệt và định hướng cho khách hàng tìm đến mua và sử dụng sản phẩm của công ty. Tên gọi của một thương hiệu cần phải đáp ứng được những yếu tố như đơn giản, dễ nhớ, dễ đọc và mang tính quốc tế do vậy tên gọi không nên có dấu của địa phương để có thể phát âm dễ dàng qua mọi thứ tiếng.

** Logo để liên tưởng sản phẩm:*

Logo được thể hiện qua hình vẽ, hoa văn, kiểu chữ hoặc một dấu hiệu đặc biệt để tạo sự nhận biết qua mắt nhìn của khách hàng. Logo cần phải tạo được sự khác biệt, dễ nhận biết và phân biệt với các logo khác, có khả năng làm cho người xem nhớ đến nó và liên tưởng đến sản phẩm của công ty. Logo cần được thiết kế đơn giản để dễ tái tạo chính xác trên các hình thức in ấn, bảng hiệu, băng rôn, biểu tượng khác nhau. Khác với tên gọi của nhãn hiệu, logo có thể được thay đổi theo thời gian để phù hợp hơn với thời đại.

** Hình tượng tạo thiện cảm:*

Hình tượng của một nhãn hiệu là cách sử dụng một nhân

vật hoặc con vật nào đó để diễn tả tính cách riêng biệt của nhãn hiệu. Hình tượng của nhãn hiệu có thể là người thật, vật thật hoặc là một hình vẽ. Hình tượng của nhãn hiệu thường được sử dụng nhiều trong các chương trình quảng cáo và khuyến mãi hoặc trong các hoạt động giới thiệu sản phẩm mới để tạo chú ý, sinh động, gợi nhớ và tạo sự khác biệt.

** Dừng chọn những khẩu hiệu chung chung:*

Khẩu hiệu là một lời văn ngắn gọn diễn tả cô đọng về lợi ích sản phẩm và gợi nhớ. Khẩu hiệu phải lột tả được cái tinh túy của nhãn hiệu và sản phẩm và mang tính đặc trưng cho loại sản phẩm đó. Một lỗi thường vấp của các câu khẩu hiệu là rất tổng quát như “chất lượng cao, phục vụ tốt, giá cả phải chăng, sử dụng hiệu quả”. Những câu khẩu hiệu loại này không lột tả được đặc tính và lợi ích riêng biệt của sản phẩm, không tạo được sự khác biệt và đặt vào loại sản phẩm nào cũng đúng; dẫn tới kết quả là khách hàng sẽ không chú ý và không nhớ tới nhãn hiệu khi nghe những câu khẩu hiệu loại này

** Nhạc hiệu ngắn, dễ nhớ:*

Nhạc hiệu là một đoạn nhạc hoặc một bài hát ngắn dễ nhớ, dễ lặp lại, được sáng tác dựa trên giá trị cốt lõi của nhãn hiệu và sản phẩm. Nhạc hiệu thường mang giai điệu nhanh hoặc chậm, vui tươi hoặc trang trọng tùy thuộc vào tính cách của nhãn hiệu sản phẩm.

Nếu là sản phẩm dành cho trẻ em thì nhạc điệu cần vui tươi sinh động, nếu là sản phẩm làm đẹp dành cho phái nữ thì nhạc điệu cần nhẹ nhàng, quyến rũ. Nhạc điệu thường in sâu vào trí nhớ của khách hàng rất lâu nếu được nghe thường xuyên trong

một giai đoạn. Nhạc điệu thường khó đổi hơn các yếu tố khác trong thương hiệu nên cần phải được chọn lựa kĩ càng.

** Bao bì nổi bật:*

Bao bì được thiết kế cần đạt những tiêu chuẩn như tạo nhận biết cho nhãn hiệu qua hình thức, màu sắc, thiết kế, kiểu dáng. Bao bì phải cung cấp những thông tin cần thiết và thuyết phục về lợi ích của sản phẩm cũng như cách thức sử dụng và tạo sự tiện lợi cho việc di chuyển và bảo vệ sản phẩm không bị hư hại.

Bao bì cần tiện lợi cho khách hàng khi sử dụng sản phẩm dễ mở, dễ đóng, dễ cầm, dễ cất, dễ lấy sản phẩm ra.

Ngoài những tiêu chuẩn về kĩ thuật, bao bì sản phẩm cần có một thiết kế nổi bật, có thể được khách hàng nhận biết nhanh khi cùng được trưng bày trên một vị trí với các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Điều này có thể được thực hiện qua hình dáng, kích thước hoặc màu sắc, hình ảnh bắt mắt của bao bì.

Để có một nhãn hiệu được nhận biết nhanh, rộng rãi và trở thành quen thuộc đối với khách hàng, những yếu tố trên cần được xây dựng một cách đồng bộ dựa trên giá trị và tính cách cốt lõi của nhãn hiệu được định hướng qua việc xây dựng một chiến lược nhãn hiệu.

3.2. Chiến lược phát triển thương hiệu như thế nào thì hợp lí?

Bạn có từng hỏi tại sao Anchor, một tên tuổi lớn trong ngành công nghiệp thực phẩm của Pháp, lại không sử dụng sản phẩm bơ, cũng như không xúc tiến quảng bá thương hiệu sữa

bột của họ ở các quốc gia Hồi giáo? Đơn giản vì thương hiệu này trùng với tên gọi của một loại bia địa phương đã quen thuộc từ lâu, chưa kể các bà nội trợ ở các quốc gia Hồi giáo này không thích mua sản phẩm sữa cho con cái, vì theo họ, như vậy có thể tạo cho trẻ mối liên hệ tiềm thức với một loại nước giải khát có cồn.

Và quyết định của Anchor là hoàn toàn hợp lí. Hãng đã có một sự đánh giá chuẩn xác trong chiến lược thương hiệu và xúc tiến sản phẩm của mình. Thương hiệu là yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất tạo nên khả năng nhận biết, gợi nhớ, phân biệt và định hướng cho khách hàng tìm đến mua và sử dụng sản phẩm. Giả sử Anchor đưa thương hiệu sữa bột vào thì chắc hẳn sản phẩm của hãng sẽ bị lép vế hoàn toàn trước nhãn hiệu bia Anchor nổi tiếng, đồng thời bị một bộ phận lớn dân cư Hồi giáo tẩy chay vì truyền thống tín ngưỡng lâu đời của các quốc gia này.

Giờ đây, bạn có thể dễ dàng nhìn thấy chai nước ngọt nhãn hiệu Coca-cola hay Pepsi ở khắp mọi nơi, trong bất kì cửa hàng nào từ bình dân đến sang trọng. Đó chính là thương hiệu. Kinh doanh ngày nay đòi hỏi các công ty không chỉ cần có được nhận thức đúng đắn và đầy đủ về thương hiệu, mà còn phải có một chiến lược thương hiệu.

Không chỉ có giới kinh doanh, mà cả xã hội đều... bàn về thương hiệu, đến mức từ “thương hiệu” đã vượt ra khỏi giới hạn của những cuộc họp công ty và đi vào đời sống. Một diễn viên, một vận động viên, nhà báo hay nhà hoạt động xã hội khi bắt đầu có uy tín với công chúng, người ta nói: “Ông ấy (hay cô ấy) đã có thương hiệu rồi”.

Đến các ngân hàng, xưa nay chẳng thèm để ý đến thương hiệu cũng thấy đến lúc cần quan tâm đến thương hiệu, làm cho công chúng quen thuộc với những cái tên như Citibank hay ACB... Có cả những thương hiệu mới ra đời nhưng đã kịp gặt hái nhiều thành công như Trung Nguyên, Thái Tuấn... Để thu được kết quả đó, các công ty đã phải xây dựng thương hiệu không chỉ là nhãn mác đẹp, bắt mắt, mà đằng sau nó là một chính sách tổng thể và nghiêm túc để quản trị, bảo vệ và phát triển thương hiệu.

Không thể phủ nhận rằng chính sách thương hiệu đóng vai trò rất quan trọng, bởi chính sách này có thể hỗ trợ công ty hoàn thành nhiều mục tiêu kinh doanh khác nhau, đồng thời thuyết phục khách hàng rằng các sản phẩm có cùng nhãn hiệu sẽ có cùng một chất lượng hoặc đáp ứng một số tiêu chuẩn nào đó. ở các quốc gia khác nhau, chính sách thương hiệu cũng rất khác nhau.

Một số công ty sở hữu những thương hiệu nổi tiếng tại nước mình, nhưng khi “đem chuông đánh sứ người” mới nhận ra cần phải thay đổi chính sách thương hiệu. Nhiều công ty đã buộc phải đổi thương hiệu, chỉ vì nó mang nghĩa xui xẻo khi phát âm bằng một ngôn ngữ khác. Ví dụ công ty VICK'S Chemical của Pháp, khi kinh doanh tại Đức đã phải đổi tên thành WISK' vì từ VICK giống một từ không mấy thanh nhã trong ngôn ngữ Đức.

Không những thế, nhiều rắc rối có thể phát sinh nếu sử dụng cùng một tên thương hiệu tại nhiều quốc gia khác nhau với các ngôn ngữ khác nhau. Chẳng hạn, một công ty của Anh

đã chào hàng một loại thiết bị y tế với tên là Grab Bucket ở Đức mà không biết rằng nhãn hiệu này khi được dịch ra sẽ có nghĩa là loại hoa được cúng ở nghĩa trang. Kết quả sau chưa đầy một tháng, công ty đã phải đổi tên nhãn hiệu của mình.

Một xu hướng đang phổ biến trong chính sách thương hiệu của nhiều công ty là liên kết dọc và gia tăng việc sử dụng nhãn hiệu riêng. Các tập đoàn bán lẻ lớn, các siêu thị, cửa hàng tự phục vụ nổi tiếng ngày càng thắt chặt mối quan hệ với các nhà sản xuất với mục đích gắn nhãn hiệu riêng của mình lên các sản phẩm được tạo ra. Vài năm gần đây, doanh thu từ việc bán sản phẩm với nhãn hiệu riêng chiếm 15% doanh thu bán hàng của các siêu thị ở Hà Lan. Tại các nước EU lân cận, con số này thậm chí còn cao hơn, đến 20-25%.

Theo kinh nghiệm của nhiều công ty, thì chính sách thương hiệu trước hết phải có một chiến lược lâu dài bao gồm cả các chương trình tiếp thị và xúc tiến giới thiệu sản phẩm phù hợp. Chính sách thương hiệu nên tập trung hướng tới khách hàng, làm sao để sản phẩm của mình đem lại cho khách hàng cảm giác thật nhất và đáng tin cậy nhất.

Chính sách thương hiệu nào nhắm đến đúng nhu cầu của khách hàng với những sản phẩm hàng hoá, dịch vụ phù hợp thì sẽ nhanh chóng thu hút và tạo ra được sự tin cậy từ phía khách hàng. Thương hiệu cà phê Lily của Thuy Sĩ là một ví dụ. Tập đoàn kinh doanh cà phê này đã xây dựng thương hiệu thông qua việc tăng cường ý thức về trách nhiệm của người trồng cà phê ở các nước đang phát triển. Nhà sản xuất được nghe, xem các bài giới thiệu, thuyết trình về cà phê, cách chăm sóc, bảo

dưỡng cây, kĩ thuật thu hái..., qua đó hình thành trong tiềm thức người trồng cà phê những yêu cầu về chất lượng thành phẩm mà họ phải đảm bảo duy trì.

Có 6 bí quyết để xây dựng một chính sách thương hiệu thành công đối với các công ty:

Quảng bá thương hiệu không đơn thuần chỉ là quảng cáo, dù quảng cáo là một bộ phận không thể thiếu được trong quá trình phát triển thương hiệu. Cái gốc của thương hiệu là uy tín của sản phẩm và dịch vụ, sự bền vững của chất lượng. Những thương hiệu lớn trên thế giới như Heineken, Coca-cola, Shell, Ford... đều đặt chất lượng lên hàng đầu.

Thậm chí, những thương hiệu dù đã có được uy tín lâu dài cũng sẽ tự đánh mất mình nếu để chất lượng sản phẩm giảm sút. Vì vậy, một chiếc xe máy Honda từ đời 67 đến Honda @ luôn là những bước tiến thể hiện sự cố gắng tự làm mới liên tục của công ty.

Công ty cần phải tiếp cận vấn đề thương hiệu với một chiến lược tổng thể

Đó là việc phải nhận thức đúng và đầy đủ về thương hiệu trong toàn bộ công ty; xây dựng thương hiệu trên cơ sở nghiên cứu thị trường kĩ lưỡng; đăng kí bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước; phát triển hệ thống kênh phân phối; quản lí thương hiệu để đảm bảo uy tín và hình ảnh của thương hiệu không ngừng được nâng cao.

Công ty cần phải định vị nhãn hiệu một cách rõ nét trong nhận thức của người tiêu dùng để phát huy tối đa nội lực, tập trung vào các mục tiêu chính, triển khai các kế hoạch hỗ trợ và tạo dựng hình ảnh trong tâm trí khách hàng.

Ví dụ, công ty nước giải khát Tribeco đã có một chiến lược chuyển đổi thích hợp khi thị trường đồ uống có ga bị hai “người khổng lồ” Coca-cola và Pepsi tấn công. Khi vị thế của công ty ở thị trường này thu hẹp dần, Tribeco đã có chiến lược chuyển sang nhóm sản phẩm đồ uống không ga như sữa đậu nành rất thành công. Hay những thí dụ khác: kem đánh răng Aquar Fresh hướng đến 3 mục tiêu là “chống sâu răng, hơi thở thơm tho và hàm răng trắng hơn”, kem đánh răng P/S trà xanh sẽ có màu xanh đặc trưng gợi nhớ những lợi ích từ trà...

Nên lưu ý rằng việc xây dựng thương hiệu chỉ đạt hiệu quả tối đa khi đi kèm theo nó là những biện pháp hỗ trợ khác. Ví dụ thương hiệu bột giặt Omo không chỉ thành công nhờ quảng cáo dày đặc trên truyền hình, mà còn nhờ các chương trình khuyến mãi, triển lãm, tài trợ học sinh nghèo hiếu học và đặc biệt là xây dựng quỹ khuyến học... nên có ảnh hưởng rất tích cực đến thái độ của người mua.

Khi xây dựng thương hiệu, công ty cần lồng vào đó một triết lí vừa phản ánh được tiêu chí của công ty, vừa mang đậm tính nhân văn để tạo niềm tin với khách hàng về giá thương hiệu. Chúng ta đã nghe “Nâng niu bàn chân Việt” khi nhắc đến các sản phẩm của Biti’s, hay “Nói theo cách của bạn” là nói về thương hiệu Viettel.

Cuối cùng, công ty tạo ra mối liên kết thương hiệu bền vững trong tâm thức người tiêu dùng chứ không để rơi vào tình trạng “chết yểu” thông qua các chiến dịch quảng cáo dài hạn cũng như các hoạt động tiếp thị sáng tạo và mới lạ.

Như vậy có thể nói thương hiệu là một thứ tài sản vô hình

nhưng lại chứa đựng một sức mạnh hữu hình, khi nó quyết định sự lựa chọn của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ của bạn, thậm chí nó còn tác động đến sự thành bại của hoạt động kinh doanh. Hi vọng rằng thành công của những công ty Việt Nam đã xây dựng được chiến lược thương hiệu mạnh như Trung Nguyên, Thái Tuấn, Viglacera... sẽ được nhân rộng thêm lên, để chúng ta ngày càng có nhiều hơn các thương hiệu mạnh mang lại niềm tự hào của công ty sở hữu nó.

3.3. Các nguyên tắc xây dựng thương hiệu

**** Quy luật cho những người thích đủ thứ:***

Sức mạnh của thương hiệu tỉ lệ nghịch với sự bành trướng của nó. Trước khi quyết định mở rộng thương hiệu, bạn hãy nhớ là thương hiệu của bạn sẽ bị yếu đi do có xu hướng “bách hoá tổng hợp”. Thời gian không lâu sau đó, thương hiệu của bạn sẽ bị “tứ mã phanh thây”. Bạn phải nhớ rằng bạn là người đang trên con đường để xây dựng thương hiệu. Vì thế mà bạn làm theo cánh của người giàu có (các đại gia) là rất sai lầm. Bạn hãy làm theo cánh của người trước khi họ giàu có.

**** Quy luật của sự tập trung sắc lại:***

Sức mạnh của thương hiệu tỉ lệ thuận với sự tập trung sắc lại của nó. Bạn đã có mục đích theo đuổi một thương hiệu, muốn nó khác biệt với tất cả các thương hiệu khác thì đừng quên tập trung mọi nguồn lực vào để làm bằng được điều mà bạn mong đợi. Ví dụ: Suzuki là sành điệu.

**** Quy luật của quan hệ công chúng:***

Một thương hiệu sinh ra từ việc loan tin chứ không sinh ra do quảng cáo, nó là sự phù hợp với thời đại, với nhu cầu của

người tiêu dùng về một sự khẳng định riêng có của sản phẩm thì thương hiệu sẽ đâm hoa kết trái.

** Quy luật của quảng cáo:*

Mặc dù quan hệ công chúng quan trọng để khai sinh ra thương hiệu nhưng việc bảo vệ và nuôi nấng nó thì chủ yếu là do quảng cáo, đầu tư cho quảng cáo để gợi mở nhu cầu, kích thích tiêu dùng và bảo vệ thị phần. Nếu bạn khẳng định không có ngân sách cho quảng cáo thì sớm muộn thương hiệu của bạn cũng bị sói mòn, thị phần của bạn bị “gặm nhấm” một cách tệ hại. Ví dụ: bột giặt Omo và bột giặt Tide liên tục quảng cáo mỗi lần 30 giây vào một cái đã “đi tong” hơn 20 triệu mà ta đâu có mua thêm gói nào. Vậy quảng cáo đã góp phần lớn vào bảo vệ thị phần và nhắc nhở, mọi người hãy nhớ tới mình.

** Quy luật của sự bảo chứng:*

Một sản phẩm phải thể hiện được cái đặc trưng riêng của nó trong tâm trí người tiêu dùng và điều đó để khẳng định cái tôi của sản phẩm với người tiêu dùng, chỉ có điều đó mới đảm bảo rằng, thương hiệu của bạn là duy nhất.

** Quy luật của chất lượng:*

Chất lượng là vô cùng quan trọng nhưng không phải là tất cả vì nếu có chất lượng không thôi thì chưa đủ thực tế cho thấy, chất lượng phải do người tiêu dùng đánh giá, nó còn là sự phù hợp về giá cả, mẫu mã, dịch vụ sau bán hàng và tổng hợp các yếu tố khác đối với người tiêu dùng.

Ví dụ: Ai dám khẳng định rằng Coca-cola ngon hơn Pepsi khi người tiêu dùng đang sử dụng đồ uống của Coca-cola thì họ sẽ có nhận xét rằng loại nước này ngon hơn. Nhưng một

người đã quen sử dụng loại nước Pepsi kia thì cho rằng loại nước này mới thực sự có chất lượng. Vì vậy chất lượng của sản phẩm phải do người tiêu dùng đánh giá.

** Quy luật của một cái tên:*

Thương hiệu suy cho cùng là một cái tên có hồn. Cái tên này để phân biệt nó với cái tên khác trong tâm trí người tiêu dùng vì trong điều kiện ngày nay, khoa học kỹ thuật phát triển, bất kỳ một đối thủ cạnh tranh nào cũng có thể sản xuất ra một sản phẩm tương tự hoặc chất lượng, mẫu mã chẳng khác gì sản phẩm của bạn. Theo kinh nghiệm cho thấy, cái tên chỉ là một từ hoặc nhóm từ thật ngắn gọn, ấn tượng và dễ nhớ.

** Quy luật của phân phối:*

Dù thương hiệu của bạn có mạnh đến bao nhiêu chăng nữa mà không có phương án phân phối phù hợp thì doanh số không cao, chính điều này có thể làm mờ nhạt dần đi giá trị thương hiệu của bạn. Vì vậy, đầu tư cho phân phối là rất cần thiết trong điều kiện kinh doanh hiện nay. Nếu cứ ngóng chờ khách hàng là bạn đã thất bại. Bạn nên chủ động đến với khách hàng. Vì không có sản phẩm của bạn thì khách hàng sẽ lựa chọn sản phẩm khác tương tự với điều kiện thuận tiện nhất.

** Quy luật của giá cả:*

Thật là sai lầm nếu bạn định giá áp đặt. Bạn phải hiểu rõ quy luật giá trị, cân nhắc kỹ trước khi đưa sản phẩm của mình ra thị trường với giá cả hợp lý nhất và phải luôn luôn điều chỉnh cho phù hợp với hoàn cảnh cụ thể. Vì bạn phải nhớ rằng, nếu bạn định giá quá thấp thì chẳng ao tin là sản phẩm của bạn tốt cả. Nhưng nếu bạn định giá quá cao thì cũng chẳng có ai có

khả năng thanh toán mà họ sẽ lựa chọn sản phẩm khác với giá phù hợp hơn.

4. Lãnh đạo CEO phải làm gì?

Trên thế giới mỗi ngày có hàng trăm nghìn doanh nghiệp ra đời và cũng với một số lượng như vậy thất thế phá sản. Sự quyết liệt của thương trường thực sự là một thách thức lớn nhất đối với những lãnh đạo doanh nghiệp. Là người điều hành công việc, giám đốc phải là người nhạy cảm với tình thế, nắm vững những nguyên lý cơ bản trong cạnh tranh là yếu tố quyết định thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Dưới đây là một số công việc mà các giám đốc điều hành doanh nghiệp (CEO) cần phải nắm bắt để cạnh tranh trong thời kì hiện nay.

4.1. Kỹ năng quản lí

Làm thế nào để có thể nhận ra một nhà quản lí tài năng trong đám đông? Hãy nhìn vào một khung cảnh hỗn loạn, bạn sẽ thấy nhà quản lí tài năng chính là người nổi bật lên trên sự hỗn loạn và lập lại trật tự vốn có. Họ dường như được sinh ra trong những tình huống khủng hoảng nhất và khắc chế được sự khủng hoảng đó. Bởi vì bản thân họ đã thích được thử thách và cảm thấy rất hưng phấn khi chiến thắng.

Nhưng một nhà quản lí giỏi cần phải có tố chất khác nữa. Họ phải có tầm nhìn xa và phải có khả năng kết nối tầm nhìn đó với ý tưởng. Họ phải là nhà cải cách và không chống lại sự thay đổi. Họ là người dám mơ ước và dám trở lên khác biệt. Họ sẵn sàng chấp nhận thất bại.

Quản lí là quá trình làm việc cùng với và thông qua các cá nhân, các nhóm và các nguồn lực khác. Quản lí được thử thách và đánh giá qua việc đạt được các mục tiêu thông qua sự tổ chức và thực hiện các kĩ năng khác nhau. Trước tiên, nhà quản lí phải có một vốn kiến thức nhất định về hệ thống luật và thuế trong kinh doanh, về marketing, tài chính doanh nghiệp, dây chuyền sản xuất, công nghệ... Và để trở thành một nhà quản lí tài năng thì phải có những kĩ năng cần thiết.

** Kĩ năng lãnh đạo:*

Đây là một kĩ năng không thể thiếu của một nhà quản lí. Lãnh đạo giỏi được thử thách qua sự thành công trong việc thay đổi hệ thống và con người. Thuật ngữ lãnh đạo đang được sử dụng ngày càng nhiều hơn khi nhắc đến vào trò của người quản lí vì chức năng lãnh đạo là xử lí thay đổi. Người quản lí cần phải lãnh đạo giỏi để thay đổi sản phẩm, hệ thống và con người một cách năng động. Nhà lãnh đạo giỏi phải là người thúc đẩy quá trình quyết định một vấn đề và trao cho nhân viên của họ quyết định vấn đề đó. Nếu bạn là một nhà lãnh đạo giỏi, quyền lực sẽ tự đến với bạn, nhưng cũng phải biết khai thác quyền lực của những người khác. Bạn phải thúc đẩy quá trình quyết định và làm cho quá trình đó hoạt động.

** Kĩ năng lập kế hoạch:*

Nhà quản lí là người ra quyết định và toàn bộ bộ máy của công ty sẽ hành động theo quyết định đó. Nghĩa là quyết định của nhà quản lí ảnh hưởng rất lớn đến vận mệnh của doanh nghiệp. Một kế hoạch sai lầm rất có thể sẽ đưa đến những hậu quả khó lường. Vì vậy, kĩ năng lập kế hoạch rất quan trọng để

đảm bảo cho nhà quản lí có thể đưa ra những kế hoạch hợp lí và hướng toàn bộ nhân viên làm theo mục tiêu của kế hoạch đã định. Khi kế hoạch đã được hoàn thành, nhà quản lí phải chuyển tải thông tin kế hoạch cho cấp trên và cấp dưới để tham khảo ý kiến. Trong quá trình thực hiện kế hoạch, người quản lí sẽ cần đến những công cụ giải quyết vấn đề khi cần thiết, phải ra và thực thi các quyết định trong quyền hạn của mình.

** Kỹ năng giải quyết vấn đề:*

Quá trình giải quyết vấn đề có thể được tiến hành theo các bước sau: nhận diện vấn đề, tìm nguyên cơ của vấn đề, phân loại vấn đề, tìm giải pháp và lựa chọn giải pháp tối ưu. Một nhà quản lí giỏi sẽ tiến hành quá trình này khéo léo và hiệu quả.

** Kỹ năng giao tiếp tốt:*

Càng ngày người ta càng nhận ra sức mạnh của các mối quan hệ, cái mà có được từ một kĩ năng giao tiếp tốt. Bạn phải thành thạo giao tiếp bằng văn nói và cả văn viết. Bạn phải biết gây ấn tượng bằng giọng nói, ngôn ngữ, cơ thể, đôi mắt và cách diễn đạt dễ hiểu, thuyết phục. Các bản hợp đồng ngày nay có được phụ thuộc rất nhiều vào khả năng thương thuyết. Khả năng giao tiếp tốt cũng phát huy tác dụng trong quản lí nhân sự. Một chuyên gia về nhân sự đã từng kết luận rằng tiền có thể mua được thời gian chứ không mua được sự sáng tạo hay lòng say mê công việc. Mà mức độ sáng tạo hay lòng say mê công việc lại phụ thuộc vào khả năng tạo động lực cho nhân viên để khẳng định lòng trung thành và sự cam kết của người lao động không thể có được bằng việc trả lương cao. Thực tế là mức lương cao và một văn phòng đầy đủ tiện nghi là điều

kiện cần chứ chưa phải là điều kiện đủ để nhà quản lí có thể giữ được một nhân viên tốt.

Nếu bạn là một nhà quản lí và bạn nhận ra là mình không có đầy đủ các kĩ năng cần thiết trên thì cũng không có gì phải lo lắng. Hãy học hỏi từ những chuyên gia cho dù bạn có cảm thấy dường như vị trí của mình thay đổi từ một nhà lãnh đạo thành một người học viên. Tóm lại, để trở thành một người quản lí hiệu quả, chúng ta cần xác định được công việc của một người quản lí phải làm để đạt được các mục tiêu của tổ chức, cùng với và thông qua các cá nhân.

4.2. Hoạch định, điều hành, đánh giá

Hoạch định, điều hành, đánh giá là ba hoạt động rất cơ bản của nhà lãnh đạo doanh nghiệp. ở Việt Nam, phần lớn cả ba chức năng này đều đổ dồn vào một cá nhân - giám đốc doanh nghiệp.

Hoạch định

Dù rằng trách nhiệm của giám đốc với những hoạt động này là đương nhiên, nhưng việc tập trung vào hoạt động nào hay nói đúng hơn là cân đối chúng thế nào lại là việc cần bàn. Như một nhà kinh tế từng nói: “Hầu hết các doanh nghiệp đều được bắt đầu bởi một doanh gia với một ý tưởng nào đó”. Khái niệm hoạch định nói chung được hiểu là việc phác thảo và hoàn thiện các ý tưởng kinh doanh. Tiếp đến là việc thiết lập ra tổ chức mà cụ thể hơn là bộ máy nhân sự để thực thi ý tưởng đó. Hoạch định là hoạt động mang tính chiến lược cao và cùng với sự phát triển của công ty thì vai trò của nó cũng ngày một quan trọng. Cuối cùng nó trở thành xương sống chi phối mọi hoạt động cũng như văn hoá doanh nghiệp. Hoạch định có đặc

tính cơ bản là nó luôn mang tính chất chủ quan cao. Nói chung mọi doanh nhân đều tâm đắc với ý tưởng kinh doanh của mình và có khuynh hướng tìm những người có cùng chí hướng để thực thi ý tưởng này. Vậy nếu thấy người mà mình dự định chung vai gánh vác doanh nghiệp có quá nhiều ý kiến phản bác, dù lí lẽ của người đó thuyết phục tới cỡ nào chẳng nữa thì việc nên làm là “cảm ơn vì đã cảnh báo”. Bạn hãy luôn giữ quyền quyết định có hoặc không khi triển khai ý tưởng, tuyệt nhiên không nghe theo những ý kiến “chỉnh lí” của người khác. Bởi lẽ ở bước chiến lược mà nhà lãnh đạo không khẳng định được bản lĩnh cá nhân của mình thì chưa thể đủ điều kiện để trở thành một nhà lãnh đạo thành công trong tương lai.

Tóm lại, người cùng bạn hoạch định chiến lược phải là người bàn “nên làm việc gì” chứ không phải là “không nên làm việc gì” hay “không thể làm việc gì”. Tuy vậy ta cũng không được phủ nhận hoàn toàn vai trò của người can gián hay bàn ra mà ngược lại rất cần sự đóng góp của họ để hoàn thiện ý tưởng của mình. Tiếc rằng không mấy doanh nhân biết cách và thích thú với việc duy trì những người này lâu dài trong tổ chức. Trả lương cho một người để anh ta phản bác mình xem ra không mấy dễ chịu.

** Điều hành:*

Khi bộ máy đã hình thành, các nguồn lực đã đảm bảo cho bộ máy hoạt động thì sẽ xuất hiện yêu cầu vận hành bộ máy đó. Điều hành là những hoạt động mang nặng tính kĩ thuật và đòi hỏi khá nhiều về trình độ chuyên môn. Khác hẳn với hoạch định, điều hành luôn cần bài bản rõ ràng.

Đây chính là lí do ra đời của nghề giám đốc điều hành. Khi doanh nghiệp đã phát triển tới một mức nào đó, chủ doanh nghiệp khó có thể đóng cùng một lúc hai vai. Thực tế cho thấy những ông chủ ôm đồm cùng lúc hai vai trò khó mà phát triển doanh nghiệp về bề rộng.

Ở nước ta việc thuê giám đốc điều hành còn chưa phổ biến bởi lí do các ông chủ cũng như bản thân doanh nghiệp còn khá trẻ, thị trường chưa có một đội ngũ đông đảo giám đốc điều hành chuyên nghiệp. Thêm nữa, hệ thống pháp luật nói chung còn chưa hoàn thiện để chủ doanh nghiệp có thể yên tâm giao tài sản của mình cho người khác điều hành và quản lí. Còn một lí do nữa là các doanh nghiệp Việt Nam đa số quy mô nhỏ, trong khi chi phí thuê giám đốc điều hành lại không nhỏ tí nào.

** Đánh giá:*

Nhờ đánh giá mà người ta mới có thể biết mình đã làm được những gì và với mức độ hài lòng đến đâu. Hoạt động này thường được thông qua một số tiêu chuẩn nhất định đã được quy định trước. Đánh giá phải được thực hiện một cách đồng bộ và rộng khắp mọi cấp độ, mọi lĩnh vực. Và ngược trở lên thì có thể nói các kết quả đánh giá chính là một cơ sở quan trọng phục vụ cho việc hoạch định chiến lược.

Đánh giá chính là điểm yếu có thể coi là cố hữu của nhiều loại hình tổ chức tại nước ta. Hoạt động này đòi hỏi phải có tính công bằng, minh bạch nhưng trong thực tế lại thường được thực hiện một cách phiến diện và rất chủ quan.

Kết quả thì ai cũng đã thấy rõ: nhân viên thường hoang mang, chán nản và thậm chí chống đối lãnh đạo vì không nhất

trí được cách thức đánh giá về kết quả công việc. Có những lãnh đạo đánh giá thành tích theo chủ quan, chỉ dựa vào một vài tiêu thức nào đó nên thiếu logic. Có những nhân vật nhiều năm không được đánh giá một cách công bằng, nỗ lực không được ghi nhận hoặc ghi nhận rồi để đó.

Khác với hoạch định và điều hành, hoạt động đánh giá không đơn giản chỉ dựa vào các tiêu chuẩn định trước hay ý chí chủ quan của người lãnh đạo, nó còn phải có sự đồng thuận của các nhân viên, phải đạt tính công bằng. Đạt được những điều này, các kết luận đánh giá mới được coi là có giá trị thực sự. Vậy nên đánh giá ít nhiều là một nghệ thuật.

Để phối hợp tốt cả ba chức năng này, người lãnh đạo/giám đốc điều hành cần có ba phẩm chất tương ứng là kiên định, linh hoạt, công bình.

Cụ thể là trong việc hoạch định chiến lược cần phải kiên định. Khi đưa ý tưởng kinh doanh ra bàn thảo, người lãnh đạo phải tự tin; khi đưa vào thực hiện thì phải kiên quyết. Nếu trong quá trình bàn thảo mà cảm thấy không đạt được mức độ đồng thuận cao thì thà gác lại hoặc loại bỏ chứ đừng để ý tưởng của mình bị uốn lệch đi so với ý định ban đầu.

Trong công tác điều hành, kị nhất xưa nay là sự cứng nhắc. Cho dù giám đốc có nắm vững chủ trương và kế hoạch đến cỡ nào đi chăng nữa mà thiếu uyển chuyển khi triển khai sẽ khó đạt thành công. Bởi lẽ điều hành là công việc hàng ngày mà bạn phải đối mặt với những biến cố mà không nhà hoạch định nào có thể lường trước.

Đánh giá là công việc mà lãnh đạo công ty thường xuyên thực hiện chứ không phải chỉ làm vào các đợt tổng kết hay báo

cáo định kì. Sau khi giao nhiệm vụ cho cấp dưới, lãnh đạo không chỉ bám sát và nắm tình hình thực hiện mà còn phải liên tục đánh giá nhằm điều chỉnh tức thời, hoặc có sự động viên hay phê bình kịp thời để cấp dưới hiểu được mức độ hoàn thiện công việc mà họ đã làm.

Nếu doanh nghiệp không có một quy trình đánh giá công bằng và xuyên suốt cũng như hệ thống tiêu chuẩn hợp lý để đánh giá thì rủi ro về tổ chức là rất lớn dù rằng nó không tới ngay.

4.3. Nghệ thuật quản lí kinh doanh hiện đại

Trong nửa cuối của thế kỉ 20, một loạt các công ty mới được ra đời trong các lĩnh vực khác nhau như công nghệ sinh học, máy tính, bất động sản, đồ ăn đến dịch vụ phân phối... Nhiều công ty lớn đã trở thành các nhãn hiệu tên tuổi và được ưa chuộng.

Bên cạnh đó còn rất nhiều công ty không mấy tiếng tăm nhưng rất thành công trên thương trường. Thành công của những công ty kể trên phần lớn là nhờ người sáng lập có khả năng làm cho công ty, nhãn hiệu sản phẩm của mình khác biệt so với sản phẩm, nhãn hiệu của các công ty khác. Cũng có khi, các nhà doanh nghiệp thành công nhờ biết tạo ra một lĩnh vực kinh doanh hoàn toàn mới. Nhưng cũng có doanh nhân đạt được thành công trong những ngành nghề truyền thống bằng việc tạo ra các dịch vụ cung cấp các sản phẩm quen thuộc một cách hoàn toàn khác biệt.

Nghệ thuật kinh doanh hiện đại là đòn bẩy quan trọng của nền kinh tế hiện nay. Theo đó, các công ty được quản lí bằng nghệ thuật kinh doanh hiện đại phải là những công ty thành

công không chỉ bởi có được nhà quản lí và nhân viên giỏi mà còn phải tạo ra lợi ích cho xã hội và nền kinh tế nói chung.

Nghệ thuật kinh doanh cũng là một thành tố quan trọng trong văn hoá của bất kì công ty nào và nghệ thuật này phải được gìn giữ và phát huy. Nghệ thuật kinh doanh được thể hiện trong một công ty, một tổ chức và khả năng luôn tìm tòi cơ hội mới và luôn cải tổ tự đổi mới mình cũng như đổi mới sản phẩm và cách thức hoạt động. Tuy nhiên trong từng giai đoạn phát triển nhất định, chỉ có nghệ thuật kinh doanh thôi thì chưa đủ, khi đó công ty phải biết tự thay đổi cơ cấu cũng như đổi mới những người điều hành công ty.

Cách thức xây dựng doanh nghiệp quản lí theo cung cách nghệ thuật kinh doanh phải được thường xuyên đổi mới cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp được quản lí bằng nghệ thuật kinh doanh và biết luôn tự đổi mới chắc chắn sẽ thành công.

Peter Drucker, nhà tương lai học, đồng thời là nhà quản lí học nổi tiếng có viết rằng: “sự lên ngôi của các tổ chức và xã hội không tùy thuộc vào tổ chức hay xã hội đó nắm trong tay những công cụ gì mà là sự vận hành thành công những định chế quản lí. Dường nhiên, đằng sau những suy nghĩ này chúng ta thấy rõ vai trò to lớn của người giám đốc, người lãnh đạo tổ chức đó.

Trong thời đại ngày nay, khoa học công nghệ phát triển nhanh như vũ bão, hiện hữu vào cuộc sống chúng ta một cách rất rõ ràng, chính vì vậy con người cần phải có một khả năng to lớn hơn về phương diện quản lí để áp dụng những tiến bộ của khoa học công nghệ vào sản xuất, kinh doanh, nhất là trong các doanh nghiệp, để tập hợp, khai thác, sử dụng có hiệu

quả các nguồn lực tài nguyên khan hiếm, từ đó tạo ra giá trị cho các mục đích phát triển của chính mình và xã hội.

Chuyển sang nền kinh tế thị trường, bên cạnh các mặt thuận lợi khác, các doanh nghiệp hàng ngày phải đối mặt với muôn vàn thử thách của cuộc cạnh tranh khắc nghiệt. Sức ép của tính hiệu quả, hiệu suất và chất lượng trong các hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng lớn, nó buộc các giám đốc phải chuyên môn hoá, chuyên nghiệp hoá các công việc và các vị trí của một tổ chức kinh doanh, trong đó có công việc và chức danh của giám đốc.

Cùng với sự phát triển của xã hội, các công việc mang tính chuyên môn, chuyên sâu được thừa nhận trên các phương diện pháp lí, kinh tế và nghiệp vụ kĩ thuật, như một nghề nghiệp và các loại hình nghề nghiệp đã khẳng định tính cần thiết khách quan của mình. Đất nước ta mới được hơn 10 năm bước vào nền kinh tế thị trường, trước đó giám đốc được xem như một công chức nhà nước hơn là một nhà tổ chức, điều hành kinh doanh chuyên nghiệp, một doanh nhân theo đúng nghĩa kinh tế thị trường. Cho đến nay, nhiều ngành nghề chúng ta thấy ở Việt Nam còn rất nhiều quan niệm, cách làm việc đang tồn tại như một hệ quả tính không chuyên nghiệp và bao cấp.

Nói chung, vai trò của một giám đốc ngày nay là rất lớn. Người giám đốc là đại diện của một tổ chức. Với vai trò này, giám đốc phải thực hiện nhiều chức trách, có một số mang tính hành chính, một số mang tính cổ vũ lòng người, nhưng đều là những việc liên quan đến quan hệ giữa người với người. Người giám đốc là thủ trưởng chính thức của một tổ chức, chịu trách

nhiệm động viên và dẫn dắt cấp dưới, bao gồm việc thuê dùng, huấn luyện, đánh giá, đãi ngộ, đề bạt, biểu dương, can thiệp và cho thôi việc. Sự thành công hay thất bại của tổ chức là do tâm sức và khả năng nhìn xa trong rộng của giám đốc quyết định. Người giám đốc cũng phải biết thông qua các kênh chính thức, thiết lập và duy trì mối liên hệ của tổ chức với những cá nhân và đoàn thể ở ngoài tổ chức, sau đó lại thông qua vai trò người phát ngôn, người truyền bá thông tin và người đàm phán để phát triển hơn nữa mối quan hệ ấy và nhận thức được những điều bổ ích, những thông tin và mối liên hệ ấy tạo ra. Những thông tin về các sự kiện ở bên ngoài như thông tin về khách hàng, về đối thủ cạnh tranh, biến động của thị trường... những ý kiến và phương hướng, những lời chất vấn của thành viên hội đồng quản trị và những lời chất vấn của các tổ chức xã hội. Bên cạnh đó, giám đốc còn phải kiêm nhiệm là người truyền bá thông tin, người phát ngôn, người khắc phục khó khăn và là người biết phân phối quyền lực.

4.4. Làm thế nào để nâng cao hiệu quả công tác của giám đốc?

Người giám đốc phải biết chia sẻ thông tin do cấp dưới khó có được thông tin đầy đủ và phải dựa vào giám đốc để có được một số thông tin như ý tưởng mới của khách hàng, xu hướng của nhà cung cấp, sự biến đổi của hoàn cảnh xung quanh... Thông tin có thể truyền đạt bằng miệng hoặc bằng văn bản. Tuy nhiên cần cân nhắc lợi hại giữa việc nâng cao hiệu quả quản lý với những rủi ro mà việc tiết lộ thông tin có thể dẫn đến để quyết định mức độ và nội dung truyền đạt thông tin một cách thích hợp.

Do nhiều việc nên các giám đốc rất dễ sa vào tình trạng giải quyết công việc một cách hời hợt. Họ cần tự giác khắc phục tình trạng này bằng cách: một số công việc thông thường, giám đốc có thể uỷ quyền cho người khác. Đối với những vấn đề nhạy cảm và quan trọng thì giám đốc phải đích thân xử lý.

Trên cơ sở chia sẻ thông tin, giám đốc có thể giao việc cho 2-3 người cùng gánh vác trọng trách. Đây là một biện pháp để khắc phục gánh nặng quá lớn về công việc của giám đốc. Việc hình thành một ban giám đốc hoặc một văn phòng tổng giám đốc là phổ biến nhất. Tuy vậy, mỗi cá nhân trong tập thể lãnh đạo phải chia sẻ thông tin và phối hợp nhịp nhàng với nhau, có nhận thức giống nhau về phương trâm và mục tiêu của tổ chức.

Tận dụng chức trách để phục vụ mục đích của tổ chức. Có một số giám đốc khi vấp vấp hoặc thất bại thường đổ lỗi cho việc mình có nhiều trách nhiệm đến nỗi không thể làm tốt được. Kì thực, chính vì không tận dụng được chức trách của mình nên ông ta đã không phục vụ tốt mục tiêu của tổ chức. Người giám đốc cần phải thoát khỏi những công việc không cần thiết, dành thời gian để quy hoạch công việc của tương lai, phải thích ứng với vai trò chủ yếu trong mỗi tình huống cụ thể, nắm vững những tình tiết cụ thể, đồng thời phải có quan điểm toàn cục, phải nhận thức đầy đủ ảnh hưởng của mình trong tổ chức, xử lý tốt mối quan hệ với các thế lực có thể gây ảnh hưởng cho tổ chức, sử dụng tri thức và tài năng của các nhà khoa học về quản lí.

4.5. Những điều giám đốc điều hành nên tránh

Trên cương vị một giám đốc điều hành, bạn sẽ phải đối mặt

với mọi thách thức trong các giai đoạn đặc biệt khó khăn như mở rộng và phát triển thị trường hay giữ chân những nhân viên tài năng nhất...

Tuy nhiên sau đó, cũng như nhà quản lý khác, bạn có thấy mình đang quá dành nhiều thời gian để giải quyết các vấn đề thường nhật, điều ngăn trở bạn thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các hoạt động kinh doanh không?

Một chuyên gia nổi tiếng về nghệ thuật lãnh đạo công ty, đã từng nói rằng: “Quản lý là một cuộc thử nghiệm gắt gao trong cuộc đời mỗi cá nhân và quá trình đó sẽ mài giũa họ trở thành các nhà lãnh đạo”.

Phần lớn các nhà quản lý thừa nhận rằng mình phải bỏ ra 80% thời gian hay thậm chí nhiều hơn để giải quyết các công việc kinh doanh thường nhật và rất ít thời gian dành cho việc ngăn ngừa sao cho những sự kiện đó không tái xuất hiện. Nếu điều này nghe có vẻ quen thuộc với bạn thì chắc hẳn bạn đang mắc phải một, hoặc một vài, trong số 10 sai lầm trong quản lý dưới đây.

- Bạn có một viễn cảnh kinh doanh thuyết phục cho công ty mình, một viễn cảnh phác họa tương lai công ty thật rõ nét, nhưng chỉ một vài nhân viên được nghe về nó hay có thể giải thích về nó nếu được hỏi đến.

- Bạn có một kế hoạch kinh doanh thể hiện rõ những nhu cầu của khách hàng, nhưng cho đến nay toàn bộ công ty vẫn thất bại trong việc đánh giá các quy trình kinh doanh dựa trên kế hoạch của bạn.

- Các mục tiêu của bạn tập trung vào việc gia tăng doanh thu và lợi nhuận, trong khi cả công ty lại thực thi chúng một

cách thiếu đồng bộ, tạo ra một lưu lượng tiền mặt khiêm tốn và chỉ bận rộn với các khoản nợ mà thiếu chú ý đến việc gia tăng lợi nhuận.

- Bạn thường xuyên nói chuyện về các nhân viên của bạn (khen hoặc chê) mà không chú ý đến những kết quả đạt được của các nhân viên cùng với các biện pháp đánh giá họ.

- Bạn dành nhiều thời gian làm việc trong công ty của bạn theo các phương pháp, chiến thuật khác nhau, song vẫn thất bại với việc dành một lượng thời gian nhất định cho hoạt động soạn thảo các chiến lược kinh doanh, các phương pháp đánh giá công việc và các nhu cầu nguồn lực thực tế của bạn.

- Bạn thường xuyên giao tiếp với nhân viên, nhưng lại không thể diễn giải và truyền đạt cho họ các mục tiêu kinh doanh, tình hình tài chính và thực tế hoạt động của công ty.

- Bạn có sẵn một khoản tiền dành cho hoạt động đào tạo, nhưng vẫn thất bại trong việc đánh giá hiệu quả của các khoá đào tạo đó trong việc giúp công ty của bạn đạt được các kế hoạch đề ra.

- Bạn không ngừng cố gắng để cải thiện hoạt động của công ty, nhưng bạn không thể so sánh hoạt động thực tế của bạn với các tiêu chuẩn bên ngoài.

- Bạn tin rằng khách hàng, nhân viên và nhà cung cấp của bạn đều yêu thích công ty, nhưng bạn vẫn không có một quy trình nào để đánh giá sự thoả mãn của họ với những gì đang diễn ra.

- Bạn thường xuyên đưa ra các dự đoán và các khoản ngân quỹ cần thiết, nhưng vẫn thất bại trong việc đạt được các mục

tiêu đề ra từ trước, hay rút kinh nghiệm để cải thiện trong tương lai.

Các hoạt động thường nhật luôn chiếm khá nhiều thời gian của nhà quản lí, vì thế bạn hãy tìm cách giải phóng bản thân ra khỏi các hoạt động thường nhật đó. Bạn hãy thử nhìn vào các nhiệm vụ mà bạn đang thực hiện trong lúc này. Bất kể nhiệm vụ nào liên quan đến hoạt động thường nhật đều nên được chuyển giao hay phân công cho người khác.

Nếu các nhiệm vụ này khó có thể bàn giao nhanh chóng, bạn hãy chuyển dần trách nhiệm của mình và hướng dẫn, huấn luyện cấp dưới để họ tiếp quản nhiệm vụ. Mọi nhân viên trong công ty đều có khả năng đảm đương công việc, nếu họ được đào tạo thích hợp và có đủ thời gian để tiếp nhận các kiến thức và kĩ năng cần thiết.

Kinh doanh không chỉ đơn thuần là những thành viên sáng lập, các giám đốc hay ban quản lí - những người có hiểu biết, kinh nghiệm, thông minh và ... bao biện cho rằng mình có thể hoàn thành tốt nhất mọi công việc. Kinh doanh bao gồm tất cả mọi người. Trên thực tế, hoạt động kinh doanh cũng chính là con người.

Ngày nay, bạn chỉ cần một nhà quản lí giỏi để điều hành 100 nhân viên. Điều đó cho thấy công việc quản lí đóng vai trò quan trọng như thế nào. Như vậy, các nhà quản lí phải tập trung vào viễn cảnh, nhiệm vụ và mục tiêu của công ty, sau đó triển khai các nguồn lực để mọi việc được hoàn thành theo đúng dự kiến. Tiếp theo, hãy đánh giá, giám sát và truyền tải các kết quả để mọi nhân viên đều có đủ thông tin nhằm cải thiện chất lượng công việc.

Mặc dù sẽ vất vả hơn, nhưng bù lại nhân viên sẽ được làm việc trong tâm trạng thoải mái và họ có toàn quyền chủ động trong mọi hoạt động của mình. Cách thức này sẽ giúp nhân viên của bạn phát huy hết sở trường và khắc phục nhược điểm nhằm hoàn thành nhiệm vụ một cách tốt nhất. Và người được lợi cuối cùng sẽ không phải ai khác, mà chính là công ty của bạn.

CHƯƠNG **3**

MỘT SỐ QUI ĐỊNH PHÁP LUẬT VÀ THỦ TỤC PHÁP LÝ TRONG KINH DOANH QUỐC TẾ

I. CÁC BIỆN PHÁP HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG NHẬP KHẨU

1. Cấm nhập khẩu

Hiệp định chung về thuế quan và thương mại 1994 (GATT 1994) cho phép các nước thành viên có thể cấm nhập khẩu trong trường hợp cần thiết để đảm bảo an ninh quốc gia hoặc để bảo vệ đạo đức xã hội, bảo vệ con người, bảo vệ động thực vật với điều kiện là các biện pháp này phải đi kèm với việc hạn chế sản xuất hay tiêu dùng nội địa liên quan đến chúng. Các mặt hàng thuộc danh mục cấm có thể kể ra như vũ khí, đạn dược, ma túy, hoá chất độc...

Trong một số trường hợp khẩn cấp như để giữ cân bằng cán cân thanh toán, an ninh lương thực quốc gia hoặc trong các trường hợp có dịch bệnh...các nước cũng có thể áp dụng tạm thời biện pháp cấm.

Trong thương mại quốc tế, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thường không gặp biện pháp này.

2. Hạn ngạch nhập khẩu

WTO cho phép duy trì biện pháp hạn ngạch ở hai lĩnh vực là nông nghiệp và dệt may.

Đối với lĩnh vực nông nghiệp, WTO cho phép các nước sử dụng biện pháp hạn ngạch thuế quan. Tức là hàng nhập khẩu vào một nước nằm trong số lượng (hạn ngạch) đã định sẵn thì hưởng thuế suất thấp, nếu vượt qua số lượng này thì phải chịu thuế suất thuế nhập khẩu cao. Đây là vấn đề cần lưu ý khi Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng nông nghiệp, nông sản sang các nước.

Đối với dệt may, theo thoả thuận giữa các thành viên của WTO, hệ thống hạn ngạch hàng dệt may toàn cầu đã chấm dứt từ 01-01-2005.

Mặc dù chưa trở thành thành viên của WTO, tức là chưa được hưởng chính sách không hạn ngạch về dệt may như các nước thành viên WTO song từ 1-1-2005 EU đã quyết định bãi bỏ hạn ngạch hàng dệt may cho Việt Nam. Do vậy, chỉ các nước khác ngoài EU áp dụng chế độ hạn ngạch đối với hàng dệt may của Việt Nam.

3. Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu

WTO có hẳn một hiệp định về vấn đề này mang tên: “Hiệp định về thủ tục cấp phép nhập khẩu”.

Theo quy định tại Hiệp định này, cấp phép nhập khẩu là các thủ tục hành chính được sử dụng để thực hiện chế độ cấp phép nhập khẩu, yêu cầu nộp đơn xin nhập khẩu hoặc các loại giấy tờ khác (không phải các giấy tờ cần thiết cho mục đích hải

quan) cho các cơ quan hành chính liên quan, như là một điều kiện đặt ra trước khi nhập khẩu hàng hoá vào một nước.

Mặc dù hiện nay chúng ít được sử dụng hơn so với trước đây, nhưng các cơ chế giấy phép nhập khẩu vẫn được luật lệ của WTO điều chỉnh. Hiệp định này quy định rằng các cơ chế phải đơn giản, rõ ràng và minh bạch. Ví dụ, hiệp định quy định rằng chính phủ các nước phải công bố thông tin đầy đủ để người kinh doanh có thể biết vì sao cần xin giấy phép và xin như thế nào. Hiệp định cũng quy định rõ cách thức mà theo đó các nước thông báo cho WTO biết việc xây dựng các cơ chế cấp phép cũng như những sửa đổi đối với các cơ chế hiện hành. Hiệp định cũng chỉ dẫn cách chính phủ các nước xử lý các đơn xin cấp phép nhập khẩu.

Một số giấy phép phải mặc nhiên được cấp ngay khi đơn xin phép đã đáp ứng đầy đủ các điều kiện. Hiệp định nêu ra các tiêu chí áp dụng trong trường hợp này sao cho các thủ tục được áp dụng không gây hạn chế đối với thương mại.

Một số loại giấy phép khác không phải mặc nhiên được cấp. Hiệp định nhằm mục tiêu giảm thiểu gánh nặng mà các thủ tục xin cấp phép gây ra đối với nhà nhập khẩu, làm sao để việc quản lý cơ chế cấp phép không tự nó góp phần hạn chế hoặc gây sai lệch cho hoạt động nhập khẩu. Các cơ quan hữu quan không được xem xét một đơn xin cấp phép quá 30 ngày hoặc 60 ngày nếu tất cả các đơn được xét cùng một lúc.

Tuy nhiên, hiện nay phần lớn các nước thành viên WTO, bao gồm cả những nước mới gia nhập đã lần lượt bỏ biện pháp này. Do đó, đây là vấn đề không lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam.

Các thủ tục hành chính liên quan đến cấp giấy phép nhập khẩu có thể tác động xấu đến nhập khẩu, đặc biệt nếu những thủ tục đó không minh bạch hoặc làm chậm việc cấp giấy phép một cách không cần thiết. Hiệp định về Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu (ILP) chia giấy phép làm hai loại: tự động và không tự động. Giấy phép tự động phải được cấp trong khoảng thời gian tối đa là 10 ngày sau khi nhận được đơn xin cấp giấy phép nhập khẩu. Giấy phép không tự động, thường được dùng để quản lý các hạn chế số lượng, phải được cấp trong khoảng thời gian tối đa là 30 ngày kể từ khi nhận được đơn xin cấp giấy phép theo nguyên tắc “đến trước - cấp trước” và 60 ngày nếu tất cả các đơn xin cấp giấy phép được xem xét cùng một lúc.

Hơn nữa, hiệp định cũng đặt ra những nguyên tắc và luật lệ cụ thể bảo đảm dòng lưu chuyển thương mại quốc tế không bị cản trở bởi việc sử dụng sai lệch các thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu và các thủ tục đó, được thực hiện một cách công bằng và bình đẳng.

** Khái quát:*

Nguyên tắc cơ bản của GATT là nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại. Do đó, các thủ tục, giấy tờ về xuất nhập khẩu cần giảm xuống mức tối thiểu. Tuy nhiên, GATT cũng công nhận rằng vì nhiều lý do, các nước thường yêu cầu người nhập khẩu phải xin giấy phép. Hệ thống giấy phép này, trong một số ít trường hợp, được các nước thành viên sử dụng để quản lý hạn chế số lượng và được sử dụng để tìm hiểu các thống kê thương mại hoặc giá cả của một số loại hàng hóa.

Hiệp định ILP đưa ra các luật lệ cho việc áp dụng và thực hiện những thủ tục hành chính về cấp giấy phép nhập khẩu.

Hiệp định định nghĩa “việc cấp giấy phép” là “những thủ tục hành chính... đòi hỏi việc nộp đơn... cho cơ quan hành chính hữu quan như là điều kiện ban đầu cho việc nhập khẩu... hàng hóa” (điều 1.1). Các hệ thống cấp giấy phép được chia làm hai loại: tự động và không tự động (điều 2, 3).

Theo hệ thống tự động, cơ quan chức năng không được gây cản trở cho việc cấp giấy phép (giấy phép phải được cấp trong một thời hạn nhất định). Hệ thống cấp giấy phép không tự động quản lý các hạn chế hạn ngạch và các biện pháp khác, và cơ quan quản lý được toàn quyền quyết định việc cấp giấy phép trong trường hợp này. Hiệp định đưa ra những luật lệ chung cho cả hai hệ thống và các luật riêng cho từng hệ thống. Cơ quan cấp giấy phép nhà nước phải tuân thủ những luật lệ đó. Mục tiêu cơ bản của những luật này nhằm bảo vệ lợi ích của các nhà nhập khẩu và các nhà cung cấp nước ngoài. Luật lệ đòi hỏi cơ quan cấp giấy phép phải đảm bảo sao cho thủ tục cấp giấy phép:

- Không được rắc rối hơn mức thật sự cần thiết cho việc quản lý hệ thống cấp giấy phép có xem xét tới mục đích của việc áp dụng những thủ tục này;
- Phải rõ ràng, minh bạch và dự đoán trước được, và
- Bảo vệ lợi ích của nhà nhập khẩu và cung cấp nước ngoài, tránh các chậm trễ không cần thiết và những hành động chuyên quyền, tùy tiện.

** Những quy định chung:*

- Các điều khoản chính:

Hiệp định buộc các quốc gia thành viên phải công bố mọi thông tin về thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu để các nhà nhập khẩu, xuất khẩu và chính phủ của họ nhận thức đầy đủ về:

- + Những cá nhân, công ty và tổ chức nào được nộp đơn xin cấp giấy phép;

- + Cơ quan hành chính có trách nhiệm cấp giấy phép; và

- + Những mặt hàng phải xin giấy phép.

Để bảo vệ lợi ích của nhà nhập khẩu và tạo thuận lợi cho việc cấp giấy phép nhanh, hiệp định cũng quy định (điều 1.5 - 11):

- + Mẫu đơn xin cấp giấy phép và các thủ tục, kể cả thủ tục gia hạn giấy phép phải càng đơn giản càng tốt;

- + Không được từ chối những đơn có những sai sót nhỏ về mặt hồ sơ không làm thay đổi những số liệu cơ bản trong hồ sơ đó;

- + Hình phạt đối với những lỗi đó, trừ trường hợp có ý đồ gian lận hoặc là những sự bất cẩn lớn, không được nặng hơn hình thức cảnh cáo;

Hàng nhập khẩu được cấp giấy phép sẽ không bị từ chối vì những khác biệt nhỏ trong giá trị, số lượng hay cân nặng so với con số ghi trong giấy phép, khi những khác biệt đó phù hợp với tập quán thương mại hoặc do hao tổn về cân nặng, số lượng trong khi xếp hàng.

- Cấp giấy phép tự động:

Trong các hệ thống khi cơ quan hành chính cấp giấy phép không sử dụng bất kỳ một quyền tự định đoạt nào và khi “giấy

phép được cấp trong mọi trường hợp”, hiệp định yêu cầu việc phê duyệt hoặc cấp giấy phép phải được thực hiện ngay lập tức, khi nhận được đơn xin, và trong mọi trường hợp phải “trong vòng tối đa 10 ngày làm việc”.

- Cấp phép không tự động:

Như đã đề cập ở trên, hệ thống cấp giấy phép không tự động được sử dụng, khi mục đích chủ yếu của chính phủ là hạn chế nhập khẩu. Các chính phủ có thể làm điều này bằng cách thông báo công khai hạn ngạch được định trước hay những hạn chế số lượng áp dụng cho những mặt hàng phải hạn chế nhập khẩu. Tuy nhiên, hệ thống này cũng có thể không công bố minh bạch về số lượng được phép nhập khẩu.

Trong khi việc cấp giấy phép nhập khẩu được sử dụng để quản lý hạn ngạch, hiệp định đòi hỏi phải có thông báo về tổng số hạn ngạch (giá trị hoặc số lượng), ngày bắt đầu áp dụng và thời hạn hiệu lực của hạn ngạch để các nhà xuất khẩu, nhập khẩu, cung cấp nước ngoài và chính phủ của họ có được thông tin đầy đủ. Hơn nữa, khi hạn ngạch được phân bổ cho các nước cung cấp sản phẩm, thì nước cấp hạn ngạch không những phải cung cấp thông tin về số lượng hạn ngạch cấp cho từng nước mà còn phải thông báo cụ thể cho chính phủ tất cả các nước cung cấp sản phẩm quan tâm tới sự phân bổ hạn ngạch.

Hiệp định cũng quy định giấy phép nhập khẩu phải được cấp trong vòng 40 ngày kể từ ngày nhận được đơn xin cấp giấy phép và thủ tục quy định giấy phép được cấp trên cơ sở “đến trước phục vụ trước” và trong vòng 60 ngày kể từ ngày hết hạn

nhận đơn xin cấp giấy phép khi những đơn này “được xem xét cùng một lúc”.

Hơn nữa, luật lệ cũng đảm bảo rằng trong quá trình phân bổ giấy phép cần phải xem xét tới những khó khăn mà nhà nhập khẩu gặp phải khi sử dụng giấy phép được cấp cho họ. Theo nguyên tắc, giấy phép sẽ được cấp cho những nhà nhập khẩu đã sử dụng tốt nhất các giấy phép trước đó. Đồng thời, khi những nhà nhập khẩu đã không sử dụng tốt giấy phép được cấp vì những lý do chính đáng, thì cần chú ý không để họ bị phạt bằng việc bị từ chối cấp giấy phép hoặc giảm giá trị hay số lượng cho phép trong giấy phép.

Các cơ quan chức năng cung cấp giấy phép phải quan tâm đặc biệt tới việc cấp giấy phép cho những nhà nhập khẩu mới, đặc biệt cho những nhà nhập khẩu hàng hóa, từ các nước đang phát triển và kém phát triển nhất.

** Các nước đang phát triển với hiệp định:*

Hiệp định về thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu chỉ ra rằng các nước khi thực hiện việc cấp giấy phép nhập khẩu phải đảm bảo phù hợp với các quy định của GATT, không gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đối với thương mại mà còn phải chú ý tới nhu cầu phát triển thương mại và tài chính của các thành viên đang phát triển. Khi phân phối giấy phép cho các nhà nhập khẩu, các thành viên cần đặc biệt chú ý tới những nhà nhập khẩu mua hàng từ các thành viên đang phát triển, và đặc biệt, các thành viên kém phát triển nhất.

Cũng như tất cả các thành viên khác, khi sử dụng hệ thống cấp giấy phép không tự động, các nước đang phát triển phải

cung cấp, khi được yêu cầu, toàn bộ thông tin liên quan tới việc quản lý các hạn chế, phân phối giấy phép nhập khẩu cho các nhà nhập khẩu, những giấy phép đã được cấp trong thời gian vừa qua, và nếu có thể, số liệu thống kê về nhập khẩu của các mặt hàng liên quan. Tuy nhiên, các nước đang phát triển không cần thiết phải chịu thêm gánh nặng hành chính hoặc tài chính để đáp ứng yêu cầu cung cấp số liệu thống kê.

Bằng cách thông báo cho ủy ban về cấp giấy phép nhập khẩu các nước thành viên đang phát triển không tham gia ký kết Hiệp định Vòng Tokyo có thể hoãn thực hiện các nghĩa vụ sau tới hai năm:

- Chấp nhận việc áp dụng hệ thống cấp giấy phép tự động trong bất cứ ngày làm việc nào trước khi hàng hóa được kiểm tra hải quan.

- Cấp giấy phép tự động ngay khi nhận được, hoặc trong vòng tối đa là 10 ngày làm việc.

* Tác động đối với kinh doanh:

Bằng việc buộc các cơ quan nhà nước phải tuân theo các luật lệ và nguyên tắc của mình, hiệp định tìm cách bảo vệ lợi ích của cả nhà cung cấp nước ngoài muốn xuất khẩu hàng hóa cần có giấy phép nhập khẩu và các ngành sản xuất giấy phép phải bảo đảm cho người nhập khẩu: Giấy phép sẽ được cấp nhanh chóng trong thời hạn nhất định, và không bị phạt vì những lỗi nhỏ trong hồ sơ xin cấp giấy phép.

4. Các biện pháp chống bán phá giá, các biện pháp tự vệ

Hiện nay, khi đa số rào cản thương mại bị dỡ bỏ theo áp lực

của các thỏa thuận thị trường tự do, nhiều quốc gia có xu hướng sử dụng các biện pháp chống phá giá, chống trợ cấp và tự vệ để bảo hộ sản xuất trong nước. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần chuẩn bị tinh thần để đối mặt với ngày càng nhiều hơn các vụ kiện chống bán phá giá (CBPG) và các biện pháp tự vệ trong thực tiễn thương mại quốc tế, nhìn nhận chúng với thái độ bình tĩnh và có hướng xử lý phù hợp.

a. Chống bán phá giá:

Theo tổng kết của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), từ 1995 đến 2004, các nước thành viên đã phải tiến hành 2.647 cuộc điều tra CBPG, trong đó có tới 62,3% các vụ có BPG và bị áp thuế CBPG. Dự báo, trong tương lai, các biện pháp chống bán phá giá vẫn được áp dụng một cách phổ biến. Đối tượng của các cuộc điều tra chống bán phá giá thường tập trung vào một số ngành nhất định. Trong đó, 6 ngành thường xuyên là: kim loại và các sản phẩm từ kim loại; hóa chất và các ngành liên quan; nhựa, cao su; máy móc, thiết bị cơ khí, thiết bị điện; dệt và các sản phẩm dệt; bột gỗ, giấy.

Kể từ năm 1994 là năm đầu tiên chúng ta bị kiện chống bán phá giá cho đến cuối năm 2006, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã phải đối mặt với 38 vụ kiện, trong đó có 23 vụ kiện chống bán phá giá và 5 vụ kiện tự vệ. Trong đó đáng chú ý nhất là thị trường Liên minh châu Âu đã chiếm tới 10 vụ kiện chống bán phá giá và vụ lớn nhất là vụ kiện chống bán phá giá giày mũ da. Đối với Việt Nam, nhóm hàng sử dụng nhiều lao động và tài nguyên thiên nhiên (trừ than đá và dầu thô), các mặt hàng có kim ngạch XK cao và mức tăng trưởng

nhanh là giày dép, dệt may, thủ công mỹ nghệ, cà phê, chè, gỗ và các sản phẩm gỗ, hàng điện tử và hạt điều nhân... đều có khả năng bị kiện.

Trước hết, đối với *mặt hàng giày dép*, thực tiễn cho thấy, nhóm hàng này đã có tiền lệ bị kiện chống bán phá giá, Việt Nam đã phải đối phó với 3 vụ trong thời gian qua. Hơn nữa, kim ngạch XK liên tục tăng và những lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới càng làm tăng khả năng bị kiện. Thứ hai là *mặt hàng dệt may*, đây là nhóm mặt hàng chiến lược XK của ta, trong đó thị trường Hoa Kỳ chiếm trên 50% tổng kim ngạch XK với tốc độ tăng trưởng đầy ấn tượng. Do Việt Nam chưa là thành viên WTO nên mặt hàng vẫn chịu hạn ngạch, nhưng khi là thành viên của WTO, thị trường được mở rộng, kim ngạch tăng nhanh sẽ là những yếu tố dẫn tới các vụ kiện. Bên cạnh đó, theo nguyên tắc cộng gộp thị phần, hàng dệt may của Việt Nam sẽ có nguy cơ bị kiện cùng với hàng Trung Quốc. Đối với *nhóm hàng thủy sản*, mặc dù mặt hàng tôm và cá da trơn đã bị Hoa Kỳ khởi kiện, song là nhóm mặt hàng có thế mạnh XK, thị trường Hoa Kỳ vẫn là thị trường NK đầy tiềm năng, vì vậy nếu các doanh nghiệp Việt Nam vẫn tập trung vào thị trường này, nguy cơ bị kiện sẽ là rất lớn. Gần đây, *nhóm mặt hàng gỗ và các sản phẩm gỗ* với tốc độ tăng trưởng cao, lại tập trung vào một số thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU và Nhật (chiếm hơn 80% tỉ trọng XK), đáng lưu ý là thị phần đồ gỗ Việt Nam trong tổng thị phần NK của Hoa Kỳ là 5,6% trong năm 2004 và tăng lên 11,5% trong năm 2005 (vượt ngưỡng 3%). Vì vậy, khả năng bị kiện chống bán phá giá của mặt hàng này đang ở mức báo động.

Trước năm 2000 nước ta chỉ phải đối mặt với 3 vụ kiện chống bán phá giá: năm 1994, Colombia kiện Việt Nam bán phá giá gạo; năm 1998, châu Âu kiện Việt Nam bán phá giá mặt hàng mì chính và giày dép. Từ năm 2000, các vụ kiện bán phá giá của nước ngoài đã liên tục dội vào các doanh nghiệp Việt Nam. Mở màn là Ba Lan kiện Việt Nam bán phá giá bột lửa gas, năm 2001 Canada đã đánh thuế chống bán phá giá đối với sản phẩm tỏi. Năm 2002, Canada tiếp tục kiện 2 sản phẩm giày và đế giày không thấm nước của Việt Nam xuất khẩu vào Canada. Cũng năm này, Hoa Kỳ ra phán quyết cuối cùng áp đặt mức thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng cá tra, basa; EU và Hàn Quốc cũng kiện sản phẩm bột lửa gas của Việt Nam. Tuy nhiên, các ngành công nghiệp nội địa của hai nước này đã rút đơn kiện, do đó vụ việc đã được chấm dứt. Năm 2003, hai mặt hàng của Việt Nam bị kiện, đó là EU kiện Oxyde kẽm của Việt Nam và Liên minh tôn miền Nam nước Mỹ kiện mặt hàng tôn vào thị trường Mỹ.

Đặc biệt, năm 2004 có tới 6 vụ kiện chống bán phá giá từ một số nước châu Âu, dội vào các doanh nghiệp của Việt Nam. Mở màn, ngày 28/4/2004, trong quyết định về vụ vòng khuyên kim loại, EU cho rằng, các sản phẩm có xuất xứ từ Trung Quốc chuyển tải qua Việt Nam được hoàn thiện và các bộ phận của sản phẩm tại Việt Nam để xuất khẩu vào EU. Họ cho rằng đây là hành vi lẩn tránh thuế chống bán phá giá nên đã áp dụng đối với các sản phẩm này (có loại bị áp mức thuế lên tới 78,8%). Ngày 11/8, Liên minh châu Âu đã chính thức tiến hành điều tra vụ kiện chống bán phá giá đối với ống, tuýp thép hoặc cốt thép có nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam; 12 ngày sau (24/8)

EU lại tiếp tục chính thức tiến hành điều tra vụ kiện chống bán phá giá đối với chốt cài cửa bằng inox và các phụ tùng. Nửa tháng sau (10/9), Ủy ban châu Âu bắt đầu điều tra chống bán phá giá đối với mặt hàng đèn huỳnh quang (CFL-i) có nguồn gốc xuất xứ của Trung Quốc được xuất khẩu vào thị trường EU từ Việt Nam. Ngày 27/9, Cục Ngoại thương Thổ Nhĩ Kỳ đã ra quyết định cuối cùng về biên độ phá giá đối với mặt hàng sẫm lớp xe đạp, xe máy của Việt Nam và sau đó, Peru kiện Việt Nam bán phá giá mặt hàng ván lướt sóng vào thị trường Peru.

Theo Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Thương Mại, nếu bị kiện chống bán phá giá thì chỉ một vài nước trong số các nước xuất khẩu vào thị trường đó bị kiện và bị áp mức thuế có thể khác nhau, nhưng nếu bị kiện áp dụng biện pháp tự vệ thì tất cả các nước xuất khẩu mặt hàng đó vào thị trường này đều phải chịu. Năm 2001, trừ Nhật Bản và các nước thuộc EU do các mặt hàng gạch lát nền và ốp tường bằng gốm, tráng men và không tráng men của họ được coi là không phải “sản phẩm tương tự hay cạnh tranh trực tiếp”, còn lại Philippin áp dụng biện pháp tự vệ đối với tất cả các nước vào thị trường này, trong đó có Việt Nam (do thị phần mặt hàng này của Việt Nam NK vào Philippin vượt quá mức 3%). Sau quá trình điều tra, Philippin áp mức thuế được áp dụng theo hình thức phụ thu cho 3 năm (tính từ 9/1/2002), theo mức giảm dần...

Ngay những tháng đầu năm 2005, Tòa án Thương mại quốc tế Canada đã quyết định điều tra để áp dụng biện pháp tự vệ đối với các sản phẩm xe đạp NK vào Canada từ: Trung Quốc, Đài Loan, Hoa Kỳ, Thái Lan, Philipin, Indônêxia và Việt Nam.

Ngày 14/07/2005 Tổng vụ Thương mại của Ủy ban Châu Âu (EC) đã thông báo kết luận cuối cùng trong cuộc điều tra chống bán phá giá đối với xe đạp có nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam nhập khẩu vào thị trường EU. Theo phán quyết của EC, các công ty sản xuất xuất khẩu xe đạp của Việt Nam sẽ chịu mức thuế chống bán phá giá từ 15,8% đến 34,5%, thấp hơn so với mức thuế 48,5% mà Trung Quốc phải chịu đối với sản phẩm cùng loại.

Từ những vụ kiện trên đây, để thấy rằng, tuy kết quả cuối cùng của các vụ kiện khác nhau, nhưng điều đó cũng đang đặt ra cho các doanh nghiệp, các hiệp hội, ngành hàng Việt Nam có một cái nhìn hết sức thực tế về diễn biến cũng như xu thế phát triển của thị trường để từ đó xây dựng được những chiến lược sản xuất, XK cho mình thuận lợi, nhất là không nên đổ dồn vào khai thác một mặt hàng có lợi, dẫn tới hiện tượng tranh bán, hạ giá thành sản phẩm... vì đó chính là những cái “cố” để các nước NK dựa vào đó làm rào cản thương mại.

Gia nhập WTO, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam sẽ phải đối phó nhiều hơn với các vụ kiện chống bán phá giá. Nhiều người ví việc các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam thua kiện trong các vụ kiện chống bán phá giá trước đây với hình ảnh của một người bán hàng rong, đứng bên ngoài chợ (ngoài WTO) nên bị người khác ở trong chợ ăn hiếp, chơi luật rừng và không được ai bảo vệ. Khi đã vào WTO, Việt Nam được vào chợ với chỗ ngồi hàng hoàng, có đăng ký thành viên và sẽ được bảo vệ bởi luật lệ của WTO chứ không còn đơn thương độc mã như khi chưa vào WTO. Tuy nhiên, kinh nghiệm của

Trung Quốc cho thấy, sau khi gia nhập WTO, đối với các nước có tiềm năng XK lớn, số lượng các vụ kiện chống bán phá giá không giảm mà còn tăng lên. Điều này cũng dễ hiểu, nó gắn liền với lợi ích từng quốc gia, bởi khi một nước mới gia nhập WTO, có tiềm năng XK lớn và tiềm năng này sẽ đe dọa tới quyền lợi cũng như công ăn việc làm của các nước thành viên khác thì chắc chắn sẽ bị các nước này dùng các rào cản thương mại như các vụ kiện chống bán phá giá để tự vệ. Theo Cục Quản lý Cạnh tranh Bộ Thương mại, với mức tăng trưởng XK cao, trong những năm tới, Việt Nam sẽ ngày càng phải đối mặt nhiều hơn với các vụ kiện chống bán phá giá của nước ngoài.

Các chuyên gia kinh tế nước ngoài và trong nước hiện vẫn luôn cảnh báo Việt Nam sẽ phải đối phó với các vụ kiện thương mại khi nền kinh tế ngày càng hội nhập, nhất là nếu gia nhập WTO. Hiện nay, tiến trình gia nhập WTO đang vào hồi kết thúc tốt đẹp, như vậy có nghĩa ngoài chính sách của Việt Nam sẽ phải có những thay đổi to lớn, các doanh nghiệp Việt Nam, Hiệp hội, ngành hàng càng phải lo đến vấn đề của các vụ kiện chống bán phá giá, nhất là khi hiện nay, Việt Nam chưa được hưởng quy chế bình thường hóa quan hệ thương mại vĩnh viễn (PNTR) với Mỹ. Thời gian tới, chúng ta sẽ tiếp tục vận động, đàm phán để được hưởng PNTR. Tuy nhiên, theo kết quả đàm phán vừa qua, chúng ta phải chấp nhận thỏa thuận với Mỹ việc 12 năm sau khi nước ta gia nhập WTO, Mỹ mới công nhận chúng ta có nền kinh tế thị trường. Điều này cũng diễn ra đối với một số thành viên của WTO, kể cả Trung Quốc, một nước lớn, phát triển hơn chúng ta rất nhiều, cơ chế của họ cũng khác ta rất nhiều nhưng cũng phải chịu 15 năm.

Mười hai năm là một giai đoạn dài và gian khổ. Bởi nếu vào WTO mà chưa được hưởng PNTR, chưa được thừa nhận là một nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp bị kiện bán phá giá phải chịu việc đối tác nước ngoài lấy giá sản phẩm bị kiện ở một nước thứ ba để so sánh. Đó chính là điểm bất lợi nhất mà từ trước tới nay hầu như vụ kiện bán phá giá nào của Việt Nam cũng bị nước ngoài sử dụng cách tính này, kết quả cuối cùng là các doanh nghiệp Việt Nam đều bị chịu áp thuế bán phá giá khá cao so với thực tế.

Bộ Thương mại đã lưu ý các vụ thị trường ngoài nước cần phối hợp với các cơ quan trong nước theo dõi chặt chẽ tình hình tăng trưởng XK trên thị trường được phân công theo dõi, tham mưu trong điều hành XK, hạn chế khả năng bị áp dụng biện pháp tự vệ và chống bán phá giá đối với hàng XK Việt Nam. Bộ Thương mại cũng khuyến cáo, để tránh rủi ro, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nên đa dạng hóa mặt hàng và đa dạng hóa thị trường. Các hiệp hội nghề nghiệp cần phải đưa nhiệm vụ bảo vệ doanh nghiệp lên hàng đầu, đặc biệt với các vụ kiện.

Trước mắt để đối phó với những vụ kiện chống bán phá giá của các thị trường nhập khẩu, Bộ Thương mại đã lưu ý các cơ quan quản lý và doanh nghiệp cần nghiên cứu tham mưu cho Chính phủ các giải pháp nâng cao vai trò định hướng và cảnh báo của Chính phủ trước nguy cơ rơi vào các vụ kiện chống bán phá giá đối với các mặt hàng xuất khẩu trong nước. Mặt khác, các doanh nghiệp và Hiệp hội cần nâng cao chất lượng của những thông tin chính thức khi phải đối mặt với những vụ kiện; trang bị những thông tin, kiến thức cần thiết về các vụ

kiện bán phá giá trong thương mại quốc tế, chủ động để ứng phó từ xa với các rào cản của nước nhập khẩu trong thời kỳ hội nhập mà chống bán phá giá sẽ là một việc sẽ xảy ra thường xuyên. Hiện Bộ Thương mại vẫn tiếp tục cảnh báo các doanh nghiệp về nguy cơ sẽ bị kiện BPG trong thời gian tới như: đồ gỗ, dệt may và thủy sản... Đây là nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Vì vậy, cần đề phòng việc phát triển xuất khẩu quá nóng trên một thị trường với những mặt hàng nhất định, như vậy mới tránh được khả năng bị kiện chống bán phá giá.

Trên thực tế, hiện nay, vai trò Nhà nước Việt Nam tập trung đảm bảo ổn định vĩ mô, không can thiệp trực tiếp mà tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế khác nhau tự vận hành và phát triển; Tiến trình cải cách khối doanh nghiệp nhà nước được đẩy mạnh với quy mô ngày càng sâu và rộng; Việt Nam đã ban hành một hệ thống luật kinh doanh minh bạch, bao gồm Luật doanh nghiệp, Luật Đầu tư nước ngoài, Luật Kế toán, Luật Phá sản, Luật Cạnh tranh, Luật Thương mại sửa đổi... tạo thành khung pháp luật hoàn chỉnh cho sự vận hành của nền kinh tế thị trường. Hệ thống ngân hàng và tài chính dần được hoàn thiện theo các chuẩn mực quốc tế. Bên cạnh đó, Việt Nam tích cực tham gia vào hệ thống thương mại toàn cầu thông qua các hiệp định thương mại song phương và đa phương, dần trở nên thích ứng với các luật chơi chung đảm bảo thương mại tự do và bình đẳng của cộng đồng quốc tế...

b) Các biện pháp tự vệ

Có một thực tế là, trong khi hàng hóa của Việt Nam luôn

bị trở thành những bị đơn bất đắc dĩ, các doanh nghiệp luôn phải chạy theo để hầu các vụ điều tra kiện chống bán phá giá thì vấn đề điều tra chống bán phá giá đối với hàng nhập khẩu để bảo vệ chính nền sản xuất trong nước của mình dường như bị xem nhẹ. Nhiều năm qua, Việt Nam mới từng bước chuyển mình từ thụ động chạy theo các vụ kiện chống bán phá giá của nước ngoài đến một số biện pháp việc phòng vệ từ xa mà chưa hề có khái niệm chủ động bảo vệ mình ngay trên sân nhà. Và vì thế, các cơ sở pháp lý để phục vụ cho những công việc này cũng còn rất thiếu.

Trên thực tế thì chúng ta cũng đã có Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Pháp lệnh chống bán phá giá, Luật Thương mại. Các nhà sản xuất và các cơ quan quản lý cũng đã ngồi lại với nhau để bàn về những hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh thông qua hành vi bán phá giá của các doanh nghiệp nước ngoài trên thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, từ việc xác định hành vi bán phá giá để đi đến khởi kiện hiện là điểm rất yếu của Việt Nam. Sở dĩ như vậy là bởi chúng ta mới làm quen các khái niệm nêu trên. Các chuyên gia, bộ máy hành chính để thực thi nhiệm vụ này cũng đang mới ở những giai đoạn triển khai...

Trước thực trạng đó, gần đây, Cục Quản lý Cạnh tranh - Bộ Thương mại đã xây dựng Đề án “Phòng vệ chính đáng đối với hàng hóa trong nước”. Đây chính là “kim chỉ nam” để mở đường cho các doanh nghiệp Việt Nam có thể đàng hoàng “đem chuông đi đánh xứ người”. Thủ tướng Chính Phủ Nguyễn Tấn Dũng đã có công văn số 1053/TTg-KTTH, chỉ đạo Bộ Thương mại cùng một số bộ ngành liên quan, nghiên cứu và đề xuất các biện pháp phòng vệ chính đáng đối với

hàng hóa sản xuất trong nước, phù hợp với các quy định của WTO và các cam kết mà Việt Nam đã ký như: đối xử tối huệ quốc, các biện pháp tự vệ, chống bán phá giá, chống trợ cấp, cơ chế kiểm soát thu nhập... Đồng thời, các cơ quan hữu quan cũng phải tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực này.

Hy vọng rằng, với sự quan tâm kịp thời của Chính phủ, các cơ quan chức năng sớm hoàn thành các cơ sở pháp lý, giúp các doanh nghiệp sản xuất trong nước từng bước làm quen với các khái niệm nêu trên. Thông qua đó, họ biết rằng, họ có đủ thẩm quyền để kiện lên Hội đồng Cạnh tranh Việt Nam nếu thấy hàng hóa nước ngoài có yếu tố cạnh tranh thiếu lành mạnh. Mặt khác, thông qua các vụ kiện đó để trước hết là doanh nghiệp biết bảo vệ chính mình, thứ nữa là đóng lên hồi chuông cảnh tỉnh các đối thủ nước ngoài nếu có ý đồ thâm thuý thị trường trên 80 triệu dân bằng những hành vi không công bằng trong thương mại quốc tế.

5. Hàng rào kỹ thuật thương mại trong hội nhập

“Nếu không trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới và thực hiện hiệp định Hàng rào kỹ thuật trong thương mại thì chúng ta không thể có cơ sở pháp lý để giải quyết các tranh chấp hàng rào kỹ thuật thương mại như vụ kiện cá ba sa, kiện tôm hay những vụ kiện bán phá giá đã từng xảy ra với chúng ta trong thời gian qua”. Đó là lời phát biểu của ông Hồ Tất Thắng, Phó tổng cục trưởng Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng.

Ngày 26-5-2005, Thủ tướng chính phủ đã phê duyệt đề án

triển khai thực hiện Hiệp định hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT). Điều này thể hiện sự quyết tâm của Việt Nam cho việc chuẩn bị tham gia vào Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO thì chúng ta đã và sẽ có đầy đủ các điều kiện về tổ chức, kỹ thuật, nhân sự, bộ máy để chúng ta có thể thực hiện đầy đủ các yêu cầu của TBT.

WTO là tổ chức duy nhất điều chỉnh thương mại quốc tế với các quy tắc thương mại giữa các quốc gia thông qua các hiệp định được những nước thành viên tham gia ký kết và chấp thuận. Các hiệp định này tạo nên các quy tắc cơ bản cho thương mại quốc tế trong bốn lĩnh vực là: thương mại hàng hoá, thương mại dịch vụ, mua sắm chính phủ - thương mại Nhà nước và sở hữu trí tuệ.

Trong số các hiệp định của WTO thì hàng rào kỹ thuật trong thương mại sẽ điều chỉnh các vấn đề kỹ thuật trong thương mại như các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và các hoạt động đánh giá hợp quy, hợp chuẩn nhằm thúc đẩy thương mại giữa các nước thành viên.

Mục tiêu cơ bản của Hiệp định TBT là thúc đẩy các mục tiêu của Hiệp định chung về hàng rào thuế quan; khẳng định vai trò quan trọng trong các tiêu chuẩn và các hệ thống quốc tế về đánh giá sự phù hợp trong quá trình nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh thương mại. Hiệp định cũng bảo đảm các tiêu chuẩn, văn bản pháp quy kỹ thuật và các quy trình đánh giá sự phù hợp, không gây ra trở ngại cho thương mại quốc tế.

Mặt khác, TBT không ngăn cản các nước áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo đảm chất lượng hàng xuất khẩu, bảo vệ sức khoẻ, an toàn cuộc sống của con người, động thực vật, bảo vệ môi trường, chống gian lận thương mại và đảm bảo an ninh quốc gia. Một trong những nguyên tắc chủ yếu đối với xây dựng và áp dụng các biện pháp kỹ thuật của TBT là không phân biệt đối xử, không gây cản trở thương mại và minh bạch hoá trong hợp tác thương mại.

Tham gia WTO, Việt Nam sẽ có những cơ hội quan trọng trong quá trình phát triển, có điều kiện để các văn bản quy phạm pháp luật của chúng ta tương thích với quốc tế. Từ đó, chúng ta có thể mở rộng quan hệ thương mại thế giới. Nếu các thủ tục đánh giá ở nước ta tương thích với thủ tục của các nước khác thì sẽ có được sự thừa nhận quốc tế. Như vậy, hàng hoá của nước ta sẽ nâng cao được khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế.

Bên cạnh đó, chúng ta sẽ có điều kiện để tiếp cận với những biểu tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật, tìm hiểu nhu cầu của các nước mà đặc biệt là những nước sẽ nhập khẩu hàng hoá của nước ta.

Ngoài ra, đây cũng là điều kiện và cơ sở để chúng ta giải quyết các tranh chấp, thắc mắc trong thương mại. Tham gia hiệp định TBT cũng là điều kiện để chúng ta có được sự thừa nhận quốc tế về phát triển thương mại.

Hiện nay, một trong những nội dung quan trọng trong quá trình thực thi Hiệp định TBT mà Việt Nam cần phải làm là cần phải rà soát lại toàn bộ hệ thống các văn bản pháp luật mà đặc biệt là rà soát các hệ thống tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN).

Trong số 5.600 tiêu chuẩn Việt Nam mới chỉ có khoảng 24% tiêu chuẩn bảo đảm hài hoà với tiêu chuẩn quy định của quốc tế và khu vực. Đây là một thách thức đối với nước ta trong quá trình gia nhập WTO.

Do đó đến năm 2010 Việt Nam phải nâng cao mức độ tiêu chuẩn quốc gia hài hoà với tiêu chuẩn quốc tế đạt trên 50%; kiên quyết xem xét loại bỏ những tiêu chuẩn lạc hậu, không đáp ứng yêu cầu của quản lý nhà nước về chất lượng, với đòi hỏi của sản xuất, kinh doanh và không phù hợp với thông lệ quốc tế. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng cần xem xét và xây dựng các tiêu chuẩn mới theo hướng hài hoà với tiêu chuẩn quốc tế hoặc khu vực nhằm thuận lợi hoá thương mại, đẩy mạnh xuất khẩu, đáp ứng những lợi ích quốc gia trong đó có nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng trong nước đối với chất lượng sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ.

Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng cho biết, hiện nay Tổng cục cũng đã có một chương trình hài hoà tiêu chuẩn của Việt Nam với khu vực và quốc tế trong đó tập trung chủ yếu vào chương trình hài hoà đối với các nước APEC và các nước ASEAN. Ngoài ra Việt Nam đang có những chương trình hài hoà tiêu chuẩn với các sản phẩm điện tử, hàng tiêu dùng thiết yếu và một số sản phẩm xuất khẩu có thể mạnh trong nước.

** Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại:*

Các Thành viên tham gia vòng đàm phán Uruguay về Thương mại Đa biên mong muốn thúc đẩy các mục tiêu của GATT 1994 đồng thời thừa nhận sự đóng góp quan trọng của

các tiêu chuẩn quốc tế và các hệ thống đánh giá sự phù hợp có thể mang lại trong vấn đề này thông qua việc nâng cao hiệu quả sản xuất và thúc đẩy hoạt động thương mại quốc tế. Từ đó mong muốn tăng cường việc xây dựng các tiêu chuẩn quốc tế và các hệ thống đánh giá sự phù hợp này.

Tuy nhiên cũng mong muốn đảm bảo rằng các tiêu chuẩn và văn bản pháp quy kỹ thuật bao gồm cả các yêu cầu về bao gói, ghi dấu và ghi nhãn và các quy trình đánh giá sự phù hợp với các tiêu chuẩn và văn bản pháp quy kỹ thuật đó không tạo ra các trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế.

Các thành viên tham gia đàm phán đã thừa nhận rằng không nước nào bị ngăn cản áp dụng các biện pháp cần thiết để đảm bảo chất lượng hàng hoá xuất khẩu của mình hoặc để bảo vệ cuộc sống hay sức khoẻ của con người, động vật hoặc thực vật, bảo vệ môi trường hoặc để ngăn ngừa các hành động gian lận ở các mức độ mà nước đó cho là thích hợp, với điều kiện là chúng không được sử dụng theo cách có thể tạo ra một phương thức phân biệt đối xử khác nhau hoặc không công bằng giữa các nước có những điều kiện như nhau hoặc một sự hạn chế được ngụ ý trang đối với thương mại quốc tế, và chúng phải phù hợp với các điều khoản của Hiệp định này. Các nước cũng thừa nhận rằng không nước nào bị ngăn cản áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo vệ những lợi ích an ninh cơ bản của mình; và cũng thừa nhận những đóng góp của hoạt động tiêu chuẩn hoá quốc tế có thể tạo ra nhằm chuyển giao công nghệ từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển bên cạnh việc thừa nhận rằng các nước đang phát triển có thể gặp những khó khăn đặc biệt trong việc xây dựng và áp dụng các tiêu

chuẩn, văn bản pháp quy kỹ thuật và các quy trình đánh giá sự phù hợp với các tiêu chuẩn và văn bản pháp quy kỹ thuật đó, và mong muốn giúp đỡ họ trong vấn đề này;

Các thành viên đã thống nhất các điều dưới đây:

Điều 1: Các điều khoản chung

1.1. Các thuật ngữ chung về tiêu chuẩn hoá và quy trình đánh giá sự phù hợp thông thường phải được hiểu theo các định nghĩa đã được chấp nhận trong khuôn khổ hệ thống Liên Hiệp quốc và do các tổ chức tiêu chuẩn hoá quốc tế đưa ra, có chú ý đến ngữ cảnh của chúng và phù hợp với các đối tượng và mục đích của Hiệp định này.

1.2. Tuy vậy, định nghĩa của các thuật ngữ nêu trong Phụ lục 1 được áp dụng vì các mục tiêu của Hiệp định này.

1.3. Tất cả các sản phẩm, bao gồm sản phẩm công nghiệp và nông nghiệp, là đối tượng thi hành các điều khoản của Hiệp định này.

1.4. Các yêu cầu đối với việc mua sản phẩm do các cơ quan chính phủ đề ra và các yêu cầu tiêu dùng của các cơ quan chính phủ không phải là đối tượng thi hành các điều khoản của Hiệp định này, mà được đề cập đến trong Hiệp định về mua sắm của Chính phủ, phù hợp với phạm vi điều chỉnh của Hiệp định đó.

1.5. Các điều khoản của Hiệp định này không áp dụng cho các biện pháp vệ sinh động vật và thực vật như đã quy định tại Phụ lục A của Hiệp định về việc áp dụng các biện pháp vệ sinh động vật và thực vật.

1.6. Tất cả các dẫn chiếu trong Hiệp định này về các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp phải được coi là bao gồm cả những sửa đổi của chúng và các bổ sung đối với quy chế hoặc phạm vi sản phẩm của chúng, ngoại trừ các sửa đổi và bổ sung không quan trọng.

Văn bản Pháp quy kỹ thuật và tiêu chuẩn.

Điều 2: Soạn thảo, thông qua và áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật do các cơ quan chính phủ trung ương ban hành

Liên quan đến các cơ quan chính phủ trung ương:

2.1. Các Thành viên phải đảm bảo rằng theo các văn bản pháp quy kỹ thuật, các sản phẩm nhập khẩu từ một lãnh thổ của bất cứ Thành viên nào đều phải được đối xử không ít thuận lợi hơn cách đối xử được áp dụng cho các sản phẩm nội địa tương tự và cho các sản phẩm tương tự xuất xứ từ bất cứ nước nào khác.

2.2. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các văn bản pháp quy kỹ thuật không được soạn thảo, ban hành và áp dụng với quan điểm hoặc nhằm để tạo ra những trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế. Với mục đích như vậy, các văn bản pháp quy kỹ thuật không được hạn chế thương mại quá mức cần thiết để thực hiện một mục tiêu hợp pháp, có tính đến những rủi ro do việc không thực hiện chúng có thể gây ra. Ngoài những yếu tố khác, các mục tiêu hợp pháp đó là: các yêu cầu về an ninh quốc gia; ngăn ngừa hành động gian lận; bảo vệ cuộc sống hoặc sức khỏe của con người, động vật hoặc

thực vật, bảo vệ môi trường. Để đánh giá các rủi ro đó, ngoài những yếu tố khác, yếu tố liên quan cần xem xét là: những thông tin khoa học và kỹ thuật hiện có, công nghệ xử lý có liên quan hoặc thời hạn sử dụng sản phẩm dự kiến.

2.3. Các văn bản pháp quy kỹ thuật không được duy trì áp dụng, nếu bối cảnh hoặc các mục tiêu đề ra khi ban hành chúng không còn tồn tại hoặc nếu bối cảnh hoặc các mục tiêu đã thay đổi cho phép áp dụng phương thức ít gây hạn chế thương mại hơn.

2.4. Khi cần áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật và các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan còn hiệu lực hoặc sắp ban hành, các Thành viên phải áp dụng toàn bộ hoặc một phần của chúng như là căn cứ đối với các văn bản pháp quy kỹ thuật của mình, trừ trường hợp khi các tiêu chuẩn quốc tế hoặc các phần có liên quan đó bị vô hiệu hoặc không còn thích hợp để thực hiện các mục tiêu hợp pháp đang theo đuổi, ví dụ do các yếu tố khí hậu hoặc địa lý cơ bản hoặc các khó khăn công nghệ tiềm tàng.

2.5. Một Thành viên khi dự thảo, ban hành và áp dụng một văn bản pháp quy kỹ thuật có thể gây ảnh hưởng nhiều tới thương mại của các Thành viên khác, thì phải giải thích cơ sở hợp pháp của văn bản pháp quy kỹ thuật đó theo yêu cầu của Thành viên khác dựa trên các điều khoản của các khoản 2.2 đến 2.4 nêu trên. Một khi các văn bản pháp quy kỹ thuật đã được xây dựng, ban hành và áp dụng dựa trên một trong những mục tiêu hợp pháp quy định rõ ở khoản 2.2 và chúng phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan, thì chúng phải được

coi là không tạo ra những trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế.

2.6. Với mục tiêu hài hoà các văn bản pháp quy kỹ thuật dựa trên nhiều căn cứ khác nhau, các Thành viên phải tham gia tích cực trong phạm vi nguồn lực của mình vào việc xây dựng các tiêu chuẩn quốc tế do các cơ quan tiêu chuẩn hoá có liên quan tiến hành đối với các sản phẩm mà Thành viên đã ban hành hoặc sẽ ban hành các văn bản pháp quy kỹ thuật để quản lý.

2.7. Các thành viên phải xem xét một cách có thiện chí việc chấp nhận các văn bản pháp quy kỹ thuật được coi là tương đương của các Thành viên khác ngay cả trong trường hợp các văn bản này khác biệt với các quy định của mình, và tin tưởng rằng các văn bản pháp quy này hoàn toàn đáp ứng các mục tiêu của các văn bản pháp quy của chính mình.

2.8. Khi thấy thích hợp, các Thành viên phải ban hành các văn bản pháp quy kỹ thuật dựa trên các yêu cầu sử dụng sản phẩm thay vì các đặc tính thiết kế hoặc mô tả sản phẩm.

2.9. Một khi chưa có một tiêu chuẩn quốc tế tương ứng hoặc nội dung kỹ thuật của văn bản pháp quy kỹ thuật dự kiến ban hành không phù hợp với nội dung kỹ thuật của các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan và nếu văn bản pháp quy kỹ thuật đó có ảnh hưởng lớn tới thương mại của các Thành viên khác, các Thành viên phải:

2.9.1. Thông báo trong một ấn phẩm ở thời điểm đủ sớm để tạo điều kiện cho các bên quan tâm của các Thành viên khác biết rằng họ dự định ban hành một văn bản pháp quy kỹ thuật cụ thể;

2.9.2. Thông báo cho các Thành viên khác thông qua Ban Thư ký về các sản phẩm sẽ được điều chỉnh trong văn bản pháp quy kỹ thuật dự kiến ban hành cùng với mô tả ngắn gọn về mục tiêu và lý do ban hành. Các thông báo này phải được thực hiện sớm, khi mà các sửa đổi bổ sung còn có thể tiến hành và các ý kiến góp ý còn có thể xử lý được.

2.9.3. Khi có yêu cầu, phải cung cấp cho các Thành viên khác bản gốc hoặc bản sao của dự thảo pháp quy kỹ thuật dự kiến ban hành và nếu có thể cần chỉ rõ những phần khác biệt nhiều với các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan;

2.9.4. Đưa ra thời hạn với sự không phân biệt đối xử để các Thành viên khác góp ý bằng văn bản; thảo luận về các góp ý này khi có yêu cầu và quan tâm xử lý các văn bản góp ý và các kết quả thảo luận này.

2.10. Liên quan đến các điểm nêu trong khoản 2.9 trên đây, khi phát sinh hoặc có nguy cơ phát sinh các vấn đề khẩn cấp về an toàn, sức khỏe, bảo vệ môi trường hoặc an ninh quốc gia đối với một Thành viên nào đó, Thành viên này có thể bỏ qua một trong các bước nêu trong khoản 2.9 nói trên nếu thấy cần thiết, nhưng Thành viên đó khi ban hành văn bản pháp quy kỹ thuật phải:

2.10.1 Thông qua Ban Thư ký, thông báo ngay cho các Thành viên khác về văn bản pháp quy kỹ thuật cụ thể đó và các sản phẩm được đề cập tới với những lời giải thích ngắn gọn về mục tiêu và lý do ban hành văn bản pháp quy kỹ thuật này, bao gồm cả nội dung thực chất của các vấn đề khẩn cấp đó.

2.10.2. Khi có yêu cầu, cung cấp cho các Thành viên khác bản sao văn bản pháp quy kỹ thuật này;

2.10.3. Với sự không phân đối xử, cho phép các Thành viên khác trình bày góp ý bằng văn bản, thảo luận các góp ý này khi có yêu cầu và quan tâm xử lý các văn bản góp ý và các kết quả thảo luận này.

2.11. Các Thành viên phải đảm bảo rằng tất cả các văn bản pháp quy kỹ thuật đã ban hành phải được công bố kịp thời hoặc bằng cách nào đó tạo điều kiện cho các bên quan tâm của các Thành viên khác biết về các văn bản pháp quy kỹ thuật đó.

2.12. Ngoài các trường hợp khẩn cấp nêu ở khoản 2.10 nói trên, các Thành viên phải đưa ra một khoảng thời gian hợp lý từ thời điểm công bố các văn bản pháp quy kỹ thuật đến thời điểm có hiệu lực của chúng để các nhà sản xuất của các Thành viên xuất khẩu, và đặc biệt là các Thành viên là nước đang phát triển, có thời gian điều chỉnh sản phẩm hoặc phương pháp sản xuất của mình theo các yêu cầu của Thành viên nhập khẩu đó

Điều 3: Xây dựng, ban hành và áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật do các cơ quan nhà nước địa phương và tổ chức phi Chính phủ ban hành

Liên quan đến các cơ quan nhà nước địa phương và tổ chức phi chính phủ của mình trong phạm vi lãnh thổ của mình:

3.1. Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong phạm vi khả năng của mình để đảm bảo sự tuân thủ của các cơ quan này với các khoản của Điều 2, với một ngoại trừ

về trách nhiệm thông báo như quy định tại các điểm 2.9.1 và 2.10.1 của Điều 2.

3.2. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các văn bản pháp quy kỹ thuật của các cơ quan nhà nước địa phương chịu sự điều chỉnh trực tiếp của các văn bản pháp quy kỹ thuật của cơ quan nhà nước trung ương của các Thành viên, phải được thông báo phù hợp với các nội dung của các điểm 2.9.2 và 2.10.1 của Điều 2, nhưng lưu ý rằng việc thông báo sẽ không bắt buộc đối với các văn bản pháp quy kỹ thuật mà nội dung kỹ thuật của chúng cơ bản là giống như nội dung của các văn bản pháp quy kỹ thuật của các cơ quan nhà nước trung ương của Thành viên có liên quan đã được thông báo trước đó.

3.3. Các Thành viên có thể thông qua cơ quan nhà nước trung ương liên hệ với các Thành viên khác kể cả về việc thông báo, cung cấp thông tin, góp ý kiến và trao đổi thảo luận nêu trong các khoản 2.9 và 2.10 của Điều 2.

3.4. Các Thành viên không được áp dụng các biện pháp đòi hỏi hoặc khuyến khích các cơ quan nhà nước địa phương hoặc các tổ chức phi chính phủ trong phạm vi lãnh thổ của mình hành động theo phương thức không phù hợp với các quy định của Điều 2.

3.5. Các Thành viên chịu trách nhiệm hoàn toàn về việc tuân thủ tất cả các quy định của Điều 2 theo Hiệp định này. Các Thành viên phải đề ra và áp dụng các biện pháp và cơ chế có hiệu quả để hỗ trợ các cơ quan khác ngoài các cơ quan nhà nước trung ương tuân thủ các quy định của Điều 2.

Điều 4: Xây dựng, ban hành và áp dụng tiêu chuẩn

4.1. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các cơ quan tiêu chuẩn hoá nhà nước trung ương của mình chấp nhận và tuân thủ Quy chế Thực hành về thủ tục xây dựng, thông qua và áp dụng tiêu chuẩn quy định trong Phụ lục 3 của Hiệp định này (được gọi là “Quy chế Thực hành” trong Hiệp định này). Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong phạm vi khả năng của mình để đảm bảo rằng các cơ quan tiêu chuẩn hoá ở địa phương và các tổ chức tiêu chuẩn hoá phi chính phủ trong phạm vi lãnh thổ của mình, cũng như các cơ quan tiêu chuẩn hoá khu vực mà họ hoặc một hoặc nhiều các cơ quan trong lãnh thổ của họ là thành viên, chấp nhận và tuân thủ Quy chế Thực hành này. Ngoài ra, các Thành viên không được áp dụng các biện pháp gây ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp để đòi hỏi hoặc khuyến khích các cơ quan tiêu chuẩn hoá đó hành động theo cách không phù hợp với Quy chế Thực hành này. Trách nhiệm của các Thành viên về việc tuân thủ của các cơ quan tiêu chuẩn hóa với các điều khoản của Quy chế Thực hành này, phải được thực thi, bất kể một cơ quan tiêu chuẩn hoá nào đó có chấp nhận Quy chế Thực hành hay không.

4.2. Các cơ quan tiêu chuẩn hoá đã chấp nhận và tuân thủ Quy chế Thực hành phải được các Thành viên thừa nhận là đã tuân thủ các nguyên tắc của Hiệp định này.

Sự phù hợp với các văn bản pháp quy kỹ thuật và tiêu chuẩn

Điều 5: Các quy trình đánh giá sự phù hợp do các cơ quan nhà nước trung ương thực hiện

5.1. Các Thành viên phải đảm bảo rằng, trong những

trường hợp cần có sự đảm bảo chắc chắn về sự phù hợp với các pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn, các cơ quan nhà nước trung ương phải áp dụng các điều khoản dưới đây đối với sản phẩm có xuất xứ từ lãnh thổ của các Thành viên khác;

5.1.1. Các quy định đánh giá sự phù hợp phải được xây dựng, ban hành và áp dụng cho phép các nhà cung cấp các sản phẩm tương tự có xuất xứ từ lãnh thổ của các Thành viên khác tiếp cận với các điều kiện không kém thuận lợi hơn các điều kiện dành cho các nhà cung cấp sản phẩm có xuất xứ nội địa hoặc có xuất xứ từ bất kỳ nước nào khác, trong cùng một bối cảnh tương tự; việc tiếp cận ghi nhận quyền của nhà cung cấp đối với việc đánh giá sự phù hợp theo quy định đề ra trong quy trình kể cả khả năng thực hiện việc đánh giá sự phù hợp tại hiện trường và được cấp dấu của hệ thống đánh giá sự phù hợp đó.

5.1.2. Các quy trình đánh giá sự phù hợp không được xây dựng, ban hành và áp dụng với mục đích hướng vào hoặc tạo ra các trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế. Điều này có nghĩa là, ngoài các quy định khác, các quy trình đánh giá sự phù hợp không được chặt chẽ hơn hoặc được áp dụng chặt chẽ hơn mức cần thiết để tạo cho Thành viên nhập khẩu sự tin tưởng rằng sản phẩm phù hợp với các văn bản pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn tương ứng, có tính đến các rủi ro mà sự không phù hợp có thể tạo ra.

5.2. Khi áp dụng các điều khoản của khoản 5.1 ở trên, các Thành viên phải đảm bảo rằng:

5.2.1. Các quy trình đánh giá sự phù hợp phải được thực

hiện và hoàn thành càng nhanh càng tốt và theo cách không kém thuận lợi hơn đối với sản phẩm có xuất xứ từ lãnh thổ của các Thành viên khác so với các sản phẩm nội địa tương tự;

5.2.2. Thời hạn quy định hoặc thời hạn dự kiến để tiến hành một quy trình đánh giá sự phù hợp phải được thông báo cho người đăng ký đánh giá sự phù hợp biết, khi có yêu cầu; khi nhận được đơn đăng ký, cơ quan có thẩm quyền phải kiểm tra kịp thời sự đầy đủ của tài liệu và thông báo cho người đăng ký một cách chính xác và đầy đủ về tất cả các sai sót; cơ quan có thẩm quyền chuyển càng nhanh càng tốt kết quả đánh giá một cách chính xác và đầy đủ đến người đăng ký để có thể đưa ra biện pháp khắc phục, nếu cần; ngay cả khi đơn đăng ký có sai sót, nếu người đăng ký yêu cầu, cơ quan có thẩm quyền vẫn thực hiện việc đánh giá sự phù hợp theo như thực trạng; và nếu có yêu cầu, người đăng ký phải được thông tin về quá trình đánh giá, được giải thích về bất cứ sự chậm trễ nào.

5.2.3. Các yêu cầu về thông tin được giới hạn ở mức độ cần thiết để tiến hành đánh giá sự phù hợp và xác định phí.

5.2.4. Sự bảo mật đối với các thông tin về sản phẩm có xuất xứ từ lãnh thổ của các Thành viên khác nảy sinh hoặc được cung cấp trong quá trình đánh giá sự phù hợp nói trên phải được đối xử như đối với các sản phẩm nội địa và đảm bảo các quyền lợi thương mại hợp pháp.

5.2.5. Bất cứ loại phí nào được ấn định để thực hiện việc đánh giá sự phù hợp đối với các sản phẩm có xuất xứ từ lãnh thổ của các Thành viên khác đều phải tương đương với các loại phí quy định đối với việc đánh giá sự phù hợp đối với các

sản phẩm tương tự có xuất xứ nội địa hoặc xuất xứ từ bất cứ nước nào khác, kể cả các chi phí thông tin liên lạc, vận chuyển và các chi phí khác nảy sinh do sự khác nhau giữa địa điểm hiện trường của người đăng ký đánh giá và cơ quan đánh giá sự phù hợp.

5.2.6. Địa điểm của các trang thiết bị sử dụng trong các quy trình đánh giá sự phù hợp và việc lựa chọn mẫu phải được quyết định sao cho không gây ra sự bất tiện không cần thiết cho người đăng ký hoặc các đại lý của họ;

5.2.7. Khi các yêu cầu kỹ thuật của sản phẩm bị thay đổi ảnh hưởng tới việc xác định sự phù hợp của sản phẩm với các pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn tương ứng, quy trình đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm đã thay đổi chỉ giới hạn đủ để xác định rằng có còn độ tin cậy cần có về việc sản phẩm vẫn đáp ứng các pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn có liên quan hay không.

5.2.8. Có quy trình giải quyết các khiếu nại về hoạt động đánh giá sự phù hợp và áp dụng biện pháp khắc phục khi khiếu nại được chấp nhận giải quyết.

5.3. Các điều khoản quy định ở các điểm 5.1 và 5.2 nói trên không ngăn cản các Thành viên tiến hành việc kiểm tra đột xuất hợp lý trong phạm vi lãnh thổ của mình.

5.4. Trong trường hợp cần có sự đảm bảo chắc chắn rằng các sản phẩm phải phù hợp với các văn bản pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn, và các hướng dẫn hoặc kiến nghị có liên quan của các tổ chức tiêu chuẩn hoá quốc tế đang có hoặc sắp được thông qua, các Thành viên phải đảm bảo rằng các cơ quan nhà

nước trung ương sẽ sử dụng chúng toàn bộ hoặc các phần có liên quan như là căn cứ để xây dựng các quy trình đánh giá sự phù hợp, ngoại trừ khi các hướng dẫn và kiến nghị này hoặc các phần có liên quan không thích hợp đối với các Thành viên có quan tâm, với các lý do như, ngoài những lý do khác: yêu cầu đảm bảo an ninh quốc gia, ngăn chặn những hành vi gian lận; bảo vệ sức khoẻ an toàn cho con người, cuộc sống hoặc sức khoẻ của động vật hoặc thực vật, hoặc môi trường; các yếu tố khí hậu cơ bản hoặc các yếu tố địa lý khác, các khó khăn về công nghệ cơ bản hoặc về cơ sở hạ tầng.

5.5. Để hài hoà hoá các quy trình đánh giá sự phù hợp dựa trên các căn cứ rất khác nhau, các Thành viên phải tham gia tích cực trong phạm vi nguồn lực của mình vào việc xây dựng các hướng dẫn và khuyến nghị của các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế đối với các quy trình đánh giá sự phù hợp.

5.6. Khi chưa có văn bản hướng dẫn hoặc khuyến nghị có liên quan của cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế hoặc nội dung kỹ thuật của quy trình đánh giá sự phù hợp dự kiến ban hành không phù hợp với các hướng dẫn và kiến nghị có liên quan do các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế ban hành, và nếu một quy trình đánh giá sự phù hợp cụ thể có thể ảnh hưởng nghiêm trọng tới thương mại của các Thành viên khác, các Thành viên phải:

5.6.1. Ra thông báo trong một ấn phẩm càng sớm càng tốt để các bên có liên quan của các Thành viên khác biết rằng họ dự kiến ban hành một quy trình đánh giá sự phù hợp cụ thể;

5.6.2. Thông báo cho các Thành viên khác thông qua Ban Thư ký về các sản phẩm sẽ được quy định trong quy trình đánh

giá sự phù hợp dự kiến ban hành đó kèm theo giải trình ngắn gọn về mục tiêu và lý do ban hành chúng. Các thông báo này phải được sớm đưa ra ở giai đoạn khi mà các sửa đổi còn có thể được thực hiện và các góp ý còn có thể xử lý.

5.6.3. Khi có yêu cầu, phải cung cấp cho các Thành viên khác văn bản hoặc bản sao của quy trình dự kiến ban hành đó và nếu có thể, cần chỉ rõ các phần có những sai khác với các hướng dẫn hoặc khuyến nghị do các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế ban hành.

5.6.4. Đưa ra thời hạn hợp lý và không có sự phân biệt đối xử để các Thành viên khác góp ý văn bản văn bản, thảo luận về các góp ý này (nếu cần), và quan tâm xem xét các văn bản góp ý và kết luận của các cuộc thảo luận này.

5.7. Liên quan đến các điều khoản nêu trong mục 5.6 ở trên, nếu phát sinh hoặc có nguy cơ phát sinh các vấn đề khẩn cấp về an toàn, sức khoẻ, bảo vệ môi trường hoặc an ninh quốc gia ở một Thành viên nào đó, thì Thành viên này nếu thấy cần thiết có thể bỏ qua một số bước nêu trong mục 5.6, song khi Thành viên đó ban hành quy trình này phải:

5.7.1. Thông qua Ban Thư ký, thông báo ngay cho các Thành viên khác về quy trình cụ thể này và các sản phẩm mà quy trình này đề cập tới, kèm theo giải trình ngắn gọn về mục đích và lý do phải ban hành quy trình này, kể cả bản chất của các vấn đề khẩn cấp đó.

5.7.2. Khi có yêu cầu, phải cung cấp cho các Thành viên khác bản sao các quy định của quy trình đó.

5.7.3. Cho phép các Thành viên khác, với sự không phân

biệt đối xử, trình bày các ý kiến của họ bằng văn bản, thảo luận về các ý kiến này khi cần, và quan tâm xem xét các văn bản góp ý và kết luận của các cuộc thảo luận này.

5.8. Các Thành viên phải đảm bảo rằng tất cả các quy trình đánh giá sự phù hợp đã ban hành phải được công bố kịp thời hoặc bằng cách nào đó tạo điều kiện cho các bên quan tâm của các Thành viên khác biết về chúng.

5.9. Ngoài những tình huống khẩn cấp nêu ở mục 5.7 ở trên, các Thành viên phải dành một khoảng thời gian thích hợp giữa thời điểm công bố các yêu cầu liên quan đến các quy trình đánh giá sự phù hợp và thời điểm có hiệu lực của chúng, với mục đích cho phép người sản xuất ở các Thành viên xuất khẩu, đặc biệt là các Thành viên là nước đang phát triển, có thời gian để làm cho sản phẩm hoặc phương pháp sản xuất của mình cho đáp ứng các yêu cầu của Thành viên nhập khẩu.

Điều 6: Thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp bởi các cơ quan nhà nước trung ương

Liên quan đến các cơ quan nhà nước trung ương của mình:

6.1. Trên cơ sở không thành kiến đối với các điều khoản của khoản 6.3 và 6.4 dưới đây, khi có điều kiện các Thành viên phải đảm bảo rằng các kết quả của hoạt động đánh giá sự phù hợp ở những Thành viên khác sẽ được chấp nhận, kể cả khi các quy trình đánh giá đó khác với các quy trình của chính mình, và yên tâm cho rằng các quy trình đó đã đưa ra sự đảm bảo về sự phù hợp với các văn bản pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn tương đương với các quy trình của chính mình. Việc tư vấn

trước khi đi đến cách hiểu thống nhất giữa các bên được thừa nhận là cần thiết, đặc biệt khi liên quan đến:

6.1.1. Sự thích hợp và đảm bảo về năng lực kỹ thuật của các cơ quan đánh giá sự phù hợp có liên quan ở Thành viên xuất khẩu, để có được sự tin tưởng về độ tin cậy liên tục đối với kết quả đánh giá sự phù hợp của họ; để có được sự tin tưởng này, có thể tiến hành việc thẩm định năng lực của các cơ quan này xem có phù hợp với các hướng dẫn hoặc kiến nghị tương ứng của các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế.

6.1.2. Việc hạn chế sự chấp nhận các kết quả đánh giá sự phù hợp đối với các kết quả do các cơ quan được chỉ định của Thành viên xuất khẩu cung cấp.

6.2. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các quy trình đánh giá sự phù hợp của mình cho phép áp dụng trong thực tiễn các điều khoản của khoản 6.1 nói trên.

6.3. Khuyến khích các Thành viên, khi có đề nghị của các Thành viên khác, tiến hành đàm phán để ký kết các Hiệp định thừa nhận lẫn nhau các kết quả đánh giá sự phù hợp của nhau. Các Thành viên có thể yêu cầu đưa vào các Hiệp định đó việc thực hiện các điều kiện nêu ở khoản 6.1 và cho phép việc thừa nhận lẫn nhau về tiềm năng của nhau nhằm thúc đẩy thương mại đối với những sản phẩm được các bên quan tâm.

6.4. Khuyến khích các Thành viên cho phép các cơ quan đánh giá sự phù hợp có trụ sở ở lãnh thổ của các Thành viên khác tham gia vào hoạt động đánh giá sự phù hợp của mình với các điều kiện không kém thuận lợi hơn các điều kiện dành cho

các cơ quan có trụ sở ở lãnh thổ của mình hoặc ở lãnh thổ của bất cứ một nước nào khác.

Điều 7: Quy trình đánh giá sự phù hợp do các cơ quan nhà nước địa phương thực hiện

Liên quan đến các cơ quan nhà nước ở địa phương trong lãnh thổ của mình:

7.1. Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong khả năng của mình để đảm bảo rằng các cơ quan này tuân thủ các điều khoản của Điều 5 và 6, ngoại trừ trách nhiệm thông báo như đã nói ở các điểm 5.6.2 và 5.7.1 của Điều 5.

7.2. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các quy trình đánh giá sự phù hợp của các cơ quan nhà nước ở địa phương trực thuộc trực tiếp các cơ quan nhà nước trung ương của các thành viên phải được công bố phù hợp với các điểm 5.6.2 và 5.7.1 của Điều 5, tuy nhiên không cần phải công bố các quy trình đánh giá sự phù hợp có những nội dung cơ bản giống như các quy trình đánh giá sự phù hợp đã thông báo trước kia của các cơ quan nhà nước trung ương của các Thành viên có liên quan.

7.3. Các Thành viên có thể liên lạc với các Thành viên khác kể cả việc thông báo, cung cấp thông tin, góp ý kiến và trao đổi thảo luận như đã nói ở các khoản 5.6 và 5.7 của Điều 5, thông qua cơ quan nhà nước ở trung ương.

7.4. Các Thành viên không được áp dụng các biện pháp yêu cầu hoặc khuyến khích các cơ quan nhà nước ở địa phương trong phạm vi lãnh thổ của họ hành động không phù hợp với các điều khoản của Điều 5 và Điều 6.

7.5. Theo Hiệp định này, các Thành viên chịu hoàn toàn trách nhiệm đối với việc chấp hành tất cả các điều khoản của Điều 5 và 6. Các Thành viên phải đề ra và thi hành các biện pháp và cơ chế tích cực nhằm hỗ trợ các cơ quan không phải là các cơ quan nhà nước trung ương trong việc tuân thủ của các điều khoản của Điều 5 và 6.

Điều 8: Các quy trình đánh giá sự phù hợp do các tổ chức phi chính phủ thực hiện

8.1. Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong phạm vi khả năng của mình để đảm bảo rằng các tổ chức phi chính phủ trong phạm vi lãnh thổ của mình thực hiện việc đánh giá phù hợp đúng với các điều khoản của Điều 5 và 6, ngoại trừ trách nhiệm thông báo về các quy trình đánh giá sự phù hợp dự kiến ban hành. Ngoài ra, các Thành viên không được áp dụng các biện pháp gây ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp để yêu cầu hoặc khuyến khích các tổ chức trên hành động không đúng với các điều khoản của Điều 5 và 6.

Điều 9: Các hệ thống quốc tế và khu vực

9.1. Khi cần có sự đảm bảo chắc chắn về sự phù hợp với một văn bản pháp quy kỹ thuật hoặc tiêu chuẩn và khi có khả năng, các Thành viên phải xây dựng và chấp nhận các hệ thống quốc tế về đánh giá sự phù hợp và trở thành thành viên hoặc tham gia vào các hệ thống đó.

9.2. Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp trong phạm vi khả năng của mình để đảm bảo rằng các hệ thống

quốc tế và khu vực về đánh giá sự phù hợp mà các cơ quan có liên quan nằm trong lãnh thổ của mình là thành viên hoặc tham gia phải tuân thủ các điều khoản của Điều 5 và 6. Ngoài ra, các Thành viên không được áp dụng các biện pháp gây ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp để yêu cầu hoặc khuyến khích các hệ thống này hành động không phù hợp với bất cứ điều khoản nào của Điều 5 và 6.

9.3. Các Thành viên phải đảm bảo rằng các cơ quan nhà nước trung ương của mình chỉ áp dụng các hệ thống đánh giá sự phù hợp quốc tế hoặc khu vực nếu các hệ thống này tuân thủ các điều khoản của Điều 5 và 6 tương ứng.

Thông tin và trợ giúp.

Điều 10: Các thông tin về các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp

10.1. Mỗi Thành viên phải có một đầu mối liên lạc có khả năng trả lời tất cả yêu cầu hợp lý từ các Thành viên khác và các bên quan tâm của các Thành viên khác cũng như cung cấp các tài liệu liên quan đến:

10.1.1. Tất cả các văn bản pháp quy kỹ thuật được thông qua hoặc dự kiến thông qua trong phạm vi lãnh thổ của mình bởi các cơ quan nhà nước trung ương hoặc địa phương, bởi các tổ chức phi chính phủ có thẩm quyền thi hành văn bản pháp quy kỹ thuật, hoặc bởi các tổ chức tiêu chuẩn hoá khu vực mà các cơ quan/tổ chức đó là thành viên hoặc tham gia;

10.1.2. Tất cả tiêu chuẩn được thông qua hay dự kiến thông qua trong phạm vi lãnh thổ của mình bởi cơ quan nhà nước

trung ương hoặc địa phương, hoặc tổ chức tiêu chuẩn hoá khu vực mà các cơ quan đó là thành viên hoặc tham gia.

10.1.3. Tất cả các quy trình đánh giá sự phù hợp hoặc quy trình đánh giá sự phù hợp dự kiến thông qua được thực hiện trong phạm vi lãnh thổ của mình bởi cơ quan nhà nước trung ương hoặc địa phương, hoặc bởi các tổ chức phi chính phủ có thẩm quyền thi hành văn bản pháp quy kỹ thuật hoặc bởi các tổ chức khu vực mà các cơ quan/tổ chức đó là thành viên hoặc tham gia.

10.1.4. Tư cách thành viên và sự tham gia của một Thành viên hoặc của các cơ quan nhà nước trung ương hoặc địa phương trong phạm vi lãnh thổ của Thành viên đó trong các tổ chức tiêu chuẩn hoá quốc tế hoặc khu vực và các hệ thống đánh giá sự phù hợp cũng như vào các Thỏa thuận song phương hoặc đa phương trong phạm vi áp dụng của Hiệp định này; Thành viên cũng phải cung cấp thông tin cần thiết về các điều khoản của các hệ thống và thỏa thuận đó.

10.1.5. Địa điểm phát hành thông báo theo Hiệp định này và những nơi có thể tìm đọc thông tin này;

10.1.6. Địa chỉ của các đầu mối liên lạc nói ở khoản 10.3 dưới đây.

10.2. Tuy nhiên, nếu vì các lý do pháp lý hoặc hành chính mà một Thành viên có thể thành lập nhiều đầu mối liên lạc, thì Thành viên đó phải cung cấp cho các Thành viên khác các thông tin đầy đủ và cụ thể về phạm vi trách nhiệm của từng đầu mối liên lạc đó. Ngoài ra, Thành viên đó phải đảm bảo

rằng bất cứ yêu cầu thông tin nào gửi đến không đúng đầu mối liên lạc sẽ được chuyển kịp thời đến đầu mối liên lạc cần thiết.

10.3. Mỗi Thành viên phải áp dụng những biện pháp thích hợp trong phạm vi khả năng của mình để đảm bảo rằng việc tồn tại một hoặc nhiều đầu mối liên lạc đều có khả năng trả lời tất cả các yêu cầu thông tin hợp lý từ các Thành viên khác và các bên quan tâm của các Thành viên khác cũng như cung cấp những tài liệu hoặc thông tin có liên quan đến những nơi cần nhận chúng, bao gồm:

10.3.1. Tất cả các tiêu chuẩn được thông qua hoặc được dự kiến thông qua trong phạm vi lãnh thổ bởi các tổ chức tiêu chuẩn hoá phi chính phủ, hoặc bởi các tổ chức tiêu chuẩn hoá khu vực mà các tổ chức đó là thành viên hoặc tham gia;

10.3.2. Tất cả các quy trình đánh giá sự phù hợp hoặc quy trình đánh giá sự phù hợp dự kiến thông qua được thực hiện trong phạm vi lãnh thổ của mình bởi các tổ chức phi chính phủ hoặc tổ chức khu vực mà các tổ chức phi chính phủ đó là thành viên hoặc tham gia;

10.3.3. Tư cách thành viên hoặc sự tham gia của các tổ chức phi chính phủ có liên quan trong phạm vi lãnh thổ của mình vào các tổ chức tiêu chuẩn hoá quốc tế và khu vực và các hệ thống đánh giá sự phù hợp, cũng như vào các hiệp định song phương và đa phương trong phạm vi áp dụng của Hiệp định này; các tổ chức này cũng phải cung cấp các thông tin thích hợp về các điều khoản của các hệ thống và hiệp định đó.

10.4. Các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong khả năng của mình để đảm bảo rằng khi các Thành viên

khác hoặc các bên có quan tâm của các Thành viên khác đề nghị cung cấp tài liệu phù hợp với các điều khoản của Hiệp định này, chúng sẽ được cung cấp với giá cả hợp lý (nếu có) bằng với giá cả đối với người bản địa* của Thành viên đó hoặc của bất cứ Thành viên nào khác.

* Người bản địa được hiểu ở đây, trong trường hợp là Thành viên WTO với lãnh thổ hải quan độc lập, là những người (thể nhân hoặc pháp nhân) cư trú hoặc có cơ sở thương mại hoặc công nghiệp thực sự và đang tồn tại ở trong lãnh thổ hải quan đó.

10.5. Nếu có yêu cầu từ phía các Thành viên khác, các Thành viên là nước phát triển phải cung cấp các bản dịch bằng tiếng Anh, Pháp hoặc Tây ban nha của các tài liệu có liên quan dưới dạng thông báo riêng hoặc nếu các tài liệu này nhiều trang thì có thể là bản tóm tắt nội dung của chúng.

10.6. Ban Thư ký khi nhận được các thông báo phù hợp với các điều khoản của Hiệp định này, phải chuyển các bản sao thông báo đến tất cả các Thành viên và các tổ chức tiêu chuẩn hoá quốc tế và tổ chức đánh giá sự phù hợp có liên quan, và lưu ý các Thành viên là nước đang phát triển về bất cứ các thông báo nào liên quan tới các sản phẩm mà họ đặc biệt quan tâm.

10.7. Khi một Thành viên đạt được thoả thuận với một hoặc nhiều nước khác về các vấn đề liên quan tới các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn hoặc quy trình đánh giá sự phù hợp có ảnh hưởng nhiều tới thương mại, thì ít nhất một Thành viên tham gia thoả thuận đó phải thông báo cho các Thành viên

khác thông qua Ban Thư ký về các sản phẩm được đề cập trong thoả thuận này và kèm theo bản giới thiệu ngắn gọn về thoả thuận này. Khuyến khích việc tham gia của các Thành viên có liên quan, khi có yêu cầu, vào việc trao đổi, thảo luận với các Thành viên khác để ký kết các thoả thuận tương tự hoặc để dàn xếp sự tham gia của họ vào các thoả thuận đó.

10.8. Không có điều khoản nào của Hiệp định này được hiểu là yêu cầu:

10.8.1. Việc xuất bản các văn bản phải bằng ngôn ngữ khác với ngôn ngữ của nước Thành viên;

10.8.2. Cung cấp các chi tiết hoặc bản sao của các dự thảo tài liệu phải bằng ngôn ngữ khác với ngôn ngữ của nước Thành viên, ngoại trừ những quy định nêu trong khoản 10.5 ở trên; hoặc

10.8.3. Các Thành viên phải cung cấp bất cứ thông tin gì mà sự tiết lộ chúng được coi là đi ngược lại với lợi ích an ninh thiết yếu của mình.

10.9. Các thông báo gửi đến Ban Thư ký phải bằng tiếng Anh, Pháp hoặc Tây Ban Nha.

10.10. Các Thành viên phải chỉ định một cơ quan nhà nước trung ương có thẩm quyền chịu trách nhiệm về việc thi hành ở cấp quốc gia các điều khoản liên quan đến các thủ tục thông báo được quy định trong Hiệp định này ngoại trừ các quy định nêu trong Phụ lục 3.

10.11. Tuy nhiên, nếu vì các lý do pháp lý hoặc hành chính, mà trách nhiệm thông báo được phân bổ giữa hai hoặc nhiều

cơ quan chính quyền trung ương, các Thành viên có liên quan phải cung cấp cho các Thành viên khác các thông tin đầy đủ và rõ ràng về phạm vi trách nhiệm của từng cơ quan này.

Điều 11: Trợ giúp kỹ thuật cho các Thành viên khác

11.1. Khi có yêu cầu, các Thành viên phải tư vấn cho các Thành viên khác, đặc biệt là các Thành viên là nước đang phát triển về việc soạn thảo các văn bản pháp quy kỹ thuật.

11.2. Khi có yêu cầu, các Thành viên phải tư vấn cho các Thành viên khác, đặc biệt là các Thành viên là nước đang phát triển và phải dành cho họ sự trợ giúp kỹ thuật dựa trên những nội dung và điều kiện đã thoả thuận với nhau về việc thành lập các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc gia và việc tham gia vào các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc tế, và khuyến khích các cơ quan tiêu chuẩn hoá quốc gia của mình thực hiện điều này.

11.3. Khi có yêu cầu, các Thành viên phải áp dụng các biện pháp hợp lý theo khả năng nhằm tạo điều kiện cho các cơ quan quản lý trên lãnh thổ của mình thông báo cho các Thành viên khác, đặc biệt là các Thành viên là nước đang phát triển, và phải dành cho họ sự trợ giúp kỹ thuật theo các nội dung và điều kiện đã thoả thuận với nhau liên quan đến:

11.3.1. Việc thành lập các cơ quan quản lý hoặc các tổ chức đánh giá sự phù hợp với các văn bản pháp quy kỹ thuật;

11.3.2. Các phương pháp theo đó các văn bản pháp quy kỹ thuật của họ có thể được đáp ứng tốt nhất.

11.4. Khi có yêu cầu, các Thành viên phải áp dụng các biện pháp thích hợp trong khả năng của mình để tổ chức việc tư vấn

cho các Thành viên khác, đặc biệt cho các Thành viên là nước đang phát triển, và dành cho họ sự trợ giúp kỹ thuật theo các nội dung và điều kiện đã thoả thuận với nhau về việc thành lập các tổ chức đánh giá sự phù hợp với tiêu chuẩn được thông qua trong phạm vi lãnh thổ của Thành viên có yêu cầu.

11.5. Nếu có yêu cầu, các Thành viên phải tư vấn cho các Thành viên khác, đặc biệt cho các Thành viên là nước đang phát triển, và dành cho họ sự trợ giúp kỹ thuật theo các nội dung và điều kiện đã thoả thuận với nhau liên quan đến các bước mà các nhà sản xuất cần tiến hành nếu họ muốn tiếp cận với hệ thống đánh giá sự phù hợp được điều hành bởi các cơ quan nhà nước hoặc tổ chức phi chính phủ trong phạm vi lãnh thổ của Thành viên nhận được yêu cầu đó.

11.6. Các Thành viên là thành viên hoặc tham gia vào các hệ thống đánh giá sự phù hợp quốc tế hoặc khu vực, khi có yêu cầu phải tư vấn cho các Thành viên khác, đặc biệt cho các Thành viên là nước đang phát triển, và dành cho họ sự trợ giúp kỹ thuật theo các nội dung và điều kiện đã thoả thuận với nhau về việc thành lập thể chế và khuôn khổ pháp lý nhằm tạo điều kiện cho họ hoàn thành các nghĩa vụ thành viên hoặc tham gia vào các hệ thống đó.

11.7. Khi có yêu cầu, các Thành viên phải khuyến khích các cơ quan trong phạm vi lãnh thổ của mình là thành viên hoặc tham gia vào hệ thống quốc tế hoặc khu vực về đánh giá sự phù hợp, tư vấn cho các Thành viên khác, đặc biệt cho các Thành viên là nước đang phát triển, và xem xét các yêu cầu của họ về trợ giúp kỹ thuật liên quan đến việc thành lập các tổ

chức có thể tạo điều kiện cho các cơ quan có liên quan trong phạm vi lãnh thổ của mình hoàn thành các nghĩa vụ thành viên hoặc tham gia.

11.8. Khi cung cấp tư vấn và sự trợ giúp kỹ thuật cho các Thành viên về các nội dung nêu ở các khoản 11.1 đến 11.7, các Thành viên phải ưu tiên cho các nhu cầu của các Thành viên là các nước kém phát triển nhất.

Điều 12: Đối xử đặc biệt và khác biệt đối với các nước thành viên đang phát triển

12.1. Các Thành viên phải dành sự đối xử khác biệt và ưu đãi hơn đối với các Thành viên là nước đang phát triển thông qua các điều khoản quy định dưới đây cũng như các điều khoản có liên quan quy định tại các Điều khác của Hiệp định này.

12.2. Các Thành viên phải dành sự quan tâm đặc biệt đến các điều khoản của Hiệp định này liên quan đến quyền lợi, nghĩa vụ của các Thành viên là nước đang phát triển và phải xem xét đến những nhu cầu phát triển, tài chính, thương mại đặc biệt của các nước này trong quá trình thực hiện Hiệp định này, cả trong phạm vi quốc gia và cả trong việc thực hiện các thoả thuận về thể chế của Hiệp định này.

12.3. Các Thành viên phải xem xét đến những nhu cầu phát triển tài chính, thương mại đặc biệt của các Thành viên là nước đang phát triển trong quá trình soạn thảo, áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật tiêu chuẩn và các thủ tục đánh giá sự phù hợp, để đảm bảo các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và các thủ tục này không tạo ra những cản trở không cần thiết

đối với hàng xuất khẩu từ những Thành viên là nước đang phát triển.

12.4. Các Thành viên thừa nhận rằng mặc dù có tồn tại các tiêu chuẩn, hướng dẫn hoặc những khuyến cáo của quốc tế nhưng trong những điều kiện kinh tế - xã hội và công nghệ của mình, các Thành viên là nước đang phát triển được chấp nhận một số các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn hoặc các thủ tục đánh giá sự phù hợp nhằm bảo vệ công nghệ bản địa, phương pháp và quá trình sản xuất phù hợp với nhu cầu phát triển của mình. Do vậy, các Thành viên cũng thừa nhận rằng các Thành viên là nước đang phát triển không mong muốn dùng các tiêu chuẩn quốc tế, kể cả các phương pháp thử nghiệm không phù hợp với nhu cầu phát triển, tài chính, thương mại của mình để làm căn cứ cho các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn của mình,

12.5. Các Thành viên phải có những biện pháp thích hợp để đảm bảo cho các cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc tế và các hệ thống quốc tế về đánh giá sự phù hợp được tổ chức và hoạt động dưới hình thức tạo thuận lợi cho sự tham gia đại diện và tích cực của tất cả các cơ quan có liên quan ở các nước Thành viên, trong đó cần xem xét đến các khó khăn đặc biệt của các Thành viên là nước đang phát triển.

12.6. Căn cứ yêu cầu của các Thành viên là nước đang phát triển, các Thành viên phải có những biện pháp thích hợp trong khả năng của mình đảm bảo cho các cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc tế xem xét khả năng và nếu thực tiễn cho phép, tiến hành soạn thảo các tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến các sản phẩm mà các Thành viên là nước đang phát triển đặc biệt quan tâm.

12.7. Phù hợp với các điều khoản của Điều 11, các Thành viên phải dành sự hỗ trợ kỹ thuật cho các Thành viên là nước đang phát triển để đảm bảo rằng việc soạn thảo và áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và các thủ tục đánh giá sự phù hợp không tạo ra những cản trở không cần thiết cho việc mở rộng và đa dạng hoá các mặt hàng xuất khẩu từ các Thành viên là nước đang phát triển. Khi xác định nội dung và điều kiện hỗ trợ kỹ thuật, cần xem xét đến giai đoạn phát triển của các Thành viên có yêu cầu và đặc biệt là những Thành viên là nước kém phát triển.

12.8. Phải thừa nhận rằng các Thành viên là nước đang phát triển có thể gặp phải những khó khăn đặc biệt bao gồm cả những khó khăn về thể chế và cơ sở hạ tầng trong quá trình soạn thảo và áp dụng các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và các thủ tục đánh giá sự phù hợp. Hơn nữa phải thừa nhận rằng những nhu cầu phát triển, tài chính, thương mại đặc biệt của các Thành viên là nước đang phát triển cũng như trình độ phát triển công nghệ của họ có thể cản trở khả năng thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ của họ theo Hiệp định này. Do vậy, các Thành viên phải quan tâm xem xét yếu tố thực tế này một cách đầy đủ. Để đảm bảo các Thành viên là nước đang phát triển có khả năng thực hiện Hiệp định này, Uỷ ban về hàng rào kỹ thuật trong thương mại được quy định tại Điều 13 (dưới đây được gọi là Uỷ ban) có thể dành những ngoại lệ trong thời hạn nhất định trong việc thực hiện toàn bộ hoặc một phần nghĩa vụ theo Hiệp định này, khi có yêu cầu. Khi xem xét những yêu cầu này, Uỷ ban phải xem xét những khó khăn đặc biệt trong quá trình soạn thảo và áp dụng các văn bản pháp quy kỹ thuật, tiêu

chuẩn và các thủ tục đánh giá sự phù hợp, và những nhu cầu đặc biệt về phát triển và thương mại của các Thành viên là nước đang phát triển, cũng như mức độ phát triển công nghệ của họ có thể cản trở khả năng thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ của họ theo Hiệp định này. Đặc biệt, Ủy ban này phải quan tâm xem xét các khó khăn đặc biệt của các Thành viên là nước kém phát triển.

12.9. Trong quá trình tư vấn, các Thành viên là nước phát triển phải chú ý đến những khó khăn đặc biệt của các Thành viên là nước đang phát triển trong việc xây dựng và áp dụng các tiêu chuẩn, các pháp quy kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp, và với tư cách mong muốn hỗ trợ các Thành viên là nước đang phát triển trong lĩnh vực này, các Thành viên là nước phát triển phải lưu ý đến những nhu cầu đặc biệt về tài chính, thương mại và sự phát triển của các Thành viên là nước đang phát triển.

12.10. Ủy ban phải rà soát thường xuyên biện pháp đối xử đặc biệt và khác biệt như đã nêu trong Hiệp định này, dành cho các Thành viên là nước đang phát triển ở cấp quốc gia và quốc tế.

Các cơ quan, tư vấn và giải quyết tranh chấp

Điều 13: Ủy ban về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại

13.1. Ủy ban về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại sẽ được thành lập gồm các đại diện của tất cả các nước Thành viên. Ủy ban sẽ chọn một Chủ tịch Ủy ban và nhóm họp khi

cần thiết nhưng không ít hơn một lần một năm với mục đích tạo cơ hội cho các Thành viên tham vấn về những vấn đề liên quan đến việc điều hành Hiệp định này hoặc tiếp tục mở rộng các mục tiêu của Hiệp định, và sẽ thực thi những trách nhiệm được giao trong Hiệp định này hoặc bởi các Thành viên.

13.2. Ủy ban sẽ thành lập các Nhóm Công tác hoặc các tổ chức khác khi cần thiết, để thực hiện những trách nhiệm được Ủy ban giao theo các quy định của Hiệp định này.

13.3. Việc tránh trùng lặp không cần thiết giữa công việc theo Hiệp định này và công việc của các chính phủ ở các cơ quan kỹ thuật khác là điều cần thiết. Ủy ban phải xem xét vấn đề này để giảm thiểu sự trùng lặp này.

Điều 14: Tham vấn và giải quyết tranh chấp

14.1. Việc tham vấn và giải quyết tranh chấp đối với bất kỳ một vấn đề có ảnh hưởng đến việc thực hiện Hiệp định này phải được tiến hành dưới sự giám sát của Cơ quan giải quyết tranh chấp và trong trường hợp cần thiết, phải tuân thủ các điều khoản của các Điều 22 và 23 của Hiệp định GATT năm 1994, được hoàn chỉnh và áp dụng theo Hiệp định thư giải quyết tranh chấp.

14.2. Theo yêu cầu của một bên tham gia tranh chấp hoặc với đề xuất của chính mình, ban hội thẩm có thể thành lập một nhóm chuyên gia kỹ thuật trợ giúp về các vấn đề kỹ thuật đòi hỏi phải có sự xem xét chi tiết của các chuyên gia.

14.3. Các nhóm chuyên gia kỹ thuật phải tuân thủ các thủ tục quy định trong Phụ lục 2.

14.4. Các điều khoản quy định về giải quyết tranh chấp nêu trên có thể được viện dẫn trong trường hợp khi một Thành viên cho rằng Thành viên khác không đạt được kết quả đáp ứng các yêu cầu quy định tại các Điều 3, 4, 7, 8 và 9 và quyền lợi thương mại của họ bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Trong trường hợp đó, những kết quả như vậy phải được coi là tương đương với những kết quả có được khi coi cơ quan liên quan ở đây một Thành viên của WTO.

Điều khoản cuối cùng

Điều 15: Điều khoản cuối cùng

** Bảo lưu:*

15.1. Các bảo lưu có thể không được đưa vào bất kì điều khoản nào của Hiệp định này nếu không được sự nhất trí của các Thành viên khác.

** Soát xét:*

15.2. Ngay sau khi Hiệp định của WTO có hiệu lực, tất cả các Thành viên phải thông báo cho Ủy ban về các biện pháp hiện hành hoặc đã áp dụng để đảm bảo Hiệp định này được thực hiện và điều hành. Nếu có bất kỳ sự thay đổi nào sau này đối với các biện pháp trên đều phải được thông báo cho Ủy ban biết.

15.3. Hàng năm Ủy ban sẽ rà soát việc thực hiện và điều hành Hiệp định này dựa trên những mục tiêu đã đề ra.

15.4. Vào cuối năm thứ 3 từ ngày Hiệp định của WTO có hiệu lực và sau đó theo chu kỳ 3 năm một lần vào thời gian cuối của năm thứ ba, Ủy ban phải rà soát việc triển khai và

thực hiện Hiệp định này, bao gồm cả các điều khoản liên quan đến tính minh bạch, để kiến nghị bổ sung những quyền và nghĩa vụ của Hiệp định này khi cần thiết để đảm bảo lợi ích kinh tế giữa các bên và sự cân bằng giữa quyền và nghĩa vụ, song không làm ảnh hưởng đến những điều khoản của Điều 12. Ngoài những yếu tố khác, từ kinh nghiệm rút ra từ việc thực hiện Hiệp định này, khi cần thiết Ủy ban phải trình những kiến nghị sửa đổi văn bản của Hiệp định này lên Hội đồng Thương mại hàng hóa.

CHƯƠNG 4

NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN CAM KẾT GIA NHẬP WTO CỦA VIỆT NAM

Ngày 7-11-2006, Phiên họp đặc biệt của Đại hội đồng WTO đã thông qua Báo cáo của Ban công tác và các văn kiện gia nhập của Việt Nam. Các thành viên WTO đã đón nhận Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của tổ chức này. Ngay sau lễ kết nạp, với sự chứng kiến của Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm, Bộ trưởng Thương mại Trương Đình Tuyển và Tổng giám đốc Pa-xcan Lam-my đã ký Nghị định thư về việc Việt Nam gia nhập WTO.

Bộ văn kiện gia nhập WTO là thoả thuận thương mại đồ sộ nhất cả về quy mô và mức độ cam kết mà chúng ta từng ký kết. Nó tổng hợp các kết quả của hơn 11 năm đàm phán và là cơ sở để chúng ta thực hiện tư cách thành viên WTO của mình. Các cam kết được tổng hợp trong 4 tài liệu sẽ có hiệu lực pháp lý sau 30 ngày kể từ khi Việt Nam thông báo cho WTO về quyết định phê chuẩn của Quốc hội. Đó là:

- Báo cáo của Ban công tác
- Nghị định thư gia nhập

- Biểu cam kết về thuế quan
- Biểu cam kết về dịch vụ

Do đây là những tài liệu mang tính kỹ thuật, trình bày bằng ngôn ngữ chuyên ngành và theo khuôn mẫu của WTO nên rất phức tạp. Trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi tóm lược những nội dung cam kết chính về đa phương (Báo cáo của Ban Công tác) và dịch vụ. Biểu cam kết về hàng hoá chi tiết tới từng dòng thuế được đăng tải trên các trang thông tin điện tử.

I. CÁC CAM KẾT ĐA PHƯƠNG

Các cam kết đa phương của Việt Nam được xây dựng trên nền tảng các nguyên tắc được quy định trong các hiệp định của WTO. Đây là những nguyên tắc mang tính ràng buộc với mọi thành viên nhằm mục đích đưa hệ thống luật lệ và cơ chế điều hành thương mại của các nước thành viên phù hợp chuẩn mực chung. *Về cơ bản chúng ta cam kết thực hiện toàn bộ các hiệp định WTO ngay thời điểm gia nhập.* Các hiệp định này đưa ra các quy định cụ thể đối với các lĩnh vực thương mại được điều tiết bởi WTO: cấp phép, hải quan, kiểm dịch, chống phá giá, sở hữu trí tuệ...

Các cam kết đa phương của Việt Nam thể hiện trong Báo cáo của Ban Công tác như sau:

1. Chính sách tài chính - tiền tệ - ngoại hối và thanh toán

Việt Nam, như tất cả các nước mới gia nhập khác, cam kết tuân thủ các quy định có liên quan của WTO và IMF về chính sách tài chính - tiền tệ- ngoại hối và thanh toán; Theo điều 8 của IMF.

2. Các doanh nghiệp nhà nước (DNNN) do Nhà nước sở hữu hoặc kiểm soát, hoặc được hưởng đặc quyền hoặc độc quyền

Các doanh nghiệp nhà nước sẽ hoàn toàn hoạt động theo tiêu chí thương mại. Nhà nước không can thiệp trực tiếp hay gián tiếp vào hoạt động của doanh nghiệp nhà nước và không coi mua sắm của doanh nghiệp nhà nước là mua sắm của chính phủ. Nhà nước can thiệp vào hoạt động của doanh nghiệp với tư cách là một cổ đông bình đẳng với các cổ đông khác.

Cam kết này là hoàn toàn phù hợp chủ trương đổi mới hoạt động và sắp xếp lại doanh nghiệp nhà nước của nước ta. Vì vậy, về cơ bản, nước ta sẽ không phải điều chỉnh Luật Doanh nghiệp nhà nước khi thực hiện cam kết này.

3. Tư nhân hoá và cổ phần hoá

Việt Nam có báo cáo thường niên cho WTO về tiến độ cổ phần hoá chừng nào còn duy trì chương trình này.

4. Chính sách giá

Ta cam kết thực thi việc quản lý giá phù hợp các quy định của WTO và sẽ bảo đảm tính minh bạch trong kiểm soát giá thông qua việc đăng tải danh mục các mặt hàng chịu sự quản lý giá và các văn bản pháp luật liên quan trên Công báo.

5. Khuôn khổ xây dựng và thực thi chính sách

Ta đưa ra 3 cam kết tại mục này: *Một là* trong quá trình phê chuẩn văn kiện gia nhập, Việt Nam sẽ xác định thể thức thực thi các cam kết (áp dụng trực tiếp hoặc nội luật hoá) và khẳng

định nguyên tắc ưu tiên áp dụng các điều khoản trong cam kết quốc tế. *Hai là*, các quy định của WTO được áp dụng thống nhất trên toàn lãnh thổ; các luật, các quy định dưới luật và các biện pháp khác bao gồm các quy định và biện pháp của chính quyền địa phương đều phải tuân thủ các quy định của WTO. *Ba là*, các cơ quan tư pháp (cơ quan xét xử) sẽ giữ tư cách độc lập, khách quan khi xét xử các quyết định hành chính thuộc các lĩnh vực mà WTO điều chỉnh.

6. Quyền kinh doanh (quyền xuất khẩu và nhập khẩu)

Kể từ khi gia nhập, ta cho phép doanh nghiệp và cá nhân nước ngoài được quyền xuất khẩu và nhập khẩu hàng hoá như doanh nghiệp và cá nhân Việt Nam, trừ đối với các mặt hàng thuộc danh mục thương mại nhân dân (như xăng, dầu, thuốc lá điếu, xì gà, băng đĩa hình, báo, tạp chí) và một số mặt hàng nhạy cảm khác mà ta chỉ cho phép sau một thời gian chuyển đổi (như gạo và dược phẩm). Doanh nghiệp và cá nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam được đăng ký quyền xuất nhập khẩu tại Việt Nam phù hợp thông lệ quốc tế. Quyền xuất nhập khẩu chỉ là quyền đứng trên tờ khai hải quan để làm thủ tục xuất nhập khẩu, không bao gồm quyền phân phối trong nước.

7. Thuế nhập khẩu, các loại thuế và các khoản thu khác

Ta cam kết sẽ áp dụng thuế nhập khẩu theo nguyên tắc không phân biệt đối xử trường hợp ngoại lệ được WTO cho phép). Nếu tăng thuế nhập khẩu, ta sẽ thực hiện theo quy định của WTO. Ta cũng cam kết không duy trì các loại thuế và khoản thu áp dụng riêng cho hàng nhập khẩu (trên thực tế các phụ thu này đã được bãi bỏ).

8. Hạn ngạch thuế quan (HNTQ)

Ta cam kết sẽ áp dụng, phân bổ và quản lý HNTQ một cách minh bạch, không phân biệt đối xử và tuân thủ theo đúng các quy định của WTO.

9. Miễn giảm thuế nhập khẩu

Ta cam kết sẽ miễn giảm thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu trên cơ sở không phân biệt đối xử và sẽ không gắn việc miễn, giảm thuế với các yêu cầu về xuất khẩu hay nội địa hoá.

10. Phí và lệ phí áp dụng với dịch vụ công

Ta cam kết sẽ áp dụng các loại phí và lệ phí theo quy định của WTO, cụ thể là mức phí sẽ phản ánh đúng giá trị của dịch vụ được cung ứng. Mức phí quá cao đang áp dụng với một số dịch vụ (chủ yếu là phí hải quan), vì vậy, sẽ phải điều chỉnh lại khi ta vào WTO.

11. Thuế nội địa

Cách áp nhiều mức thuế tiêu thụ đặc biệt với rượu, bia dựa trên nồng độ cồn của ta hiện nay gián tiếp vi phạm nguyên tắc đối xử quốc gia của WTO. Ta cam kết trong vòng 3 năm sau khi gia nhập sẽ điều chỉnh lại cách đánh thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu và bia cho phù hợp với quy định của WTO. Cụ thể, đối với rượu trên 20 độ cồn, ta hoặc là sẽ áp dụng 1 mức thuế tuyệt đối hoặc 1 mức thuế phần trăm; đối với bia, ta sẽ chỉ áp dụng 1 mức thuế phần trăm.

12. Biện pháp hạn chế định lượng đối với hàng nhập khẩu (bao gồm cấm nhập khẩu, hạn ngạch nhập khẩu, giấy phép nhập khẩu...)

Ta đồng ý cho nhập khẩu xe máy phân khối lớn không muộn hơn ngày 31-05-2007, phù hợp với quy định của pháp luật Việt Nam.

Với thuốc lá điếu và xì gà, ta cho phép một doanh nghiệp thương mại nhà nước được quyền nhập khẩu toàn bộ thuốc lá điếu và xì gà.

Với ô-tô cũ, ta cho phép nhập khẩu các loại xe đã qua sử dụng không quá 5 năm với mức thuế nhập khẩu được xác định trong biểu cam kết về thuế và đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của pháp luật.

Ta bảo đảm cơ chế cấp phép nhập khẩu văn hoá phẩm nhằm mục đích kiểm duyệt sẽ tuân thủ theo các quy định về minh bạch hoá của WTO.

13. Xác định giá tính thuế nhập khẩu

Ta cam kết tuân thủ Hiệp định về xác định trị giá tính thuế nhập khẩu của WTO ngay từ khi gia nhập.

14. Quy tắc xuất xứ

Ta cam kết tuân thủ Hiệp định về quy tắc xuất xứ của WTO từ thời điểm gia nhập. Trên thực tế, nước ta không duy trì các quy định về xuất xứ vi phạm quy định của Hiệp định này.

15. Thủ tục hải quan khác và giám định trước khi giao hàng

Ta cam kết tuân thủ Hiệp định về giám định (giám định bắt buộc) trước khi xếp hàng cũng như các Hiệp định có liên quan khác của WTO. Trên thực tế, các quy định hiện hành của nước ta không mâu thuẫn với các quy định của WTO.

16. Chống bán phá giá, chống trợ cấp và các biện pháp tự vệ

Việt Nam cam kết tuân thủ các Hiệp định có liên quan của WTO áp dụng các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ.

Việt Nam bị coi là nền “kinh tế phi thị trường” trong vòng 12 năm. Tuy nhiên, trước thời điểm trên, nếu chứng minh được với đối tác nào đó, Việt Nam đã hoàn toàn hoạt động theo cơ chế thị trường thì đối tác đó sẽ ngừng áp dụng quy chế “phi thị trường” đối với nước ta.

17. Các quy định về xuất khẩu, bao gồm thuế xuất khẩu, phí và lệ phí, thuế nội địa đối với hàng xuất khẩu và hạn chế xuất khẩu

Ta cam kết ràng buộc và giảm thuế xuất khẩu chỉ cho loại thuế vật liệu kim loại đen và kim loại màu và tuân thủ các quy định của WTO về hạn chế xuất khẩu, phí, lệ phí, thuế nội địa đối với hàng xuất khẩu.

18. Chính sách công nghiệp, bao gồm cả chính sách trợ cấp

Ta đồng ý bãi bỏ hoàn toàn các loại trợ cấp bị cấm theo quy định của WTO (trợ cấp xuất khẩu và trợ cấp nội địa hoá). Trừ các ưu đãi đầu tư dành cho sản xuất hàng xuất khẩu đã cấp trước ngày gia nhập WTO, cho doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ta bảo lưu được thời gian quá độ là 5 năm (trừ đối với ngành dệt may).

19. Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại, tiêu chuẩn và chứng nhận hợp chuẩn

Nước ta cam kết tuân thủ đầy đủ các quy định của Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT).

20. Các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật

Trên thực tế, hệ thống pháp luật và các biện pháp kiểm định động, thực vật (SPS) mà nước ta đang áp dụng không có gì trái Hiệp định SPS. Vì vậy, nước ta đã cam kết tuân thủ toàn bộ Hiệp định SPS kể từ khi gia nhập.

21. Các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMs)

Nước ta đồng ý cam kết thực hiện đầy đủ nghĩa vụ quy định tại Hi1 TRIMs từ thời điểm gia nhập.

22. Khu thương mại tự do và đặc khu kinh tế

Các quy định và chính sách được áp dụng cho các “đặc khu

kinh tế” sẽ tuân thủ đúng các quy định của WTO và các cam kết của Việt Nam về trợ cấp, thuế nội địa, các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại và các quy định khác. Luật Đầu tư mới, có hiệu lực từ 1.7.2006, đã điều chỉnh chính sách phù hợp với cam kết này của nước ta.

23. Quá cảnh

Nước ta cam kết sẽ tuân thủ các quy định của WTO về quá cảnh ngay từ thời điểm gia nhập.

24. Nông nghiệp

Tương tự như các nước mới gia nhập khác, Việt Nam cam kết sẽ không áp dụng trợ cấp xuất khẩu đối với nông sản từ thời điểm gia nhập. Tuy nhiên, để hỗ trợ cho nông nghiệp, nước ta vẫn được sử dụng các biện pháp không thuộc diện bị cấm ở mức không quá 10% giá trị sản lượng.

25. Những khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPs)

Hệ thống pháp luật trong nước về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của nước ta tương đối phù hợp với các quy định tương ứng của Hiệp định TRIPs, nên việc nước ta gia nhập WTO và cam kết tuân thủ Hiệp định TRIPs kể từ khi gia nhập WTO về cơ bản không làm phát sinh nghĩa vụ mới.

26. Các chính sách ảnh hưởng đến thương mại dịch vụ

Trong đề mục này, bên cạnh việc làm rõ các chính sách tác

động đến thương mại dịch vụ, ta đưa ra một số cam kết để làm rõ, hoặc bổ sung thêm cho Biểu cam kết dịch vụ. Những cam kết đáng chú ý là:

- Việc cấp phép cung ứng dịch vụ sẽ được thực hiện theo các tiêu chí khách quan, minh bạch.

- Các doanh nghiệp không phải doanh nghiệp nhà nước được tham gia cung ứng dịch vụ viễn thông không gắn với hạ tầng mạng và được tham gia liên doanh với nước ngoài theo các quy định trong Biểu cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ.

- Không quá 3 tháng sau ngày Nghị định thư gia nhập WTO được cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam phê chuẩn, Chính phủ sẽ ban hành Nghị định hướng dẫn việc cấp phép cung ứng dịch vụ chuyển phát nhanh. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cung ứng dịch vụ chuyển phát nhanh có quyền sở hữu và vận hành phương tiện đường bộ phục vụ cho việc cung ứng dịch vụ của họ.

- Các ngân hàng có 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam sẽ được dành đối xử quốc gia trước các vấn đề liên quan thiết lập hiện diện thương mại. Việt Nam không cho chi nhánh ngân hàng nước ngoài được mở thêm điểm giao dịch ngoài trụ sở của chi nhánh, nhưng sẽ không hạn chế số lượng chi nhánh của ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam. Máy rút tiền tự động (ATM) không chịu sự điều chỉnh của quy định hạn chế mở thêm “điểm giao dịch ngoài trụ sở chính”. Ngân hàng nước ngoài sẽ được hưởng đối xử MFN và đối xử NT trong việc lắp đặt và vận hành máy ATM.

- Ta đồng ý cho phép các bên tham gia liên doanh được tự thỏa thuận về tỷ lệ vốn tối thiểu cần thiết để quyết định các vấn

đề quan trọng của công ty TNHH và công ty cổ phần. Để thực thi cam kết này, ta sẽ có hình thức pháp lý thích hợp để sửa điều 52 và 104 của Luật Doanh nghiệp.

27. Minh bạch hoá

Ta cam kết ngay từ khi gia nhập sẽ dành tối thiểu 60 ngày cho việc đóng góp ý kiến vào dự thảo các văn bản quy phạm pháp luật thuộc lĩnh vực điều chỉnh của WTO. Ta cũng cam kết sẽ đăng công khai các văn bản pháp luật trên các tạp chí hoặc trang tin điện tử (websites) của các Bộ, ngành. Trên thực tế lâu nay ta đã làm.

28. Nghĩa vụ thông báo và các hiệp định thương mại

Ta cam kết tuân thủ các quy định của WTO về nghĩa vụ thông báo các thông tin cần thiết cho WTO (chủ yếu liên quan chế độ, chính sách), bao gồm cả việc thông báo về các hiệp định thương mại có liên quan. Thực tế ta đã làm.

II. CAM KẾT VỀ MỞ CỬA THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ

Nước ta đã cam kết khoảng 110 phân ngành trong tổng số 155 phân ngành thuộc 11 ngành dịch vụ theo phân loại của WTO. Cam kết về dịch vụ trong WTO rộng hơn về diện nhưng không cao hơn về mức độ mở cửa so với Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA). Nước ta đã bảo vệ được những ngành, phân ngành nhạy cảm như bảo hiểm, phân phối, du lịch... với mức độ cam kết gần như BTA. Với các ngành khác, nước ta đã có những bước tiến phù hợp định hướng phát triển thương mại dịch vụ nói riêng cũng như nền kinh tế nói chung. Điều quan trọng là nước ta đã đạt được một lộ trình thực thi

với thời gian chuyển tiếp trong khoảng 3 đến 5 năm cho các cam kết chính trong các ngành dịch vụ quan trọng.

Về cơ bản, cam kết mở cửa thị trường dịch vụ có thể được tóm tắt hư sau:

Cam kết nền

Các công ty nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam dưới hình thức chi nhánh, trừ phi điều đó được cho phép theo cam kết trong từng ngành cụ thể. Các công ty nước ngoài cũng được phép mua cổ phần trong các doanh nghiệp Việt Nam, nhưng mức mua trong từng ngành sẽ phải phù hợp với hạn chế về phần vốn thuộc sở hữu nước ngoài quy định trong Biểu cam kết (riêng ngành ngân hàng, phía nước ngoài chỉ được phép mua tối đa 30% cổ phần).

Các công ty nước ngoài cũng được phép đưa cán bộ quản lý vào Việt Nam làm việc nhưng tối thiểu 20% số cán bộ quản lý của công ty phải là người Việt Nam.

Về cơ bản, các cam kết nền trong WTO là gần giống với cam kết của nước ta trong BTA.

Cam kết cụ thể

1. Dịch vụ kinh doanh

Theo phân loại của GATS, ngành dịch vụ này được chia thành 46 phân ngành. Ta cam kết 26 phân ngành. Các cam kết chính bao gồm:

- Bảo lưu quy định doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài (ĐTNN) chỉ được cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và các dự án nước ngoài ở Việt Nam trong vòng 1 năm, kể từ khi gia nhập, đối với dịch vụ thuế, 3

năm, kể từ khi gia nhập, đối với dịch vụ kiến trúc, dịch vụ thiết kế đô thị và kiến trúc cảnh quan đô thị, dịch vụ máy tính và các dịch vụ liên quan.

- Có lộ trình tăng tỷ lệ vốn góp trong liên doanh, tiến tới cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài với các dịch vụ thiết kế đô thị và kiến trúc cảnh quan đô thị, dịch vụ quảng cáo, nghiên cứu thị trường, dịch vụ phân tích và kiểm tra kỹ thuật... Nhìn chung, các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài chỉ được phép thành lập ở Việt Nam trong khoảng từ 2 đến 5 năm sau khi gia nhập.

Như vậy, một số phân ngành được cam kết ở mức hiện trạng của ta, hoặc cam kết gần với mức trong BTA (thí dụ như dịch vụ kiến trúc, tư vấn kỹ thuật, quy hoạch đô thị, quảng cáo, dịch vụ phân tích và kiểm định kỹ thuật...), với một số khác, ta có một số bước tiến so với BTA, song nhìn chung đều phù hợp với thực tế và định hướng phát triển thị trường các dịch vụ này trong nước hiện nay, đồng thời, ta vẫn giữ được một khoảng thời gian quá độ hợp lý để bổ sung, ban hành các quy định về quản lý trong nước (thí dụ như dịch vụ tư vấn quản lý, dịch vụ liên quan đến khai thác mỏ, dịch vụ tư vấn liên quan đến khoa học- kỹ thuật).

2. Dịch vụ thông tin (viễn thông)

- Về cung cấp dịch vụ viễn thông có hạ tầng mạng: cam kết trong WTO không có nhân nhượng thêm so với BTA. Trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông cơ bản, bên nước ngoài chỉ được phép đầu tư dưới hình thức liên doanh với nhà khai thác Việt Nam được cấp phép, với vốn góp tối đa là 49%.

- Về cung cấp dịch vụ viễn thông không có hạ tầng mạng: Trong 3 năm đầu kể từ khi gia nhập WTO, bên nước ngoài chỉ được phép đầu tư dưới hình thức liên doanh với nhà khai thác Việt Nam được cấp phép với phần vốn góp tối đa là 51%. 3 năm sau khi gia nhập, bên nước ngoài mới được phép tự do lựa chọn đối tác liên doanh và nâng mức vốn góp lên 65%.

Riêng với dịch vụ mạng ảo (VPN) và dịch vụ viễn thông gia tăng giá trị được cung cấp trên hạ tầng mạng do Việt Nam kiểm soát, bên nước ngoài được phép tự do lựa chọn đối tác liên doanh ngay sau khi gia nhập và được phép tham gia vốn góp tối đa ở mức 70% vốn pháp định của liên doanh đối với dịch vụ VPN.

- Về cung cấp dịch vụ viễn thông qua biên giới: ba năm sau khi gia nhập, các công ty đa quốc gia hoạt động tại Việt Nam sẽ được cấp phép sử dụng trực tiếp dịch vụ vệ tinh của nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài. Ta cũng có cam kết cho phép bên nước ngoài được kết nối và bán dung lượng cáp quang biển kết nối với các trạm cập bờ của Việt Nam với lộ trình cụ thể.

Về tổng thể, cam kết của ta cao hơn mức cam kết của Trung Quốc đưa ra năm 2000 nhưng thấp hơn nhiều mức cam kết của các nước gia nhập WTO sau Trung Quốc. Bên cạnh đó, ta đã thành công trong việc bảo lưu hạn chế “nước ngoài phải liên doanh với đối tác Việt Nam đã được cấp phép” và giữ được mức vốn góp tối đa là 49% với dịch vụ viễn thông cơ bản có hạ tầng mạng.

Dịch vụ nghe nhìn

Nhìn chung, cam kết về dịch vụ nghe nhìn của ta ở mức tương đương BTA. Với các dịch vụ sản xuất, phân phối và trình

chiếu phim, ta cho phép phía nước ngoài được tham gia vào hợp đồng hợp tác kinh doanh hoặc liên doanh với các đối tác Việt Nam được cấp phép với mức vốn góp tối đa là 51% vốn pháp định. Yêu cầu kiểm duyệt được nhấn mạnh trong tất cả các dịch vụ sản xuất, phân phối và chiếu phim.

3. Dịch vụ xây dựng

Mức độ cam kết vẫn giữ như BTA nhưng bổ sung thêm nội dung về chi nhánh. Cụ thể, sau ba năm kể từ khi gia nhập WTO, ta cho phép thành lập chi nhánh với điều kiện trưởng chi nhánh phải là người thường trú tại Việt Nam. Nhìn chung, cam kết đối với dịch vụ xây dựng là phù hợp với hiện trạng tại Việt Nam.

4. Dịch vụ phân phối

Cam kết của ta cho phép bên nước ngoài thành lập liên doanh với phần vốn góp tối đa là 49% kể từ khi gia nhập. Hạn chế vốn góp này từng bước nói lỏng và đến năm 2009, doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài mới được phép thành lập.

Tương tự như BTA, ta không mở cửa thị trường phân phối xăng dầu, dược phẩm, sách, báo, tạp chí, băng hình, thuốc lá, gạo, đường và kim loại quý cho nước ngoài. Bên cạnh đó, với nhiều sản phẩm nhạy cảm như sắt thép, phân bón, xi-măng..., ta chỉ mở cửa thị trường sau ba năm. Quan trọng nhất, ta hạn chế rất chặt khả năng mở điểm bán lẻ của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Mức cam kết của ta trong WTO thấp hơn hiện trạng, vì trên thực tế, một số tập đoàn phân phối lớn đã thành lập siêu thị 100% vốn nước ngoài ở Việt Nam. Việc hạn chế khả năng mở điểm bán lẻ sẽ giữ được thị trường cho các nhà phân phối Việt Nam.

5. Dịch vụ giáo dục

Phạm vi cam kết rộng hơn so với BTA nhưng vẫn thấp hơn hiện trạng của ta và hoàn toàn phù hợp chủ trương xã hội hoá giáo dục của nước ta. Các cơ sở đào tạo có vốn nước ngoài phải tuân thủ các yêu cầu đối với giáo viên nước ngoài, chương trình đào tạo phải được Bộ Giáo dục và Đào tạo của Việt Nam phê chuẩn. Riêng dịch vụ giáo dục phổ thông cơ sở ta chỉ cho phép đối với phương thức tiêu dùng ngoài lãnh thổ (Phương thức 2).

6. Dịch vụ môi trường

Ta cho phép bên nước ngoài thành lập liên doanh với các đối tác Việt Nam được cấp phép trong các lĩnh vực dịch vụ nước thải, xử lý rác thải, xử lý tiếng ồn, làm sạch khí thải và đánh giá tác động của môi trường, kể từ khi gia nhập với phần vốn góp tối đa là 49% hoặc 50%, và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài chỉ được phép thành lập trong khoảng 4, 5 năm sau khi gia nhập.

7. Dịch vụ tài chính

Dịch vụ bảo hiểm

Ta cho phép nhà cung cấp nước ngoài được cung cấp qua biên giới một số loại hình dịch vụ bảo hiểm như bảo hiểm cho doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và người nước ngoài làm việc tại Việt Nam, tái bảo hiểm, bảo hiểm đối với vận tải quốc tế... Nhà cung cấp dịch vụ bảo hiểm nước ngoài được thành lập công ty bảo hiểm 100% vốn nước ngoài sau khi gia nhập WTO, được cung cấp các dịch vụ bảo hiểm bắt buộc từ ngày 1-1-2008 và thành lập chi nhánh bảo hiểm phi nhân thọ sau 5 năm kể từ khi gia nhập WTO.

Về tổng thể, mức cam kết này là tương đương với BTA (trừ cam kết về chi nhánh bảo hiểm phi nhân thọ). Mức cam kết này cũng thấp hơn nhiều so với cam kết của các nước gia nhập WTO gần đây.

Dịch vụ ngân hàng

Một số cam kết trong lĩnh vực quan trọng này được giữ ở mức như BTA như không cho phép chi nhánh ngân hàng nước ngoài mở điểm giao dịch ngoài trụ sở chi nhánh, hạn chế các tổ chức tín dụng nước ngoài mua cổ phần của các ngân hàng thương mại quốc doanh cổ phần hoá, chưa tự do hoá các giao dịch vốn... Bên cạnh đó, ta cũng đưa ra một số bước tiến phù hợp với thực trạng và chính sách của ngành, như cho phép các ngân hàng nước ngoài thành lập ngân hàng con 100% vốn nước ngoài, đẩy nhanh lộ trình cho phép các chi nhánh ngân hàng nước ngoài được huy động tiền gửi bằng đồng Việt Nam.

Dịch vụ chứng khoán

Ta cho phép các nhà cung cấp dịch vụ chứng khoán cung cấp qua biên giới một số hoạt động liên quan đến chứng khoán như thông tin tài chính, tư vấn tài chính, các dịch vụ trung gian và hỗ trợ kinh doanh chứng khoán v.v... Ngoài ra, ta cũng cho phép thành lập liên doanh 49% vốn nước ngoài ngay từ khi gia nhập WTO. Sau 5 năm, ta cho phép thành lập công ty 100% vốn nước ngoài và chi nhánh để cung cấp dịch vụ chứng khoán đối với một số loại hình dịch vụ như quản lý tài sản, thanh toán, tư vấn liên quan đến chứng khoán, trao đổi thông tin tài chính.

Nội dung các cam kết này hoàn toàn phù hợp với Luật Chứng khoán nước ta mới ban hành và định hướng phát triển của ngành.

8. Dịch vụ y tế

Các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được phép thành lập liên doanh, ký kết hợp đồng hợp tác kinh doanh hoặc thành lập bệnh viện 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam. Ta cũng đưa ra một số quy định về vốn tối thiểu. Mức độ cam kết trong dịch vụ này như BTA, chỉ khác điểm duy nhất là ta đã giảm mức vốn tối thiểu để thành lập cơ sở điều trị chuyên khoa từ 1 triệu USD xuống còn 200 nghìn USD (ta đã bãi bỏ yêu cầu này trên thực tế).

9. Dịch vụ du lịch

Đối với dịch vụ khách sạn - nhà hàng, trong vòng tám năm kể từ khi gia nhập, nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài phải đầu tư xây dựng, nâng cấp, cải tạo hoặc mua lại khách sạn. Đối với dịch vụ lữ hành và điều hành tour du lịch, ta cho phép thành lập liên doanh không hạn chế vốn góp nước ngoài. Các công ty có vốn đầu tư nước ngoài không được phép cung cấp dịch vụ đưa khách ra nước ngoài (outbound) và dịch vụ lữ hành nội địa (domestic). Các cam kết này hoàn toàn phù hợp với các quy định pháp luật hiện hành của Việt Nam.

10. Dịch vụ văn hoá, giải trí

Với dịch vụ giải trí, phía nước ngoài chỉ được phép thành lập liên doanh sau 5 năm kể từ khi gia nhập với mức vốn góp tối đa là 49%. Với lĩnh vực kinh doanh trò chơi điện tử, việc cung cấp phải thông qua hợp đồng hợp tác kinh doanh hoặc liên doanh với các đối tác Việt Nam được cấp phép và phần vốn góp của phía nước ngoài không quá 49%.

11. Dịch vụ vận tải

Dịch vụ vận tải biển và hỗ trợ vận tải biển

Ta không hạn chế nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài vận chuyển hàng hoá qua biên giới, không cam kết đối với vận tải hành khách. Sau hai năm kể từ khi gia nhập, nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được phép thành lập liên doanh khai thác đội tàu mang cờ quốc tịch Việt Nam với phần vốn góp không quá 49% vốn pháp định. Ngoài ra, kể từ khi gia nhập, công ty nước ngoài được phép thành lập liên doanh với 51% sở hữu nước ngoài và sau 5 năm là công ty 100% vốn nước ngoài để cung cấp một số dịch vụ vận tải biển quốc tế. Số lượng liên doanh tối đa là 5 công ty ở thời điểm gia nhập, cứ 3 năm cho phép thêm 3 công ty, sau 5 năm kể từ khi gia nhập sẽ không hạn chế số lượng công ty.

Ta cam kết cho phép nước ngoài liên doanh để cung ứng một số dịch vụ hỗ trợ vận tải như dịch vụ xếp dỡ công-ten-nơ, dịch vụ thông quan, dịch vụ kho bãi công -ten-nơ.

Dịch vụ vận tải đường bộ

Ta không cam kết dịch vụ vận tải hàng hoá và hành khách qua biên giới. Bên nước ngoài được phép thành lập liên doanh 49% và sau 3 năm lên 51% để cung cấp dịch vụ vận tải hàng hoá và hành khách tại Việt Nam trên cơ sở xem xét từng trường hợp cụ thể. 100% số lái xe của các liên doanh phải là công nhân Việt Nam.

Dịch vụ vận tải đường thủy, đường sắt và đường không

Tương tự như dịch vụ vận tải đường bộ, ta chưa cho phép nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được vận chuyển hàng hoá và hành khách qua biên giới. Với dịch vụ vận tải đường thủy, ta

cho phép thành lập liên doanh 49% vốn nước ngoài kể từ khi gia nhập WTO. Với dịch vụ vận tải đường sắt, ta cho phép thành lập liên doanh 49% vốn nước ngoài nhưng chỉ được vận tải hàng hoá.

Đối với dịch vụ bán và tiếp thị sản phẩm hàng không, dịch vụ đặt giữ chỗ bằng máy tính, ta cam kết theo thực tế hiện hành. Đối với dịch vụ sửa chữa và bảo dưỡng máy bay, ta cho phép thành lập liên doanh 51% vốn nước ngoài kể từ khi gia nhập WTO. Sau 5 năm kể từ khi gia nhập WTO, ta cho phép thành lập công ty 100% vốn nước ngoài.

Danh mục miễn trừ tối huệ quốc

Ta bảo lưu một số ngoại tệ MFN (tức chỉ áp dụng với bên ký kết mà không đa phương hoá trong WTO) với một số lĩnh vực, gồm các Hiệp định bảo hộ đầu tư song phương (BIT) đã ký với các nước; các thoả thuận trong lĩnh vực sản xuất, phát hành và trình chiếu phim...; và dịch vụ vận tải biển.

PHẦN PHỤ LỤC

I. CÁC PHỤ LỤC CỦA TBT

Các phụ lục của Hiệp định này là một phần thống nhất của Hiệp định.

Thuật ngữ và định nghĩa của Hiệp định này

Các thuật ngữ được trình bày trong Hướng dẫn số 2 của ISO/IEC “Các thuật ngữ và định nghĩa về tiêu chuẩn hóa và các hoạt động có liên quan” (xuất bản lần thứ 6 năm 1991) , khi chúng được sử dụng trong Hiệp định này có cùng nghĩa với những định nghĩa đã nêu trong Hướng dẫn trên có tính đến việc các loại hình dịch vụ được loại ra khỏi phạm vi của Hiệp định này.

Tuy nhiên, vì các mục tiêu của Hiệp định này, các định nghĩa sau đây sẽ được áp dụng:

1. Pháp quy kỹ thuật

Văn bản quy định các đặc tính của sản phẩm hoặc các quá trình có liên quan đến sản phẩm và phương pháp sản xuất, bao gồm cả các điều khoản hành chính thích hợp, mà việc tuân thủ chúng là bắt buộc. Văn bản này cũng có thể bao gồm hoặc gắn liền với thuật ngữ, biểu tượng, cách thức bao gói, dán nhãn hoặc ghi nhãn áp dụng cho một sản phẩm, quy trình hoặc phương pháp sản xuất nhất định.

Chú giải

Định nghĩa trong Hướng dẫn số của ISO/IEC không phải là nguyên thể, mà dựa trên cơ sở hệ thống cấu trúc khối “building block”.

2. Tiêu chuẩn

Văn bản do một cơ quan được thừa nhận ban hành để sử dụng rộng rãi và lâu dài, trong đó quy định các quy tắc, hướng dẫn hoặc các đặc tính đối với sản phẩm hoặc các quy trình và phương pháp sản xuất có liên quan, mà việc tuân thủ chúng là không bắt buộc. Văn bản này cũng có thể bao gồm hoặc gắn liền với thuật ngữ, biểu tượng, cách thức bao gói, nhãn hoặc ghi nhãn áp dụng cho một sản phẩm, quy trình hoặc phương pháp sản xuất nhất định.

Chú giải

Các thuật ngữ nêu trong Hướng dẫn số 2 của ISO/IEC bao hàm đối với các sản phẩm, quy trình và dịch vụ. Hiệp định này chỉ áp dụng đối với các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn và các quy trình đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm hoặc các quá trình và phương pháp sản xuất. Các tiêu chuẩn nêu trong Guide 2 của ISO/IEC có thể là bắt buộc hoặc tự nguyện áp dụng. Đối với mục tiêu của Hiệp định này các tiêu chuẩn chỉ là tự nguyện áp dụng còn các pháp quy kỹ thuật là các văn bản bắt buộc phải áp dụng. Các tiêu chuẩn do Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế ban hành trên nguyên tắc có sự nhất trí của tất cả các bên tham gia. Hiệp định này cũng bao gồm cả các văn bản ban hành trên nguyên tắc không có sự nhất trí của tất cả các bên tham gia.

3. Các quy trình đánh giá sự phù hợp

Bất cứ quy trình được sử dụng trực tiếp hoặc gián tiếp để xác định các yêu cầu liên quan trong các pháp quy kỹ thuật, tiêu chuẩn có được thoả mãn hay không.

Chú giải

Ngoài những vấn đề khác, các quy trình đánh giá sự phù hợp bao gồm cả các quy trình lấy mẫu, thử nghiệm và kiểm tra; đánh giá, thẩm tra và đảm bảo sự phù hợp; đăng ký, công nhận và chấp nhận cũng như kết hợp của chúng.

4. Tổ chức hoặc hệ thống quốc tế

Là tổ chức hoặc hệ thống mà việc tham gia vào nó là tự do đối với các tổ chức có liên quan của tất cả Thành viên.

5. Tổ chức hoặc hệ thống khu vực

Là tổ chức hoặc hệ thống mà việc tham gia vào nó là tự do đối với các tổ chức có liên quan của một số Thành viên.

6. Cơ quan Chính phủ trung ương

Là Chính phủ trung ương, các Bộ và Cục của nó hoặc tổ chức khác chịu sự kiểm soát của Chính phủ trung ương về một hoạt động nhất định.

Chú giải

Trong trường hợp của Cộng đồng Châu Âu, các điều khoản điều chỉnh các cơ quan chính phủ trung ương được áp dụng. Tuy nhiên, các tổ chức khu vực hoặc các hệ thống đánh giá sự phù hợp có thể được thành lập trong khuôn khổ Cộng đồng

Châu Âu, và trong những trường hợp này chúng có thể là đối tượng điều chỉnh của Hiệp định này về vấn đề các tổ chức khu vực hoặc các hệ thống đánh giá sự phù hợp.

7. Cơ quan Chính phủ ở địa phương

Là chính phủ nhưng không phải là Chính phủ trung ương (ví dụ: các bang, tỉnh, thành phố, ...), các sở hoặc ban ngành của nó hoặc một tổ chức chịu sự kiểm soát của chính phủ đó về một hoạt động nhất định.

8. Tổ chức phi chính phủ

Tổ chức khác với cơ quan chính phủ trung ương và địa phương, bao gồm cả tổ chức phi chính phủ có thẩm quyền thi hành pháp quy kỹ thuật.

9. Các nhóm chuyên gia kỹ thuật

Các nhóm chuyên gia kỹ thuật được thành lập theo các điều khoản của Điều 14 phải tuân thủ các thủ tục sau:

1. Các nhóm chuyên gia kỹ thuật dưới sự chỉ đạo của một Ban Hội thẩm. Ban này quyết định nội dung và các thủ tục làm việc chi tiết của các nhóm chuyên gia kỹ thuật và các nhóm chuyên gia kỹ thuật phải có trách nhiệm báo cáo hoạt động của mình cho Ban Hội thẩm.

2. Thành phần tham gia vào các nhóm chuyên gia kỹ thuật chỉ giới hạn trong phạm vi những người có chuyên môn giỏi và nhiều kinh nghiệm trong một lĩnh vực hoạt động nhất định.

3. Những công dân thuộc các Bên tranh chấp không được tham gia vào nhóm chuyên gia kỹ thuật khi không có sự nhất

trí của các Bên tranh chấp, ngoại trừ trong những trường hợp ngoại lệ khi Ban Hội thẩm xét thấy không còn cách nào khác và nhu cầu về chuyên gia khoa học chuyên sâu đó là cần thiết. Các công chức nhà nước của các bên tranh chấp cũng không được tham gia vào một nhóm chuyên gia kỹ thuật. Các thành viên của các nhóm chuyên gia kỹ thuật phải làm việc theo khả năng chuyên môn của mình và không phải làm việc với tư cách như những đại diện của cơ quan nhà nước hoặc đại diện của bất kỳ một tổ chức nào. Do vậy, các cơ quan nhà nước hoặc các tổ chức không được đưa ra những chỉ dẫn liên quan đến những vấn đề trước một nhóm chuyên gia kỹ thuật.

4. Các nhóm chuyên gia kỹ thuật có thể thu thập thông tin và tư vấn kỹ thuật từ bất kỳ nguồn nào mà họ cho là thích hợp. Trước khi một nhóm chuyên gia kỹ thuật thu thập thông tin hoặc tư vấn từ một nguồn trong phạm vi quyền hạn của một thành viên, thì phải thông báo cho lãnh đạo của thành viên đó. Bất kỳ thành viên nào cũng phải có trách nhiệm đáp ứng đầy đủ và kịp thời mọi yêu cầu của một nhóm chuyên gia kỹ thuật.

5. Các bên có tranh chấp phải cung cấp các thông tin có liên quan cho nhóm chuyên gia kỹ thuật, trừ khi thông tin đó thuộc lĩnh vực bảo mật. Thông tin bảo mật được cung cấp cho nhóm chuyên gia kỹ thuật sẽ không được thông báo nếu không có sự chấp thuận chính thức của cơ quan nhà nước, tổ chức hoặc người cung cấp thông tin đó. Khi nhóm chuyên gia kỹ thuật yêu cầu cung cấp các thông tin như vậy nhưng họ không được quyền công bố các thông tin bảo mật đó mà cơ quan nhà nước, tổ chức hoặc người cung cấp thông tin chỉ đưa ra một bản tóm tắt các thông tin không phải là bảo mật.

6. Nhóm chuyên gia kỹ thuật này phải gửi dự thảo cho các thành viên có liên quan để lấy ý kiến và xử lý các ý kiến đó cho phù hợp trong báo cáo cuối cùng, báo cáo này được trình lên Ban Hội thẩm đồng thời cũng phải được gửi cho các thành viên có liên quan.

10. Quy chế thủ tục đối với việc soạn thảo chấp nhận và áp dụng các tiêu chuẩn

Các quy định chung

1.1. Các định nghĩa trong phụ lục 1 của Hiệp định này cũng được sử dụng vì các mục tiêu của Quy chế này.

1.2. Quy chế này được chấp thuận tự do bởi bất kỳ cơ quan tiêu chuẩn hóa nào của một nước thành viên của WTO, có thể là một cơ quan nhà nước trung ương, địa phương hoặc một cơ quan/tổ chức phi chính phủ; bởi bất kỳ tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc gia khu vực của một hoặc nhiều nước thành viên của WTO; và bởi bất kỳ tổ chức tiêu chuẩn hóa phi chính phủ khu vực của một hoặc nhiều nước thành viên trong cùng một lãnh thổ của một nước thành viên WTO (trong Quy chế này nghĩa tập thể có thể coi như “các cơ quan tiêu chuẩn hóa” và nghĩa cá nhân có thể coi như “cơ quan tiêu chuẩn hóa”).

1.3. Các cơ quan tiêu chuẩn hóa đã chấp thuận hoặc không chấp thuận Quy chế này sẽ phải thông báo việc này cho Trung tâm Thông tin của ISO/IEC ở Genevơ. Thông báo này phải gồm tên, địa chỉ của cơ quan có liên quan và phạm vi hoạt động hiện tại của cơ quan đó và các hoạt động về tiêu chuẩn hóa dự kiến tham gia. Thông báo này có thể được gửi trực tiếp

cho Trung tâm Thông tin của ISO/IEC hoặc thông qua cơ quan quốc gia thành viên của ISO/IEC hoặc thông thường hơn có thể thông qua quốc gia thành viên có liên quan hoặc qua mạng ISONET quốc tế.

** Các quy định bổ sung:*

1.4. Đối với các tiêu chuẩn, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải thoả thuận đối xử đối với các sản phẩm có nguồn gốc từ bất kỳ nước thành viên của WTO không kém thuận lợi hơn như đã thoả thuận đối với các sản phẩm cùng loại khác được sản xuất trong nội địa và các sản phẩm từ bất kỳ nước nào khác.

1.5. Cơ quan tiêu chuẩn hóa phải đảm bảo rằng các tiêu chuẩn không được soạn thảo, chấp thuận hoặc áp dụng với quan điểm hoặc nhằm tạo ra những cản trở không cần thiết cho thương mại quốc tế.

1.6. Trong trường hợp có các tiêu chuẩn quốc tế hoặc các tiêu chuẩn đó sắp ban hành, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải sử dụng chúng hoặc sử dụng những phần có liên quan của các tiêu chuẩn đó để làm cơ sở xây dựng cho các tiêu chuẩn của mình, ngoại trừ khi các tiêu chuẩn quốc tế này hoặc các phần liên quan bị vô hiệu hoặc không phù hợp vì các vấn đề về công nghệ, các yếu tố địa lý hoặc khí hậu.

1.7. Nhằm mục đích hài hòa các tiêu chuẩn đến mức có thể, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải tham gia tích cực trong những phạm vi nguồn lực của mình trong việc biên soạn các tiêu chuẩn do các cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc tế có liên quan biên soạn, đối với vấn đề đã chấp nhận hoặc sẽ chấp nhận. Đối với các cơ quan tiêu chuẩn hóa trong lãnh thổ của

một Thành viên, việc tham gia vào một hoạt động cụ thể về tiêu chuẩn hóa của quốc tế khi có thể, phải thông qua một cơ quan đại diện cho tất cả các cơ quan tiêu chuẩn hóa trong lãnh thổ của Thành viên đó đã chấp thuận hoặc sẽ chấp thuận các tiêu chuẩn về lĩnh vực liên quan đến hoạt động tiêu chuẩn hóa quốc tế.

1.8. Cơ quan tiêu chuẩn hóa trong lãnh thổ của một Thành viên phải cố gắng hết mức để tránh trùng lặp hoặc chồng chéo chức năng, công việc của các cơ quan tiêu chuẩn hóa khác cùng trong lãnh thổ quốc gia đó hoặc với công việc của các cơ quan tiêu chuẩn khu vực hoặc quốc tế có liên quan. Các cơ quan này cũng phải cố gắng đạt được sự nhất trí về những tiêu chuẩn mà mình biên soạn. Tương tự như vậy, cơ quan tiêu chuẩn hóa khu vực cũng phải cố gắng tránh sự trùng lặp, chồng chéo công việc của các cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc tế khác.

1.9. Khi cần thiết các Thành viên phải xác định các tiêu chuẩn dựa trên các yêu cầu sử dụng của sản phẩm thay vì các đặc tính thiết kế hoặc mô tả sản phẩm.

1.10. Cơ quan tiêu chuẩn hóa này phải đưa ra chương trình làm việc gồm tên, địa chỉ, các tiêu chuẩn đang biên soạn và các tiêu chuẩn đã chấp nhận trong thời gian trước đó. Một tiêu chuẩn đang trong quá trình soạn thảo được tính từ khi có quyết định xây dựng cho đến khi tiêu chuẩn đó được chấp thuận. Các tiêu đề của các tiêu chuẩn dự thảo cụ thể phải có bằng tiếng Anh, Pháp hoặc Tây Ban Nha. Phải có một thông báo về chương trình làm việc hiện tại ban hành trong nội bộ quốc gia hoặc ấn phẩm khu vực về các hoạt động tiêu chuẩn hóa trong trường hợp có thể.

Chương trình làm việc này phải chỉ rõ đối với từng tiêu chuẩn theo các quy định của ISONET, sự phân loại về nội dung, giai đoạn của quá trình xây dựng tiêu chuẩn và các tài liệu tham khảo từ bất kỳ tiêu chuẩn quốc tế nào để làm cơ sở. Ngay sau khi ban hành chương trình làm việc của mình, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải thông báo cho Trung tâm Thông tin của ISO/IEC tại Ginevơ.

Thông báo này phải có kèm tên, địa chỉ của cơ quan tiêu chuẩn hóa, tên và ấn phẩm trong đó có chương trình làm việc, giai đoạn mà chương trình làm việc đang tiến hành, giá cả (nếu có), và có thể lấy được ấn phẩm này bằng cách nào và ở đâu. Thông báo này có thể được gửi trực tiếp cho Trung tâm Thông tin của ISO/IEC hoặc thông thường hơn thì gửi qua quốc gia thành viên liên quan hoặc thông qua mạng ISONET quốc tế.

1.11. Quốc gia thành viên của ISO/IEC phải cố gắng hết mức để trở thành một thành viên của ISONET hoặc chỉ định cơ quan khác làm thành viên cũng như để tham gia với tư cách thành viên tích cực nhất trong chừng mực có thể đối với mạng ISONET. Các cơ quan tiêu chuẩn hóa khác cũng phải cố gắng hết mức hòa mình với thành viên của ISONET.

1.12. Trước khi chấp nhận một tiêu chuẩn, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải cho phép một khoảng thời gian ít nhất là 60 ngày để lấy ý kiến từ các bên có liên quan trong lãnh thổ của một thành viên của WTO về tiêu chuẩn dự thảo. Tuy nhiên, giai đoạn này có thể được co ngắn lại trong những trường hợp khi phát sinh hoặc có nguy cơ phát sinh các vấn đề khẩn cấp về an toàn, sức khỏe, bảo vệ môi trường. Ngay khi giai đoạn đầu bắt đầu, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải ra thông báo về giai đoạn bắt đầu như đã nêu trong phần J. Thông báo này phải nêu

theo thực trạng về những điểm khác của tiêu chuẩn dự thảo với các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan.

1.13. Theo yêu cầu của bất cứ bên quan tâm nào trong lãnh thổ của một thành viên của WTO, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải gửi lấy ý kiến về tiêu chuẩn dự thảo đã gửi trình. Bất cứ chi phí nào cho công việc này ngoại trừ phần chi phí thực tế, đều phải thống nhất như nhau bất kể đối với các bên trong và ngoài nước.

1.14. Cơ quan tiêu chuẩn hóa phải xem xét đến các góp ý từ các bên gửi lấy ý kiến trong quá trình xử lý tiêu chuẩn sau này. Các góp ý nhận được thông qua các cơ quan tiêu chuẩn hóa đã chấp nhận Quy tắc thực hành tốt này phải được trả lời càng sớm càng tốt nếu được yêu cầu. Trong công văn trả lời cần giải thích rõ lý do vì sao phải có sự khác nhau với tiêu chuẩn quốc tế có liên quan.

1.15. Khi tiêu chuẩn đã được chấp thuận, nó phải được ban hành ngay.

1.16. Theo yêu cầu của bất cứ bên có quan tâm nào trong lãnh thổ của một thành viên của WTO, cơ quan tiêu chuẩn hóa phải cung cấp ngay hoặc có kế hoạch cung cấp một bản copy chương trình làm việc mới nhất của mình hoặc tiêu chuẩn mà mình ban hành.

1.17. Cơ quan tiêu chuẩn hóa phải tạo sự xem xét nhất trí, và cơ hội thích hợp, tham vấn cho các đại diện đối với việc điều hành của Quy chế này do các cơ quan tiêu chuẩn hóa đã chấp nhận Quy chế này thực hiện. Điều này sẽ tạo một cố gắng khách quan để giải quyết bất cứ một khiếu nại nào.

II. TRÌNH TỰ, THỦ TỤC ĐĂNG KÝ BẢO HỘ NHÃN HIỆU, THƯƠNG HIỆU Ở NƯỚC NGOÀI

1. Thoả ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa và Nghị định thư liên quan đến Thoả ước này.

Hệ thống đăng ký quốc tế nhãn hiệu được quy định tại hai thoả ước. Thoả ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hoá thông qua từ năm 1891 và Nghị định thư liên quan đến Thoả ước Madrid được thông qua vào năm 1989, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 12 năm 1995 và đi vào hoạt động từ ngày 1 tháng 4 năm 1996. Quy chế chung của Hiệp ước và Nghị định thư cũng có hiệu lực vào thời điểm cuối cùng đó. Hệ thống Văn phòng quốc tế của WIPO quản lý, nơi lưu giữ Đăng bạ quốc tế và xuất bản Công báo WIPO về Nhãn hiệu quốc tế.

Lý do của Nghị định thư gần đây nhất, sau Thoả ước Madrid gốc năm 1891 (lần sửa đổi gần đây nhất là tại Stockholm 1967), là do sự vắng mặt của các nước chủ chốt trong lĩnh vực nhãn hiệu hàng hoá từ Hiệp hội Madrid - ví dụ như Nhật Bản, Vương quốc Anh và Hợp chủng quốc Hoa Kỳ. Nghị định thư được đưa ra để hệ thống Madrid có thể được chấp nhận tại nhiều nước hơn. Nghị định thư này khác với Thoả ước trong việc đưa ra những lựa chọn như sau:

- Lựa chọn đối với người nộp đơn, cho phép các đăng ký quốc tế được dựa trên đơn quốc gia và không chỉ dựa trên các đăng ký quốc gia;

- Một giai đoạn 18 tháng, thay vì một năm, để các nước thành viên được từ chối bảo hộ, với khả năng một giai đoạn dài hơn trong trường hợp việc từ chối dựa trên một phản đối;

- Khả năng để cơ quan của một nước thành viên đã được chỉ định nhận được một “khoản phí đặc biệt”, thay vì có được một phần thu nhập từ khoản phí tiêu chuẩn, mà khoản phí đặc biệt này có thể không cao hơn khoản phí đã thu đối với đăng ký khu vực hoặc đăng ký quốc gia hay là đối với việc gia hạn, khoản tiền nói trên được giảm bớt bằng số tiền tiết kiệm được từ thủ tục quốc tế;

- Việc thay đổi một đăng ký quốc tế mà không còn được bảo hộ do nhãn hiệu chính đã hết hiệu lực tại nước xuất xứ, các đơn khu vực hoặc đơn quốc tế tại một số hay tất cả các nước thành viên đã được chỉ định, cùng với ngày nộp đơn, và nếu có thể áp dụng ngày ưu tiên, của đăng ký quốc tế;

- Khả năng tham gia Nghị định thư không chỉ là các quốc gia mà thêm vào đó là mọi tổ chức liên chính phủ có Cơ quan đăng ký nhãn hiệu được hoạt động tại lãnh thổ của tổ chức đó.

** Chức năng của hệ thống đăng ký quốc tế:*

- Nộp một đơn đăng ký quốc tế

Một đơn đăng ký quốc tế (một “đơn quốc tế” chỉ có thể do một thể nhân hoặc một pháp nhân nộp - là những chủ thể có một cơ sở thương mại hoặc một cơ sở công nghiệp có thật ở, hay được đặt tại, hay là công dân của một nước là thành viên của Thỏa ước Madrid hoặc Nghị định thư Madrid, hoặc là chủ thể có một cơ sở như vậy ở, hay được đặt tại lãnh thổ của một tổ chức liên chính phủ là thành viên của Nghị định thư, hoặc là công dân của một quốc gia thành viên của một tổ chức như vậy.

Hệ thống đăng ký quốc tế Madrid không thể do một cá nhân hay một pháp nhân sử dụng nếu họ không có mối liên quan cần thiết với một thành viên của Liên hiệp Madrid thông

qua cơ sở, nơi cư trú hay quốc tịch. Hay hệ thống này cũng không thể được sử dụng để bảo hộ một nhãn hiệu hàng hoá không thuộc Liên hiệp Madrid.

Một nhãn hiệu chỉ có thể là chủ thể của một đơn quốc tế nếu nhãn hiệu đã được đăng ký (hoặc, khi đơn quốc tế được quản lý riêng theo Nghị định thư, nếu đăng ký đã được nộp) tại Cơ quan nơi xuất xứ. Trong trường hợp đơn quốc tế do Thoả ước hay cả Thoả ước và Nghị định thư quản lý riêng thì Cơ quan nơi xuất xứ chính là Cơ quan Nhãn hiệu hàng hoá của quốc gia thành viên mà tại đó người nộp đơn có một cơ sở thương mại hay một cơ sở công nghiệp có thật; nếu người nộp đơn không có cơ sở tại một quốc gia như vậy thì đó chính là Cơ quan của nước thành viên nơi người nộp đơn cư trú; nếu người nộp đơn không có nơi cư trú tại một quốc gia như vậy thì đó chính là Cơ quan của quốc gia thành viên nơi người nộp đơn là công dân. Trong trường hợp đơn quốc tế do Nghị định thư quản lý riêng thì không áp dụng những hạn chế về việc lựa chọn Cơ quan nơi xuất xứ (đôi khi được đề cập tới như là “cascade”); Cơ quan nơi xuất xứ có thể là Cơ quan của bất kỳ nước thành viên mà tại cơ quan đó một cá nhân hay một pháp nhân đáp ứng được một hoặc hơn một trong số các điều kiện nêu trên.

Một đơn quốc tế phải chỉ định một hoặc hơn một nước thành viên (nhưng không phải là nước thành viên mà Cơ quan của nước đó là Cơ quan nơi xuất xứ) mà tại quốc gia đó nhãn hiệu được bảo hộ. Các nước thành viên khác có thể được chỉ định sau này. Chỉ có thể chỉ định một nước thành viên nếu nước thành viên đó và nước thành viên có Cơ quan chính là Cơ quan nơi xuất xứ đều là thành viên của cùng một thoả ước, đó là Thoả ước hoặc Nghị định thư.

Việc chỉ định một nước thành viên được thực hiện theo quy định của Thỏa ước, chung cho cả nước thành viên và nước thành viên có Cơ quan là cơ quan nơi xuất xứ. Nếu cả hai nước thành viên này đều là thành viên của cả Thỏa ước và Nghị định thư, thì Thỏa ước quản lý việc chỉ định; điều này theo sau điều khoản được gọi là “bảo vệ an toàn”. Theo đó thì có 3 loại đơn quốc tế:

- Đơn quốc tế do Thỏa ước quản lý riêng; điều này có nghĩa là tất cả các chỉ định được thực hiện theo Thỏa ước;

- Đơn quốc tế do Nghị định thư quản lý riêng; điều này có nghĩa là tất cả các chỉ định được thực hiện theo Nghị định thư;

- Đơn quốc tế do cả Thỏa ước và Nghị định thư quản lý; điều này có nghĩa là một số chỉ định được thực hiện theo Thỏa ước và một số theo Nghị định thư.

Một đơn quốc tế phải được nộp cho Văn phòng quốc tế thông qua Cơ quan nơi xuất xứ. Trong đơn phải có một bản sao của nhãn hiệu (phải giống với nhãn hiệu trong đăng ký gốc hoặc trong đơn gốc) và một danh sách hàng hoá và dịch vụ được yêu cầu bảo hộ được phân loại theo như phân loại quốc tế hàng hoá và dịch vụ (phân loại Nice). Nếu đơn quốc tế do Thỏa ước quản lý riêng thì đơn phải bằng tiếng Pháp; nếu đơn do Nghị định thư quản lý riêng hay do cả Thỏa ước và Nghị định thư quản lý thì đơn phải bằng tiếng Anh hoặc bằng tiếng Pháp mặc dù Cơ quan nơi xuất xứ có thể hạn chế sự lựa chọn của người nộp đơn đối với một trong các ngôn ngữ đó.

Một đơn quốc tế có thể yêu cầu ưu tiên theo như Điều 4 của Công ước Paris, cho dù là đơn từ Cơ quan nơi xuất xứ hoặc là một đơn ưu tiên từ một cơ quan khác mà không cần phải là Cơ quan của một nước thành viên của Thỏa ước hoặc Nghị định thư.

Phải trả các khoản phí sau cho đơn quốc tế:

+ Phí cơ bản;

+ Một khoản phí bổ sung tương đương với mỗi nước thành viên đã chỉ định để không phải trả từng khoản phí riêng lẻ;

+ Một khoản phí riêng cho bất kỳ nước thành viên nào đã được chỉ định theo Nghị định thư và đã được tuyên bố rằng nước đó mong muốn nhận một khoản phí như vậy (khoản phí này do các nước thành viên tương ứng xác định và được công bố trên Công báo);

+ Một khoản phí bổ sung liên quan tới mỗi nhóm hàng hoá và dịch vụ nằm ngoài nhóm thứ ba; tuy nhiên, không phải trả khoản phí bổ sung nếu tất cả các chỉ định là những nước mà đối với những nước đó phải trả một khoản phí riêng.

Có thể thanh toán trực tiếp những phí này cho Văn phòng quốc tế hoặc, nếu cơ quan nơi xuất xứ đồng ý thu rồi chuyển phí này thông qua cơ quan đó. Khoản phí riêng được Văn phòng quốc tế chuyển cho các nước thành viên phải được trả phí, ngược lại phí sửa đổi và bổ sung được phân phối giữa các nước thành viên mà không nhận được khoản phí riêng tương ứng với số lượng các chỉ định đối với mỗi nước thành viên đó.

Cơ quan nơi xuất xứ phải xác nhận rằng nhãn hiệu giống với nhãn hiệu trong đăng ký gốc hoặc đơn gốc, mọi chỉ dẫn chẳng hạn như một mô tả nhãn hiệu hay một yêu cầu về màu sắc là đặc điểm phân biệt nhãn hiệu cũng giống như các chỉ dẫn trong đăng ký gốc hoặc đơn gốc, hàng hoá và dịch vụ được chỉ định trong đơn quốc tế phải thuộc danh mục hàng hoá và dịch vụ trong đăng ký gốc hay trong đơn gốc. Cơ quan nơi xuất xứ cũng phải xác nhận ngày nhận được yêu cầu để trình đơn

quốc tế; trừ khi Văn phòng quốc tế nhận được đơn trong vòng 2 tháng kể từ ngày đó (và trừ khi không quên các yêu cầu cốt yếu), thì ngày đó sẽ chính là ngày đăng ký quốc tế.

Văn phòng quốc tế kiểm tra việc đơn quốc tế tuân theo các yêu cầu của Thỏa ước hoặc Nghị định thư và Quy chế chung, gồm cả những yêu cầu liên quan tới chỉ dẫn hàng hoá và dịch vụ và phân loại của chúng, và kiểm tra việc thanh toán phí yêu cầu. Cơ quan nơi xuất xứ và người nộp đơn được thông báo nếu có bất kỳ việc trái nguyên tắc mà phải được sửa chữa trong vòng 3 tháng, nếu không đơn sẽ bị xem là huỷ bỏ. Nếu đơn quốc tế tuân theo các yêu cầu có thể áp dụng được, nhãn hiệu sẽ được ghi nhận trong Đăng bạ quốc tế và được công bố trên Công báo. Sau đó, Văn phòng quốc tế sẽ thông báo cho mỗi nước thành viên nơi được yêu cầu bảo hộ.

Một đăng ký quốc tế có hiệu lực trong 10 năm. Có thể gia hạn thêm các thời hạn 10 năm dựa trên việc thanh toán phí theo quy định.

- Hiệu lực của đăng ký quốc tế

Kể từ ngày đăng ký quốc tế, việc bảo hộ nhãn hiệu tại mỗi quốc gia thành viên đã được chỉ định cũng giống như việc nhãn hiệu là đối tượng của đơn đăng ký đã được nộp trực tiếp tại cơ quan của nước thành viên đó. Nếu trong thời hạn liên quan, không có bất kỳ từ chối nào được gửi tới Văn phòng quốc tế thì việc bảo hộ nhãn hiệu tại mỗi quốc gia thành viên đã chỉ định cũng giống như việc nhãn hiệu đã được Cơ quan của nước thành viên đó đăng ký.

Có thể mở rộng hiệu lực của một đăng ký quốc tế với một nước thành viên không được nhắc tới trong đơn quốc tế bằng

cách nộp một chỉ định tiếp sau đó. Các nguyên tắc xác định liệu có thể thực hiện một chỉ định như vậy không và liệu Thỏa ước hoặc Nghị định thư có quy định điều đó không được diễn giải trong các đoạn ở trên. Có thể thực hiện một chỉ định tiếp sau đó nếu nước thành viên liên quan vào thời điểm của đơn quốc tế chưa phải là một thành viên của Thỏa ước hoặc Nghị định thư.

- Từ chối bảo hộ

Mỗi nước thành viên đã chỉ định có quyền từ chối bảo hộ. Mọi việc từ chối phải được Cơ quan của nước thành viên liên quan thông báo tới Văn phòng quốc tế trong thời hạn đã được định rõ tại Thỏa ước hoặc Nghị định thư. Việc từ chối được ghi nhận trên Đăng bạ quốc tế và được công bố trong Công báo và một bản sao được chuyển tới người đang nắm giữ đăng ký quốc tế. Bất kỳ thủ tục nào sau đó, chẳng hạn như việc xem xét lại hoặc khiếu nại, sẽ được tiến hành trực tiếp giữa người giữ đơn và cơ quan hành chính của nước thành viên liên quan chứ không dính líu tới phí bên Văn phòng quốc tế. Tuy nhiên, nước thành viên liên quan phải thông báo với Văn phòng quốc tế về quyết định cuối cùng liên quan tới việc xét lại hoặc việc khiếu nại. Quyết định này cũng được ghi trong Đăng bạ quốc tế và được công bố trên Công báo.

Thời hạn để một nước thành viên thông báo việc từ chối thông thường là 12 tháng. Tuy nhiên theo Nghị định thư thì một nước thành viên có thể tuyên bố rằng thời hạn này phải là 18 tháng hoặc dài hơn trong trường hợp việc từ chối dựa trên một phản đối.

- Sự phụ thuộc vào nhãn hiệu gốc

Trong một giai đoạn 5 năm kể từ ngày đăng ký, một đăng ký quốc tế vẫn phụ thuộc vào nhãn hiệu đã được đăng ký hoặc

đã nộp đơn đăng ký tại Cơ quan nơi xuất xứ. Và nếu, trong một chừng mực nào đó, đăng ký gốc hết hiệu lực, cho dù là thông qua việc huỷ bỏ theo quyết định của Cơ quan nơi xuất xứ hay của toà án, thông qua huỷ bỏ tự nguyện hay việc không gia hạn, trong giai đoạn 5 năm này, đăng ký quốc tế sẽ không còn được bảo hộ nữa. Tương tự như vậy, nếu đăng ký quốc tế dựa trên một đơn đăng ký tại Cơ quan nơi xuất xứ, đăng ký sẽ bị huỷ bỏ nếu trong phạm vi nào đó, đơn đăng ký kia bị từ chối hoặc bị rút lại trong giai đoạn 5 năm, hoặc nếu, trong một chừng mực nào đó, đăng ký có nguồn gốc từ đơn đăng ký đã hết hiệu lực trong giai đoạn trên. Cơ quan nơi xuất xứ được yêu cầu thông báo cho Văn phòng quốc tế về chi tiết và các quyết định liên quan tới việc hết hiệu lực hoặc việc từ chối và khi thích hợp, thì yêu cầu huỷ bỏ đăng ký quốc tế (trong phạm vi có thể áp dụng). Việc huỷ bỏ như vậy được công bố trên Công báo và được thông báo với các nước thành viên được chỉ định.

Sau khi giai đoạn 5 năm này hết hạn, đăng ký quốc tế sẽ được độc lập với đăng ký gốc hay đơn gốc.

- Thay đổi Đăng bạ quốc tế và việc huỷ bỏ

Theo yêu cầu, thay đổi về tên hoặc địa chỉ của người nắm giữ có thể được ghi nhận trong Đăng bạ quốc tế. Tương tự như vậy, thay đổi về quyền sở hữu một đăng ký quốc tế cũng có thể được ghi nhận, đối với tất cả hoặc một vài hàng hoá và dịch vụ và tất cả hay một số quốc gia được chỉ định. Tuy nhiên, một cá nhân chỉ có thể được xem là người nắm giữ đăng ký quốc tế đối với một nước thành viên đã chọn nếu cá nhân này có quyền chỉ định nước thành viên trong đơn quốc tế (dựa trên cơ sở là có cơ sở, nơi cư trú hoặc quốc tịch, như đã mô tả trong các đoạn trên).

Những yếu tố sau cũng có thể được ghi nhận trong Đăng bạ quốc tế:

- Hạn chế của danh sách hàng hoá và dịch vụ liên quan tới tất cả hoặc một số nước thành viên đã chỉ định;
- Việc từ bỏ đối với một số nước thành viên đã chỉ định cho tất cả hàng hoá và dịch vụ;
- Việc huỷ bỏ đăng ký quốc tế đối với tất cả các quốc gia thành viên được chỉ định cho tất cả hay một số hàng hoá hoặc dịch vụ.

Những thay đổi và huỷ bỏ như vậy được công bố trên Công báo và được thông báo với các nước thành viên được chỉ định khác.

Không thể thực hiện thay đổi đối với nhãn hiệu là đối tượng của một đăng ký quốc tế vào lúc gia hạn hay vào bất kỳ lúc nào. Cũng không thể thay đổi danh sách hàng hoá và dịch vụ theo cách thức nhằm mở rộng phạm vi bảo hộ.

** Trở thành thành viên của Thỏa ước hoặc Nghị định thư*

Bất kỳ quốc gia nào là thành viên của Công ước Paris về Bảo hộ Sở hữu công nghiệp cũng có thể trở thành thành viên của Thỏa ước hoặc Nghị định thư hoặc cả hai. Thêm vào đó, một tổ chức liên chính phủ cũng có thể trở thành thành viên của Nghị định thư (mà không phải là của Thỏa ước) nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau: ít nhất một trong số các quốc gia thành viên của tổ chức đó là thành viên của Công ước Paris và tổ chức này duy trì một cơ quan khu vực dành cho mục đích đăng ký nhãn hiệu có hiệu lực tại lãnh thổ của tổ chức.

Các quốc gia là thành viên của Thỏa ước và/hoặc là thành

viên của Nghị định thư và các tổ chức là thành viên của Nghị định thư được đề cập tới chung là các nước thành viên.

Mỗi thành viên của Liên hiệp Madrid là một thành viên của Hội đồng. Trong số những nhiệm vụ quan trọng nhất của hội đồng là việc phê chuẩn chương trình và ngân sách của Liên hiệp, phê chuẩn và sửa đổi các nguyên tắc hiện hành, bao gồm cả việc ấn định phí liên quan tới việc sử dụng hệ thống Madrid.

** Những thuận lợi của hệ thống*

Việc đăng ký quốc tế mang lại nhiều thuận lợi cho chủ sở hữu nhãn hiệu. Sau khi đăng ký nhãn hiệu hoặc sau khi nộp đơn đăng ký với Cơ quan nơi xuất xứ, chủ sở hữu nhãn hiệu chỉ phải nộp một đơn, bằng một ngôn ngữ, tới một Cơ quan, và thanh toán phí cho một Cơ quan, điều này thay cho việc nộp đơn riêng lẻ tại các Cơ quan nhãn hiệu hàng hoá của những nước thành viên khác bằng những ngôn ngữ khác nhau và thanh toán khoản phí riêng lẻ tại mỗi một Cơ quan. Có cả những thuận lợi tương tự khi phải gia hạn hoặc sửa đổi đăng ký.

Đăng ký quốc tế cũng thuận lợi cho các Cơ quan nhãn hiệu hàng hoá. Ví dụ như họ không cần phải kiểm tra xem có tuân theo các yêu cầu về mặt hình thức, hoặc phân loại hàng hoá hay dịch vụ, hay công bố nhãn hiệu. Như đã nói ở trên, các khoản phí đặc biệt và những khoản phí chỉ định khác do Văn phòng quốc tế thu được chuyển tới các nước thành viên nơi được yêu cầu bảo hộ. Hơn nữa, nếu dịch vụ đăng ký quốc tế đóng tài khoản có lợi nhuận cứ hai năm một lần thì số tiền thu được được phân chia giữa các nước thành viên.

Những thông tin khác liên quan tới đăng ký quốc tế nhãn hiệu, bao gồm danh sách cập nhật các nước thành viên của

Thoả ước và Nghị định thư và phí, các thống kê hàng năm gần nhất và toàn bộ văn bản Thoả ước, Nghị định thư và Các Nguyên tắc chung, cũng như văn bản Hướng dẫn đăng ký quốc tế nhãn hiệu đều có trên trang web của WIPO: www.wipo.int dưới tiêu đề “Hệ thống Madrid”.

2. Thoả ước Nice về phân loại quốc tế hàng hoá và dịch vụ vì mục đích đăng ký nhãn hiệu

Giới thiệu:

Thoả ước Nice về Phân loại quốc tế hàng hoá và dịch vụ vì mục đích đăng ký nhãn hiệu là một Thoả ước quốc tế đa phương đã được ký kết ngày 15 tháng 6 năm 1957. Thoả ước có hiệu lực vào ngày 8 tháng 4 năm 1961, được sửa đổi tại Stockholm vào ngày 14 tháng 7 năm 1967 và tại Geneve vào ngày 13 tháng 5 năm 1977 (văn bản sửa đổi trong lần này được gọi là Văn kiện Geneve).

Phân loại quốc tế theo Thoả ước Nice bao gồm:

+ Một danh sách các nhóm, khi cần thiết được kèm theo những chú thích; danh sách này gồm 34 nhóm hàng hoá và 8 nhóm dịch vụ;

+ Một danh sách hàng hoá và dịch vụ theo bảng chữ cái (sau đây gọi là “Danh mục theo thứ tự chữ cái”), đưa ra nhóm mà mỗi hàng hoá hoặc dịch vụ được phân loại.

Văn bản gốc của Bảng phân loại Nice được lập bằng cả tiếng Anh và tiếng Pháp. Còn có những văn bản hoặc các bản dịch chính thức của Bảng Phân loại Nice bằng các thứ tiếng sau: Trung Quốc, Croatia, Séc, Đan Mạch, Hà Lan, Đức, Ý, Nhật Bản, Latvia, Mác xê đô nia, Na Uy, Ba Lan, Bồ Đào Nha, Nga, Slovenia, Tây Ban Nha và Thụy Điển.

Phạm vi pháp lý và áp dụng Bảng Phân loại Nice:

Theo Điều 2(3) Thoả ước Nice, các nước thuộc Liên hiệp Nice buộc phải kèm theo, trong các tài liệu chính thức và các công bố về đăng ký nhãn hiệu, số các nhóm phân loại của hàng hoá hoặc dịch vụ mà nhãn hiệu được đăng ký.

Phân loại Nice có hiệu lực áp dụng trong mỗi nước thuộc Liên hiệp Nice. Ví dụ, Bảng Phân loại không ràng buộc về việc các nước thuộc Liên hiệp Nice hoặc phải xem xét đánh giá mức độ bảo hộ nhãn hiệu hoặc công nhận các nhãn hiệu dịch vụ.

Ngoài ra, Điều 2(2) của Thoả ước Nice quy định rằng mỗi quốc gia thuộc Liên hiệp sẽ bảo lưu quyền sử dụng Bảng Phân loại Nice hoặc như một hệ thống nguyên tắc hoặc như một hệ thống phụ trợ. Điều này có nghĩa là các quốc gia thuộc Liên hiệp Nice được tự do phê chuẩn Bảng Phân loại Nice về hàng hoá và dịch vụ như một bảng phân loại duy nhất được sử dụng cho mục đích đăng ký nhãn hiệu, hoặc giữ nguyên hệ thống phân loại quốc gia hiện hành về phân loại hàng hoá và dịch vụ và sử dụng Bảng Phân loại Nice như một phân loại hỗ trợ mà cũng sẽ được nêu ra trong các công bố chính thức về nhãn hiệu.

Cuối cùng, Điều 2(4) của Thoả ước Nice quy định rằng một điều khoản trong Danh sách hàng hoá và dịch vụ theo thứ tự chữ cái của Bảng Phân loại Nice không ảnh hưởng tới bất kỳ quyền nào có thể đang tồn tại theo điều khoản đó.

Hội đồng Liên hiệp Nice và Uỷ ban chuyên gia:

Khi trở thành thành viên của Thoả ước Nice, một quốc gia sẽ tự động trở thành thành viên của Hội đồng Liên hiệp Nice. Hội đồng họp thường kỳ 2 năm một lần. Hội đồng giải quyết

những vấn đề liên quan tới việc duy trì và phát triển một Liên hiệp đặc biệt và việc thực thi Thoả ước Nice. Cụ thể, Hội đồng quyết định chương trình và thông qua ngân sách của Liên hiệp.

Mỗi quốc gia thành viên của Thoả ước Nice cũng có đại diện trong Uỷ ban chuyên gia do Thoả ước thành lập. Uỷ ban chuyên gia:

- Quyết định về bất kỳ thay đổi nào đối với Bảng Phân loại;
- Đưa ra những khuyến nghị tới các nước trong Liên hiệp đặc biệt nhằm mục đích trang bị việc sử dụng Bảng Phân loại và thúc đẩy việc áp dụng thống nhất;
- Thực hiện bất kỳ biện pháp nào, không có sự liên quan về tài chính tới ngân sách của Liên hiệp đặc biệt hoặc của Tổ chức, để tạo thuận lợi cho các nước đang phát triển áp dụng Bảng Phân loại;
- Có thẩm quyền thành lập các tiểu ban và các nhóm công tác

Trên thực tế, những thay đổi được đề xuất về Bảng Phân loại Nice được những tiểu ban và nhóm công tác nói trên kiểm tra và sau đó được Uỷ ban chuyên gia thông qua để kết hợp với Bảng Phân loại.

Do đó, tư cách thành viên của Hiệp hội Nice cho phép các quốc gia tham gia một cách tích cực trong các cuộc đánh giá thường kỳ về Bảng Phân loại Nice và sửa đổi chúng theo những phát triển công nghệ và vì lợi ích quốc gia.

Việc sử dụng và cập nhật Bảng Phân loại Nice:

Ngoài các nước thành viên của Thoả ước Nice, nhiều quốc

gia khác cũng sử dụng Bảng Phân loại Nice, nên số lượng nước sử dụng đã lên tới hơn 100 quốc gia.

Dịch vụ Phân loại nhãn hiệu hàng hoá được thành lập tại Văn phòng quốc tế WIPO. Mục đích của dịch vụ là tư vấn về phân loại theo yêu cầu của bất kỳ bên nào. yêu cầu này có thể do một cơ quan quốc gia tại bất kỳ nước nào, một đại diện, một cá nhân hoặc một cơ quan tư nhân thực hiện. Dịch vụ này đặc biệt hữu ích khi cần phải phân loại các sản phẩm mới hay các sản phẩm không được nêu trên cụ thể trong Danh mục theo thứ tự chữ cái và do vậy có thể nảy sinh các khó khăn trong việc phân loại.

Bảng Phân loại Nice thường xuyên được cập nhật. Cần phải lưu ý rằng dự thảo đầy đủ đầu tiên của Danh mục theo thứ tự chữ cái đã được đưa ra vào năm 1935. Một dự thảo bổ sung đã được thông qua tại Hội nghị Ngoại giao Nice vào năm 1957. Trong suốt những năm đó, rất nhiều sản phẩm được nêu tại Danh mục theo thứ tự chữ cái đã biến mất trên thị trường, trong khi đó lại có rất nhiều sản phẩm mới xuất hiện. Chẳng hạn, các sản phẩm chất dẻo mới xuất hiện như máy laze, máy tính và hệ thống xử lý văn bản đã tạo ra những cuộc cách mạng đối với cách thức làm việc truyền thống. Tất cả những sản phẩm mới này phải được đưa vào Danh mục theo thứ tự chữ cái và những sản phẩm không còn lưu hành trên thị trường phải được loại bỏ. Việc cập nhật Bảng Phân loại Nice do Ủy ban chuyên gia bao gồm đại diện của các nước thành viên của Thỏa ước Nice tiến hành.

Ủy ban chuyên gia họp định kỳ 5 năm một lần theo lời mời của Tổng giám đốc WIPO. Ủy ban chuyên gia quyết định về việc sửa đổi, bổ sung Danh mục theo thứ tự chữ cái theo phân từ ngữ của đầu mục nhóm và các chú thích tương ứng và những nhận xét chung trước danh mục các nhóm.

Việc sửa đổi, bổ sung Danh mục theo thứ tự chữ cái có thể dưới các hình thức sau:

- Xoá bỏ một mục trong Danh mục theo thứ tự chữ cái. Điều này được thực hiện đặc biệt đối với những trường hợp khi sản phẩm không còn thấy trên thị trường hoặc khi một điều khoản chung bao hàm sản phẩm được đề cập;

- Bổ sung một sản phẩm vào Danh mục theo thứ tự chữ cái. Các sản phẩm được bổ sung vào Danh mục theo thứ tự chữ cái trước hết phải là những vật phẩm mới xuất hiện trên thị trường giữa các kỳ họp của Uỷ ban chuyên gia.

- Sửa đổi phần từ ngữ của một mục trong Danh mục theo thứ tự chữ cái. Đôi khi cũng cần phải chi tiết phần từ ngữ hiện hành bằng cách bổ sung chức năng hoặc mục đích của một sản phẩm, hoặc để phân biệt giữa các từ đồng nghĩa cần phải phân nhóm khác nhau;

- Chuyển đổi một sản phẩm từ nhóm này sang nhóm khác. Mặc dù sự thay đổi như vậy hiếm khi xảy ra, tuy nhiên đôi khi vẫn cần phải tiến hành hoạt động này.

Phần từ ngữ của các đầu mục nhóm và của các chú thích cũng thường xuyên được xem xét xét lại nhằm cải tiến định nghĩa của phần nội dung mỗi nhóm, và để phù hợp với những thay đổi trong thương mại và công nghiệp.

Các quốc gia không phải là thành viên của Thỏa ước Nice, các tổ chức liên chính phủ mà chuyên về nhãn hiệu và các đại diện của các tổ chức quốc tế phi chính phủ có thể được Tổng giám đốc WIPO mời gửi quan sát viên tới những buổi họp của Uỷ ban chuyên gia.

Trên thực tế, việc cập nhập Phân loại Nice diễn ra như sau:

để bắt đầu, Văn phòng quốc tế mời các chuyên gia thành viên của Liên hiệp Nice gửi các thay đổi đề xuất về Bảng Phân loại mà họ muốn Uỷ ban chuyên gia xem xét; sau đó, Văn phòng quốc tế chuẩn bị một tài liệu, trên cơ sở các đề xuất đã nhận được và gửi tới các quốc gia thành viên của Nhóm chuẩn bị làm việc để kiểm tra. Khi các chuyên gia gặp mặt, các thành viên của Nhóm chuẩn bị sẽ đệ trình kết quả quan sát của họ và quyết định về các khuyến nghị đưa ra với Uỷ ban chuyên gia, nghĩa là, những đề xuất nào mà họ cho là có thể chấp nhận, những đề xuất nào nên được loại bỏ hoặc cách thức sửa đổi chúng trước khi chấp thuận. Do trên thực tế các nước gửi đề xuất tới Nhóm chuẩn bị rất ít nên công việc tiến triển sẽ nhanh hơn so với tại Uỷ ban chuyên gia. Do vậy, Uỷ ban chuyên gia có thể làm việc dựa trên những đề xuất sửa đổi đã được thảo luận trước đó mà không phải tranh cãi không cần thiết.

3. Hiệp ước Luật Nhãn hiệu hàng hoá (TLT)

Hiệp ước Luật Nhãn hiệu hàng hoá được thông qua ngày 27 tháng 10 năm 1994, tại Hội nghị ngoại giao tại Geneva. Mục tiêu của Hiệp ước Luật Nhãn hiệu hàng hoá là đơn giản hoá và hài hoà các thủ tục hành chính đối với các đơn quốc gia và việc bảo hộ nhãn hiệu. Các nước riêng lẻ có thể tham gia vào Hiệp ước này, cũng như các Tổ chức Liên chính phủ có một cơ quan đăng ký nhãn hiệu hàng hoá có hiệu lực tại lãnh thổ của các quốc gia thành viên của tổ chức, như Liên minh Châu Âu (EU) và Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi (OAPI). Các quy định của Hiệp ước được bổ sung bằng Quy chế và Mẫu đơn Quốc tế. Hiệp ước không đề cập đến phần nội dung của luật nhãn hiệu hàng hoá gồm có việc đăng ký nhãn hiệu. Hiệp ước có hiệu lực từ ngày 1 tháng 8 năm 1996.

Quy định của Hiệp ước và Quy chế

Các nhãn hiệu mà hiệp ước áp dụng:

Hiệp ước áp dụng cho các nhãn hiệu hàng hoá và dịch vụ. Không phải tất cả các nước hiện nay đều đăng ký nhãn hiệu dịch vụ và do vậy, lợi ích của việc một nước gia nhập hiệp ước là, nước này sẽ buộc phải đăng ký và nhãn hiệu như thế. Ngoài ra, một nước như vậy cũng buộc phải áp dụng các quy định của Công ước Paris liên quan đến nhãn hiệu hàng hoá và nhãn hiệu dịch vụ.

Nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu bảo đảm không nằm trong hiệp ước vì việc đăng ký các nhãn hiệu này thường đòi hỏi phải thoả mãn các điều kiện thay đổi đặc biệt ở các quốc gia khác nhau, các điều kiện này làm cho việc hài hoà trở nên khó khăn. Kỹ thuật chụp ảnh ba chiều và các dấu hiệu không nhìn thấy được, như các nhãn hiệu âm thanh và nhãn hiệu mùi cũng bị loại trừ khỏi phạm vi của đơn, vì chúng không được tái tạo lại một cách dễ dàng bằng các phương tiện đồ hoạ và vì chỉ có rất ít các nước quy định bảo hộ cho các nhãn hiệu này trong pháp luật quốc gia.

Một nhãn hiệu có thể đăng ký được bao gồm các dấu hiệu nhìn thấy được và đối với nhãn hiệu hình khối ba chiều, chỉ có các nước chấp nhận đăng ký cho nhãn hiệu hình khối ba chiều mới buộc phải áp dụng hiệp ước cho các nhãn hiệu như vậy.

Đơn

Điều 3 của hiệp ước gồm một danh sách thông tin đầy đủ mà cơ quan Nhãn hiệu hàng hoá có thể yêu cầu đối với đơn xin đăng ký nhãn hiệu hàng hoá. Các chỉ dẫn như vậy, ví dụ như tên và địa chỉ của người nộp đơn và của người đại diện, nếu có, tuyên bố về quyền ưu tiên nếu quyền ưu tiên của đơn nộp sớm

hơn được yêu cầu bảo hộ, một hoặc nhiều bản sao của nhãn hiệu tùy thuộc vào màu sắc hoặc kích thước của nhãn hiệu, tên hàng hoá hoặc dịch vụ cần đăng ký được tập hợp theo các nhóm của Bảng phân loại Nice, hoặc tuyên bố về ý định sử dụng nhãn hiệu hoặc sử dụng thực tế. Không Cơ quan đăng ký nhãn hiệu hàng hoá nào có thể yêu cầu thông tin khác với thông tin được đề cập trong hiệp ước, chẳng hạn như một trích dẫn từ một Đăng bạ thương mại, một chỉ dẫn rằng người nộp đơn đang tiến hành hoạt động công nghiệp hoặc thương mại hoặc người nộp đơn đang tiến hành một hoạt động phù hợp với các hàng hoá hoặc dịch vụ được liệt kê trong đơn.

Cùng một đơn có thể đề cập tới nhiều hàng hoá hoặc dịch vụ. Theo hiệp ước, Cơ quan đăng ký nhãn hiệu hàng hoá phải chấp nhận đơn không kể hàng hoá hoặc dịch vụ đó có thuộc một số nhóm nằm trong Bảng phân loại Nice hay không. Trong trường hợp này đơn dẫn tới một đăng ký riêng lẻ.

Cơ quan đăng ký nhãn hiệu hàng hoá không thể từ chối một đơn viết trên giấy nếu đơn có hình thức phù hợp với hình thức đơn mẫu nằm trong Quy chế hoặc, nếu việc chuyển các thông tin tới Cơ quan đăng ký nhãn hiệu hàng hoá bằng fax được cho phép, thì bản sao bằng giấy từ cách thức chuyển fax như vậy phù hợp với hình thức của đơn.

Đại diện:

Hiệp ước cho phép một nước thành viên yêu cầu rằng đại diện của người nộp đơn hoặc của chủ sở hữu là một đại diện đã được cơ quan đăng ký của nước đó thừa nhận thực hiện, và một người mà không có nơi cư trú hay một cơ sở thương mại hoặc công nghiệp hoạt động hiệu quả và có thật trên lãnh thổ nước đó được đại diện như vậy. Theo quy định này, giấy

uỷ quyền cho luật sư có thể liên quan tới các đơn hay đăng ký hiện tại hoặc trong tương lai.

Ngày nộp đơn:

Việc công nhận ngày nộp đơn là cần thiết khi xét đến các quyền có được vào ngày đó, và khi xét đến khả năng yêu cầu quyền ưu tiên có hiệu lực kể từ ngày đó liên quan tới các đơn được nộp sau này tại các quốc gia khác. Điều 5 của hiệp ước này quy định về thông tin tối đa mà một cơ quan đăng ký có thể yêu cầu đối với việc công nhận ngày nộp đơn. Việc này bao gồm xác định danh tích người nộp đơn, thông tin đầy đủ để liên hệ với người nộp đơn hoặc đại diện của người nộp đơn, một mẫu nhãn hiệu, danh mục hàng hoá và dịch vụ cần đăng ký... Ngoài ra, đối với việc công nhận ngày nộp đơn, cơ quan đăng ký có thể yêu cầu thanh toán phí nếu luật nhãn hiệu hàng hoá của các quốc gia áp dụng quy định này trước khi quốc gia tham gia hiệp ước.

Tách đơn và tách đăng ký:

Nếu việc đăng ký nhãn hiệu hàng hoá bị từ chối đối với một số hàng hoá hoặc dịch vụ nhất định. Điều 7 của hiệp ước quy định rằng người nộp đơn có thể tách đơn nhằm tránh chậm nhận được đăng ký cho nhãn hiệu hàng hoá đối với hàng hoá hoặc dịch vụ không bị từ chối, mà vẫn giữ ngày nộp đơn của đơn ban đầu hoặc ngày ưu tiên nếu có. Vào cùng thời điểm đó, người nộp đơn có thể khiếu nại về đơn liên quan đến hàng hoá hoặc dịch vụ đã bị từ chối.

Lựa chọn tương tự về việc tách cũng được công nhận đối với đăng ký mà hiệu lực của đăng ký có tranh chấp với một bên thứ ba hoặc trong quá trình khiếu nại về bất kỳ quyết định nào của cơ quan Sở hữu công nghiệp liên quan tới thủ tục đó.

Chữ ký:

Điều 8 của hiệp ước gồm các quy định liên quan tới chữ ký và các phương tiện khác cho phép xác định nguồn liên lạc chẳng hạn như việc nộp đơn tới cơ quan đăng ký, cụ thể là nơi mà việc chuyển thông tin được thực hiện bằng fax hoặc bằng các phương tiện điện tử. Thay vì ký bằng tay, cơ quan có thể chấp nhận chữ ký được in hoặc được đóng dấu hoặc sử dụng dấu. Một điểm đặc biệt quan trọng đó là việc ngăn cấm các yêu cầu về chứng thực, chứng nhận, xác nhận, hợp pháp hoá hoặc các hình thức xác nhận chữ ký khác trừ trường hợp chữ ký liên quan đến việc từ bỏ một đăng ký, nếu ngoại lệ đó được quy định trong luật quốc gia.

Những thay đổi và sửa chữa đối với đơn và đăng ký:

Hiệp ước quy định tại các Điều 10 và 11 về các yêu cầu áp dụng đối với một đòi hỏi ghi nhận thay đổi tên, địa chỉ và quyền sở hữu. Điều 12 quy định các yêu cầu tối đa mà một cơ quan có thể đòi hỏi đối với việc sửa chữa nhầm lẫn của người nộp đơn hoặc chủ sở hữu dưới bất kỳ hình thức liên lạc nào đối với cơ quan, việc này được ghi nhận trong đăng bạ. Quy định tại Điều 10 và 12 áp dụng ngang bằng đối với những thay đổi hoặc sửa chữa đơn hoặc đăng ký. Những quy định này quy định rằng một yêu cầu riêng lẻ phải đầy đủ thậm chí trong trường hợp thay đổi hoặc sửa chữa liên quan đến nhiều đơn hoặc nhiều đăng ký hoặc cả đơn và cả đăng ký. Yêu cầu phải xác định rõ ràng thực trạng thông tin liên quan mà cơ quan yêu cầu và những thay đổi hoặc sửa chữa được yêu cầu. Cơ quan có thể không yêu cầu thêm thông tin ngoài những gì được đề cập trong hiệp ước trừ khi có lý do nghi ngờ về tính chính xác của thông

tin nhận được, chẳng hạn như cơ quan nghi ngờ rằng thay đổi về tên và địa chỉ trong thực tế là thay đổi về quyền sở hữu. Đặc biệt, cơ quan không được phép yêu cầu cung cấp bất kỳ xác nhận nào liên quan tới việc thay đổi tên hoặc địa chỉ, liên quan tới bằng chứng chứng tỏ rằng chủ sở hữu mới thực hiện một hoạt động tương ứng với hàng hoá hoặc dịch vụ bị ảnh hưởng bởi việc thay đổi quyền sở hữu, hoặc chủ sở hữu đã chuyển nhượng hoạt động kinh doanh của mình cho chủ sở hữu mới.

Lỗi do cơ quan gây ra phải được sửa chữa đương nhiên hoặc theo yêu cầu.

Hiệu lực và gia hạn đăng ký:

Điều 13 của hiệp ước quy định một thời hiệu 10 năm đối với giai đoạn đầu tiên của đăng ký nhãn hiệu hàng hoá với khả năng gia hạn cho các giai đoạn 10 năm tiếp theo. Đối với việc gia hạn, quy định liệt kê các yêu cầu tối đa mà một cơ quan có thể áp dụng. Những quy định này tương đương với các quy định về việc nộp đơn. Đặc biệt, vì mục đích thực hiện gia hạn, cơ quan có thể không xét nghiệm đăng ký về nội dung hoặc yêu cầu một mẫu nhãn hiệu hoặc yêu cầu cung cấp các bằng chứng liên quan đến việc sử dụng nhãn hiệu.

Các quy định khác trong hiệp ước:

Trong trường hợp muốn từ chối yêu cầu ghi nhận việc thay đổi tên, địa chỉ hoặc quyền sở hữu hoặc yêu cầu sửa chữa lỗi hoặc gia hạn, theo Điều 14, cơ quan phải trao cho bên yêu cầu một cơ hội đưa ý kiến về ý định từ chối trong một thời hạn hợp lý.

Nhìn chung, trong trường hợp hiệp ước quy định các yêu cầu tối đa rằng một cơ quan có thể yêu cầu về đơn, đại diện, việc gia

hạn... thì cơ quan có quyền yêu cầu thêm thông tin nếu cơ quan có lý do nghi ngờ về tính xác thực của thông tin được nhận.

Hiệp ước cũng cho phép cơ quan yêu cầu rằng bất kỳ việc nộp đơn hoặc trao đổi được đăng ký phải được nộp bằng ngôn ngữ hoặc bằng một trong số các ngôn ngữ mà cơ quan công nhận.

Tuân thủ các công ước khác:

Hiệp ước Luật nhãn hiệu hàng hoá không quy định nghĩa vụ đối với một nước thành viên phải là thành viên của các công ước quốc tế khác. Tuy nhiên, tại Điều 15 quy định rằng các nước thành viên phải tuân thủ các quy định của Công ước Paris đề cập tới nhãn hiệu. Hiệp ước căn cứ theo Điều 3 về nộp đơn thì các nước thành viên phải bảo đảm rằng Bảng phân loại Nice được áp dụng cho việc phân nhóm tên của hàng hoá và dịch vụ trong đơn.

Quy chế và mẫu đơn quốc tế:

Các quy định của hiệp ước được bổ sung bằng quy chế. Quy chế này đưa ra các quy tắc liên quan tới những chi tiết hữu ích trong việc thực thi các quy định về những yêu cầu và thủ tục hành chính theo hiệp ước. Các quy tắc áp dụng cho những yêu cầu đối với đơn, đại diện, ngày nộp đơn, chữ ký, thời hiệu, việc gia hạn, cách thức chỉ dẫn tên và địa chỉ, việc xác định đơn mà không có số đơn. Ví dụ, các quy tắc quy định số lượng mẫu nhãn hiệu phải kèm theo đơn, thời hạn thanh toán phí và các thông tin khác cho cơ quan chẳng hạn như việc nộp giấy uỷ quyền, yêu cầu sửa chữa trong trường hợp không tuân thủ...

Quy chế cũng quy định tám Mẫu đơn quốc tế đề cập tới việc nộp đơn, yêu cầu gia hạn, ghi nhận thay đổi về tên, địa chỉ

và quyền sở hữu, sửa lỗi, chỉ định đại diện, giấy chứng nhận chuyển giao và tài liệu chuyển giao. Trong các trường hợp những thông tin này không được pháp luật quốc gia yêu cầu nhưng theo hiệp ước thì phải được thừa nhận, chẳng hạn đối với một đơn, cơ quan có thể chuẩn bị một “Mẫu đơn quốc tế riêng biệt”. Mẫu đơn này không được chứa thêm các yêu cầu bắt buộc hoặc trái với hiệp ước hoặc quy chế. Bằng việc sử dụng Mẫu đơn quốc tế hoặc Mẫu đơn quốc tế riêng biệt, người nộp đơn và các bên khác được bảo đảm rằng không có cơ quan nào của một nước thành viên có thể từ chối đơn hoặc từ chối yêu cầu trên cơ sở các mẫu.

Các quy định chuyển tiếp:

Các quy định chuyển tiếp của hiệp ước cho phép nước thành viên trì hoãn việc luật nhãn hiệu hàng hoá quốc gia của mình phải tuân theo hiệp ước muộn nhất vào ngày 28/10/2004, ví dụ, đối với hệ thống đơn nhiều nhóm, sự ngăn cấm các yêu cầu đối với việc xác nhận chữ ký của một đơn và giấy uỷ quyền, và đối với việc cung cấp một tuyên bố và/hoặc bằng chứng về việc sử dụng vào lúc gia hạn đăng ký nhãn hiệu hàng hoá, và đối với xét nghiệm nội dung vào thời điểm gia hạn.

III. TRÌNH TỰ, THỦ TỤC GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP THƯƠNG MẠI TRONG KHUÔN KHỔ WTO

1. Ý nghĩa của cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO

Hệ thống giải quyết tranh chấp đóng vai trò quan trọng trong việc làm rõ và thực thi các nghĩa vụ pháp lý của các quốc gia thành viên được quy định trong các hiệp định của WTO. Đây là một phần quan trọng trong thực tế vận hành của WTO.

Hệ thống giải quyết tranh chấp cũng có tính bắt buộc đối với tất cả các quốc gia thành viên của WTO và việc chấp nhận quyền tài phán của hệ thống giải quyết tranh chấp đã được hàm chứa khi thành viên đó gia nhập WTO.

Nhằm bảo đảm cho tất cả các nước thành viên dù lớn hay nhỏ, dù là nước phát triển hay đang phát triển cũng đều phải tuân thủ “luật chơi chung” của thương mại quốc tế, WTO đã đưa ra một cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả và công bằng. Cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO có tầm quan trọng sống còn đối với việc duy trì một hệ thống thương mại quốc tế mở cửa, bởi vì cơ chế đó không chỉ đơn thuần giải quyết êm thấm các tranh chấp mà nó còn là công cụ bảo đảm sự tin cậy về mặt pháp lý đối với các cam kết của các chính phủ và quan trọng hơn cả là đó là một vũ khí deterrent để răn đe những nước chủ trương chính sách ngoại giao thương mại dựa trên sức mạnh. Cơ quan giải quyết tranh chấp của WTO đã thực sự trở thành một trong những định chế có quyền lực nhất trên thế giới. Ngay cả các siêu cường như EU, Mỹ cũng phải chấp nhận đưa các tranh chấp của họ ra giải quyết trước WTO và chấp nhận thực hiện các quyết định của cơ quan giải quyết tranh chấp.

Cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO được xây dựng trên 4 nguyên tắc: công bằng, nhanh chóng, hiệu quả và chấp nhận được đối với các bên tranh chấp, phù hợp với mục tiêu bảo toàn các quyền và nghĩa vụ, phù hợp với các hiệp định thương mại có liên quan trên cơ sở tuân thủ các quy phạm của luật tập quán quốc tế về giải thích điều ước quốc tế. WTO khuyến khích các bên tranh chấp tự tham khảo ý kiến và dàn xếp với nhau trước khi bắt đầu và kể cả trong quá trình xét xử. Việc xét xử được tiến hành theo một lộ trình rõ ràng, gồm nhiều giai

đoạn với thời gian cụ thể: từ khi Cơ quan giải quyết tranh chấp (DSB) thụ lý vụ kiện đến khi ra phán quyết ban đầu là 12 tháng; phúc thẩm (nếu các bên kháng cáo) ba tháng. WTO quy định các phán quyết tự động có hiệu lực trừ khi bị tất cả các nước bác bỏ, do vậy không thành viên nào có thể cản trở việc thực hiện phán quyết.

2. Cơ quan giải quyết tranh chấp (DSB)

Khi có tranh chấp nảy sinh, nước khiếu nại cần nêu vấn đề với nước bị khiếu nại và đề nghị tham vấn để tìm ra cách giải quyết. Đề nghị tham vấn phải được thông báo cho Cơ quan giải quyết tranh chấp (DSB). DSB có quyền quyết định thành lập và thông qua báo cáo của nhóm chuyên gia và nhóm phúc thẩm, giám sát việc thực hiện các quyết định về giải quyết tranh chấp, cho phép tạm đình chỉ việc áp dụng các hiệp định thương mại với một nước thành viên, cho phép áp dụng các biện pháp trừng phạt. Nhóm các chuyên gia do DSB thành lập để giải quyết một vụ tranh chấp cụ thể, gồm từ 3-5 người. Họ được ưu tiên lựa chọn trong số những chuyên gia độc lập, không làm việc cho chính phủ, có uy tín quốc tế về chính sách hoặc luật thương mại quốc tế. Nhiệm vụ của nhóm là giúp cơ quan giải quyết tranh chấp của WTO làm sáng tỏ nội dung tranh chấp và khuyến nghị một giải pháp để các bên hữu quan giải quyết tranh chấp của họ phù hợp với các hiệp định thương mại có liên quan.

Trong vòng 10 ngày, cơ quan bị khiếu kiện phải trả lời đề nghị tham vấn và hai bên bắt đầu quá trình tham vấn trong khoảng thời gian không quá 30 ngày kể từ ngày bên khiếu kiện nhận được đề nghị tham vấn. Nếu bên bị kiện không đáp ứng được thời hạn trên hoặc kết thúc tham vấn, mà hai bên không

thoả thuận được, thì bên khiếu kiện có thể đề nghị DSB cho thành lập Ban Hội thẩm.

Ban Hội thẩm tiến hành các hoạt động xem xét, đánh giá, thẩm định một cách khách quan các tài liệu đệ trình, cũng như những trình bày của các bên tại các cuộc họp, đồng thời dự thảo Báo cáo mô tả để các bên đóng góp ý kiến. Báo cáo được tiếp tục hoàn chỉnh và các bên lại có cơ hội được đóng góp ý kiến trước khi Ban Hội thẩm đưa ra báo cáo cuối cùng gửi tới các bên và gửi DSB. Quá trình này diễn ra thông thường là 6 tháng kể từ ngày thành lập Ban Hội thẩm. DSB sẽ xem xét và thông qua báo cáo của Ban Hội thẩm sớm nhất vào ngày thứ 20 và muộn nhất là sau 60 ngày kể từ ngày báo cáo được gửi, trừ khi có một bên tranh chấp thông báo chính thức cho DSB về quyết định kháng cáo của mình. Trong trường hợp có kháng cáo, báo cáo của Ban Hội thẩm sẽ được DSB xem xét thông qua chỉ sau khi hoàn thành việc phúc thẩm kháng cáo.

Sau khi có kháng cáo, DSB sẽ giao cho Cơ quan phúc thẩm xem xét lại báo cáo của Ban Hội thẩm. Việc xem xét này được tiến hành trong 60 ngày, trường hợp đặc biệt cũng không được quá 90 ngày, sau đó Ban Hội thẩm phải đưa ra báo cáo của mình. Báo cáo của Cơ quan phúc thẩm có thể giữ nguyên, sửa đổi hoặc quy định ngược lại các ý kiến và kết luận của Ban Hội thẩm. Báo cáo của Cơ quan phúc thẩm được DSB xem xét thông qua trong vòng 30 ngày sau khi báo cáo được chuyển tới các thành viên.

Tại cuộc họp của DSB được tổ chức trong vòng 30 ngày sau ngày thông qua báo cáo của Ban Hội thẩm hoặc cơ quan phúc thẩm, bên có nghĩa vụ phải thông báo cho DSB về các dự định của mình đối với việc thực hiện các khuyến nghị và phán

quyết, việc thực thi có thể được quy định trong một khoảng thời gian hợp lý. Nếu việc thực hiện không đạt được sự tuân thủ hoàn toàn thì nước bị khiếu kiện có thể đề nghị bồi thường bằng một biện pháp khác.

Trường hợp các khuyến nghị và phán quyết không được thực hiện trong khoảng thời gian hợp lý, nước thắng kiện có quyền yêu cầu DSB cho phép tạm hoãn thi hành việc áp dụng đối với nước không thực hiện phán quyết những nhượng bộ hoặc nghĩa vụ khác tương ứng đối với nước vi phạm này (biện pháp trả đũa). Tuy nhiên, biện pháp trả đũa chỉ là tạm thời và chỉ được áp dụng cho tới khi bên thua kiện đã thực hiện những khuyến nghị hay phán quyết hoặc các bên đã thoả thuận được về một biện pháp giải quyết thoả đáng.

Trong quá trình giải quyết tranh chấp, bất cứ lúc nào, các bên cũng có thể sử dụng trung gian, hoà giải, môi giới để giải quyết tranh chấp.

Quyết định về giải quyết tranh chấp được DSB thông qua theo nguyên tắc đồng thuận tiêu cực có giá trị pháp lý và có tính cưỡng chế thi hành đối với các bên tranh chấp. WTO đề ra một cơ chế theo dõi và giám sát việc thực hiện quyết định. Trong vòng 30 ngày kể từ ngày thông qua báo cáo của nhóm chuyên gia, bên thua kiện phải thông báo cho DSB biết về những biện pháp mà nước này dự định áp dụng để thực hiện khuyến nghị của nhóm chuyên gia.

Ngoài cơ chế của DSB, các nước thành viên WTO còn có thể sử dụng những phương thức giải quyết tranh chấp khác trong Công pháp quốc tế như trọng tài liên quốc gia, trung gian và hoà giải. Điều 25 thảo thuận DSU quy định các nước thành viên có

thể giải quyết tranh chấp với nhau thông qua trọng tài đối với những tranh chấp nếu các nước này thoả thuận nhất trí sử dụng cơ chế này và chấp nhận tuân thủ quyết định của trọng tài.

Các nước cũng có thể sử dụng cơ chế trung gian hoặc hoà giải của một bên thứ ba. Riêng đối với những tranh chấp mà một bên là nước kém phát triển nhất thì Tổng giám đốc WTO có thể đứng ra làm trung gian hoặc hoà giải.

3. Những ưu điểm của hệ thống giải quyết tranh chấp của WTO

Bảo đảm các quyền và nghĩa vụ của các quốc gia thành viên theo Hiệp định WTO: Hệ thống giải quyết tranh chấp WTO là một hệ thống chặt chẽ và quan trọng đối với việc giải quyết mâu thuẫn trong thương mại quốc tế và làm dịu đi những bất bình đẳng giữa các quốc gia mạnh và yếu. Thay vì việc bên mạnh có đủ khả năng quyết định kết quả của các mối quan hệ, mâu thuẫn như trước kia, với hệ thống giải quyết tranh chấp WTO, các tranh chấp đã được giải quyết trên cơ sở các quy định pháp luật quốc tế. Nhờ cơ chế giải quyết tranh chấp này, các thành viên WTO có thể đảm bảo rằng, các quyền của mình theo Hiệp định WTO được thực hiện. Khi một thành viên có sự không tuân thủ theo Hiệp định WTO, hệ thống giải quyết tranh chấp sẽ đưa ra cách giải quyết bằng một quyết định độc lập buộc phải thi hành ngay và nếu thành viên thua kiện không chịu thi hành thì sẽ có thể bị trừng phạt thương mại.

4. Trình tự giải quyết tranh chấp trong WTO

WTO từ khi hình thành tới thời điểm hiện nay, tranh cãi và

ủng hộ xung quanh vấn đề tồn tại, phát triển của tổ chức này lúc nào cũng tồn tại song song đan xen với nhau. Tuy nhiên, dư luận chung hiện nay nhìn WTO với một màu sáng sủa, tất cả các nền kinh tế đều mong muốn tổ chức này sẽ chỉ đem lại những điều có lợi cho các nước trên thế giới.

Vấn đề giải quyết các tranh chấp trong WTO, không giống như vấn đề pháp luật của một quốc gia dân tộc nào, và chỉ có chuyện là các nước phải điều chỉnh khung pháp lý của mình để phù hợp với WTO chứ không có chuyện WTO điều chỉnh pháp lý để phù hợp với từng quốc gia dân tộc. WTO chỉ có hai chức năng chính là lập pháp và tư pháp, trong đó, chức năng lập pháp liên quan đến vai trò của cả Tổ chức như là một diễn đàn để đạt được các hiệp định thương mại; chức năng tư pháp được thể hiện ở hệ thống giải quyết tranh chấp.

Từ Hiệp định chung về thuế quan và thương mại - GATT tới Tổ chức thương mại thế giới - WTO, người ta đã thấy có ít nhất bốn thay đổi cơ bản trong các thủ tục về giải quyết tranh chấp. Thứ nhất, thay đổi quan trọng nhất là việc áp dụng hình thức “đồng phản đối” mà ở đây thực chất là những quyết định của Ban hội thẩm và Ủy ban kháng nghị được mặc nhiên chấp nhận, trừ khi có một sự đồng thuận trong Cơ quan giải quyết tranh chấp để lật lại các vấn đề đã quyết định. Tức là các quốc gia có kháng cáo thì Ủy ban kháng nghị sẽ có quyết định cuối cùng. Ví như việc Ủy ban kháng nghị đưa ra các quy định hoàn toàn độc lập với áp lực của các quốc gia và không thiên vị một quốc gia nào, các công ty và các chính phủ sẽ cân nhắc về “sự đánh giá” và “tiền lệ” của các trường hợp để quyết định có nên kiện ra WTO hay không. Kể từ khi chuyển các nguồn lực sang

cạnh tranh thị trường có thể mang lại những lợi nhuận cao hơn so với việc duy trì sự kiện tụng vô bổ. Đồng thời, các trường hợp nhờ đến WTO có khả năng cao nhưng không phải đều có 100% cơ hội chiến thắng mà luôn có sự rủi ro trong việc các quy tắc sẽ được vận dụng như thế nào.

Khuôn khổ của GATT trước đây, bên thất bại có thể dễ dàng cản trở phán quyết của Ủy ban hội thẩm hay yêu cầu trả đũa. Song hiện nay, phán quyết vi phạm hay yêu cầu trả đũa đều không dễ dàng bị ngăn cản. Vì vậy, phía bị đơn, một khi đã nhận được một bản tuyên án vi phạm, phải chấp nhận khả năng bị trả đũa đã được WTO cho phép. Tuy nhiên, khả năng trả đũa không phải lúc nào cũng là 100% bởi bên được phép trả đũa phải cân nhắc các yếu tố khác nhau khi quyết định trả đũa, ít nhất phải cân nhắc các ảnh hưởng đến kinh doanh của chính mình. Mối quan tâm rất thiết thực này cần được chú ý thậm chí là cả trong một hoàn cảnh phi thực tế. Một nền kinh tế lớn với một thị trường nhập khẩu phong phú có ý nghĩa quan trọng đối với phía bị đơn và Mỹ là một ví dụ, khi đe dọa trả đũa sẽ có tác dụng nhiều hơn so với một nền kinh tế nhỏ với những ngành nghề yếu kém phụ thuộc vào hàng nhập khẩu. Thứ hai là việc đẩy nhanh tiến độ trong khi các vụ kiện trong GATT có thể kéo dài mãi, thì đã có một lịch trình nghiêm ngặt cho các thủ tục tại WTO. Các công ty liên quan đến các cuộc tranh chấp đã hoan nghênh sự thay đổi này vì các trường hợp tranh chấp được giải quyết càng nhanh thì bên thắng cuộc càng đạt được nhiều lợi ích. Hơn nữa, các công ty bị vi phạm sẽ có động lực lớn hơn để giải quyết tranh chấp tại WTO. Trái lại, các công ty đang bào chữa cũng có động lực lớn hơn để thừa nhận sai phạm của mình. Tại thời kỳ của GATT, họ có thể dựa vào các thủ thuật trì

hoãn thời hạn, tuy nhiên tại thời kỳ của WTO, điều này trở nên khó hơn, cho dù vẫn được sử dụng. Thứ ba, sự bổ sung thủ tục kháng án. Việc kháng án là điều có lợi để bảo đảm uy tín của Chính phủ: nó có thể chỉ ra cho các công dân cử tri của Chính phủ đã tranh cãi một cách đích đáng. Bên cạnh đó, thủ tục kháng án thường được thực hiện rất thường xuyên.

Trong số 78 quyết định của ban Hội thẩm được đưa ra từ năm 1995 tới tháng 10, năm 2003, đã có 53 trường hợp (chiếm 68%) kháng án. Thứ tư là sự tham gia của các tổ chức phi chính phủ (NGO). Trong khi WTO là một cơ chế giải quyết tranh chấp liên quốc gia, bác bỏ sự tham gia của các thành phần phi chính phủ, thì WTO đã tiến hành các thủ tục trở nên minh bạch và dễ hiểu hơn.

Những thay đổi về cơ cấu tổ chức đã tạo ra một số thay đổi quan trọng các quy tắc chủ yếu trong giải quyết tranh chấp. Hơn nữa, trong vòng đàm phán Doha đang có sự bổ sung những vấn đề mới, như nông nghiệp, dịch vụ, các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại và quyền sở hữu trí tuệ mà cho đến nay, khoảng một phần ba các tranh chấp liên quan đến những vấn đề mới.

Sự đánh giá việc giải quyết tranh chấp của WTO dựa vào hai loại kết quả khả quan chủ yếu là: Các bên đã thực thi các quy định của WTO và các bên đã tự giải quyết các tranh chấp với nhau, với sự xét xử hoặc không cần sự xét xử của WTO. Việc đánh giá dựa vào thông báo của các bên gửi đến WTO. Trong trường hợp WTO không tìm thấy những sai sót của bên bị đơn và không đòi hỏi hành động nào của WTO thì có thể coi là một kết quả tranh chấp thành công, ít nhất là từ góc độ pháp luật.

Có hai loại vụ kiện đang trong quá trình xét xử bao gồm: Loại vụ kiện được gọi là: “đang diễn ra” là vẫn đang trong quá trình xét xử hoặc đã hoàn thành việc xét xử và vẫn đang trong giai đoạn thực thi. Loại vụ kiện đang trong quá trình xét xử bao gồm những vụ kiện mà trong đó việc tư vấn đã không mang lại thoả thuận cụ thể. Có thể một số trong những vụ kiện này đã được giải quyết thực sự, nhưng các bên đã không thông báo cho WTO. Ngoài ra có trường hợp có một vài vụ kiện mà kết quả cuối cùng không được biết đến.

Trên thực tế, việc giải quyết tranh chấp thương mại trong WTO được tiến hành qua một Cơ quan chuyên giải quyết các tranh chấp là Đại hội đồng nhóm họp, thành phần gồm tất cả các thành viên của tổ chức WTO. Đây là cơ quan duy nhất có thẩm quyền lập ra các “Nhóm chuyên gia” khác nhau để thông qua hay bác bỏ các kết luận điều tra của các nhóm chuyên gia và kết quả các quá trình xét xử phúc thẩm. Cơ quan này giám sát việc thực hiện các quyết định, khuyến nghị và có quyền cho phép thông qua các biện pháp trả đũa nếu một nước không tuân thủ các quyết định do hội đồng này đưa ra. Trình tự giải quyết các tranh chấp trong WTO được tiến hành qua các giai đoạn sau đây.

Giai đoạn thứ nhất là thời gian dành để tham vấn, kéo dài trong khoảng thời gian 60 ngày. Trước khi áp dụng các biện pháp khác, các bên liên quan đến vụ tranh chấp phải tiến hành khảo sát, nghiên cứu, tìm hiểu các vấn đề cũng như thoả thuận với nhau để biết được liệu họ có thể hoà giải hay không. Nếu các cuộc tham vấn này không đi đến kết quả nhất định thì các bên có thể yêu cầu lãnh đạo WTO, kể cả Tổng giám đốc WTO hoà giải hoặc bằng các cách thức khác mà hai bên có thể chấp nhận được.

Giai đoạn thứ hai, cơ quan giải quyết tranh chấp trong thời gian tiến hành giải quyết các công việc liên quan có thể thành lập Nhóm chuyên gia và họ có 6 tháng để hoàn thành công việc của mình. Nếu các tham vấn, điều tra không có kết quả hoặc kết quả vẫn chưa đạt được sự đồng thuận thì nước đi kiện có thể yêu cầu lập ra một Nhóm chuyên gia khác với mong muốn sẽ có kết quả tốt hơn.

“Nhóm chuyên gia” không phải ai xa lạ mà thực chất là một nhóm có nhiệm vụ giúp đỡ Cơ quan giải quyết tranh chấp đưa ra những quyết định hoặc khuyến nghị. Các nhận xét của Nhóm này dựa trên các hiệp định được viện dẫn và báo cáo cuối cùng của nhóm chuyên gia về nguyên tắc sẽ được thông báo tới các bên liên quan đến tranh chấp trong thời gian 6 tháng. Trong trường hợp khẩn cấp, liên quan đến các trường hợp đặc biệt nào đó hay những vấn đề liên quan đến các vật phẩm dễ hỏng thì thời hạn có thể sẽ được giảm xuống còn ba tháng.

Thời gian để giải quyết một vụ kiện, theo WTO thì các thời gian sẽ phù hợp với thời gian tương đối dự kiến cho mỗi giai đoạn của quá trình giải quyết tranh chấp và có thể “mềm dẻo” trong vấn đề này. Ngoài ra, các nước có thể tự mình giải quyết tranh chấp tại bất cứ thời điểm nào hoặc tất cả các mốc thời gian dự kiến thực chất chỉ là tương đối.

Cụ thể hiện WTO quy định có 60 ngày để dành cho tham vấn, hoà giải, 45 ngày tiến hành thành lập nhóm chuyên gia và chỉ định các thành viên của nhóm, 6 tháng giành cho trình bày báo cáo cuối cùng của nhóm chuyên gia cho các bên liên quan, 3 tuần giành cho trình bày báo cáo cuối cùng của nhóm

chuyên gia cho các thành viên WTO, 60 ngày để Cơ quan giải quyết tranh chấp thông qua báo cáo. Tổng số thời gian sẽ là 1 năm (nếu bản báo cáo không bị kháng cáo). Đồng thời cũng có 60-90 ngày trình bày báo cáo phúc thẩm và 30 ngày để Cơ quan giải quyết tranh chấp thông qua báo cáo phúc thẩm. Tổng số thời gian: 1 năm 3 tháng (nếu bản báo cáo bị kháng cáo)

Lịch trình công tác của Nhóm chuyên gia sẽ có các giai đoạn chính:

Trước cuộc họp đầu tiên mỗi bên liên quan tới tranh chấp trình bày các lý lẽ của mình bằng văn bản cho Nhóm chuyên gia. Đến cuộc họp đầu tiên các lập luận của bên khiếu kiện và bên bị kiện: Một hay nhiều nước khiếu kiện, nước bị kiện và những nước tuyên bố có lợi ích trong vụ tranh chấp, trình bày lý lẽ của mình tại cuộc họp đầu tiên của Nhóm chuyên gia.

Các phản bác của các nước liên quan trình bày bằng văn bản và các lập luận miệng tại cuộc họp thứ hai của nhóm chuyên gia. Các chuyên gia, nếu một bên có những câu hỏi liên quan đến khía cạnh khoa học hoặc kỹ thuật, Nhóm chuyên gia có thể tham khảo ý kiến của các chuyên gia hoặc chỉ định một nhóm chuyên gia chịu trách nhiệm soạn thảo báo cáo tham khảo.

Dự thảo báo cáo: Nhóm công tác trao cho hai bên liên quan phần mô tả dự thảo báo cáo (thực trạng, lập luận) và cho các bên thời hạn hai tuần để trình bày nhận xét của mình (bản dự thảo báo cáo này không có phần nhận xét và kết luận)

Báo cáo giữa kỳ: tiếp theo nhóm chuyên gia sẽ gửi báo cáo giữa kỳ bao gồm phần nhận xét và kết luận cho hai bên liên quan và họ có thời hạn một tuần để đề nghị xem xét lại bản báo cáo.

Xem xét lại bản báo cáo: giai đoạn xem xét lại bản báo cáo

không được vượt quá thời hạn hai tuần và trong giai đoạn này, nhóm chuyên gia có thể tổ chức các cuộc họp khác với các bên liên quan đến vụ kiện.

Báo cáo cuối cùng: Bản báo cáo này được chuyển tới hai bên liên quan và ba tuần sau được phát cho tất cả các thành viên của WTO. Nếu nhóm chuyên gia kết luận rằng biện pháp thương mại bị kiện trên thực tế vi phạm một hiệp định của WTO hoặc vi phạm một nghĩa vụ trong khuôn khổ WTO thì Nhóm sẽ khuyến nghị biện pháp đó phải được điều chỉnh cho phù hợp với các quy định của WTO.

Báo cáo trở thành quyết định: 60 ngày sau, bản báo cáo trở thành một quyết định hoặc một khuyến nghị của Cơ quan giải quyết tranh chấp, trừ trường hợp có sự nhất trí bác bỏ báo cáo này. Hai bên tranh chấp có thể yêu cầu kháng cáo đối với bản báo cáo (yêu cầu này có thể do bên khởi kiện hoặc bên bị kiện đưa ra).

Trường hợp xét xử phúc thẩm: Mỗi bên tranh chấp có thể yêu cầu phúc thẩm lại quyết định của nhóm chuyên gia. Trên thực tế, có thể do bên khởi kiện hoặc bên bị kiện đưa ra yêu cầu song yêu cầu phúc thẩm đó phải dựa trên những khía cạnh pháp luật. Mỗi yêu cầu phúc thẩm do ba trong số bảy thành viên của Cơ quan phúc thẩm thường trực giải quyết. Cơ quan này được Cơ quan giải quyết tranh chấp lập ra và phản ánh tính đại diện trong thành phần của WTO. Các thành viên của Cơ quan phúc thẩm được bổ nhiệm trong thời gian bốn năm trong đó sẽ có những chuyên gia được thừa nhận giỏi về luật và thương mại quốc tế và không có bất kỳ mối liên hệ nào với các quốc gia thành viên. Xét xử phúc thẩm có thể đi tới việc tái khẳng định, thay đổi hoặc bác bỏ các nhận xét và kết luận

pháp lý của Nhóm chuyên gia. Về nguyên tắc, thời hạn của thủ tục giải quyết không được vượt quá 60 ngày và không trường hợp nào được vượt quá 90 ngày. Cơ quan giải quyết tranh chấp phải chấp nhận hoặc bác bỏ bản báo cáo của cơ quan phúc thẩm trong thời gian 30 ngày, việc bác bỏ chỉ có thể thực hiện nếu tất cả các thành viên đều nhất trí.

IV. GIỚI THIỆU NHỮNG NÉT CHÍNH VỀ MỘT SỐ THÀNH VIÊN G7

1. Mỹ

Giới thiệu chung

Hợp chúng quốc Hoa Kỳ, thường gọi là Hoa Kỳ hoặc nước Mỹ, là một nước cộng hòa liên bang, phần lớn nằm tại Bắc Mỹ nhưng cũng có nhiều đảo rải rác khắp Thái Bình Dương. Hoa Kỳ trải dài từ bờ biển Đại Tây Dương đến Thái Bình Dương, có cùng ranh giới với Canada về phía bắc và Mexico về phía nam, cách với Nga về phía tây qua eo biển Bering. Liên bang Hoa Kỳ bao gồm 50 bang hay tiểu bang, mỗi bang có một mức tự trị địa phương, và một số địa hạt, lãnh thổ, thuộc địa vòng quanh địa cầu.

Hoa Kỳ được thành lập khi 13 thuộc địa cũ của đế quốc Anh tại Bắc Mỹ tuyên ngôn vào năm 1776 rằng họ là những bang tự do và độc lập. Từ giữa thế kỷ 20, nước này đã vượt xa tất cả các quốc gia khác về lĩnh vực kinh tế, chính trị, quân sự và ảnh hưởng văn hóa.

Hoa Kỳ được thành lập theo truyền thống chính phủ dân cử kiểu dân chủ đại nghị. Từ đó nhiều quốc gia, phần nhiều ở

Trung Mỹ và Nam Mỹ, đã chịu ảnh hưởng của hệ thống này (có tổng thống và quốc hội).

Chính trị

Hoa Kỳ gồm có 50 bang với quyền tự trị hữu hạn (luật liên bang có địa vị cao hơn luật tiểu bang). Nói chung, các việc nội bộ của một tiểu bang là trách nhiệm của riêng tiểu bang đó. Các việc đó gồm có việc liên lạc nội bộ; luật liên quan đến tài sản, công nghiệp, thương mại, và các ngành phục vụ công cộng; luật hình sự tiểu bang; và tình trạng việc làm trong tiểu bang. Thủ đô Washington D.C. là một đơn vị hành chính đặc biệt, gọi là Đặc khu Columbia, dưới quyền của Quốc hội Hoa Kỳ, nhưng cũng có một ít quyền tự trị.

Các hiến pháp tiểu bang có một số điểm khác nhau, nhưng nói chung theo các nguyên tắc của hiến pháp liên bang, thường bao gồm một câu tuyên bố các quyền của người dân và kế hoạch tổ chức chính phủ. Trong các vấn đề như việc điều hành thương mại, ngân hàng, dịch vụ công cộng và tổ chức từ thiện, các hiến pháp tiểu bang thường cụ thể hơn hiến pháp liên bang. Trong các năm gần đây, chính quyền liên bang đã nắm lấy nhiều trách nhiệm hơn trong các lãnh vực như y tế, giáo dục, phúc lợi, giao thông và nhà cửa.

Tổng thống đương nhiệm George W. Bush Chính quyền liên bang theo thể thức tam quyền phân lập gồm có ba bộ máy: bộ máy hành pháp (do Tổng thống đứng đầu), bộ máy lập pháp (Quốc hội) và bộ máy tư pháp (do Tòa án Tối cao đứng đầu). Tổng thống được bầu theo số phiếu đại cử tri cho mỗi nhiệm kỳ bốn năm. Số lượng phiếu đại cử tri được phân bổ theo dân số từng bang cùng với đặc khu Columbia. ứng viên tổng thống

nào chiếm đa số phiếu bầu trong tổng số phiếu bầu của các cử tri trong bang sẽ giành được toàn bộ số phiếu đại cử tri của bang đó. Các nhà lập pháp (nghị sĩ) được các cử tri trong 50 tiểu bang bầu ra. Quốc hội Mỹ gồm hai viện là Thượng nghị viện và Hạ nghị viện. Các nghị sĩ tương ứng của hai viện này là Thượng nghị sĩ và Hạ nghị sĩ (cũng gọi là dân biểu). Trong Hạ nghị viện, các thành viên được bầu cho mỗi nhiệm kỳ hai năm; trong Thượng nghị viện, các thành viên được bầu cho mỗi nhiệm kỳ sáu năm. Các thẩm phán trong Tòa án Tối cao được tổng thống bổ nhiệm suốt đời với sự chấp thuận của Thượng nghị viện. Mô hình tam quyền phân lập này cũng được lặp lại trong phần lớn các chính quyền tiểu bang. Chính quyền địa phương thì có nhiều hình thức khác nhau.

Kinh tế

Kinh tế Hoa Kỳ phần lớn được tổ chức theo kiểu tư bản, với quy định chính phủ trong một số ngành công nghiệp. Đồng thời cũng có một số chương trình trợ cấp xã hội như chương trình An sinh xã hội, trợ cấp thất nghiệp, trợ cấp người nghèo, y tế cho người già và tàn tật (Medicare), và y tế cho người nghèo (Medicaid). Sự chênh lệch từ kinh tế thị trường tự do đã tăng lên từ cuối thế kỷ 19, nhưng ít rõ rệt hơn tại Hoa Kỳ so với các nước công nghiệp khác. Một vài quốc gia ràng buộc đơn vị tiền tệ vào đồng đô-la Mỹ, như là Trung Quốc, hoặc dùng nó làm đơn vị tiền tệ chính thức, như Ecuador, nhưng việc này đã giảm đi trong các năm gần đây.

Nước Mỹ có nhiều tài nguyên khoáng sản, trong đó có nhiều mỏ vàng, dầu, than đá, và uranium. Ngành nông nghiệp thành công đưa nước này thành đứng đầu trong việc sản xuất bắp, lúa mì, đường và thuốc lá. Ngành công nghiệp chế tạo

gồm có sản xuất ô tô, máy bay, đồ dùng điện tử và nhiều thứ khác. Ngành công nghiệp lớn nhất nay là dịch vụ; khoảng ba phần tư người Hoa Kỳ làm việc trong ngành này.

Nước mậu dịch lớn nhất với nước này là Canada, nước láng giềng ở phía bắc. Các nước mậu dịch quan trọng khác là Mexico, Liên minh châu Âu và các nước công nghiệp ở châu Á như Nhật Bản, ấn Độ và Hàn Quốc. Mậu dịch với Trung Quốc cũng đáng kể.

Quan hệ Việt - Mỹ

Việt Nam coi trọng việc phát triển quan hệ hợp tác hữu nghị với Mỹ. Những kết quả đạt được trong thời gian qua cho thấy bất cứ sự cải thiện nào trong mối quan hệ giữa hai nước đều vì lợi ích của hai dân tộc và góp phần vào hòa bình và hợp tác ở châu Á.

Việt Nam và Mỹ thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 12-7-1995 và cùng trao đổi đại sứ tháng 5-1997, mở ra một chương mới trong quan hệ giữa hai nước, góp phần vào hòa bình, ổn định và thịnh vượng ở Đông Nam Á và khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Trong những năm qua, quan hệ Việt - Mỹ đã có những tiến triển đáng chú ý, đặc biệt là việc thiết lập quan hệ ngoại giao năm 1995 và việc ký kết Hiệp định Thương mại Song phương vào tháng 7-2000.

2. Canada

Giới thiệu chung

Canada có diện tích lớn thứ hai trên thế giới (sau Liên bang Nga), nằm ở lục địa Bắc Mỹ, phía Nam giáp Hoa Kỳ, phía Bắc

giáp Alaska (Hoa Kỳ) và Bắc Cực, phía Đông giáp Đại tây Dương, phía Tây giáp Thái Bình Dương. Canada có khí hậu ôn đới, chia thành hai mùa chính: mùa đông kéo dài, tuyết băng phủ kín; mùa hè mát, ẩm. Về dân tộc, Canada là nước đa sắc tộc, trong đó 28% là người gốc Anh, 23% người gốc Pháp, 15% người gốc các nước châu Âu khác, 26% người lai, 2% người bản xứ, 6% người gốc các nước khác trong đó chủ yếu là châu á. Tôn giáo: Cơ đốc giáo 46%, Tin lành 36%, các tôn giáo khác 18%. Ngôn ngữ chính thức là tiếng Anh và tiếng Pháp.

Canada giành độc lập ngày 1/7/1867 từ đế quốc Anh và ngày 1/7 hàng năm là ngày Quốc khánh. Canada theo chế độ quân chủ lập hiến: Người đứng đầu Nhà nước là Nữ hoàng được đại diện bởi một vị Toàn quyền người Canada (do Thủ tướng Canada đề nghị và được Nữ hoàng chấp thuận); Thủ tướng và nội các do đảng nắm đa số hoặc liên minh đa số ghế tại Hạ viện cử ra. Quốc hội gồm Thượng viện và Hạ viện. Thượng nghị sĩ do Toàn quyền cử theo khuyến nghị của Thủ tướng, làm việc đến 75 tuổi. Hạ nghị sĩ được dân bầu trực tiếp, nhiệm kỳ 5 năm.

Canada giàu tài nguyên, khoáng sản: quặng sắt, niken, kẽm, đồng, vàng, chì, potat, bạc, dầu mỏ, than, thủy lực, thủy sản... Canada là một trong những nền kinh tế lớn trên thế giới. Các ngành công nghiệp chính gồm: khai mỏ, chế biến gỗ, giấy, thực phẩm, thiết bị vận tải, hoá chất, dầu khí, điện năng, công nghệ viễn thông, sinh học và dược phẩm... Sản phẩm nông nghiệp gồm: lúa mì, hạt có dầu, hoa quả, thịt gia súc, đồ uống, rượu... Bạn hàng chính: Mỹ, Nhật, Anh, Liên minh Châu Âu.

Canada là thành viên Liên Hợp quốc, Khối Liên hiệp Anh, Francophonie, WTO, IMF, WB, OECD, NATO, NAFTA,

APEC, ACCT, AFDB, FAO, G-8, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCs, IHO, ILO, IMO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, MINURCA, MIPONUH, MONUC, NEA, NSG, OAS, OPCW, OSCE, PCA, UNAMSIL, UNCTAD, UNDOF, UNESCO, UNFICYP, UNHCR, UNMEE, UNMIBH, UNMIK, UNMOP, UNMOVIC, UNTSO, UNU, UPU, WCL, WFTU, WHO, WIPO, WMO, ZC; bên đối thoại ARF; khách mời của NAM ...

Box:

- Dân số: 32,3 triệu người (năm 2005)
- Thủ đô: Ốttaoa (Ottawa)
- Diện tích: 9.970.610 km²; gồm 10 tỉnh và 3 vùng lãnh thổ.
- Tốc độ tăng trưởng kinh tế: 1,9% (năm 2003), 2,8% (năm 2004) và 2,9% (năm 2005).
- GDP: 1.216,2 tỷ CAD (năm 2003), 1.290,2 tỷ CAD (năm 2004) và 1.369,1 tỷ CAD (năm 2005)
- Tỷ lệ lạm phát: 2,8% (năm 2003), 1,9% (năm 2004) và 2,2% (năm 2005).
- Tỷ lệ thất nghiệp: 6,5% (tháng 7/2006).
- Nợ nước ngoài: 170,4 tỷ CAD (9/ 2005).
- Xuất khẩu: 453,5 tỷ CAD, nhập khẩu 386,9 tỷ CAD (năm 2005).
- Đơn vị tiền tệ: Đồng đôla Canada (CAD). Tỷ giá ngoại tệ: 1 CAD = 0,88 USD = 14.406 đồng Việt Nam (8/2006).

Quan hệ với Việt Nam

- Ngày thiết lập quan hệ ngoại giao: 21/8/1973

- Các điều ước kinh tế - thương mại: Hiệp định hợp tác kinh tế và kỹ thuật giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Quebec (16/1/1992), Hiệp định chung về hợp tác phát triển giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada (21/6/1994), Hiệp định về hợp tác kinh tế giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada (21/6/1994), Bản ghi nhớ giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada về một số sản phẩm dệt (16/11/1994), Tuyên bố thỏa thuận về hợp tác phát triển giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada (16/11/1994), Hiệp định giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada về thương mại và mậu dịch (13/11/1995), Hiệp định giữa Chính phủ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Canada về tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa việc trốn thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập (14/11/1997), Bản ghi nhớ Việt Nam - Canada về dự án dịch vụ và phát triển hạ tầng (7/3/2000), Bản ghi nhớ Việt Nam - Canada về dự án hỗ trợ chính sách giai đoạn II (25/7/2001), Hiệp định Việt Nam - Canada về vận tải hàng không (28/9/2004), Hiệp định hợp tác về con nuôi (27/6/2005).

- Kim ngạch buôn bán với Việt Nam: 192 triệu USD (năm 2001), 230 triệu USD (năm 2002), 315 triệu USD (năm 2003), 429,7 triệu USD (năm 2004) và 600 triệu USD (năm 2005).

- Việt Nam xuất sang Canada chủ yếu là hàng dệt may, đồ da, giấy dép, xe đạp, nông - hải sản và thủ công mỹ nghệ.

- Việt Nam nhập từ Canada hàng tân dược, thiết bị bưu điện- viễn thông, chất dẻo, bột giấy, phân bón, máy móc...

- ODA của Canada dành cho Việt Nam: 18 triệu USD (năm

2003), 24 triệu USD (2004), 26 triệu USD (2005) và 33 triệu USD (2006).

- FDI của Canada đầu tư vào Việt Nam: Tính đến hết tháng 6/2006 có 52 dự án với tổng số vốn là 253 triệu USD, đứng hàng thứ 20/74 nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam.

- Một số công ty chính của Canada làm ăn với Việt Nam: Tiberon Minerals, Manulife, Telesat of Ottawa, GE Canada và GE Systems, International Engineering, Danon Foods Co. Ltd., Group Coaticook Veterinary Clinic/ADAX...

Tuyên bố chung Việt Nam - Canada

Ngày 27/6/2006, Thủ tướng Phan Văn Khải đã hội đàm với Thủ tướng Canada Paul Martin. Sau cuộc hội đàm, hai bên đã ra Tuyên bố chung. Toàn văn Tuyên bố chung như sau:

Ngày 27/6/2006, Thủ tướng Phan Văn Khải đang ở thăm chính thức Canada lần đầu tiên trên cương vị người đứng đầu Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam đã hội đàm với Thủ tướng Canada Paul Martin. Hai Thủ tướng đã trao đổi về tình hình mỗi nước gần đây, quan hệ song phương và các vấn đề cùng quan tâm.

Hai Thủ tướng vui mừng nhận thấy sự phát triển liên tục của quan hệ giữa Việt Nam và Canada trong hơn 3 thập kỷ qua. Hai nhà lãnh đạo khẳng định cam kết tăng cường hợp tác song phương trong khuôn khổ đối tác toàn diện, ổn định và lâu dài. Theo đó, hai nhà lãnh đạo bày tỏ ủng hộ tăng cường các quan hệ chính phủ, thương mại và tổ chức quần chúng.

Thủ tướng Paul Martin hoan nghênh đà phát triển tích cực của các cải cách kinh tế, luật pháp và tư pháp cũng như các thành tựu to lớn của công cuộc xóa đói giảm nghèo ở Việt

Nam và ghi nhận đóng góp của Canada đối với quá trình này thông qua dự án Phát triển cơ sở và Giáo dục pháp luật được công bố tháng 11/2004. Hai nhà lãnh đạo ghi nhận tầm quan trọng của viện trợ phát triển chính thức (ODA) đối với mối quan hệ song phương.

Thủ tướng Paul Martin nhấn mạnh Việt Nam là một trong 25 đối tác phát triển chính sẽ tiếp tục được Canada tập trung viện trợ theo Tuyên bố chính sách quốc tế mới của Canada. Thủ tướng Paul Martin cam kết tiếp tục hỗ trợ Việt Nam trong các lĩnh vực quan trọng về quản lý, phát triển nông thôn và giáo dục cơ sở cũng như đối phó với những thách thức mang tính khu vực trong các vấn đề y tế xuyên quốc gia.

Hai Thủ tướng đã chứng kiến lễ ký kết hai Bản ghi nhớ giữa Chính phủ Việt Nam và Cơ quan Phát triển quốc tế Canada về cải cách ngân hàng và về kiểm tra và nâng cao chất lượng nông sản - thực phẩm.

Hai Thủ tướng cũng thảo luận về quan hệ đầu tư và thương mại đang gia tăng giữa Việt Nam và Canada, nhất trí cho rằng mối quan hệ thương mại mở rộng và cân bằng hơn sẽ có lợi cho cả hai nước. Hai Thủ tướng vui mừng ghi nhận sự kết thúc thỏa đáng các đàm phán song phương về việc Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Hai nhà lãnh đạo cũng hoan nghênh một thỏa thuận về việc Việt Nam mở cửa lại biên giới cho thịt bò Canada và tiếp tục thảo luận về tiếp cận thị trường cho gia súc sống của Canada.

Hai Thủ tướng nhất trí tăng cường hơn nữa quan hệ quân chúng nhân dân thông qua các biện pháp như thỏa thuận mới ký kết gần đây cho phép nối lại việc nhận con nuôi giữa hai nước.

Hai Thủ tướng bày tỏ ủng hộ việc tiếp tục đối thoại thẳng thắn và xây dựng về các vấn đề nhạy cảm và quan trọng như nhân quyền, dân chủ, tự do tôn giáo và cải thiện tình hình các sắc tộc thiểu số.

Thủ tướng Phan Văn Khải cảm ơn Chính phủ và nhân dân Canada đã giúp đỡ những người nhập cư Việt Nam hội nhập vào xã hội Canada trong khi vẫn duy trì bản sắc văn hóa của mình. Thủ tướng Phan Văn Khải nhấn mạnh điều đó góp phần nâng cao sức mạnh và tiếng nói của cộng đồng gần 250.000 người Canada gốc Việt Nam. Hai Thủ tướng hài lòng về đóng góp của cộng đồng người Việt Nam ở Canada đối với việc thúc đẩy quan hệ hữu nghị và hợp tác giữa hai nước.

Hai nhà lãnh đạo ghi nhận sự hợp tác mang tính xây dựng giữa hai nước tại các diễn đàn quốc tế như Liên Hợp Quốc, Cộng đồng Pháp ngữ, ASEAN và APEC mà Việt Nam sẽ đăng cai Hội nghị cấp cao vào năm 2006. Thủ tướng Paul Martin cũng khẳng định lại mong muốn của Canada được làm việc chặt chẽ với Việt Nam trên cương vị nước điều phối viên ASEAN sắp tới.

Hai nhà lãnh đạo cũng thảo luận vấn đề đánh bắt cá quá mức trên thế giới và những tác động đối với phát triển bền vững.

Thủ tướng Paul Martin hân hạnh nhận lời mời thăm Việt Nam của Thủ tướng Phan Văn Khải và nhấn mạnh mong muốn được tham dự Hội nghị APEC 2006 ở Hà Nội.

Canada đánh giá cao thành tựu kinh tế của Việt Nam

Tại buổi tiếp Đại sứ Việt Nam Nguyễn Đức Hùng đến trình thư ủy nhiệm ở thủ đô Ottawa hôm 26/9/2006, Toàn quyền

Canada, bà Michelle Jean, đánh giá cao những thành tựu to lớn của Việt Nam trong phát triển kinh tế thời gian qua và nhấn mạnh hai nước có nhiều tiềm năng to lớn để mở rộng quan hệ hợp tác.

Toàn quyền Michelle Jean thông báo về việc Thủ tướng Canada Stephen Harper sẽ tham dự Hội nghị cấp cao Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), diễn ra vào tháng 11 tới tại Hà Nội và chúc Việt Nam tổ chức thành công hội nghị này.

Trước đó, ngày 12/1/2006, ông Lely Olbert, Bộ trưởng Hạ tầng và giao thông tỉnh Alberta của Canada, bày tỏ sự quan tâm đến lĩnh vực lao động và dạy nghề của Việt Nam và cho rằng Việt Nam có thể là một đối tác tiềm năng trong lĩnh vực này.

Tại buổi làm việc với Phó Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng ở Hà Nội, Bộ trưởng Olbert cho biết, hiện tỉnh Alberta đang gặp khó khăn về lao động cho các dự án đang triển khai và có nhu cầu rất lớn về lao động.

Phó Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng khẳng định, Việt Nam sẵn sàng đáp ứng yêu cầu về lao động của tỉnh Alberta và mong muốn hợp tác trong khâu dạy nghề, dạy ngoại ngữ trước khi đưa lao động sang làm việc.

Trước mắt, Phó Thủ tướng đề nghị hai bên xúc tiến hợp tác ở cấp doanh nghiệp và xây dựng chương trình hợp tác lâu dài, hiệu quả, bền vững.

Phó Thủ tướng cho biết mỗi năm Việt Nam giải quyết việc làm cho khoảng 1,5 triệu người nhưng vẫn thừa lao động. Theo Phó Thủ tướng, xuất khẩu lao động đang được coi là giải pháp hiệu quả để giải quyết vấn đề này.

Trong một lĩnh vực khác, Canada mong muốn hợp tác với Việt Nam loại bỏ bom mìn. Trong chuyến thăm của lực lượng vũ trang Canada tới Việt Nam do tướng Maurice Baril, nguyên Tổng Tham mưu trưởng các lực lượng vũ trang Canada và Cố vấn đặc biệt cho Đại sứ Canada về mìn sát thương tại Liên Hợp Quốc, đã dẫn đầu một phái đoàn Canada sang thăm Việt Nam từ ngày 12 tới 16/11/2005. Mục đích chuyến thăm Việt Nam lần này là Canada muốn thảo luận việc hỗ trợ Việt Nam trong việc rà phá bom mìn còn sót lại sau chiến tranh cũng như những hỗ trợ mà Việt Nam có thể nhận được sau khi tham gia vào Hiệp ước Ottawa.

Ông Maurice Baril cho biết mặc dù hoà bình đã được lập lại ở Việt Nam 30 năm qua, nhưng mìn sát thương và các loại vật liệu nổ khác vẫn còn sót lại ở nhiều nơi và nó đã giết hại nhiều người dân vô tội. Ông cho biết, trong chuyến thăm lần này, ông đã gặp gỡ và trao đổi với đại diện của Bộ Ngoại giao, Bộ Quốc phòng, Uỷ ban Đối ngoại của Quốc hội, Bộ Lao động và Thương binh Xã hội, ...nhằm thúc đẩy đối thoại về Công ước Cấm sản xuất, sử dụng, tàng trữ và chuyển giao mìn sát thương, và việc phá huỷ những loại mìn này, gọi tắt là Công ước Ottawa.

Ông Maurice nói Việt Nam đã khẳng định lập trường không sản xuất, sử dụng hay phát tán bất cứ loại mìn sát thương nào, và điều đó là phù hợp với tinh thần của Hiệp ước Ottawa. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn bảo lưu quyền sử dụng mìn nếu an ninh của đất nước bị đe dọa.

Theo ông Maurice, Canada đã trợ giúp cho một dự án kéo dài 5 năm của UNICEF nhằm giáo dục về hiểm hoạ của mìn sát thương, và Việt Nam cũng là nước nằm trong dự án. Ông nhấn mạnh nhiều nước và các tổ chức phi chính phủ trên thế

giới đã cung cấp các nguồn tài chính để hỗ trợ các thành viên Hiệp ước Ottawa, kể cả việc rà phá bom mìn. Tuy nhiên, nhiều nước còn ngần ngại khi hỗ trợ các nước nằm ngoài hiệp ước này vì họ không muốn mìn sát thương lại được sử dụng.

Chính phủ Canada đã thành lập Quỹ mìn sát thương để hỗ trợ các thành viên của Hiệp ước Ottawa trong việc thực hiện mục tiêu của họ, ông nói, Việt Nam tin tưởng vào mục tiêu nhân đạo của Hiệp ước Ottawa và sẽ gia nhập hiệp ước này trong tương lai.

Năm 1997, 122 nước đã ký vào Hiệp ước Ottawa tại Canada, và cho tới nay hiệp ước này đã thu hút được 147 thành viên. Theo ông Maurice, Hiệp ước Ottawa là một hiệp ước nhân đạo, một hiệp ước giải trừ quân bị dựa trên tính nhân đạo và nhằm loại bỏ mìn sát thương trên thế giới.

3. Anh

Kinh tế

Trong thế kỷ 19, nước Anh đã có một nền kinh tế dẫn đầu thế giới: Nền ngoại thương phát đạt, mức sống của người dân tăng trưởng đều đặn, và người Anh đã đi tiên phong trong đổi mới về công nghiệp. Với sự tăng trưởng của các nền kinh tế của những quốc gia khác trong thế kỷ 20, nền kinh tế của Anh vẫn còn tương đối mạnh. Kinh tế của đất nước này vẫn tiếp tục tăng trưởng, và Anh Quốc vẫn là một quốc gia sản xuất chính về mặt hàng công nghiệp và cung ứng các loại dịch vụ, đồng thời cũng là một trung tâm về mậu dịch và tài chính thế giới. Trong thế kỷ 20, tổng sản lượng nội địa tính theo đầu người đã tăng gấp ba lần, một thành tựu đáng kể với diện tích nhỏ bé so với diện tích và nguồn tài nguyên thiên nhiên hạn chế của đất nước này. Kỹ năng và sự đào tạo của công nhân, người quản lý

và các nhà doanh nghiệp đã giúp cho nền kinh tế Anh phát triển tốt và phục vụ thỏa đáng cho người dân trong nước.

Mặc dù nền kinh tế nước Anh khá mạnh trong thế kỷ 20, nước này vẫn phải đương đầu với một số vấn đề dai dẳng. Mức cân đối trong mậu dịch là một phần trong vấn đề đó. Anh Quốc đã phải nhập khẩu trên một phần mười lượng thực phẩm và nhiều nguồn nguyên vật liệu, cũng như nhiều mặt hàng chế biến khác. Trong khi đó đất nước này vẫn xuất khẩu một lượng sản phẩm để đủ cân đối với giá trị nhập khẩu. Một vấn đề nữa là sự kém hiệu quả trong công nghiệp, thể hiện rõ nét trong ngành như khai thác mỏ than, đóng tàu và vải sợi, trong đó số lượng sản xuất cao hơn mức có thể tiêu thụ. Một số cơ sở đã được quốc hữu hoá sau năm 1945, chẳng hạn như Công ty Dầu mỏ Anh Quốc, hàng không Anh Quốc và Viễn thông Anh Quốc, đã phục vụ phi lợi nhuận cho dân Anh vốn phải đóng thuế cho nhà nước.

Ngoài ra, các nghiệp đoàn đôi khi yêu cầu các công ty phải thuê mướn một số lao động nhiều hơn nhu cầu của họ, đồng thời với thời gian bị mất đi do các cuộc bãi công đòi tăng lương của công nhân. Những vấn đề về nghiệp đoàn này đã làm tăng giá thành sản phẩm, từ đó tạo ra lạm phát. Lạm phát vẫn tiếp diễn khi nhu cầu về sản phẩm cao hơn mức cung ứng, từ đó dẫn đến việc tăng giá của các sản phẩm. Trong khi đó, mức thất nghiệp cao, với tỉ lệ 11% của lực lượng lao động vào đầu thập kỷ 1980, và những nỗ lực nhằm làm giảm bớt tỉ lệ này đã tỏ ra vô hiệu. Những vấn đề này còn đặc biệt hơn trong thập kỷ 1970, khi giá dầu tăng vọt đã thúc đẩy một sự suy thoái toàn cầu.

Kể từ giữa thập kỷ 1970, Anh Quốc đã tiến triển hơn nhờ vào sự tăng tiến kinh tế thế giới và những cải thiện nội bộ. Chính quyền đã tiến hành nhiều bước để thúc đẩy sự tăng trưởng kinh

tế. Nước này đã cắt giảm bớt quyền lực của các nghiệp đoàn và bán đi một số đơn vị đã quốc hữu hoá, chẳng hạn như Hàng không Anh Quốc và viễn thông Anh Quốc. Chính quyền đã tìm cách khuyến khích các doanh nghiệp và sự đầu tư của tư nhân qua việc giảm thuế và bớt đi các hạn chế, chẳng hạn bãi bỏ các quy định trong thị trường chứng khoán. Những ngành công nghiệp mới với công nghệ cao đã thu hút thêm nhiều công nhân và nhà quản lý, trong khi những cơ sở cũ kỹ, kém hiệu quả được giải thể. Nên kinh tế Anh Quốc đã có một bước đột phá với việc phát hiện và khai thác một trữ lượng lớn dầu mỏ ở biển Bắc. Nhờ vào lượng dầu này, nước Anh không còn phải nhập xăng dầu nữa, và ngược lại còn thu được lợi nhuận trong việc xuất khẩu loại mặt hàng này. Riêng năm 1997, kinh tế Anh Quốc đã tăng trưởng ở mức 2,5%, một trong số những mức tăng trưởng cao nhất trong khối Liên minh châu Âu.

Vai trò của chính quyền trong kinh tế

Giống như nhiều quốc gia hiện đại phát triển khác, Vương quốc Anh có một nền kinh tế hỗn hợp, có nghĩa là một số lĩnh vực trong kinh tế do nhà nước điều hành, còn một số lĩnh vực khác do tư nhân điều hành. Kể từ thế chiến thứ II, Anh Quốc đã cân đối giữa các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân để tối ưu hoá nền kinh tế của mình và đảm bảo cho một nền kinh tế quốc dân thịnh vượng. Trong lịch sử đảng bảo thủ đã phát triển kinh tế tư nhân nhiều hơn, trong khi đó Đảng lao động lại nghiêng về kinh tế quốc doanh nhiều hơn. Tuy nhiên cả hai đảng đều cố gắng để có một nền kinh tế hỗn hợp lành mạnh giữa kinh tế nhà nước và kinh tế tư nhân.

Thành phần nhà nước bao gồm hệ thống phúc lợi, trong đó có y tế xã hội cùng với sự kiểm soát của chính quyền về kinh doanh,

ngân hàng và việc cung ứng tiền tệ. Hệ thống phúc lợi phục vụ cho lợi ích con người từ lúc mới sinh ra cho đến lúc qua đời. Chính quyền là một nhà tuyển dụng lớn: các quan chức chính phủ, bộ máy tư pháp, quân đội, cảnh sát, lực lượng chữa cháy, bộ phận giáo dục và nhân sự chuyên môn y tế, tất cả đều do nhà nước tuyển dụng. Chính quyền đồng thời cũng là một khách hàng lớn về các loại sản phẩm, đặc biệt là các loại quân nhu.

Sau Thế chiến thứ II, chính phủ đã quốc hữu hoá một số đơn vị lớn và có vấn đề. Những đơn vị này thuộc các ngành than, điện, vận tải, khí đốt, dầu mỏ, thép, sản xuất ô tô và xe tải, đóng tàu và lắp ráp máy bay. Nhưng kể từ thập kỷ 1950 chính phủ đã tư nhân hoá một số đơn vị này. Những ngành được tư nhân hóa đầu tiên là sắt thép và vận tải đường bộ. Trong thời gian từ 1979 đến 1996, chính quyền của đảng Bảo thủ đã xoá bỏ quốc hữu hoá đối với các công ty dầu mỏ, viễn thông, ô tô và xe tải, khí đốt, hàng không và lắp ráp máy bay, điện nước, đường sắt và năng lượng hạt nhân. Bằng cách tư hữu hoá công ty này, chính quyền hy vọng họ sẽ hoạt động hiệu quả hơn, do sức ép của các cổ đông trong công ty. Tuy nhiên, chính phủ vẫn làm nhiệm vụ điều tiết các công ty vừa được tư hữu hóa bằng cách kiểm soát giá cả và chỉ đạo các hoạt động. Chính phủ cũng khích lệ sự cạnh tranh trong kinh tế và gia tăng lượng bằng cách tài trợ và phụ cấp cho các chương trình giáo dục và đào tạo.

Cũng giống như nhiều quốc gia hiện đại khác, chính phủ Anh đã tinh chỉnh nền kinh tế để giữ cho nó không tăng trưởng vọt đến mức lạm phát, và cũng không suy thoái quá sâu. Để thực hiện, việc tinh chỉnh này chính phủ đã kết hợp các chính sách tiền tệ với các chính sách tài chính. Các chính sách tiền tệ liên quan đến nỗ lực kiểm soát cung và cầu về tiền qua ngân

khố và ngân hàng trung ương, tức là ngân hàng Anh Quốc . Chính sách tài chính liên quan đến việc cân đối và phân bổ việc chi tiêu và thu thuế của nhà nước. Chính phủ cũng chọn phương sách quản lý các nhu cầu, để có thể can thiệp khi nhu cầu về hàng hoá và dịch vụ lên đến mức đủ gây ra lạm phát. Trong trường hợp này chính phủ sẽ tìm mọi cách làm giảm nhu cầu bằng cách nâng mức lãi suất và gia tăng mức thuế. Trong trường hợp khẩn cấp về kinh tế, chính phủ có thể kiểm soát giá cả và thu nhập ở một qui mô đáng kể, tuy nhiên việc này chỉ được thực hiện trong hoàn cảnh cực kỳ khắc nghiệt, chẳng hạn trong thế chiến II hay những lúc lạm phát quá nhanh.

Thu nhập của chính phủ từ nhiều nguồn khác nhau. Những nguồn thu nhập chính là thuế, chiếm 23%, đóng góp an ninh xã hội và thuế gia tăng, mỗi khoản chiếm tỉ lệ 16%. Thuế nhập khẩu chiếm tỉ lệ 11%, thuế doanh nghiệp là 9%, thuế bất động sản là 8%, các loại thuế khác chiếm 8%, nguồn vay mượn là 6%, và các nguồn tài chính chiếm 4%.

Lao động

Tổng số lao động của Anh Quốc trong năm 2001 là trên 29 triệu người. Cấu trúc của lực lượng lao động đã thay đổi rất nhiều trong vòng 40 năm qua. Số lượng người làm nghề tự do đã gia tăng đáng kể: trong năm 1997 con số này là 3 triệu người chiếm gần 12% lực lượng lao động. Con số các doanh nghiệp nhỏ cũng gia tăng theo mức tương ứng. Gần ba phần tư những người lao động trong thập kỷ 1990 làm việc trong các lĩnh vực dịch vụ, so với tỉ lệ khoảng một phần ba của năm 1995. Ngành sản xuất trước có lực lượng lao động đông nhất, với 42% của năm 1995. Nhưng ngày nay ngành này chỉ chiếm 20% lực lượng lao động. Sự thay đổi này một phần là do sự chuyển đổi từ các nghề thủ công sang nghề phi thủ công.

Số lượng phụ nữ đi làm ở ngoài đã ra tăng từ thập kỷ 1950, và đến năm 1997 phụ nữ chiếm tỉ lệ 47% trong số lực lượng lao động toàn thời gian, và 80% trong số lực lượng lao động bán thời gian. Gần hai phần ba số phụ nữ trong độ tuổi từ 15 đến 65 đã đi làm, tạo cho nước Anh có số phụ nữ làm việc đứng hàng thứ ba ở châu Âu. Một số khuynh hướng gần đây trong lao động là sự gia tăng những người làm việc bán thời gian và những người làm việc theo hợp đồng ngắn hạn thay vì những công việc lâu dài.

Mức độ thất nghiệp bình quân ở Anh trong từ năm 1991 đến 1995 là 9,1%, một số tiến bộ so với tỉ lệ 12,4% trong thời gian từ 1981 đến 1985. Đến năm 2000 tỉ lệ này tiếp tục giảm xuống còn 5,3%. Tỉ lệ thất nghiệp khác nhau tùy thuộc vào từng địa phương, trong đó miền Đông xứ Anh có tỉ lệ thấp nhất và Bắc Ireland có tỉ lệ cao nhất.

Phong trào nghiệp đoàn có một lịch sử lâu dài và quan trọng ở Anh Quốc. Tuy nhiên từ năm 1980 ảnh hưởng của các nghiệp đoàn đã đi xuống rõ rệt. Số lượng các thành viên nghiệp đoàn giảm sút do sự thay đổi về cấu trúc trong lao động, trong đó có sự tư hữu hoá, việc thoát ly khỏi sản xuất, sự gia tăng các cơ sở nhỏ, sự gia tăng các việc làm bán thời gian. Số lượng này đã giảm từ 12,2 triệu thành viên của năm 1975 xuống còn 7,2 triệu thành viên của năm 1996. Chính quyền bảo thủ đã hạn chế các nghiệp đoàn trong việc bãi công và bắt các đoàn thể này phải chịu trách nhiệm về mặt pháp lý đối với việc bãi công. Trong năm 1986 có hơn 1.000 cuộc bãi công, đến năm 1996 số lượng các cuộc bãi công này chỉ còn dưới 250. Năm 1997, Hội đoàn các nghiệp đoàn (TUC), một đoàn thể độc lập, có 74 nghiệp đoàn là thành viên, bao gồm tất cả 6,8 triệu lao động ở Anh Quốc.

Nông nghiệp

Diện tích đất nông nghiệp của Anh Quốc là rất nhỏ so với nhiều nước Âu châu khác, nhưng nền nông nghiệp của nước này rất tập trung và có năng suất cao. Trong những thập kỷ vừa qua, sản lượng đã gia tăng đều đặn, và lao động trong nông nghiệp đã trở nên có năng suất hơn, do những đổi mới về máy móc, kỹ thuật sinh học trong hạt giống và cây trồng, cùng với việc gia tăng trong việc sử dụng phân bón, thuốc trừ sâu và thuốc diệt cỏ. Từ đó tỉ lệ nhập khẩu các loại thực phẩm và thức uống đã giảm từ 36% trong năm 1955 xuống còn 11% trong năm 1985, và 10% trong năm 1994. So với các nước khác trong khối Liên minh Châu Âu, bộ phận nông nghiệp của Anh nhỏ hơn nhiều về lực lượng lao động cũng như tỉ lệ đóng góp trong tổng sản phẩm nội địa. Trong năm 1996, nông nghiệp đã thu hút khoảng 2% lực lượng lao động và đóng góp 1,4% vào tổng sản phẩm nội địa, có khoảng 74% diện tích đất của Anh Quốc được sử dụng cho các hình thái nông nghiệp. Phần lớn đất đai của nước này đặc biệt là ở Scotland và Walé, chỉ phù hợp cho việc chăn nuôi gia súc. Vào giữa thập kỷ 1990, khoảng 72% đất nông nghiệp của Anh Quốc được sử dụng để chăn nuôi hoặc làm đồng cỏ, hoặc bỏ hoang; và 28% được sử dụng để canh tác. Có tất cả khoảng 234.300 nông trại ở Anh, trong đó hai phần ba thuộc sở hữu tư nhân. Diện tích trung bình của một nông trại ở đây là 73 héc ta.

Chăn nuôi

Hơn một nửa các nông trại chuyên nghiệp ở Anh hoạt động chủ yếu trong việc chăn nuôi, trong đó nuôi bò sữa và lấy thịt, hoặc nuôi cừu để lấy len và thịt. Số gia súc này chiếm 37% tổng giá trị sản lượng nông nghiệp. Việc xử lý các gia súc nông trại đã trở thành mối quan tâm ở Anh Quốc. Việc chăn nuôi gà công nghiệp đã gây ra nhiều sự phản đối, cũng như việc chăn

nuôi bê ở các khu vực hạn chế. Sự phản đối này đặc biệt mạnh mẽ ở các vùng cảng, nơi bê được xuất khẩu sang châu Âu. Việc quan tâm đến sự an toàn của động vật đã làm cho nhiều công dân Anh Quốc tiến hành ăn chay.

Trong thập kỷ 1980 người ta đã phải quan ngại sâu sắc đến dịch bò điên. Dịch này được phát hiện đầu tiên tại Anh vào năm 1986, và chính phủ đã có nhiều bước xoá bỏ bệnh dịch này cũng như đền bù cho các nông dân bị mất gia súc. Người tiêu dùng đã không tin tưởng vào thịt bò của Anh nữa, và năm 1996 khối Liên minh Châu Âu đã cấm Anh Quốc xuất khẩu thịt bò và ác loại sản phẩm từ thịt bò. Sau đó, khi xem xét các công tác của chính phủ nhằm ngăn chặn bệnh dịch, lệnh cấm đã được bãi bỏ vào năm 1999.

Đến tháng 2 năm 2001, những nông dân nuôi gia súc ở Anh lại phải đối đầu với một cuộc khủng hoảng khác, đó là bệnh lở mồm long móng được phát hiện ở các lò mổ tại đây. Đây là căn bệnh có độ truyền nhiễm rất cao, tác động đến các loại gia súc có móng guốc. Dịch bệnh này đã gây ra thiệt hại trầm trọng về kinh tế, vì những gia súc mắc bệnh tụt cân rất nhanh và có khi không cho sữa nữa. Đến giữa tháng 4 chính phủ đã ra lệnh tiêu huỷ hơn 1 triệu gia súc nhiễm bệnh. Kết quả là nhiều nước đã cấm nhập khẩu gia súc, thịt và sữa từ khối Liên minh Châu Âu.

Canh tác

Hầu hết các khu vực của Anh Quốc tập trung ở phía Đông và phía Nam xứ Anh và ở phía Đông Scotland. Trong số đất được canh tác năm 1996, có 42% trồng lúa mì, 27% trồng lúa mạch, và 7,5% trồng hạt cải dầu. Ngoài ra còn có khoai tây, củ cải đường và hạt đậu. Việc sử dụng đại và các loại máy móc, phân bón, thuốc trừ sâu và thuốc diệt nấm đã tăng năng suất cây

trông một cách đáng kể. Tuy nhiên, các kỹ thuật này đã gây ra nhiều phê phán của những người quan tâm đến việc sử dụng hoá chất và tác động của nó đến môi trường. Một số nông dân đã cắt giảm lượng hoá chất sử dụng, và một số thực hiện việc trồng cây sạch (Sử dụng các biện pháp hữu cơ) sự trợ giúp của chính phủ.

Chính sách nông nghiệp

Chính phủ Anh Quốc đã bắt đầu tài trợ giá cho các sản phẩm nông nghiệp từ sau thế chiến thứ hai.

Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ailen và nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1973. Kể từ đó tới nay quan hệ hợp tác giữa hai nước đã phát triển trên nhiều bình diện từ những cuộc đối thoại chính trị cấp cao cho tới thương mại, đầu tư và đặc biệt là chương trình viện trợ của Anh có thể nói là có tốc độ phát triển nhanh nhất trên thế giới. Đại Sứ Quán Anh tại Hà Nội (trước kia là Tổng lãnh sự) đã được thành lập vào năm 1975. Từ giữa thập niên 90 cho tới nay, Đại Sứ Quán đã được nâng cấp và mở rộng đáng kể nhằm đáp ứng với những yêu cầu lớn hơn do quan hệ hai nước đã phát triển lên những tầm cao mới. Hiện nay Đại sứ quán có 9 nhân viên ngoại giao người Anh và 26 nhân viên người Việt. Ngài Đại sứ Robert Gordon đã bắt đầu nhiệm kỳ công tác tại Việt Nam từ tháng 9 năm 2003.

Tổng Lãnh sự quán Anh tại thành phố Hồ Chí Minh (British Consulate General HCMC) đã chính thức đi vào hoạt động từ năm 1993 và đến năm 1996 thì chuyển trụ sở làm việc tới tòa đại sứ cũ của Anh tại đường Lê Duẩn quận 1. Tổng Lãnh Sự hiện có 2 nhân viên ngoại giao người Anh và 11 nhân viên địa phương. Bà Debbie Clark là người giữ chức Tổng lãnh sự từ tháng 2 năm 2005.

Năm 2005, Với việc Bộ Phát triển quốc tế Anh tăng viện trợ cho Việt Nam, Vương quốc Anh đã trở thành một trong những nhà viện trợ phát triển lớn nhất tại Việt Nam. Trao đổi thương mại song phương tiếp tục tăng đạt mức 1,2 tỷ đô la Mỹ trong năm 2004. Vương quốc Anh là một trong những nhà đầu tư thuộc Cộng đồng Châu Âu lớn nhất tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư 2,2 tỷ đô la Mỹ. Nền giáo dục Anh đặc biệt có uy tín, tiếng tăm với số lượng sinh viên Việt Nam du học tại Vương quốc Anh ngày một tăng mạnh.

Tháng 5 năm 2004, Chủ tịch nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Ngài Trần Đức Lương đã có chuyến thăm chính thức đầu tiên của người đứng đầu Nhà nước Việt Nam tới Vương quốc Anh. Chuyến thăm lịch sử này đánh dấu một đỉnh cao mới trong quan hệ hữu nghị Anh - Việt. Tháng 10 năm 2004, Phó Thủ tướng Anh, Nghị sĩ John Prescott, tới nay, là vị lãnh đạo cấp cao nhất của Chính phủ Anh đã thăm chính thức Việt Nam, đây là lần thứ hai Phó Thủ tướng Prescott tới Việt Nam, lần này với tư cách đại diện cho Vương quốc Anh tại Hội nghị thượng đỉnh Á - Âu - ASEM V.

Quan hệ liên nghị viện giữa hai nước cũng liên tục phát triển. Tháng Chín năm 2004, Hội Nghị sĩ hữu nghị Anh - Việt mới được thành lập thời gian gần đây đã đến Việt Nam. Tháng 3 năm 2005, Chủ tịch Quốc hội Việt Nam Nguyễn Văn An đã thăm Westminster và Nghị viện xứ Wales làm bền chặt thêm quan hệ liên nghị viện giữa hai nước.

Sau đây là những ưu tiên trong quan hệ hợp tác Anh - Việt:

- Đẩy mạnh phát triển bền vững tại Việt Nam trên nền tảng ngày một dân chủ hơn, quản lý nhà nước có hiệu quả và tôn trọng nhân quyền
- Hỗ trợ nỗ lực xóa đói giảm nghèo của Chính phủ Việt

Nam thông qua chương trình viện trợ của Bộ Phát triển quốc tế Anh

- Cùng hợp tác với Việt Nam ngăn chặn nạn nhập cư bất hợp pháp, khủng bố quốc tế và tội phạm xuyên biên giới

- Ủng hộ Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) dựa trên một chương trình cải cách kinh tế có tính hiện thực

- Đẩy mạnh thương mại và đầu tư song phương Anh - Việt và hỗ trợ các công ty Anh đang hoạt động tại Việt Nam

- Ủng hộ sự tham gia hơn nữa của Việt Nam trong những vấn đề mang tính toàn cầu và vấn đề hội nhập khu vực, ví dụ như Liên hợp quốc và ASEAN

- Đẩy mạnh hợp tác giáo dục và văn hóa giữa Vương quốc Anh và Việt Nam

Hội đồng Anh Việt Nam đã gây dựng được một vị trí vững chắc tại Việt Nam với mục tiêu hoạt động cụ thể là tìm kiếm sự ủng hộ của người Việt Nam đối với những giá trị, tư tưởng và những thành tựu của Vương quốc Anh, đồng thời thông qua đó đẩy mạnh mối quan hệ hợp tác song phương lâu dài, cả hai bên cùng có lợi. Hội đồng Anh chủ yếu tập trung vào những hoạt động như giao lưu văn hóa, phát triển giáo dục, dạy tiếng Anh, giới thiệu những cơ hội học tập cho các học sinh Việt Nam và xây dựng quan hệ hợp tác giữa những cá nhân và trường học của hai nước.

4. Pháp

Những dữ liệu về đất nước và con người:

Diện tích : 550 000km²

Đất nước rộng lớn nhất Tây Âu (gần 20% diện tích của Liên minh châu Âu)

Đồng bằng: chiếm 2/3 tổng diện tích.

Nước Pháp có 5.500 km bờ biển.

Vùng sản xuất nông lâm nghiệp: 45 triệu ha (82% diện tích toàn quốc).

Diện tích rừng: 26% diện tích lãnh thổ (đứng thứ ba trong Liên minh châu Âu, sau Thụy Điển và Phần Lan). Dân số: 60.186.184 triệu người (theo thống kê của năm 1999).

Mật độ: 109 người trên một km².

3 kiểu khí hậu: đại dương (miền tây), địa trung hải (miền nam), lục địa (miền trung và miền đông)

Các thể chế và chính sách hiện đại

Hiến pháp ngày 4 tháng 10 năm 1958 điều chỉnh sự vận hành của các thể chế của nền Cộng hoà thứ năm. Hiến pháp đã được sửa đổi nhiều lần: bầu cử Tổng thống Cộng hoà theo phương thức phổ thông đầu phiếu trực tiếp (1962), đưa thêm một mục mới liên quan đến trách nhiệm hình sự của các thành viên chính phủ (1993), thiết lập kỳ họp duy nhất ở Nghị viện và mở rộng quy mô trưng cầu dân ý (1995), rút ngắn nhiệm kỳ tổng thống từ 7 năm xuống 5 năm (2000).

Tổng thống và Thủ tướng

Theo Hiến pháp năm 1958, người đứng đầu Nhà nước là trụ cột cho các thể chế. Đó là người đảm bảo để các thể chế vận hành tốt. Là người đứng đầu quân đội, chịu trách nhiệm cho độc lập dân tộc, Tổng thống có một số đặc quyền trong thời kỳ khủng hoảng nghiêm trọng. Tổng thống có thể đưa ra trưng cầu dân ý một số dự thảo luật và giải tán Quốc hội. Trên thực

tế, Tổng thống có một vai trò hàng đầu trong việc xác định các phương hướng của chính sách đối ngoại. Tổng thống bổ nhiệm Thủ tướng, cũng như các thành viên của chính phủ theo đề nghị của Thủ tướng, và chủ trì Hội đồng Bộ trưởng.

Thủ tướng Chính phủ, người chịu trách nhiệm về quốc phòng và có nhiệm vụ thực thi các đạo luật, lãnh đạo hoạt động của Chính phủ. Chính phủ xác định và thi hành chính sách Quốc gia. Chính phủ có bộ máy hành chính và lực lượng vũ trang. Chính phủ chịu trách nhiệm trước Nghị viện.

Một hệ thống lưỡng viện

Với một Nghị viện có hai viện, Pháp có một hệ thống lưỡng viện đóng một vai trò chính trong sự vận hành dân chủ. Thật vậy, thông qua hai viện, những khác biệt về chính trị và tranh luận ý kiến được diễn ra một cách rộng rãi.

Quốc hội được bầu theo hình thức phổ thông đầu phiếu trực tiếp, đơn danh quá bán hai vòng, cho nhiệm kỳ 5 năm. Thượng viện được bầu cho nhiệm kỳ 6 năm, theo hình thức phổ thông đầu phiếu gián tiếp và không thể bị giải tán như Quốc hội (577 đại biểu - bầu cử các ngày 9 và 16 tháng 6 năm 2002).

Hội đồng hiến pháp

Cơ quan này là một trong những phát kiến lớn của nền Cộng hoà thứ năm. Hội đồng hiến pháp gồm chín thành viên, được bổ nhiệm cho nhiệm kỳ 9 năm và không thể được tái bổ nhiệm. Ba thành viên, trong đó có Chủ tịch Hội đồng do Tổng thống bổ nhiệm, trong sáu thành viên còn lại, ba thành viên do Chủ tịch Quốc hội và ba thành viên do Chủ tịch Thượng viện bổ nhiệm. Khởi đầu với chức năng đảm trách theo dõi việc phân chia quyền lực giữa Nghị viện và Chính phủ, vai trò của Hội đồng hiến pháp ngày càng tăng lên. Hội đồng hiến pháp

ngày càng tăng cường kiểm tra tính hợp hiến của các đạo luật, trở thành cơ quan bảo vệ các quyền tự do cơ bản.

Mặt khác, Hiến pháp nhiều lần được sửa đổi để phù hợp hơn với những đòi hỏi mới của Nhà nước pháp quyền và những vấn đề bức thiết của châu Âu.

Một nền ngoại giao đã được khẳng định

Được xây dựng dựa trên những nguyên tắc của nền cộng hoà, chính sách đối ngoại của Pháp nhằm hai mục đích : gìn giữ độc lập quốc gia đồng thời phấn đấu vì sự phát triển của tình đoàn kết khu vực và quốc tế.

Bảo vệ Liên minh châu Âu

Bất chấp những kết quả của cuộc trưng cầu dân ý ngày 29 tháng 5 năm 2005, châu Âu luôn là trung tâm trong chính sách đối ngoại của Pháp. Tướng De Gaulle, các tổng thống Georges Pompidou, Valéry Giscard d'Estaing, Mitterrand và Chirac đã không ngừng phấn đấu cho việc xây dựng và phát triển Liên minh châu Âu để biến tổ chức này thành một cường quốc kinh tế và một cơ cấu chính trị được tôn trọng.

Hai mươi lăm nước thành viên Liên minh châu Âu tập hợp 450 triệu dân. Khối này sánh ngang với lục địa Bắc Mỹ về kinh tế và nhân lực. Liên minh châu Âu có đồng tiền của riêng mình là đồng euro, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2002 ở mười hai nước trong đó có Pháp, là một trong các vùng kinh tế quan trọng nhất trên thế giới.

Đấu tranh chống khủng bố

Những năm chiến tranh lạnh cũng như thời kỳ bất ổn kế tiếp sau đó đã đặt lên vai nước Pháp và các quốc gia dân chủ khác những trọng trách lớn. Tham gia vào Khối Liên minh Bắc Đại Tây Dương (OTAN), Pháp cũng là thành viên của Tổ

chức Hợp tác và An ninh châu Âu (OSCE) và Quân đội Châu Âu. Là một trong năm cường quốc hạt nhân, Pháp đảm bảo việc duy trì và đưa đường lối rắn đe của mình phù hợp với những thực tế chiến lược mới, đồng thời nỗ lực phấn đấu cho việc cấm hoàn toàn các vụ thử hạt nhân.

Mặt khác, sau thảm họa ngày 11 tháng 9 năm 2001 tại Mỹ, nước Pháp đã khẳng định tình đoàn kết của mình trong cuộc chiến chống khủng bố quốc tế. Pháp đã tham gia vào các chiến dịch gìn giữ hoà bình chống lại Al Queda.

Tăng cường vai trò của Liên hiệp quốc

Trên trường quốc tế - chiến tranh tại Irak đã khẳng định điều này- chính sách đối ngoại của Pháp là tôn trọng các nguyên tắc và mục tiêu của tổ chức Liên hiệp quốc, vốn như hình thức phản ánh các lý tưởng cộng hoà. Chính vì vậy, từ năm 1945, nước Pháp không ngừng bảo vệ tổ chức này với khoản đóng góp tài chính đứng hàng thứ tư. Pháp cũng là một trong số năm thành viên thường trực Hội đồng bảo an Liên hiệp quốc, cơ quan quyền lực cao nhất của Liên hiệp quốc.

Ưu tiên phát triển bền vững

Các công cụ của chính sách hợp tác của Pháp đã được thay đổi để thích nghi với những mục tiêu mới.

Hoạt động hợp tác được xoay quanh hai trục lớn : một bên là ngoại giao - ngoại giao và hợp tác, và bên kia là tài chính - kinh tế, tài chính và công nghiệp. Thông qua Uỷ ban liên bộ về hợp tác quốc tế và phát triển (CICID), hoạt động hợp tác nhằm vào một khu vực đoàn kết ưu tiên (ZSP) bao gồm những nước mà Pháp mong muốn thiết lập quan hệ đối tác cho phát triển lâu dài. Từ nay đóng một vai trò bên cạnh những thể chế công cộng, xã hội dân sự tham gia vào việc nghiên cứu về

những định hướng và phương pháp hợp tác quốc tế tại Hội đồng cấp cao về hợp tác quốc tế (HCCI).

Hoạt động chủ yếu của các dự án và chương trình viện trợ cho phát triển được giao cho Cơ quan phát triển Pháp (AFD), cơ quan tài chính đóng vai trò điều phối chủ chốt.

Chính sách hợp tác của Pháp cũng nhằm vào việc tăng cường các hoạt động văn hoá và gia tăng các dự án song phương về khoa học kỹ thuật. Sự hiện diện của nước Pháp được thể hiện qua đông đảo các trung tâm và học viện văn hoá, các trường trung học và trường học theo chương trình Pháp (150.000 học sinh) và qua Alliance Française, có mặt ở trên 140 nước (hơn 1200 văn phòng).

Hợp tác khoa học kỹ thuật cũng rất tích cực. Các tổ chức như Trung tâm Nghiên cứu Khoa học Quốc gia (CNRS), Viện Y tế và Nghiên cứu Y học Quốc gia (INSERM) hay Viện Nghiên cứu khoa học Nông nghiệp Quốc gia (INRA) hoạt động tại nhiều nước.

Phát triển viện trợ nhân đạo

Khi dành một vị trí đặc biệt cho hoạt động nhân đạo trong chính sách đối ngoại, nước Pháp thể hiện mong muốn được tiếp tục ở cấp độ cao nhất những giá trị mà Pháp đã là nước đi tiên phong.

Các Tổ chức phi chính phủ của Pháp (ONG) hoạt động thường xuyên tại những nơi xảy ra thiên tai và trong các cuộc xung đột vũ trang. Trong số đó, có các tổ chức Bác sỹ không biên giới (MSF), Bác sỹ thế giới (MDM), Dược sỹ không biên giới (PSF), Hoạt động Quốc tế chống lại nạn đói (AICF).

Nước Pháp, một đất nước hấp dẫn

Cơ quan đầu tư quốc tế Pháp (AFII), do bà Clara Gaymard,

Đại sứ ủy quyền về đầu tư quốc tế làm Chủ tịch, là cơ quan của chính phủ chuyên trách về khuyến khích, thăm dò và tiếp nhận đầu tư quốc tế tại Pháp. Với hệ thống mạnh mẽ gồm 22 văn phòng và 75 đại biện tại nước ngoài (Bắc Mỹ, châu Á, châu Âu) và được sự cộng tác chặt chẽ của các văn phòng Vụ Quan hệ Kinh tế Đối ngoại, AFII tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp trong các dự án hoạt động và phát triển tại Pháp. Cơ quan này làm thành một mạng lưới có thẩm quyền thực thi, đặc biệt thông qua sự hợp tác với các địa phương của Pháp với sự liên hệ với Cơ quan ủy quyền về Quy hoạch Lãnh thổ và Hoạt động Khu vực, và là nơi đối thoại thường xuyên với các tác nhân kinh tế.

Pháp, nhà đầu tư ngoài châu Á lớn nhất của Việt Nam

Năm 2005, đầu tư trực tiếp nước ngoài đã đạt 6 tỷ đôla Mỹ, tương đương với 12% GDP, tăng 36% so với năm trước và là mức cao nhất kể từ sau khủng hoảng kinh tế châu Á. Đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam đã vượt 51 tỷ đôla Mỹ vào năm 2005 với hơn 6.000 dự án. Đây là nhân tố chính trong việc phát triển kinh tế của Việt Nam. Cũng trong năm này, doanh thu của các doanh nghiệp đạt 22,4 tỷ đôla, đóng góp 34,5% vào xuất khẩu và 37,2% nhập khẩu của Việt Nam.

Xét về vốn đầu tư, các nhà đầu tư nước ngoài chủ yếu tập trung vào lĩnh vực sản xuất thiết bị (43,1%), sau đó là công nghiệp nhẹ (27,9%), xây dựng (12,9%), chế biến lương thực (10%) và dầu hỏa (6,1%).

Xét về nguồn đầu tư, với tư cách là các quốc gia lân cận, các nước châu Á chiếm một vị trí rất quan trọng. Đài Loan là nhà đầu tư lớn nhất ở Việt Nam (chiếm 15,2% vốn đầu tư), sau đó là Singapo (14,9%), Nhật Bản (12,3%), Hàn Quốc (10,5%), Hồng Kông (7,31%) và các Đảo thuộc Anh (5,28%). Như vậy,

châu Á chiếm 69,8% vốn đầu tư nước ngoài của Việt Nam, Liên minh châu Âu 13,5%, Mỹ 2,85%.

Từ lâu Pháp vẫn là nhà đầu tư phương Tây lớn nhất tại Việt Nam kể cả về dòng đầu tư cũng như vốn đầu tư. Tuy nhiên, năm 2005, đầu tư của Pháp (24 triệu đôla với 23 dự án) lại thấp hơn đầu tư của Hà Lan (33 triệu đôla với 10 dự án) và của Đan Mạch (27 triệu đôla với 9 dự án). Nhưng cũng cần lưu ý rằng đầu tư của Pháp năm 2005 đã tăng 4 lần so với năm 2004. Các doanh nghiệp Pháp tiếp tục đầu tư (tăng lên) vào năm 2006 với mức đầu tư 30,5 triệu đôla.

Các doanh nghiệp Pháp tại Việt Nam

Hiện nay có 230 doanh nghiệp Pháp đang hoạt động tại Việt Nam (một số doanh nghiệp có nhiều cơ sở trên khắp cả nước) với 24 000 nhân công, trong đó có 320 người Pháp. Phần lớn các doanh nghiệp này hoạt động dưới dạng văn phòng đại diện (37%), công ty liên doanh (21%) và các chi nhánh độc lập (17%). Sở dĩ như vậy là do các quy định pháp luật về đầu tư nước ngoài của Việt Nam hiện vẫn còn tương đối chặt chẽ, làm hạn chế hoạt động của các nhà đầu tư trong nhiều lĩnh vực (phân phối, dịch vụ tài chính, các dịch vụ nhạy cảm, ...). Luật mới về đầu tư nước ngoài có hiệu lực vào ngày 1 tháng 7 năm 2006 vừa qua, cũng như việc Việt Nam gia nhập vào Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) sắp tới sẽ giải phóng đáng kể các điều kiện thành lập của các công ty nước ngoài tại Việt Nam.

Có thể thấy thị trường phát triển mạnh mẽ này đang hấp dẫn một đại diện đông đảo của các tập đoàn xây dựng và môi trường lớn của Pháp. Còn ngành công nghiệp được đang tận dụng được sự hiện diện của mình từ trong suốt quá trình lịch sử tại thị trường này và một số hãng được phẩm còn được sở hữu địa điểm

sản xuất tại Việt Nam. Ngoài ra cũng phải kể đến sự tăng trưởng nhanh trong lĩnh vực điện thoại và công nghệ truyền thông.

Hơn thế nữa, sắp tới đây, việc Việt Nam gia nhập WTO sẽ có những tác động đáng kể trong lĩnh vực dịch vụ. Thực tế, lĩnh vực này đã được điều chỉnh rất nhiều và Việt Nam có vẻ như là một trong những nước có nhiều nhượng bộ nhất trong lĩnh vực này nhằm gia nhập vào WTO. Sau một giai đoạn chuyển đổi, số lượng các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính, có thể sẽ tăng lên đáng kể.

Tháng 9 năm 2001, EDF, Công ty Điện lực Pháp, đứng đầu một tổ hợp (cùng với các công ty của Nhật và Công ty Điện lực Việt Nam, EVN) đã đạt được quyền quản lý BOT (Build-Operate-Transfer) của Nhà máy điện Phú Mỹ 2.2. Dự án có thể sẽ bị thu hẹp này hiện có số vốn đầu tư 400 triệu đôla. Tháng 7 năm 1997, France Télécom, có lẽ là nhà đầu tư Pháp lớn nhất tại Việt Nam khi thực hiện một hợp đồng hợp tác trị giá 467 triệu đôla để xây dựng 540 000 đường dây điện thoại tại phía Tây thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra, trong số các nhà đầu tư chính của Pháp tại Việt Nam có thể kể đến tập đoàn Bourbon với số vốn đầu tư lên tới 270 triệu đôla thông qua 7 giấy phép đầu tư trong các lĩnh vực khác nhau. Cuối cùng, y tế là một trong những lĩnh vực mà Pháp rất hài lòng khi đạt được một vị trí quan trọng trên thị trường Việt Nam.

Quan hệ thương mại Pháp - Việt

Trao đổi thương mại Pháp-Việt đã tăng 5% trong năm 2005.

Năm 2005, Việt Nam đã thành công trong việc giảm thâm hụt thương mại (- 2,6 tỷ euro năm 2005 so với - 5,25 tỷ euro năm 2004) vì đã làm chủ được nhập khẩu và nhờ vào sự năng

động luôn luôn ổn định trong xuất khẩu (+ 22,4%). Đây là thành quả nhiều ý nghĩa nhất của quyết tâm của Chính phủ Việt Nam trong việc giảm sự phụ thuộc của mình vào bên ngoài về vấn đề đầu vào và biết tận dụng triệt để vị trí vốn được khẳng định là xưởng sản xuất của Đông Nam Á.

Hơn nữa, Việt Nam tiếp tục có được nhiều thuận lợi từ các thỏa thuận tiếp cận thị trường với Mỹ và Liên minh châu Âu (xóa bỏ hạn ngạch dệt may, ưu đãi thuế quan).

Trong bối cảnh thúc đẩy ngoại thương, trao đổi thương mại song phương giữa Việt Nam và Pháp đã đạt 1,25 tỷ euro năm 2005. Điều đó cũng cho thấy sự năng động trong quan hệ thương mại giữa hai nước chúng ta (vốn đã giảm 2% năm 2004). Tuy nhiên, năm 2005, thặng dư thương mại song phương của chúng ta đã giảm với mức thâm hụt 648 triệu euro, tức là tăng 16%. Mức thâm hụt này là do sự chững lại trong việc bán hàng từ Pháp sang Việt Nam và do việc nhập khẩu từ Việt Nam sang Pháp vẫn tăng đều đặn.

Theo số liệu của Việt Nam, Pháp là khách hàng thứ 12 và là nhà cung cấp thứ 15 với 1,23% thị phần của Việt Nam.

Năm 2005, xuất khẩu của Pháp giảm 5%

Xuất khẩu của Pháp đã đạt 304 triệu euro năm 2005, tức là giảm 5% so với năm trước. Sự sụt giảm này chủ yếu tập trung vào mặt hàng thiết bị chuyên ngành và sản phẩm trung gian (giảm 10 triệu euro với mỗi mặt hàng). Xuất khẩu của Pháp trước hết phải nói đến được phẩm (chiếm 21% hàng xuất khẩu). Với mức tăng 8% trong năm 2005, đây là một lĩnh vực vẫn giữ được sự tăng trưởng ổn định.

Lĩnh vực máy và thiết bị điện cũng chiếm 21% xuất khẩu của Pháp, ngay cả khi các mặt hàng này giảm đến 44%. Vị trí thứ ba trong số các mặt hàng xuất khẩu là máy và dụng cụ cơ khí (36

triệu euro, tương đương với 12% thị phần) vốn đã rất thành công vào năm 2003 (107 triệu euro) thông qua việc bán tourbin gas. Nhưng cũng phải thừa nhận sự thụt lùi của lĩnh vực hàng không và không gian (5 triệu euro, tức giảm 65% vào năm 2005) khi không có một giao dịch nào được thực hiện trong năm này.

Nhập khẩu từ Việt Nam vẫn luôn tăng ổn định (+8%)

Nhập khẩu của Pháp từ Việt Nam đã tăng 8% năm 2005 và đạt 953 triệu ơ rô.

Mặt hàng nhập khẩu quan trọng nhất từ Việt Nam là giày da, chiếm 38% tổng lượng hàng nhập khẩu (tương đương với 360 triệu euro năm 2005, giảm 2% so với năm 2004).

Nhập khẩu đồ nội thất và đồ gỗ cũng tăng đều đặn: + 34% năm 2004 và + 13% năm 2005, tương đương với 103 triệu euro.

Các mặt hàng may mặc chiếm 118 triệu euro, tương đương với 12% lượng nhập khẩu của Pháp từ Việt Nam. Cũng không thể không nhắc đến sự tăng trưởng đều đặn của mặt hàng túi nhựa, cao su với 54 triệu euro, chiếm vị trí thứ 4 trong tổng số hàng nhập khẩu (+9% năm 2005). Hơn thế nữa, lần đầu tiên Pháp đã nhập 43 triệu euro thiết bị điện tử như đầu video, máy quay phim và vô tuyến.

Còn các sản phẩm nông nghiệp, lượng nhập khẩu đã lên đến 44 triệu euro vào năm 2005 (+2%) và phần lớn là từ cà phê (29,4 triệu euro). Cũng trong năm 2005, nhập khẩu thực phẩm đã tăng 40% (65,6 triệu euro), chủ yếu là các mặt hàng từ cá (filet) và tôm với 40 triệu euro (tức là tăng 76%).

5. Italia

Diện tích: 301.230 km²

Dân số: 58 triệu người

Thủ đô: Rome

Ngôn ngữ: tiếng Italia

Tiền tệ: đồng euro

Nằm ở Tây Âu, Italia vươn mình bên bờ Địa Trung Hải, giáp với nước Áo, Thụy Sĩ, Pháp và Xlôvênia.

Nền kinh tế

Italia là nước nghèo khoáng sản, nhưng có nền công nghiệp phát triển với hệ thống xí nghiệp nhỏ và vừa rất năng động và hiệu quả. Những ngành công nghiệp chủ chốt là hoá chất, cơ khí (xe hơi), luyện kim, khai thác và chế biến dầu mỏ, đồ điện gia dụng. Các ngành dệt may, da giày, mỹ nghệ của Italia nổi tiếng và được ưa chuộng khắp thế giới. Italia xuất khẩu chủ yếu là máy móc, trang thiết bị giao thông vận tải, hoá chất, quần áo và giày dép. Tuy nhiên, du lịch vẫn là nguồn thu quan trọng của Italia.

Mối bang giao giữa hai nước

Quan hệ ngoại giao Việt Nam - Italia được thiết lập ngày 23-10-1973. Từ đó đến nay, quan hệ hợp tác giữa hai nước có những bước phát triển mạnh mẽ và nhanh chóng trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hoá, khoa học kỹ thuật. Italia đi đầu trong các nước phương Tây cải thiện quan hệ với Việt Nam. Viện trợ cho Việt Nam 240 triệu USD, trong đó 57 triệu USD là viện trợ không hoàn lại. Italia đứng thứ 28 trong số các nước đầu tư vào Việt Nam, với 13 dự án thuộc những lĩnh vực được chú trọng. Nhìn chung, quan hệ hợp tác giữa hai nước có nhiều tiềm năng đang trên đà phát triển. Kim ngạch trao đổi thương mại đang dần tăng lên (năm 2002 đạt gần 700 triệu euro). Ngôn ngữ Italy đã được đưa vào giảng dạy ở Trường Đại học

Ngoại ngữ Hà Nội; và tiếng Việt Nam được dạy tại Trường đại học Phương đông Napoli. Đó là tiền đề quan trọng để thúc đẩy hơn nữa quan hệ Việt Nam - Italia.

Nhiều hiệp định hợp tác song phương quan trọng đã được ký kết đã và đang tạo cơ hội thuận lợi cho việc tăng cường quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư, văn hoá, giáo dục và du lịch giữa hai nước.

Italia luôn dành sự quan tâm tới phát triển và hội nhập của kinh tế Việt Nam. Trong những năm gần đây, Italia đã có rất nhiều hoạt động giúp phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (tài trợ 0,3 triệu đôla cho dự án “Lộ trình phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa” của ADB; tài trợ 1,2 triệu Euro cho dự án UNIDO-ASMED), đào tạo nghề (tài trợ 3,36 triệu Euro cho Đại học Thái Nguyên và Đại học Bách khoa Hà Nội; tổ chức phi chính phủ Centro Elis tài trợ 0,8 triệu Euro; tổ chức phi chính phủ VIS tài trợ 0,32 triệu Euro; tổ chức phi chính phủ CESVI tài trợ 1,22 triệu Euro) và hỗ trợ hoạt động doanh nghiệp nông thôn (tổ chức phi chính phủ GVC tài trợ 0,82 triệu Euro; tổ chức phi chính phủ CESVI tài trợ 0,82 triệu Euro).

Lãnh đạo hai quốc gia đã nhất trí tăng cường và phát triển hơn nữa quan hệ hợp tác Việt Nam-Italy trong các lĩnh vực kinh tế, văn hoá, khoa học kỹ thuật, y tế, giáo dục và đào tạo, nhằm đưa quan hệ hai nước lên một tầm cao mới, tương xứng với tiềm năng của mỗi nước, vì hoà bình, ổn định và phát triển trong khu vực và trên thế giới.

6. Nhật Bản

Thủ đô: Tokyo

Thành phố lớn nhất: Yokohama

Ngôn ngữ chính thức: tiếng Nhật

Chính phủ: Quân chủ lập hiến

Diện tích: 377.835km²

Dân số: 127.417.244 (số liệu thống kê 2005)

Nhật Bản là nước rất nghèo nàn về tài nguyên trong khi dân số quá đông, phần lớn nguyên nhiên liệu phải nhập khẩu, kinh tế bị tàn phá kiệt quệ trong chiến tranh, nhưng với các chính sách phù hợp, giai đoạn 1945-1954 kinh tế Nhật Bản đã nhanh chóng phục hồi, và phát triển cao độ trong các năm 1955-1973. Từ 1954 đến nay tốc độ phát triển tuy chậm lại song Nhật Bản tiếp tục là một nước có tiềm năng lớn thứ 2 trên thế giới về kinh tế, khoa học kỹ thuật và tài chính.

Một số số liệu về kinh tế Nhật Bản

Tỷ lệ thất nghiệp ở mức cao là 4% (5 năm/2004).

GDP: 5.566 tỉ yên (năm 2003), tương đương khoảng 4.300 tỉ USD, đứng thứ 2 trên thế giới, sau Mỹ.

Tỉ lệ tăng trưởng GDP năm 2001: - 0,9%; 2002: 0,6%; 2003: 2,7%.

Tỉ trọng các ngành kinh tế chính:

Nông nghiệp: 2,1%

Giao thông vận tải: 6,3%

Công nghiệp: 26,8%

Lưu thông: 12,5%

Xây dựng: 10,3%

Các ngành khác: 37,9%

Sau thời kỳ kinh tế “bong bóng” 1986-1990, từ năm 1991 kinh tế Nhật Bản phát triển ỉ ạch. Trong những năm 1992-1995 tốc độ tăng trưởng hàng năm chỉ đạt 1,4%, năm 1996 là 3,2%.

Đặc biệt, từ 1997, và nhất là từ đầu 1998, kinh tế Nhật bị lâm vào suy thoái nghiêm trọng nhất kể từ sau cuộc khủng hoảng dầu lửa năm 1974 đến nay với những biểu hiện khủng hoảng hệ thống tài chính tiền tệ, đồng Yên, chứng khoán giảm giá mạnh, nợ xấu khó đòi tăng cao, sản xuất trì trệ và tỉ lệ thất nghiệp hoàn toàn đạt con số kỷ lục trong 45 năm nay (5,5% tháng 12 năm 2002). Năm 1997, GDP thực chất là 0,7%, năm 1998 là 1,8%. Cuộc suy thoái kinh tế lần này của Nhật chủ yếu mang tính chất cơ cấu liên quan đến mô hình phát triển của Nhật đang bị thách thức với một môi trường đã thay đổi khác trước. Vấn đề phục hồi kinh tế thông qua đẩy mạnh cải cách cơ cấu kinh tế, tài chính, ngân hàng đang là một vấn đề cấp bách đặt ra trước mắt đối với chính phủ Nhật.

Nhật Bản đang xúc tiến 6 chương trình cải cách lớn trong đó có cải cách cơ cấu kinh tế, giảm thâm hụt ngân sách, cải cách khu vực tài chính và sắp xếp lại cơ cấu chính phủ... Cải cách hành chính của Nhật được thực hiện từ tháng 1 năm 2001. Dù diễn ra chậm chạp nhưng cải cách đang đi dần vào quỹ đạo, trở thành xu thế không thể đảo ngược ở Nhật Bản và gần đây đã đem lại kết quả đáng khích lệ, nền kinh tế Nhật đã phục hồi và có bước tăng trưởng năm 2003 đạt trên 3%, quý I/2004 đạt 6%.

7. Đức

Thủ đô: Berlin

Thành phố lớn nhất: Berlin

Ngôn ngữ chính thức: tiếng Đức

Chính phủ: Cộng hoà liên bang

Diện tích: 357.505 km²

Dân số: khoảng 82.443.000 (số liệu thống kê 2005)

Với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) hơn 2.271 tỷ Euro, Đức là nước có nền kinh tế lớn nhất châu Âu và lớn thứ ba thế giới sau Mỹ và Nhật. Đức cũng là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu, hơn cả Mỹ và Trung Quốc.

Các bạn hàng chính là Pháp, Mỹ, Anh, Ý và Hà Lan. Ngoài ra, Đức còn là bạn hàng lớn nhất của hầu hết các nước châu Âu. Với tư cách là một cường quốc hàng đầu trong Liên minh châu Âu, nước Đức đang phấn đấu cho một sự thống nhất kinh tế chặt chẽ hơn của châu lục này.

Hơn một nửa năng lực công nghiệp của nước Đức đã bị phá huỷ sau chiến tranh thế giới thứ hai. Ở Đông Đức, kinh tế phát triển rất chậm chạp. còn Tây Đức đã trải qua giai đoạn phát triển kinh tế thần kỳ trong những năm 1950. Kết quả là nền kinh tế Tây Đức bước vào thời ổn định, nạn thất nghiệp được thanh toán vào năm 1959. Vào cuối thập niên 1950, sản xuất công nghiệp tăng 130%. Có một số nhân tố góp phần vào sự thành công này. Kế hoạch Marhall do Mỹ khởi xướng đã bơm một lượng viện trợ rất cần thiết trong suốt thời kỳ tái thiết. Một cuộc cải cách tiền tệ mạnh dạn đã khôi phục lại giá trị đồng tiền và chống được lạm phát. Chế độ kiểm soát giá cả và tiền lương bị huỷ bỏ. Cơ sở hạ tầng được phục hồi và cuộc chiến Triều Tiên những năm 1950 đã làm gia tăng nhu cầu đối với các hàng hóa của Đức.

Tỷ lệ tăng trưởng kinh tế thần kỳ của Đức đã bị suy giảm trong những năm 1990, do ảnh hưởng của sự suy thoái toàn cầu và do những chi phí rất lớn để sắp xếp lại dân cư và những ngành công nghiệp không hiệu quả của Đông Đức cũ.

Nền kinh tế Đức thường được miêu tả là một nền kinh tế thị trường mang tính chất xã hội. Nhà nước Đức có nhiều chính sách xã hội rộng lớn. Mặc dù chính phủ có giúp đỡ một số lĩnh

vực thông qua trợ cấp, cạnh tranh và kinh tế thị trường vẫn là cột trụ trong chính sách kinh tế. Nhà nước Đức đã tư nhân hóa một số doanh nghiệp như Công ty đường sắt Đức, Công ty viễn thông Đức, Công ty bưu điện Đức; thúc đẩy tư nhân hóa các công ty khác tạo thêm cạnh tranh.

Với tỷ lệ xuất khẩu hơn 1/3 sản phẩm quốc nội, kinh tế Đức có chiều hướng xuất khẩu cao và xuất khẩu luôn luôn là yếu tố chủ chốt cho tăng trưởng kinh tế của Đức. Vì thế nước Đức ủng hộ nhiều cho một hợp tác kinh tế mạnh mẽ trên bình diện châu Âu.

V. DANH SÁCH 149 NƯỚC THÀNH VIÊN WTO KÈM THEO NGÀY GIA NHẬP

Albania	8-9- 2000
Angola	23-11- 1996
Antigua and Barbuda	1-1-1995
Argentina	1-1-1995
Armenia	5 -2- 2003
Australia	1 -1- 1995
Austria	1 -1- 1995
Bahrain, Kingdom of	1 -1- 1995
Bangladesh	1 -1- 1995
Barbados	1 -1- 1995
Belgium	1 -1 1995
Belize	1 -1- 1995
Benin	22 -2- 1996
Bolivia	12 -9- 1995
Botswana	31 -5- 1995
Brazil	1 -1- 1995

Brunei Darussalam	1 -1- 1995
Bulgaria	1 -12- 1996
Burkina Faso	3 -6- 1995
Burundi	23 -7- 1995
Cambodia	13 -10- 2004
Cameroon	13 -12- 1995
Canada	1 -1- 1995
Central African Republic	31 -5- 1995
Chad	19 -10- 1996
Chile	1 -1- 1995
China	11 -12- 2001
Colombia	30 -4- 1995
Congo	27 -3- 1997
Costa Rica	1 -1- 1995
Côte d'Ivoire	1 -1- 1995
Croatia	30 -11- 2000
Cuba	20 -4- 1995
Cyprus	30 -7- 1995
Czech Republic	1 -1- 1995
Democratic Republic of the Congo	1 -1- 1997
Denmark	1 -1- 1995
Djibouti	31 -5- 1995
Dominica	1 -1- 1995
Dominican Republic	9 -3- 1995
Ecuador	21 -1- 1996
Egypt	30 -6- 1995
El Salvador	7 -7- 1995
Estonia	13 -11- 1999
European Communities	1 -1- 1995

Fiji	14 -1- 1996
Finland	1 -1- 1995
Former Yugoslav Republic of Macedonia (FYROM)	4 -4 - 2003
France	1 -1- 1995
Gabon	1 -1- 1995
The Gambia	23 -10- 1996
Georgia	14 -6- 2000
Germany	1 -1- 1995
Ghana	1 -1- 1995
Greece	1 -1- 1995
Grenada	22 -2- 1996
Guatemala	21 -7- 1995
Guinea	25 -10- 1995
Guinea Bissau	31 -5- 1995
Guyana	1 -1- 1995
Haiti	30 -1- 1996
Honduras	1 -1-1995
Hong Kong, China	1 -1- 1995
Hungary	1 -1- 1995
Iceland	1 -1- 1995
India	1 -1- 1995
Indonesia	1 -1- 1995
Ireland	1 -1- 1995
Israel	21 -4- 1995
Italy	1 -1- 1995
Jamaica	9 -3- 1995
Japan	1 -1- 1995
Jordan	11 -4- 2000

Kenya	1 -1- 1995
Korea, Republic of	1 -1- 1995
Kuwait	1 -1- 1995
Kyrgyz Republic	20 -12- 1998
Latvia	10 -2- 1999
Lesotho	31 -5- 1995
Liechtenstein	1 -9- 1995
Lithuania	31 -5- 2001
Luxembourg	1 -1- 1995
Macao, China	1 -1- 1995
Madagascar	17 -11- 1995
Malawi	31 -5- 1995
Malaysia	1 -1- 1995
Maldives	31 -5- 1995
Mali	31 -5- 1995
Malta	1 -1- 1995
Mauritania	31 -5- 1995
Mauritius	1 -1- 1995
Mexico	1 -1- 1995
Moldova	26 -7- 2001
Mongolia	29 -1- 1997
Morocco	1 -1- 1995
Mozambique	26 -8- 1995
Myanmar	1 -1 - 1995
Namibia	1 -1- 1995
Nepal	23 -4- 2004

**Netherlands For the Kingdom in Europe and for the
Netherlands Antilles 1 - 1 - 1995**

New Zealand	1 -1- 1995
-------------	------------

Nicaragua	3 -9- 1995
Niger	13 -12- 1996
Nigeria	1 -1- 1995
Norway	1 -1- 1995
Oman	9 -11- 2000
Pakistan	1 -1- 1995
Panama	6 -9- 1997
Papua New Guinea	9 -6- 1996
Paraguay	1 -1- 1995
Peru	1 -1- 1995
Philippines	1 -1- 1995
Poland	1 -7- 1995
Portugal	1 -1- 1995
Qatar	13 -1- 1996
Romania	1 -1- 1995
Rwanda	22 -5- 1996
Saint Kitts and Nevis	21 -2- 1996
Saint Lucia	1 -1- 1995
Saint Vincent & the Grenadines	1 -1- 1995
Saudi Arabia	11 -12- 2005
Senegal	1 -1- 1995
Sierra Leone	23 -7- 1995
Singapore	1 -1- 1995
Slovak Republic	1 -1- 1995
Slovenia	30 -7- 1995
Solomon Islands	26 -7- 1996
South Africa	1 -1- 1995
Spain	1 -1- 1995
Sri Lanka	1 -1- 1995
Suriname	1 -1- 1995

Swaziland	1 -1- 1995
Sweden	1 -1- 1995
Switzerland	1 -7- 1995
Chinese Taipei	1 -1- 2002
Tanzania	1 -1- 1995
Thailand	1 -1- 1995
Togo	31 -5- 1995
Trinidad and Tobago	1 -3- 1995
Tunisia	29 -3- 1995
Turkey	26 -3- 1995
Uganda	1 -1- 1995
United Arab Emirates	10 -4- 1996
United Kingdom	1 -1- 1995
United States of America	1 -1- 1995
Uruguay	1 -1- 1995
Venezuela (Bolivarian Republic of)	1 -1- 1995
Zambia	1 -1- 1995
Zimbabwe	5 -3- 1995

VI. CÁC NƯỚC QUAN SÁT VIÊN

Afghanistan
 Algeria
 Andorra
 Azerbaijan
 Bahamas
 Belarus
 Bhutan
 Bosnia and Herzegovina
 Cape Verde

Equatorial Guinea
Ethiopia
Holy See (Vatican)
Iran
Iraq
Kazakhstan
Lao People's Democratic Republic
Lebanese Republic
Libya
Montenegro
Russian Federation
Samoa
Sao Tomé and Príncipe
Serbia
Seychelles
Sudan
Tajikistan
Tonga
Ukraine
Uzbekistan
Vanuatu
Viet Nam
Yemen

Tài liệu tham khảo

- 1 - Dự án hỗ trợ Nâng cao năng lực quản lý hiệu quả Việt Nam - Ôxtrâylia.
- 2 - Tài liệu hội thảo “Giới thiệu Luật cạnh tranh và dự thảo nghị định về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh”.
- 3 - Tài liệu hội thảo “Chính sách và pháp luật cạnh tranh trong thời đại toàn cầu hóa”.
- 4 - Tài liệu hội thảo về Quy tắc xuất xứ, và tài liệu tại một số buổi họp báo về các vụ kiện chống bán phá giá.
5. Báo Nhân dân số 18716 ngày 8-11-2006 bài: “Gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới cơ hội - Thách thức và hành động của chúng ta”, tác giả: Nguyễn Tấn Dũng - Thủ tướng Chính phủ.
6. Báo Nhân dân số 18723 ngày 15-11-2006 bài: “Những nội dung cơ bản, các cam kết gia nhập WTO của Việt Nam” do Bộ Thương mại công bố.

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

số 4 - Tổng Duy Tân, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (04) 8257063; 8252916. Fax: (04)8257063

Email: nhaxuatbanhanoi@hn.vnn.vn

WTO

KINH DOANH VÀ TỰ VỆ

TRƯỜNG CƯỜNG

Chịu trách nhiệm xuất bản:

NGUYỄN KHẮC OÁNH

Biên tập: ĐỨC HÙNG - NGUYỄN THẮNG

Vẽ bìa: NSDONGTAY.DESIGN

Trình bày: VĂN KHOA

Kỹ thuật vi tính: HỒNG ANH

Sửa bản in: HÀ SƠN

In 1000 cuốn, khổ 14,5 x 20,5, tại Trường Trung học Kỹ thuật in.
Giấy phép xuất bản số 679 - 2006/CXB/07 KT - 132/HN cấp ngày
25/12/2006. In xong và nộp lưu chiểu quý I năm 2007.