

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI**

-----***-----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

**QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA
VÀ DỊCH VỤ GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP**

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Hương Giang
Lớp : Anh 8
Khóa : 45B
Giáo viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Lệ Hằng

Hà Nội, tháng 5 năm 2010

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
BTA	Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ
TIFA	Hiệp định khung Thương mại và Đầu tư Việt Nam – Hoa Kỳ
TBCN	Tư bản chủ nghĩa
TPC	Ủy ban Chính sách Thương mại
NT	Nguyên tắc đối xử quốc gia
PNTR	Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn
CPCS	Ủy ban An toàn sản phẩm cho người tiêu dùng Hoa Kỳ
L/C	Thư tín dụng
SP	Sản phẩm

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

STT	Tên	Trang
1.	Hình 1. Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2000 – 2009.....	44
2.	Hình 2. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2000 – 2005.....	45
3.	Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu một số hàng hóa của Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2009.....	46
4.	Hình 3. Kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam giai đoạn 2000 – 2009.....	47
5.	Hình 4. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam giai đoạn 2000 – 2009.....	48
6.	Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ sang Việt Nam năm 2009.....	48
7.	Hình 5. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2006 – 2009.....	51
8.	Hình 6. Kim ngạch xuất khẩu gỗ từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2003 – 2009.....	53
10.	Hình 7. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2006 – 2009.....	54
11.	Hình 8. Kim ngạch xuất khẩu giày dép từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2001 – 2009.....	55
12.	Bảng 3. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam giai đoạn 2007 – 2009.....	57

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG CỦA QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – HOA KỲ.....	3
I. Cơ sở lý luận chung của thương mại quốc tế.....	3
1. Khái niệm về quan hệ kinh tế quốc tế và thương mại quốc tế	3
2. Một số lý thuyết cơ bản về thương mại quốc tế	4
2.1. Thuyết trọng thương	4
2.2. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith	6
2.3. Lý thuyết lợi thế so sánh của D. Ricardo.....	7
2.4. Lý thuyết Heckscher – Ohlin (H – O).....	9
3. Đặc điểm chủ yếu của thương mại quốc tế.....	11
4. Tầm quan trọng của thương mại quốc tế.....	12
II. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ	13
1. Khái quát về Hoa Kỳ	13
1.1. Lịch sử, địa lý, con người	13
1.2. Hệ thống chính trị pháp luật.....	16
1.3. Cơ chế hoạch định chính sách thương mại	18
1.4. Một số nét về nền kinh tế Hoa Kỳ.....	21
2. Lợi ích của hai quốc gia trong việc thúc đẩy mối quan hệ thương mại trong bối cảnh hội nhập	24
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP	27
I. Tổng quan về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ.....	27
1. Một số nét khái quát về lịch sử thương mại giữa hai quốc gia.....	27

2. Các thỏa thuận quan trọng trong hợp tác kinh tế giữa hai quốc gia	28
2.1. Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA)	28
2.1.1. Tiến trình đàm phán	28
2.1.2. Nội dung cơ bản	30
2.1.3. Ý nghĩa của Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA)	38
2.2. Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR)	40
2.3. Hiệp định khung về Thương mại và Đầu tư (TIFA)	42
II. Thực trạng quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ giai đoạn 2000 – 2009	43
1. Kim ngạch buôn bán hai chiều trong giai đoạn 2000 – 2009	43
1.1. Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ	43
1.2. Kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam	46
2. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Hoa Kỳ	50
2.1. Hàng dệt may	50
2.2. Gỗ và sản phẩm gỗ	52
2.3. Hàng thủy sản	53
2.4. Giày dép	55
2.5. Các sản phẩm khác	56
3. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam	57
III. Đánh giá chung về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập	58
1. Những thuận lợi	58
2. Những điểm hạn chế và thách thức	60
CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY MỐI QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP	65

I. Triển vọng thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập.....	65
1. Dự báo sự phát triển của nền kinh tế thế giới	65
2. Dự báo triển vọng phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong thời gian tới	67
II. Một số giải pháp thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập	68
1. Những giải pháp vĩ mô	68
1.1. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách và pháp luật phù hợp với những thỏa thuận đã ký kết giữa hai nước	68
1.2. Tăng cường quan hệ hợp tác nhiều mặt giữa hai nước	70
1.3. Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp về thông tin thị trường và các hoạt động xúc tiến thương mại	71
1.4. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực	73
2. Những giải pháp vi mô	75
2.1. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường	75
2.2. Tích cực tìm hiểu các phong tục tập quán và các quy tắc thương mại.....	77
2.3. Nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.....	80
2.4. Giải pháp về vốn	83
KẾT LUẬN.....	86
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	87

LỜI MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, việc buôn bán giao lưu thương mại giữa các quốc gia ngày càng phát triển ở khắp mọi nơi. Chính vì vậy, thương mại quốc tế trở thành một vấn đề hết sức quan trọng. Việt Nam ngày càng tăng cường mở rộng quan hệ với thế giới trong những năm gần đây và mối quan hệ thương mại ngày một hiệu quả giữa Việt Nam và Hoa Kỳ là một ví dụ điển hình. Đây là một trong những mối quan hệ kinh tế được nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước đặt sự quan tâm hàng đầu.

Kể từ khi Việt Nam áp dụng chính sách mở cửa nền kinh tế, quan hệ thương mại song phương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ được cải thiện và xúc tiến theo chiều hướng tích cực với tốc độ nhanh. Nhưng phải đến tháng 7/1995, khi Việt Nam và Hoa Kỳ thiết lập quan hệ ngoại giao, hoạt động kinh tế giữa hai nước mới thực sự phát triển. Sau tuyên bố bình thường hoá quan hệ với Việt Nam, việc ký kết Hiệp định Thương mại song phương (BTA) vào năm 2001 là một bước tiến hơn nữa trong quan hệ giữa hai nước, một mối quan hệ bình đẳng, cùng có lợi trong thời kỳ mới. Với việc dỡ bỏ hàng loạt các hàng rào thuế quan và phi thuế quan, tạo điều kiện thuận lợi cho kinh doanh hai chiều, Hiệp định đã tạo ra sự lưu thông hàng hoá tự do, tăng cả về số lượng và chất lượng giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Năm 2007, Việt Nam và Hoa Kỳ đã chính thức ký hiệp định khung Thương mại và đầu tư (TIFA), hiệp định này được đánh giá là cột mốc mới trong quan hệ hợp tác song phương giữa hai nước. TIFA tạo dựng một nền tảng để hai nước có thể phát triển quan hệ thương mại đầu tư sâu rộng hơn qua WTO và BTA, đồng thời giải quyết những tranh chấp thương mại song phương.

Đối với quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ, sự hợp tác bình đẳng trong lĩnh vực thương mại sẽ giúp hai nước có được những lợi ích to lớn trong tương lai.

Một khi mối quan hệ thương mại được phát triển thì các mối quan hệ giữa hai quốc gia trên những lĩnh vực khác cũng được cải thiện. Tiềm năng hợp tác kinh tế thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ là rất lớn và cần nhanh chóng tạo môi trường thuận lợi nhằm biến tiềm năng này thành hiệu quả kinh tế thực sự. Do đó việc tìm hiểu và nghiên cứu về mối quan hệ thương mại giữa hai quốc gia là việc làm cần thiết hiện nay. Xuất phát từ yêu cầu đó, đề tài khóa luận tốt nghiệp: “Quan hệ thương mại hàng hóa và dịch vụ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập” được thực hiện dựa trên việc nghiên cứu cơ sở lý luận của mối quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ, đồng thời phân tích thực trạng quan hệ thương mại hàng hóa và dịch vụ giữa hai quốc gia trong giai đoạn 2000 – 2009, từ đó đề xuất những triển vọng, giải pháp nhằm thúc đẩy mối quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ. Khóa luận được thực hiện dựa trên phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu và thống kê thông tin.

Ngoài lời mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, khóa luận bao gồm ba chương:

Chương I : Cơ sở lý luận chung của quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ

Chương II: Thực trạng quan hệ thương mại hàng hóa và dịch vụ giữa Việt Nam – Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập

Chương III: Các giải pháp nhằm thúc đẩy mối quan hệ thương mại hàng hóa và dịch vụ giữa Việt Nam – Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập

Em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình của ThS. Nguyễn Lê Hằng đã tạo điều kiện và giúp đỡ em hoàn thành bài luận văn này. Bài khóa luận không tránh khỏi những sai sót, sửa chữa cần phải bổ sung nên em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của thầy cô và các bạn.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG CỦA QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – HOA KỲ

I. Cơ sở lý luận chung của thương mại quốc tế

1. Khái niệm về quan hệ kinh tế quốc tế và thương mại quốc tế

Quan hệ kinh tế quốc tế là “Mối quan hệ kinh tế lẫn nhau giữa hai hoặc nhiều nước, là tổng thể các mối quan hệ kinh tế đối ngoại của các nước” (GS.TS Võ Thanh Thu, 2005, trích dẫn trong *Quan hệ kinh tế quốc tế*, trang 1). Nội dung của quan hệ kinh tế quốc tế rất rộng, bao gồm nhiều lĩnh vực như: lĩnh vực dịch vụ quốc tế (du lịch, giao thông, vận tải,...); lĩnh vực đầu tư quốc tế (đầu tư trực tiếp, đầu tư gián tiếp, tín dụng quốc tế); lĩnh vực tài chính (vay nợ, thanh toán quốc tế); lĩnh vực chuyển giao công nghệ, kỹ thuật quốc tế;... và trong đó phải kể đến lĩnh vực thương mại quốc tế, một lĩnh vực đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế thế giới.

Mặc dù đã xuất hiện từ lâu trong lịch sử loài người nhưng tầm quan trọng về kinh tế, xã hội và chính trị của thương mại quốc tế mới được chú ý trong vài thế kỷ trở lại đây. Thương mại quốc tế có thể hiểu một cách đơn giản là việc trao đổi hàng hóa giữa các quốc gia tuân theo nguyên tắc trao đổi ngang giá nhằm mang lại lợi ích cho các bên. Hàng hóa trong thương mại quốc tế có thể chia làm hai loại chính là hàng hóa hữu hình và hàng hóa vô hình. Hàng hóa hữu hình gồm có: nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị, lương thực thực phẩm, các sản phẩm tiêu dùng. Đây là bộ phận chủ yếu và giữ vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Hoạt động mua bán các loại hàng hóa này được gọi là thương mại hàng hóa. Hàng hóa vô hình có thể kể đến như: các bí quyết công nghệ, bằng sáng chế phát minh, phần mềm máy tính, các bằng thiết kế kỹ thuật, các dịch vụ lắp ráp thiết bị máy móc, dịch vụ du lịch,... Đây là bộ phận có tỉ trọng ngày một gia tăng phù hợp với sự bùng nổ của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật và việc phát triển

các ngành dịch vụ trong nền kinh tế. Hoạt động mua bán các đối tượng này được gọi là thương mại dịch vụ.

2. Một số lý thuyết cơ bản về thương mại quốc tế

2.1. Thuyết trọng thương

Chủ nghĩa trọng thương là hệ thống tư tưởng đầu tiên của giai cấp tư sản ra đời trong thời kỳ tan rã của phương thức sản xuất phong kiến, phát sinh phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa chuyển từ kinh tế hàng hóa giản đơn sang kinh tế thị trường. Nó ra đời vào khoảng từ thế kỷ XVI và tồn tại đến thế kỷ XVIII. Về mặt lịch sử, đây là thời kỳ tước đoạt bằng bạo lực nền sản xuất nhỏ và tích lũy tiền tệ ở ngoài phạm vi các nước Châu Âu, bằng cách ăn cướp và trao đổi không ngang giá với các nước thuộc địa thông qua con đường ngoại thương. Vì vậy, vấn đề tích lũy tiền tệ có ý nghĩa cực kỳ quan trọng cho sự ra đời của chủ nghĩa tư bản. Các tác giả của chủ nghĩa trọng thương là một nhóm phức tạp, trong đó gồm có nhiều thương gia. Tuy ít có sự nhất quán và tính liên tục trong số các học giả trọng thương nhưng giữa họ cũng có một số điểm chung nhất định.

Trước hết, học thuyết trọng thương đề cao vai trò của tiền tệ, coi tiền tệ là tiêu chuẩn cơ bản của của cải. Do đó, mục tiêu chủ yếu của mỗi nước là phải gia tăng được khối lượng tiền tệ. Điểm xuất phát của chủ nghĩa trọng thương cho rằng sự phồn vinh của một quốc gia được đo bằng lượng tài sản mà quốc gia đó nắm giữ (vàng, bạc). Một nước càng có nhiều tiền thì càng giàu có, còn hàng hóa chỉ là phương tiện để tăng thêm khối lượng tiền tệ. Hoạt động thương mại được những người theo chủ nghĩa trọng thương đặc biệt coi trọng và trước hết là ngoại thương. Đối với họ, những hoạt động nào không dẫn đến tích lũy tiền tệ là những hoạt động tiêu cực, không có lợi và chỉ có hoạt động ngoại thương mới là nguồn gốc thật sự của của cải vì nó làm tăng thêm khối lượng tiền tệ. Theo chủ nghĩa trọng thương, khi tham gia vào thương mại quốc tế, muốn có nhiều tiền thì phải thực hiện xuất siêu, phải đạt

được thặng dư thương mại, nhất là với các nước thuộc địa. Về lợi nhuận trong thương mại, họ cho rằng nó là do lĩnh vực lưu thông mua bán, trao đổi sinh ra, là kết quả của sự trao đổi không ngang giá, là sự lừa gạt giống như chiến tranh. Họ cho rằng trao đổi phải có một bên thua để bên kia được, một dân tộc muốn làm giàu được phải có sự hy sinh đánh đổi bởi một dân tộc khác. Vai trò của Nhà nước được đề cao trong chủ nghĩa trọng thương đối với việc điều tiết nền kinh tế. Trong điều kiện mới ra đời, chủ nghĩa tư bản non yếu chỉ có thể tồn tại và phát triển dưới sự ủng hộ, giúp đỡ của Nhà nước. Để có thể đẩy mạnh xuất khẩu, thực hiện xuất siêu thì phải dùng các biện pháp hỗ trợ của Nhà nước như: khuyến khích xuất khẩu, hỗ trợ về mặt tài chính, trợ giá, bù giá cho nhà xuất khẩu,... Muốn hạn chế nhập khẩu thì Nhà nước phải áp dụng các biện pháp bảo hộ mậu dịch. Vào cuối thế kỷ XVII, chủ nghĩa trọng thương bắt đầu suy yếu, lý thuyết kinh tế của chủ nghĩa trọng thương với thể chế nghiêm ngặt qua việc giữ độc quyền ngoại thương đã bắt đầu mâu thuẫn với đông đảo các tầng lớp tư sản công nghiệp, nông nghiệp và nội thương.

So với những chính sách kinh tế thời Trung cổ, chủ nghĩa trọng thương là một bước tiến lớn. Nó cắt đứt với những truyền thống tự nhiên, giáo huấn luân lý trong kinh thánh ở thời kỳ trước đó. Cách lập luận về thặng dư trong hoạt động ngoại thương đến nay vẫn còn giá trị khi cho rằng năng lực sản xuất trong nước vượt quá mức cầu thì việc khuyến khích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu là điều đúng đắn. Tuy nhiên, các học giả trọng thương đánh giá quá cao vai trò của Nhà nước, họ chưa biết và không thừa nhận các quy luật kinh tế. Do đó, lý luận của chủ nghĩa trọng thương còn mang nặng tính kinh nghiệm. Bên cạnh đó, các học giả này còn mắc sai lầm khi coi vàng, bạc là hình thức của cải duy nhất của các quốc gia, coi thương mại là một “trò chơi” có tổng lợi ích bằng không. Họ chưa giải thích được cơ cấu hàng hóa trong thương mại quốc tế, chưa tìm thấy hiệu quả trong quá trình chuyên môn hóa

sản xuất, trao đổi và chưa nhận thức được rằng các kết luận họ đưa ra không thể áp dụng cho mọi trường hợp.

2.2. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith

Adam Smith (1723 – 1790) là nhà kinh tế chính trị cổ điển nổi tiếng ở Anh và trên thế giới, ông là người đã mở ra giai đoạn mới của sự phát triển các học thuyết kinh tế thị trường. Tác phẩm nổi tiếng của ông “Sự giàu có của các quốc gia” (The Wealth of Nations) được xuất bản vào năm 1776. Trong tác phẩm này, ông đã xác định hai nhiệm vụ chính của kinh tế chính trị: thứ nhất là phân tích thực tiễn khách quan nền kinh tế và giải thích tính quy luật phát triển của nó; thứ hai là đưa ra những đề nghị cụ thể về chính sách kinh tế cho Nhà nước và doanh nghiệp. Ông tỏ ý nghi ngờ về giả thuyết của chủ nghĩa trọng thương khi cho rằng sự giàu có của một quốc gia chỉ phụ thuộc vào số của cải mà quốc gia đó nắm giữ. Theo Adam Smith, nguồn gốc của sự giàu có không phải là do ngoại thương mà là do sản xuất công nghiệp. Ông cho rằng sự giàu có thực sự thể hiện ở tổng số hàng hóa và dịch vụ mà quốc gia ấy sẵn có. Thương mại quốc tế phải dựa trên cơ sở tự nguyện, các bên cùng có lợi và sự trao đổi phải là ngang giá. Mọi hành vi kinh tế của mỗi cá nhân đều được dẫn dắt bởi một bàn tay vô hình, đó là tư lợi. Mỗi người khi làm được việc gì thì chỉ nghĩ đến lợi ích cá nhân nhưng khi thực hiện được mục đích đó, họ lại đồng thời đáp ứng lợi ích của tập thể xã hội. Do đó, Nhà nước không cần can thiệp vào hoạt động của các doanh nghiệp và cá nhân, mà hãy để cho họ tự do hoạt động và khi hoạt động hiệu quả thì nền kinh tế cũng được điều tiết theo hướng tích cực. Đây chính là cơ sở để hình thành nên lý thuyết lợi thế tuyệt đối.

Lợi thế tuyệt đối của một quốc gia về một sản phẩm nghĩa là quốc gia đó sản xuất ra sản phẩm đó với các chi phí thấp hơn các nước khác. Cơ sở mậu dịch giữa các quốc gia sẽ căn cứ vào lợi thế tuyệt đối của từng nước. Nguồn gốc lợi thế của một nước có thể do lợi thế tự nhiên hoặc do nỗ lực của

nước đó. Lợi thế tự nhiên liên quan đến các điều kiện khí hậu và tự nhiên. Lợi thế do nỗ lực là lợi thế có được do sự phát triển của công nghệ và sự chuyên môn hóa. Nhờ chuyên môn hóa, các nước có thể gia tăng hiệu quả do người lao động sẽ lành nghề hơn khi họ lặp lại một thao tác nhiều lần; đồng thời họ không phải mất thời gian cho việc chuyển từ khâu sản xuất này sang khâu sản xuất khác và người lao động sẽ nảy sinh ra nhiều sáng kiến, đề xuất được các phương pháp làm việc tiến bộ hơn do làm một công việc trong thời gian dài. Như vậy, những quốc gia khác nhau có thể sản xuất những loại hàng hóa khác nhau có hiệu quả hơn những thứ khác và nếu chuyên môn hóa vào những ngành sản xuất mà họ có lợi thế tuyệt đối thì sẽ cho phép họ sản xuất sản phẩm với chi phí hiệu quả hơn các nước khác. Nhờ có chuyên môn hóa sản xuất và trao đổi mà các quốc gia đều trở nên sung túc và giàu có hơn.

Lợi thế tuyệt đối là cơ sở để các quốc gia xác định hướng chuyên môn hóa và trao đổi các mặt hàng trong một số trường hợp. Mô hình có thể giải thích cho một phần nhỏ của thương mại quốc tế, nếu như một quốc gia không có được những điều kiện tự nhiên thích hợp để sản xuất ra một số sản phẩm thì buộc phải nhập khẩu các sản phẩm đó từ nước ngoài. Theo lý thuyết này, các quốc gia chỉ có lợi trong thương mại quốc tế nếu có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất sản phẩm. Vậy nếu có thương mại giữa một cường quốc kinh tế và một quốc gia có trình độ phát triển kém hơn thì có lợi hay không? Như vậy, lý thuyết vẫn chưa giải thích được trường hợp tại sao thương mại vẫn có thể diễn ra khi một quốc gia có lợi thế tuyệt đối về tất cả các mặt hàng. Để giải quyết được vấn đề trên cần phải dựa vào một khái niệm có tính chất khái quát hơn, đó là lý thuyết về lợi thế so sánh của David Ricardo.

2.3. Lý thuyết lợi thế so sánh của D. Ricardo

David Ricardo (1772 – 1823) sinh trưởng trong một gia đình thương gia có địa vị trong số các gia đình giàu có ở Châu Âu. Ông nghiên cứu nhiều lĩnh vực như toán học, lý học, hóa học và là một trong những người sáng lập

ra ngành địa chất. Ông cho xuất bản nhiều tác phẩm, nổi tiếng nhất là “Những nguyên lý cơ bản của chính sách kinh tế và thuế khóa” và “Những nguyên lý cơ bản của kinh tế chính trị học” (1817). Trong tác phẩm của mình, D. Ricardo xác định đối tượng và phương pháp kinh tế chính trị học. Ông cho rằng nhiệm vụ cơ bản của kinh tế chính trị học là xác lập các quy luật phân phối sản phẩm đất đai giữa các giai cấp trong xã hội. Học thuyết của D. Ricardo ra đời trong thời kỳ cuộc cách mạng công nghiệp đã hoàn thành, phương thức tư bản chủ nghĩa đã xác lập địa vị thống trị hoàn toàn và phát triển trên cơ sở của chính nó, với hai giai cấp cơ bản là tư sản và vô sản đối lập nhau. Tính thời đại đã giúp ông nhận thức rõ rệt về mâu thuẫn giai cấp trong xã hội TBCN và ông đã vạch ra được những cơ sở kinh tế của các mâu thuẫn đó. D. Ricardo đã đứng trên lập trường duy vật để đi tìm quy luật kinh tế. Tư tưởng về quy luật khách quan trong sự phát triển kinh tế đã quán triệt trong toàn bộ học thuyết của ông.

Nếu như khái niệm lợi thế tuyệt đối được xây dựng trên cơ sở sự khác biệt về hiệu quả sản xuất tuyệt đối thì lợi thế so sánh lại xuất phát từ hiệu quả sản xuất tương đối. Mỗi quốc gia có lợi thế so sánh khi quốc gia đó có khả năng sản xuất một hàng hóa với mức chi phí cơ hội thấp hơn so với các quốc gia khác. Chi phí cơ hội của việc sản xuất ra một hàng hóa là số lượng hàng hóa khác mà chúng ta phải hy sinh khi sử dụng nguồn lực để sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa đó. Quy luật lợi thế so sánh có thể được phát biểu như sau: “Một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng có giá cả thấp hơn một cách tương đối so với quốc gia kia. Nói cách khác, một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng mà quốc gia đó có thể sản xuất được với hiệu quả cao hơn một cách tương đối so với quốc gia kia” (GS.TS. Bùi Xuân Lưu, PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải, 2007, trích dẫn trong *Kinh tế ngoại thương*, trang 33).

Tư tưởng của D. Ricardo về lợi thế so sánh mở đầu cho những phân tích mới về mối quan hệ của một nền kinh tế với thế giới bên ngoài. Một nền

kinh tế muốn đạt hiệu quả cao cần phải gắn kết mình với nền kinh tế thế giới để lựa chọn chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm mà mình có lợi thế so sánh. Học thuyết của D. Ricardo đã đạt tới đỉnh cao của trường phái kinh tế học cổ điển. Mô hình thương mại quốc tế dựa trên lợi thế so sánh của D. Ricardo đã giải thích được nguyên nhân của thương mại quốc tế và nó đem lại lợi cho tất cả các bên tham gia. Tuy nhiên, mô hình này vẫn còn chứa đựng những hạn chế nhất định. D. Ricardo dự đoán một mức độ chuyên môn hóa hoàn toàn, nghĩa là mỗi nước sẽ tập trung vào một mặt hàng mà mình có lợi thế. Nhưng trên thực tế, mỗi nước lại sản xuất không phải một mà là nhiều mặt hàng trong đó có cả những mặt hàng cạnh tranh với hàng nhập khẩu. Điều đó chưa hoàn toàn được giải thích trong lý thuyết của D. Ricardo.

2.4. Lý thuyết Heckscher – Ohlin (H – O)

Vào đầu thế kỷ XX, hai nhà kinh tế học người Thụy Điển Eli Heckscher (1879 – 1952) và Bertil Ohlin (1899 – 1979) đã tìm ra rằng những nhân tố quan trọng quy định thương mại chính là mức độ có sẵn của các yếu tố sản xuất ở mỗi quốc gia khác nhau. Bertil Ohlin là học trò của Heckscher, một nhà kinh tế chính trị và lịch sử kinh tế. Năm 1930, Ohlin kế tục Heckscher, trở thành giáo sư trường kinh tế Stockholm. Cuốn sách nổi tiếng của ông “Thương mại quốc tế và thương mại giữa các vùng” (Interregional and International Trade) đã xây dựng nên một học thuyết mới về thương mại quốc tế dựa trên những nghiên cứu trước đó của Heckscher và từ chính những luận điểm của mình. Lý thuyết này thường được gọi là lý thuyết Heckscher – Ohlin hay lý thuyết Tân cổ điển về thương mại quốc tế.

Lý thuyết H – O được xây dựng dựa trên hai khái niệm chính là hàm lượng các yếu tố và mức độ dồi dào các yếu tố. Một mặt hàng được xem là sử dụng nhiều hàm lượng các yếu tố (vốn, lao động) khi tỷ lệ giữa lượng yếu tố đó và các yếu tố khác được sử dụng để sản xuất ra một đơn vị mặt hàng đó lớn hơn tỷ lệ tương ứng các yếu tố đó để sản xuất ra một đơn vị mặt hàng

khác. Mức độ dồi dào của một yếu tố sản xuất được đo bằng tương quan giữa số lượng yếu tố đó với các yếu tố sản xuất khác của quốc gia.

Lý thuyết H – O được hai nhà kinh tế người Thụy Điển xây dựng dựa trên các giả thiết sau: Mô hình bao gồm hai quốc gia I và II, hai sản phẩm là X và Y, hai yếu tố sản xuất là lao động (L) và vốn (K). Hai quốc gia này có trình độ khoa học kỹ thuật công nghệ tương đương nhau. Sản phẩm X đòi hỏi nhiều lao động hơn so với vốn và ngược lại, sản phẩm Y đòi hỏi nhiều vốn hơn so với lao động. Tỷ lệ L/K của sản phẩm X cao hơn so với của sản phẩm Y ở cả hai quốc gia cùng với một mức giá yếu tố và ngược lại. Sản xuất mỗi mặt hàng có hiệu suất không đổi theo quy mô. Điều này có nghĩa là nếu tăng số lượng lao động và vốn dùng để sản xuất một sản phẩm thì đều làm tăng sản lượng sản phẩm đó cùng với tỷ lệ. Chuyên môn hóa sản xuất ở mỗi quốc gia là không hoàn toàn, ngay cả khi có thương mại thì hai quốc gia vẫn tiếp tục sản xuất cả hai sản phẩm X và Y. Hàng hóa khác nhau về hàm lượng các yếu tố sản xuất và không có sự hoán vị về hàm lượng các yếu tố sản xuất tại bất kỳ mức giá cả yếu tố tương quan nào. Hai quốc gia có thị hiếu tiêu dùng giống nhau, khi giá cả sản phẩm so sánh bằng nhau thì quốc gia I và II sẽ tiêu dùng X và Y ở cùng một tỷ lệ. Cạnh tranh hoàn hảo diễn ra trên cả thị trường hàng hóa lẫn thị trường yếu tố sản xuất. Tất cả mọi người không ai có đủ quyền lực để chi phối giá cả sản phẩm X và Y, họ đều có kiến thức và sự hiểu biết như nhau về giá cả các sản phẩm. Các yếu tố sản xuất có thể tự do di chuyển trong nước nhưng không thể di chuyển giữa các quốc gia với nhau. Trong phạm vi mỗi quốc gia, lao động và vốn có thể tự do di chuyển từ ngành này sang ngành khác và từ vùng này sang vùng khác. Cuối cùng, thương mại quốc tế là tự do và không tính chi phí vận chuyển, không có thuế quan và những rào cản thương mại khác.

Nội dung cơ bản của lý thuyết H – O là: Một quốc gia sẽ chuyên môn hóa sản xuất để xuất khẩu sản phẩm có mức độ dồi dào các yếu tố đồng thời

nhập khẩu trở lại sản phẩm mà quốc gia đó khan hiếm tương đối các yếu tố tạo nên. Theo lý thuyết này, nguồn lực sản xuất sẵn có của mỗi nước quy định sự khác nhau về yếu tố sản xuất dư thừa tương đối, dẫn đến sự khác nhau về tỷ lệ cân đối các yếu tố sản xuất giữa các quốc gia. Cân bằng các yếu tố sản xuất có nghĩa là “Thương mại tự do sẽ làm cho giá cả các yếu tố sản xuất có xu hướng trở nên cân bằng. Và nếu hai quốc gia tiếp tục sản xuất cả hai mặt hàng thì giá các yếu tố sẽ thực sự trở nên cân bằng” (GS.TS. Bùi Xuân Lưu, PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải, 2007, trích dẫn trong *Kinh tế ngoại thương*, trang 53). Tuy nhiên, sự khác nhau giữa tỷ lệ cân đối các yếu tố sản xuất đã tạo ra sự khác biệt trong giá cả sản phẩm. Đây là nguồn gốc để xác định lợi thế so sánh và mô hình thương mại của mỗi quốc gia. Như vậy, lý thuyết H – O đã giải thích được sự khác nhau trong giá cả sản phẩm so sánh hay lợi thế so sánh giữa các quốc gia chính là sự khác nhau giữa các yếu tố dư thừa tương đối hay khan hiếm tương đối của mỗi nước.

3. Đặc điểm chủ yếu của thương mại quốc tế

Hoạt động thương mại giữa các quốc gia thực chất là quá trình phân phối, sử dụng tài nguyên giữa các chủ thể kinh tế, giữa các quốc gia thông qua trao đổi hàng hóa, dịch vụ, nguồn lực kinh tế nhằm thỏa mãn nhu cầu đa dạng của mọi người dân trên toàn cầu. Vì thế, thương mại quốc tế chịu sự chi phối của nhiều yếu tố. Trước hết là sự khác biệt về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên của mỗi quốc gia. Chính sự khác biệt này đã tạo ra những sản phẩm đặc thù riêng cho từng vùng miền. Tùy theo từng điều kiện mà mỗi quốc gia có lợi thế trong việc sản xuất ra một số sản phẩm nhất định. Tiếp đến phải kể đến sự khác biệt về năng suất lao động do mỗi quốc gia có trình độ lao động, kỹ thuật công nghệ và nguồn vốn khác nhau. Bên cạnh đó là những lợi thế về quy mô bên trong, bên ngoài và việc sử dụng các nguồn lực kinh tế vào quá trình sản xuất những hàng hóa có chất lượng, chi phí khác nhau dẫn đến các quốc gia có những lợi thế khác nhau.

Quan hệ trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các quốc gia không ngừng phát triển cùng với xu hướng mở cửa nền kinh tế của các nước. Chính vì vậy, quy mô của thương mại quốc tế ngày càng lớn và tăng trưởng nhanh hơn. Trong bối cảnh kinh tế thế giới hiện nay, các nước công nghiệp phát triển đang giữ vai trò thống trị trong hoạt động thương mại quốc tế. Tuy nhiên, vị thế của các nước đang phát triển đang ngày càng trở nên quan trọng hơn. Sự phát triển của thương mại quốc tế không tránh khỏi những cạnh tranh khốc liệt và nhiều tồn tại gây tranh cãi như: bảo hộ mậu dịch, phân biệt đối xử,... Bên cạnh đó, việc phối hợp chính sách thương mại đa phương ngày càng đa dạng cùng với tính tất yếu của xu hướng toàn cầu hóa.

4. Tầm quan trọng của thương mại quốc tế

Thương mại quốc tế giữ vai trò quan trọng không chỉ đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia mà còn đối với cả thế giới. Thương mại quốc tế giúp cho các bên tham gia nâng cao hiệu quả kinh tế trên cơ sở phân công lao động quốc tế. Các quốc gia có điều kiện sử dụng một cách tiết kiệm toàn bộ nhân lực và nguồn tài nguyên của mình. Mỗi quốc gia có thể chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm có lợi thế so sánh, thực hiện được sự phân công lao động theo trình độ chuyên môn, sử dụng toàn lực sản xuất sản phẩm để tiến hành trao đổi thương mại với các quốc gia khác. Các doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả nhờ quy mô do chuyên môn hóa sản xuất sâu hơn. Một khi chỉ tập trung chuyên sản xuất một số mặt hàng nhất định, chi phí cố định tính trên mỗi sản phẩm sẽ ngày càng giảm, nhờ đó mà doanh nghiệp có lợi thế về quy mô. Ngoài ra, thương mại quốc tế giúp cân đối cung – cầu của nền kinh tế một cách hiệu quả nhất. Giá cân bằng được hình thành khi cung và cầu gặp nhau. Nếu sản phẩm làm ra chưa thể đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng thì có thể nhập khẩu và ngược lại để bảo đảm cho sự thỏa mãn tiêu dùng cao nhất. Nhờ phạm vi thị trường trên toàn thế giới, số lượng người tiêu dùng trở nên nhiều hơn và sức mua đối với sản phẩm lớn hơn, từ đó giúp cho doanh nghiệp tăng doanh

số bán hàng. Thương mại quốc tế giúp cho việc xuất khẩu sản phẩm có lợi thế so sánh và nhập khẩu những sản phẩm không có lợi thế so sánh. Buôn bán hàng hóa xuyên quốc gia đem lại nguồn lợi cho phép các nước xuất khẩu hàng hóa mà quá trình sản xuất sử dụng nhiều nguồn lực sẵn có dồi dào ở trong nước và nhập khẩu những hàng hóa mà quá trình sản xuất đòi hỏi nhiều nguồn lực khan hiếm trong nước. Các nhà sản xuất và phân phối có thể tìm thấy các sản phẩm dịch vụ cũng như các bộ phận cấu thành sản phẩm được sản xuất ở nước ngoài mà có thể giảm chi phí cho họ. Điều này khiến cho tỷ suất lợi nhuận được gia tăng hoặc việc tiết kiệm chi phí có thể chuyển sang người tiêu thụ và dẫn đến việc tiêu thụ sản phẩm trở nên mạnh hơn. Nhờ có chi phí sản xuất rẻ hơn, các doanh nghiệp có thể cải tiến chất lượng sản phẩm và làm gia tăng lợi nhuận, thị phần cho mình. Các doanh nghiệp còn có thể giảm bớt rủi ro do tránh được sự biến động của doanh số bán hàng và lợi nhuận bằng cách bán sản phẩm ra thị trường nước ngoài. Chiến lược này đồng thời làm kéo dài chu kỳ kinh doanh của sản phẩm. Trong khi doanh số bán sẽ giảm đi ở một quốc gia đang suy thoái về kinh tế, thì sẽ lại tăng lên ở một quốc gia khác đang ở thời kỳ phục hồi. Bằng cách đạt được sự cung cấp nhất định từ cùng một loại sản phẩm, một doanh nghiệp có thể tránh được những ảnh hưởng của biến động giá cả thất thường và sự thiếu hụt ở bất kỳ quốc gia nào.

Ngoài ra, vị thế kinh tế của mỗi quốc gia trên thế giới được nâng cao hơn nhờ hoạt động thương mại quốc tế. Cùng với quan hệ đầu tư quốc tế và tài chính quốc tế, quan hệ thương mại quốc tế trở thành một trong những trụ cột chính của chính sách kinh tế đối ngoại, từ đó góp phần thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa và duy trì sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

II. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ

1. Khái quát về Hoa Kỳ

1.1. Lịch sử, địa lý, con người

Hoa Kỳ được thành lập ban đầu với mười ba thuộc địa của Vương quốc Anh nằm dọc theo bờ biển Đại Tây Dương. Vào thế kỷ XVI, người Anh tiến hành các cuộc xâm chiếm thuộc địa tại Bắc Mỹ. Những người nhập cư đầu tiên đến đây bao gồm nhiều nhóm người từ nhiều tín ngưỡng, tầng lớp xã hội khác nhau và họ đã tạo ra các thuộc địa có nhiều cấu trúc xã hội, tôn giáo, chính trị và kinh tế khác nhau. Ngày 4/7/1776, bản tuyên ngôn độc lập đã được các đại biểu thuộc địa đưa ra. Trong cuộc chiến tranh Cách mạng Hoa Kỳ, các tiểu bang đã đánh bại đế quốc Anh và tạo nên thành công đầu tiên trong cuộc chiến tranh giành độc lập tại các thuộc địa. Năm 1788, một năm sau khi bản Hiến pháp Hoa Kỳ được thông qua, các cựu thuộc địa đã trở thành một nước cộng hòa duy nhất. Hoa Kỳ đã mua lại và chiếm được thêm lãnh thổ từ Pháp, Đế quốc Tây Ban Nha, Nga và Mexico trong thế kỷ XIX. Sau đó, chiến tranh Tây Ban Nha - Hoa Kỳ và Đại chiến thế giới lần thứ nhất nổ ra đã xác định vị thế siêu cường về quân sự của Hoa Kỳ. Năm 1945, Hoa Kỳ trở thành quốc gia đầu tiên có vũ khí hạt nhân sau Thế Chiến I và là thành viên thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc. Hoa Kỳ được nhiều quốc gia nhìn nhận như một thế lực quân sự, văn hóa, kinh tế và có ảnh hưởng lớn nhất trên thế giới.

Nằm ở khu vực Bắc Mỹ, tiếp giáp với Bắc Đại Tây Dương và Bắc Thái Bình Dương, Hoa Kỳ nằm giữa hai quốc gia là Canada và Mexico. Hiện nay, đất nước Hoa Kỳ gồm có 50 tiểu bang lục địa và một đặc khu liên bang. Với diện tích lên tới 9,83 triệu km² và tổng dân số là 305 triệu dân, Hoa Kỳ là quốc gia lớn thứ tư về diện tích trên thế giới. Do có diện tích lớn và địa hình đa dạng nên gần như tất cả các loại khí hậu đều tập trung tại đây: khí hậu ôn hòa có ở đa số các vùng, khí hậu nhiệt đới ở Hawaii và miền nam Florida, khí hậu địa cực ở Alaska, khí hậu hoang mạc ở Tây Nam, ... Với nhiều vùng sinh trưởng từ khí hậu nhiệt đới đến địa cực, sinh vật của Hoa Kỳ hết sức phong phú. Hoa Kỳ có hơn 17000 loài thực vật bản địa, hơn 400 loài động vật có vú,

700 loài chim, 500 loài bò sát và khoảng 90.000 loài côn trùng đã được ghi vào tư liệu.

Hoa Kỳ là quốc gia đa dạng về chủng tộc vào bậc nhất trên thế giới do kết quả của cuộc di dân đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Người da trắng là nhóm chủng tộc lớn nhất trong đó người gốc Đức, gốc Ireland, và gốc Anh chiếm ba trong số bốn sắc tộc lớn nhất. Người Mỹ gốc Châu Phi đa số là con cháu của các cựu nô lệ, là nhóm chủng tộc thiểu số đông nhất Hoa Kỳ và là nhóm sắc tộc lớn thứ ba. Người Mỹ gốc Châu Á là nhóm chủng tộc thiểu số lớn hạng nhì, trong đó hai nhóm sắc tộc lớn nhất là người Hoa và người Filipino. Phần lớn dân số Hoa Kỳ sống trong các vùng đô thị. Tuy không có ngôn ngữ chính thức ở cấp liên bang nhưng tiếng Anh được coi như là ngôn ngữ quốc gia của Hoa Kỳ. Tôn giáo của Hoa Kỳ được phát triển tự do, chính phủ hầu như không kiểm soát tín ngưỡng của người dân. Về lĩnh vực giáo dục, Hoa Kỳ được Liên Hợp Quốc đánh giá chỉ số giáo dục là 0,97, đứng thứ 12 trên thế giới. Quốc gia này có nhiều cơ sở giáo dục đại học tư thục và công lập nổi tiếng và có chính sách khắt khe đối với việc tuyển chọn sinh viên theo học nhưng cũng có những trường đại học cộng đồng ở địa phương cho phép sinh viên có thể tự do ghi danh theo học. Thống kê cho thấy trong số những người Mỹ từ 25 tuổi trở lên, có 84,6% tốt nghiệp trung học, 52,6% theo học đại học, 27,2% có bằng đại học và 9,6% có bằng sau đại học. Tỷ lệ biết đọc biết viết ở mức cơ bản là khoảng 99% trên tổng dân số. Người dân Hoa Kỳ được hưởng một hệ thống chăm sóc sức khỏe khá phát triển. Hệ thống này không hoàn toàn xã hội hóa mà nó dựa vào sự tài trợ phối hợp của cả công cộng và tư nhân nên khi tính theo số chi tiêu cho mỗi đầu người và phần trăm thì đã vượt mức chi tiêu so với bất kỳ quốc gia nào. Sự đa dạng về chủng tộc dẫn đến sự đa dạng trong văn hóa Hoa Kỳ. Đó là một nền văn hóa được đúc kết từ những truyền thống di dân từ Tây Âu. Bên cạnh đó, một số truyền thống của người bản địa Mỹ lại mang nhiều nét của người nô lệ Tây Phi. Sự

mở rộng lãnh thổ về phía tây đã khiến cho người Mỹ tiến gần tới văn hóa Mexico và sự di dân ở mức độ lớn từ Nam Âu, Đông Âu vào cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX đã mang lại nhiều yếu tố văn hóa mới,...

1.2. Hệ thống chính trị pháp luật

Hoa Kỳ là nước Cộng hòa liên bang thực hiện chế độ chính trị tam quyền phân lập. Mỗi bang có hệ thống hiến pháp và pháp luật riêng song không được trái với hiến pháp và pháp luật của liên bang. Hiến pháp Hoa Kỳ thiết lập nên chính quyền liên bang. Trong hệ thống liên bang của mình, công dân Hoa Kỳ có ba cấp bậc chính quyền là liên bang, tiểu bang và địa phương.

Chính quyền liên bang là nhân tố chủ đạo của hệ thống chính quyền Hoa Kỳ, được thiết lập bởi các khu định cư, từ đó hình thành các quyền tự trị độc lập với nhau. Trong mỗi khu định cư, các quận và thị trấn được hình thành theo các lộ trình phát triển khác nhau nhằm đáp ứng sự khác biệt trong nhu cầu hành chính. Chính phủ liên bang gồm có ba ngành: lập pháp, hành pháp và tư pháp. Về lập pháp, quốc hội lưỡng viện bao gồm Thượng viện và Hạ viện đặc trách làm luật liên bang, tuyên chiến, phê chuẩn các hiệp ước, có quyền quyết định về ngân sách và có thể bãi bỏ chức vụ của các viên chức đương nhiệm trong chính phủ. Về hành pháp, tổng thống có quyền phủ quyết các đạo luật của ngành lập pháp trước khi các đạo luật trở thành luật. Mọi công dân đủ 18 tuổi trở lên tại Hoa Kỳ đều có quyền bầu cử. Trong tất cả 50 tiểu bang kể cả đặc khu Columbia, đều có phiếu cử tri đoàn cho tiến trình bầu cử tổng thống. Ngoài ra, nội các và các viên chức khác giúp quản trị và thi hành các chính sách và luật liên bang. Đối với tư pháp, Tối cao pháp viện và những tòa án liên bang thấp hơn trong đó các thẩm phán được tổng thống bổ nhiệm với sự phê chuẩn của Thượng viện. Nhiệm vụ chủ yếu của ngành này là diễn giải về luật và có thể đảo ngược các luật mà họ cho rằng vi phạm hiến pháp. Các tiểu bang được Quốc hội lập hiến cho phép duy trì các quyền tự trị. Các vụ việc diễn ra trong tiểu bang sẽ thuộc phạm vi quyền hạn của chính

quyền tiểu bang, gồm có truyền thống nội bang, các pháp quy về tài sản, công nghiệp, doanh nghiệp, luật hình sự tiểu bang, và những điều kiện làm việc trong tiểu bang,... Tuy nhiên, chính quyền tiểu bang phải theo mô hình thể chế cộng hòa và luật lệ trong tiểu bang không được trái hay mâu thuẫn với Hiến pháp liên bang và các luật lệ, hiệp ước của Hợp Chúng Quốc Hoa Kỳ. Giống như chính quyền quốc gia, chính quyền tiểu bang cũng bao gồm ba nhánh là hành pháp, lập pháp và tư pháp. Ba nhánh này có sự tương đồng lớn trong chức năng và mục tiêu giữa chính quyền liên bang và chính quyền tiểu bang. Nhiệm vụ của chính quyền địa phương được phân chia giữa chính quyền quận và chính quyền thành phố. Chính quyền thành phố được thiết lập bởi tiểu bang, mặc dù được quy định chi tiết về mục tiêu và thẩm quyền nhưng hầu hết các thành phố được vận hành độc lập với tiểu bang. Mô hình của các chính quyền thành phố tại quốc gia này hết sức đa dạng nhưng đều được thiết lập bởi một loại hình hội đồng trung ương, được cử tri bầu ra và một viên chức hành pháp, được hỗ trợ bởi những người đứng đầu sở, ngành,... nhằm điều hành các vụ việc của thành phố. Có ba mô hình chính cho chính quyền thành phố, đó là: thị trưởng – hội đồng, hội đồng – nhà điều hành và ủy ban. Một số thành phố có thể phát triển tổng hợp từ hai hoặc ba mô hình này.

Hiện nay, Hoa Kỳ có hai đảng chính trị chủ chốt là Đảng Dân chủ được thành lập năm 1824 và Đảng Cộng hòa được thành lập năm 1854. Hai đảng này có ảnh hưởng thống trị chủ yếu trên nền thống trị Hoa Kỳ. Hiện tại, Tổng thống Hoa Kỳ Barack Obama là một người thuộc Đảng Dân chủ. Theo sau các cuộc bầu cử giữa kỳ năm 2006 và cuộc tổng tuyển cử năm 2008, Đảng Dân chủ đã kiểm soát cả Thượng viện và Hạ viện. Thượng viện Hoa Kỳ có hai thượng nghị sĩ độc lập, một người là cựu đảng viên của Đảng dân chủ, còn người kia tự cho mình là theo Chủ nghĩa xã hội. Mỗi thành viên của Hạ viện và đa số các viên chức tiểu bang hay địa phương hiện nay đều là thành viên

của một trong hai Đảng trên. Về văn hóa chính trị, Đảng Cộng hòa được xem là bảo thủ và Đảng dân chủ được xem là cấp tiến nhưng cả hai đảng này đều có tầm mức quan điểm rộng lớn. Điều này được thể hiện qua cuộc thăm dò vào tháng 8 năm 2007 khi 36% người dân Hoa Kỳ tự nhận mình là “bảo thủ”, 34% tự nhận mình là “ôn hòa” và 25% tự nhận mình là cấp tiến. Như vậy, ngoài số phần trăm người dân theo quan điểm độc lập thì con số theo quan điểm hai đảng là tương đương nhau. Khác với nhiều quốc gia, cơ cấu tổ chức của các đảng chính trị tại Hoa Kỳ không hề chặt chẽ. Đối với hai Đảng chính, ở cấp quốc gia không có thiết chế nào có chức năng kiểm soát số lượng đảng viên tham gia hay các hoạt động, quan điểm chính trị của Đảng.

1.3.Cơ chế hoạch định chính sách thương mại

Quốc hội liên bang: Trong chính sách thương mại, vai trò của quốc hội thể hiện ở việc ban hành và giám sát thi hành các luật thương mại. Quốc hội ban hành tất cả các luật thương mại ở Hoa Kỳ. Việc tiến hành các cuộc đàm phán thương mại quốc tế có thể ủy quyền cho chính quyền tiến hành nhưng tất cả các hiệp định thương mại đa phương và song phương do chính quyền ký kết với các nước chỉ có hiệu lực thi hành khi được Quốc hội thông qua. Các cơ quan chính quyền phải thường xuyên tham khảo ý kiến của Quốc hội để có thể triển khai đúng các luật thương mại, đồng thời thông báo rộng rãi cho toàn thể dân chúng để thu thập ý kiến trước khi trình dự thảo hiệp định hoặc dự thảo luật triển khai. Bên cạnh đó, thông qua quyền phân bổ ngân sách cho các cơ quan chính quyền, Quốc hội có thể điều tiết và kiểm soát các luật và chương trình thương mại.

Chính quyền liên bang: Đứng đầu là Tổng Thống, trợ giúp cho Tổng thống thực hiện các chức năng theo luật thương mại và các mục tiêu chính sách thương mại quốc tế là Ủy ban chính sách thương mại (TPC). TPC gồm có Trưởng Đại diện thương mại (USTR) là chủ tịch và các thành viên là Bộ trưởng các Bộ Thương mại, Ngoại giao, Nông nghiệp, Tài chính và Lao động,

đại diện của các cơ quan khác cũng được mời tham dự họp về chính sách thương mại khi cần thiết. Dưới TPC có hai nhóm phối hợp trực thuộc: Nhóm rà soát chính sách thương mại và Ủy ban tham mưu về chính sách thương mại. Ủy ban Kinh tế Quốc gia (NEC) là nấc cuối cùng trong cơ chế liên ngành về thương mại; trong đó người nắm giữ vị trí chủ tịch là Tổng thống. Các thành viên còn lại bao gồm Phó Tổng thống, các Bộ trưởng Ngoại giao, Tài chính, Nông nghiệp, Thương mại, Lao động, Bộ Phát triển Đô thị và Nhà ở, Giao thông Vận tải, Năng lượng; Chủ nhiệm Cơ quan Bảo vệ Môi trường; Giám đốc Văn phòng quản lý và Ngân sách, Đại diện Thương mại Hoa Kỳ; Chủ tịch Hội đồng Cố vấn Kinh tế; Cố vấn An ninh Quốc gia; và các trợ lý Tổng thống về chính sách kinh tế, chính sách đối nội, chính sách khoa học và công nghệ. Văn phòng đại diện Thương mại Hoa Kỳ sẽ đảm nhận việc chỉ đạo tiến hành thực hiện các quyết định về chính sách được đưa ra trong cơ chế liên ngành về thương mại.

Đại diện thương mại: Văn phòng đại diện thương mại Hoa Kỳ có hai phó Đại diện: một làm việc tại Washington, D.C và một tại Geneva, Thụy Sĩ. Thành viên văn phòng đại diện thương mại gồm có những thành viên nội các, mang hàm đại sứ với các nhiệm vụ chính là chịu trách nhiệm trong việc xây dựng và điều phối thực hiện chính sách thương mại quốc tế của Hoa Kỳ; tư vấn cho Tổng thống về các chính sách cũng như ảnh hưởng của chúng tới thương mại quốc tế; là đại diện và phát ngôn viên chính của Hoa Kỳ trong các cuộc đàm phán thương mại quốc tế; báo cáo và chịu trách nhiệm trước Tổng thống và Quốc hội về việc triển khai các chương trình và hiệp định thương mại. Văn phòng đại diện này sẽ tham dự tất cả các hội nghị thượng đỉnh kinh tế và các cuộc họp quốc tế có chủ đề chính về thương mại quốc tế, đồng thời chịu trách nhiệm lãnh đạo về phía Hoa Kỳ tại tất cả các cuộc đàm phán về mọi vấn đề nằm dưới sự bảo trợ của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO).

Bộ Thương mại: Hai cơ quan chịu trách nhiệm chính của Bộ Thương mại là Cơ quan Quản lý Thương mại Quốc tế và Cục Quản lý Xuất khẩu. Trách nhiệm quản lý Nhà nước về ngoại thương thuộc về Cơ quan Quản lý Thương mại Quốc tế. Trách nhiệm này gồm có việc chỉ đạo và điều hành công tác phát triển xuất khẩu và cơ quan xúc tiến thương mại của Hoa Kỳ ở nước ngoài, thực thi luật chống bán phá giá, luật thuế chống bù giá, kiểm soát xuất khẩu, hỗ trợ điều chỉnh thương mại cho các công ty, nghiên cứu và phân tích ngoại thương, theo dõi việc chấp hành các hiệp định thương mại quốc tế có Hoa Kỳ tham gia. Cục Quản lý Xuất khẩu chịu trách nhiệm trong việc kiểm soát việc xuất khẩu hàng hóa và công nghệ vì lý do an ninh quốc gia, chính sách đối ngoại,... Đây cũng là cơ quan cấp giấy phép xuất khẩu dựa trên các quy chế kiểm soát việc xuất khẩu.

Cục Hải quan và bảo vệ biên giới: trực thuộc Bộ An ninh Nội địa Hoa Kỳ. Chức năng chính của Cục là thu thuế nhập khẩu và thi hành các luật, quy định liên quan đến thương mại quốc tế. Ngoài ra, Cục cũng có trách nhiệm trong việc ngăn chặn, thu hồi hàng hóa nhập khẩu bất hợp pháp vào Hoa Kỳ; giải quyết thủ tục cho người, tàu chuyên chở hàng hóa ra khỏi Hoa Kỳ; quản lý hạn ngạch và các hạn chế nhập khẩu khác; hỗ trợ thi hành các điều luật của Hoa Kỳ về quyền tác giả, quyền sáng chế, thương hiệu,...

Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ: Ủy ban gồm có sáu ủy viên, trong đó không được có quá ba ủy viên ở cùng một đảng chính trị. Chủ tịch được Tổng thống bầu ra và được Quốc hội thông qua, được bổ nhiệm với nhiệm kỳ 2 năm. Đây là một cơ quan độc lập và được coi như là một tòa án. Ủy ban này tiến hành các công việc nghiên cứu, báo cáo, điều tra và trình lên Tổng thống, Quốc hội về những vấn đề có liên quan tới thương mại quốc tế như việc ưu đãi thuế quan phổ cập chung; việc hạn chế nhập khẩu để hỗ trợ cho các ngành công nghiệp trong nước; ảnh hưởng của nhập khẩu đối với các chương trình nông nghiệp,...

Các Ủy ban Cố vấn Tư nhân hoặc Chính phủ: Ủy ban được thành lập vào năm 1974 với mục đích nhằm đảm bảo các chính sách thương mại và các mục tiêu đàm phán thương mại của Hoa Kỳ phản ánh thỏa đáng các lợi ích thương mại và kinh tế của quốc gia này. Hệ thống bao gồm tới 33 ủy ban với số lượng thành viên lên tới gần 1000 người, được chia làm ba cấp: cấp cao nhất là Ủy ban Cố vấn Chính sách và Đàm phán Thương mại; cấp thứ hai gồm 7 ủy ban cố vấn chính sách, đại diện cho các lĩnh vực kinh tế chung; cấp cuối cùng bao gồm 25 ủy ban cố vấn phân theo lĩnh vực, chức năng và kỹ thuật. Các ủy ban này có các cuộc họp thường kỳ, thu thập những thông tin nhạy cảm về các cuộc đàm phán thương mại đang diễn ra và các vấn đề chính sách thương mại khác. Từ đó, các Ủy ban báo cáo ý kiến của mình lên Tổng thống về các vấn đề thương mại cũng như các hiệp định thương mại được ký kết bởi Hoa Kỳ.

1.4. Một số nét về nền kinh tế Hoa Kỳ

Hoa Kỳ là quốc gia có nền kinh tế lớn nhất thế giới với nền công nghiệp hùng mạnh, nông nghiệp hiện đại và là trung tâm thương mại, tài chính thế giới. Đây là một nền kinh tế hỗn hợp được hỗ trợ bởi một nguồn tài nguyên thiên nhiên vô cùng phong phú, cơ sở hạ tầng phát triển tốt và hiệu suất cao. Các công ty, các tập đoàn lớn và các công ty tư nhân là những thành phần chính của nền kinh tế, ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế Hoa Kỳ. Về cơ cấu kinh tế, hiện nay Hoa Kỳ có tới hơn 80% GDP được tạo ra từ ngành dịch vụ, nông nghiệp chỉ chiếm 1% và phần còn lại thuộc về lĩnh vực công nghiệp. Những khu vực kinh tế phát triển mạnh mẽ nhất là dịch vụ tài chính, các dịch vụ chuyên nghiệp, khoa học và kỹ thuật, chế tạo sản phẩm bền vững, đặc biệt là máy tính, đồ điện tử, bất động sản và chăm sóc y tế. Những khu vực có tỷ lệ đóng góp trong GDP giảm đi là nông nghiệp, khai thác mỏ, một số ngành khác như ngành dệt may. Nguyên nhân của vấn đề này là do những hàng hóa có giá trị thấp đang dần được chuyển sang các nước đang phát triển

sản xuất với chi phí thấp hơn. Hoa Kỳ có mức độ tăng trưởng kinh tế vừa phải, tỉ lệ thất nghiệp nhìn chung thấp, trình độ khoa học kỹ thuật, công nghệ, khả năng nghiên cứu và đầu tư vốn cao. Mỗi quan tâm chính đối với nền kinh tế Hoa Kỳ chính là nợ quốc gia, nợ nước ngoài, nợ của người tiêu dùng, tỉ lệ tiết kiệm thấp và sự thâm hụt tài chính lớn.

Theo báo cáo của Hội đồng phi lợi nhuận về Cạnh tranh, quốc gia này đã đóng góp trực tiếp vào một phần ba mức độ tăng trưởng của nền kinh tế toàn cầu trong giai đoạn từ 1995 – 2005. Từ năm 1983 đến năm 2004, nhập khẩu của Hoa Kỳ tăng vọt và chiếm tới gần 20% trong mức tăng xuất khẩu của toàn thế giới. Cơ quan Nghiên cứu Phục vụ Quốc hội (CRS) đã đưa ra báo cáo về tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu của Hoa Kỳ tới các nước đang phát triển là 32,8% vào năm 1985 và đến năm 2006, con số này là 47%; tỷ trọng hàng hóa nhập khẩu với các nước này là 34,5% vào năm 1985 và 54,7% vào năm 2006. Cũng trong năm 2006, theo Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), tổng sản phẩm nội địa của nước này chiếm tới hơn 13 nghìn tỉ đô la, đạt mức lớn nhất thế giới. Hoa Kỳ là nước nhập cảng hàng hóa lớn nhất và là nước xuất cảng đứng thứ nhì. Canada, Trung Quốc, Mexico, Nhật Bản và Đức là những bạn hàng lớn nhất của Hoa Kỳ với các sản phẩm chủ yếu là máy móc điện, xe hơi,... Hoa Kỳ cũng là một siêu cường công nghiệp với các sản phẩm hóa học dẫn đầu ngành sản xuất và là nước sản xuất dầu lớn thứ ba trên thế giới và đứng thứ nhất về tiêu thụ dầu. Đây là quốc gia sản xuất hàng đầu về năng lượng điện, hạt nhân, khí đốt thiên nhiên hóa lỏng, nhôm, sulfur, phosphat và muối. Mặc dù nông nghiệp chỉ chiếm 1% GDP nhưng lại chiếm tới 60% sản xuất nông nghiệp của thế giới. Trong giai đoạn 2000 – 2006, hàng hóa xuất khẩu của Hoa Kỳ tăng 33% song nhập khẩu hàng hóa còn tăng nhanh hơn ở mức 52%, dẫn đến thâm hụt thương mại đã tăng gần như gấp đôi trong những năm này. Năm 2006, Hoa Kỳ xuất khẩu hơn một nghìn tỉ đô la hàng hóa và nhập khẩu tới 1,8 nghìn đô la hàng hóa, thâm hụt thương mại chiếm 5,7% GDP.

Đây là mức độ được nhiều nhà kinh tế coi là không bền vững vì nó dựa trên các dòng đầu tư nước ngoài đang tiếp tục đổ vào nước này. Tuy nhiên, Hoa Kỳ lại là quốc gia đứng thứ nhất trên thế giới về nợ nước ngoài, đạt mức 10 nghìn tỉ đô la (2006). Tốc độ tăng GDP của Hoa Kỳ vào năm 2007 chỉ đạt 2,2% so với mức tăng 3,3% năm 2006 và 3,6% năm 2005. Đây là mức tăng GDP chậm nhất kể từ năm 2002.

Hệ thống tài chính ngân hàng của Hoa Kỳ vào năm 2008 đột nhiên rơi vào một trong những cuộc khủng hoảng chưa từng có trong lịch sử thế giới. Nguyên nhân trực tiếp của cuộc khủng hoảng tài chính lần này là sự suy sụp của thị trường bất động sản. Hàng loạt tổ chức tài chính khổng lồ và lâu đời đã bị phá sản. Tình trạng này dẫn đến việc thu hẹp các khu sản xuất, sa thải lao động, cắt giảm các hợp đồng nhập đầu vào. Tính trung bình từ tháng 1 tới tháng 9 năm 2008, mỗi tháng có 84 nghìn lượt người lao động Hoa Kỳ bị mất việc làm. Thất nghiệp gia tăng làm cho các doanh nghiệp khó có thể tiêu thụ được hàng hóa sản xuất ra. Có rất nhiều doanh nghiệp hàng đầu bị phá sản và có nguy cơ bị phá sản, trong đó phải kể tới ba nhà sản xuất ô tô lớn nhất của Hoa Kỳ là General Motors, Ford Motor và Chrysler LLC. Tiêu dùng giảm, hàng hóa trở nên ế ẩm dẫn đến mức giá chung của nền kinh tế giảm liên tục, đẩy Hoa Kỳ tới nguy cơ giảm phát. Cuộc khủng hoảng tài chính của Hoa Kỳ đã ảnh hưởng tới toàn thế giới. Vốn là thị trường nhập khẩu quan trọng của nhiều nước ở Đông Á, sự suy thoái kinh tế đã khiến xuất khẩu của các nước này bị thiệt hại làm cho một số nước như Nhật Bản, Đài Loan, Singapore,... rơi vào suy thoái. Hầu hết các khu vực và quốc gia có mối quan hệ kinh tế mật thiết với Hoa Kỳ như Châu Âu, Mỹ Latinh đều chịu tác động nghiêm trọng cả về tài chính và kinh tế. Kinh tế thế giới chậm lại khiến lượng dầu mỏ giảm về sản xuất và tiêu dùng, gây khó khăn cho các nước xuất khẩu dầu mỏ. Những bất ổn về lương thực do lo ngại đã tạo nên cuộc khủng hoảng giá lương thực toàn cầu vào đầu năm 2008. Nhiều thị trường chứng khoán trên

thế giới gặp phải đợt mất giá chứng khoán nghiêm trọng. Trước tình hình đó, Cục Dự trữ Liên bang Hoa Kỳ (FED) đã có những biện pháp cải thiện như hạ lãi suất, nới lỏng tiền tệ để tăng thanh khoản cho các tổ chức tài chính. Tổng thống Bush đã được Quốc hội thông qua gói tài chính trị giá 700 tỷ đô la với kế hoạch chi trả cho các chương trình phục vụ đông đảo người dân nhằm kích thích tiêu dùng, trợ cấp thất nghiệp, hỗ trợ dinh dưỡng cho người nghèo,... Sau khi tổng thống mới Barack Obama của Hoa Kỳ được bầu cử, ông đã đề trình chương trình kích thích kinh tế mới với những dự án phát triển cơ sở hạ tầng, nâng cấp hệ thống sử dụng năng lượng đồng thời có những hành động khẩn cấp để trợ giúp cho các gia đình gặp khó khăn, tạo việc làm cho người dân Hoa Kỳ, phản ứng nhanh với tất cả các biện pháp mà nước này có để đối phó với cuộc khủng hoảng tài chính. Tháng 2 năm 2009, gói kích thích thứ hai trị giá 787 tỷ đô la đã được Chính phủ thực hiện kể khi từ cuộc khủng hoảng nổ ra.

Trước những nỗ lực nhằm đẩy lùi những hậu quả của cuộc khủng hoảng, nền kinh tế Hoa Kỳ đã dần dần phục hồi. Nền kinh tế nước này đã có sự tăng trưởng lần đầu tiên sau hơn một năm khủng hoảng, trong quý IV năm 2009, GDP tăng 5,7% . Đây có thể là tín hiệu cho thấy sự suy thoái đang đi vào hồi kết. Với nhiều biện pháp, Hoa Kỳ đã duy trì được vị thế là một nền kinh tế có tính cạnh tranh cao, sản lượng lớn và có tầm ảnh hưởng lớn nhất trên thế giới. Tuy nhiên, nền kinh tế Hoa Kỳ ngày càng chịu nhiều sức ép cũng như tác động từ các nền kinh tế năng động khác. Hiện nay, Hoa Kỳ đang phải đối mặt với những thách thức đến từ bên trong và cả những thách thức từ bên ngoài.

2. Lợi ích của hai quốc gia trong việc thúc đẩy mối quan hệ thương mại trong bối cảnh hội nhập

Xuất khẩu hàng hóa có vai trò hết sức quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Việc làm này giúp các nước cải thiện cán cân thanh

toán quốc tế, tăng thêm nguồn dự trữ ngoại tệ, đồng thời cải thiện cơ cấu kinh tế và nâng cao đời sống của người dân. Hoa Kỳ là một thị trường rộng lớn vào bậc nhất thế giới với khả năng tiêu thụ nhiều hàng hóa đến từ các nước khác nhau. Thị trường Hoa Kỳ không chỉ hấp dẫn đối với các nước Châu Á mà còn là mục tiêu của nhiều nước ở các châu lục khác. Việt Nam đang có những bước tích cực để hội nhập vào nền kinh tế thế giới, chuyển sang nền kinh tế thị trường hướng vào xuất khẩu. Vì vậy, Hoa Kỳ đã và sẽ là một thị trường xuất khẩu có tiềm năng to lớn đối với Việt Nam. Trong giai đoạn suy thoái kinh tế, tiêu dùng của Hoa Kỳ và nhiều quốc gia khác bị suy giảm đáng kể. Tuy nhiên, hiện nay kinh tế Mỹ đang có những dấu hiệu phục hồi trở lại: hệ thống ngân hàng trở nên ổn định hơn, nhu cầu tiêu dùng gia tăng sẽ kích thích hoạt động nhập khẩu. Đây sẽ là yếu tố tích cực giúp cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này tiếp tục tăng trưởng trở lại.

Việt Nam là một trong số các quốc gia đang phát triển trên thế giới, đang từng bước phát triển trên con đường công nghiệp hóa – hiện đại hóa theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Vị trí địa lý thuận lợi cùng với nguồn tài nguyên vô cùng phong phú đã giúp cho Việt Nam có lợi thế trong việc sản xuất nhiều mặt hàng. Bên cạnh đó, nguồn lao động dồi dào và chi phí nhân công rẻ đã khiến cho nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có sức cạnh tranh cao. Hoa Kỳ là một trong số những quốc gia có nguồn tài nguyên giàu có trên thế giới nhưng vẫn có chiến lược đảm bảo cho nguồn cung cấp nguyên nhiên vật liệu cần thiết cho quốc gia. Do đó, hàng năm Hoa Kỳ vẫn nhập khẩu một số lượng lớn nguyên nhiên vật liệu từ nước ngoài. Để tránh phụ thuộc việc nhập khẩu qua nhiều vào một nước, Hoa Kỳ đã thực hiện chính sách đa dạng hóa nguồn cung cấp. Trong khi đó, Việt Nam lại là quốc gia có nhiều tài nguyên chưa qua chế biến do thiếu công nghệ hiện đại, cần xuất khẩu các sản phẩm này để hiện đại hóa nền sản xuất trong nước. Việc nhập khẩu các sản phẩm sơ chế từ Việt Nam không chỉ góp phần làm cho giá thành hàng hóa của Hoa Kỳ giảm

xuống, tạo nên sức cạnh tranh mà còn tạo sự ổn định cho nguồn cung cấp nguyên vật liệu cho nền sản xuất Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, Hoa Kỳ luôn có chiến lược mở rộng thị trường xuất khẩu của mình nhằm mục đích tăng trưởng kinh tế và tạo công ăn việc làm cho người dân. Thị trường Việt Nam với hơn 80 triệu dân số là một thị trường nhiều tiềm năng đối với hàng hóa xuất khẩu từ Hoa Kỳ. Vì vậy, các doanh nghiệp Hoa Kỳ sẽ có những chiến dịch lớn để chiếm lĩnh thị trường này vì với sự phát triển không ngừng của Việt Nam, sức mua của người dân ngày càng tăng và nhu cầu mua sắm đa dạng là điều tất yếu.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

I. Tổng quan về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ

1. Một số nét khái quát về lịch sử thương mại giữa hai quốc gia

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ đã trải qua nhiều biến cố thăng trầm trong lịch sử. Trong giai đoạn 1945 – 1954, hai nước gần như không có bất kì mối quan hệ về thương mại nào do mối quan hệ chính trị căng thẳng. Cho đến thời kỳ 1954 – 1975, khi Hoa Kỳ ủng hộ chính phủ Nguyễn quyền Sài Gòn chống lại miền Bắc thì mới xuất hiện mối quan hệ thương mại giữa hai nước. Tuy nhiên, hàng hóa nhập khẩu của Hoa Kỳ vào Việt Nam lúc này chủ yếu là hàng viện trợ phục vụ cho cuộc chiến tranh. Miền Nam Việt Nam cũng xuất khẩu một số mặt hàng như gạo, cao su, gỗ, hải sản, đồ gốm,... với kim ngạch không đáng kể sang Hoa Kỳ. Năm 1964, Hoa Kỳ áp dụng lệnh cấm vận đối với miền Bắc nước ta. Theo luật này, Việt Nam sẽ bị coi là kẻ thù và mọi quan hệ trao đổi, giao lưu với Việt Nam đều bị cấm. Và lệnh cấm vận này tiếp tục được mở rộng đối với toàn bộ đất nước Việt Nam vào năm 1975, được áp dụng với toàn bộ các hoạt động thương mại, tài chính, tín dụng, ngân hàng,... Việt Nam cùng với các nước như Cuba, Bắc Triều Tiên bị Hoa Kỳ xếp vào nhóm nước bị hạn chế nhất trong quan hệ với nước này. Bên cạnh đó, Hoa Kỳ không chế các nước đồng minh và các tổ chức quốc tế mà Hoa Kỳ nắm quyền lực chủ chốt nhằm hạn chế mối quan hệ kinh tế thương mại với Việt Nam. Mặc dù bị Hoa Kỳ cấm vận một cách trực tiếp và gián tiếp, Việt Nam vẫn có quan hệ kinh tế với nhiều nước và tổ chức kinh tế.

Bước sang thập kỷ 90, khi hệ thống Xã hội chủ nghĩa tan rã trên thế giới, Hoa Kỳ bắt đầu nới lỏng lệnh cấm vận đối với Việt Nam. Ngày 3/2/1994, Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton tuyên bố bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam và ngày 11/7/1995, tuyên bố bình thường hóa quan hệ với Việt

Nam. Năm 1997, hai nước tiến hành trao đổi sứ quán lần đầu tiên khiến cho quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ bắt đầu có sự phát triển trên mọi lĩnh vực. Đặc biệt, quan hệ thương mại giữa hai nước đã có bước đột phá khi Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA) được ký kết vào năm 2000. Từ khi Hiệp định Thương mại có hiệu lực vào năm 2001, kim ngạch ngoại thương của Việt Nam – Hoa Kỳ đã không ngừng gia tăng, đây chính là bằng chứng cho sự phát triển quan hệ kinh tế giữa hai nước. Hàng loạt những ưu đãi của Hoa Kỳ được mở ra cho hàng hóa Việt Nam khi thâm nhập vào thị trường nước này. Tháng 1/2007, Quốc hội Hoa Kỳ đã thông qua Quy chế Quan hệ Thương mại Bình thường vĩnh viễn cho Việt Nam (PNTR). Sự kiện này có ý nghĩa quan trọng trong mối quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ, đánh dấu việc bình thường hóa hoàn toàn quan hệ song phương giữa hai nước, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế thương mại. Tháng 6/2007, hai nước đã ký kết Hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA). Hiệp định này được xem là bước tiếp theo của Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ và là bước khởi đầu của một hiệp định thương mại tự do. Việc thông qua các hiệp định đã đánh dấu những bước quan trọng trong mối quan hệ thương mại giữa hai nước. Để tiến được lộ trình này, cả hai phía Việt Nam và Hoa Kỳ đã có những nỗ lực đáng kể. Những thành tựu này sẽ mở ra một viễn cảnh tươi sáng cho quan hệ thương mại của hai quốc gia.

2. Các thỏa thuận quan trọng trong hợp tác kinh tế giữa hai quốc gia

2.1. Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA)

2.1.1. Tiến trình đàm phán

Toàn cầu hóa đang là xu hướng phát triển kinh tế thế giới hiện nay. Trong bối cảnh ấy, vấn đề hội nhập để phát triển theo kịp thế giới đối với Việt Nam là một tất yếu khách quan. Quá trình hội nhập kinh tế của Việt Nam đã diễn ra ở nhiều cấp độ khác nhau: song phương, đa phương và toàn cầu. Một cột mốc quan trọng phải kể đến trong tiến trình hội nhập chính là việc Việt

Nam và Hoa Kỳ đã tiến hành nhiều vòng đàm phán để ký kết Hiệp định Thương mại song phương (BTA) giữa hai quốc gia.

- Vòng 1 : Từ 2/9/1996 đến 26/9/1996 tại Hà Nội.

- Vòng 2 : Từ 9/12/1996 đến 11/12/1996 tại Hà Nội.

- Vòng 3 : Từ 12/4/1997 đến 17/4/1997. Hoa Kỳ trao cho Việt Nam văn bản dự thảo Hiệp định đề cập đến các vấn đề như: quy định về giá và điều tiết giá, hệ thống thuế, các trợ cấp đối với mỗi lĩnh vực của nền kinh tế, cán cân thanh toán, hệ thống đối ngoại,....

- Vòng 4 : Từ 6/10/1997 đến 11/10/1997 tại Washington, hai nước đã trao đổi sơ bộ về những quy định chung và về chương Thương mại hàng hoá trong Hiệp định.

- Vòng 5 : Từ 16/5/1998 đến 22/5/1998 tại Washington.

- Vòng 6 : Từ 15/9/1998 đến 22/9/1998 tại Hà Nội. Tại vòng đàm phán này, hai bên tập trung trao đổi tổng thể về Thương mại hàng hoá, Sở hữu trí tuệ, Thương mại dịch vụ và Đầu tư.

- Vòng 7 : Từ 15/3/1999 đến 19/3/1999 tại Hà Nội. Cuộc đàm phán thứ bảy đã diễn ra tốt đẹp khi hai đoàn đã tập trung trao đổi những vấn đề quan trọng còn lại chưa xử lý được trong các vòng đàm phán trước nằm ở các chương “Phát triển Quan hệ đầu tư”, “ Thương mại dịch vụ”, “ Thương mại hàng hoá” và “ Sở hữu trí tuệ”. Hầu hết các vấn đề nêu ra đã tìm được tiếng nói chung khiến cho khoảng cách giữa hai bên được thu hẹp. Tuy nhiên, một số vấn đề thuộc lĩnh vực quyền thương mại và dịch vụ giữa hai bên sẽ tiếp tục được xem xét và thảo luận trong các vòng đàm phán sau để có thể sớm đi đến ký kết Hiệp định Thương mại nhằm thúc đẩy quá trình bình thường hoá quan hệ kinh tế – thương mại, tăng cường trao đổi phát triển hàng hoá và hợp tác đầu tư giữa hai nước.

- Vòng 8: Từ 14/6/1999 đến 18/6/1999 tại Washington. Cả hai bên đều tỏ thái độ thiện chí và cố gắng nhằm giải quyết những vấn đề còn tồn đọng. Phía

Việt Nam đã đưa ra một lộ trình hợp lý để thực hiện các nguyên tắc của WTO trong bối cảnh Việt Nam là một nước đang phát triển và đang trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế.

- Vòng 9 : Từ 23/7/1999 đến 25/7/1999 tại Hà Nội, các cuộc gặp gỡ giữa các cấp Bộ trưởng được diễn ra nhằm thoả thuận về nguyên tắc của Hiệp định.

- Vòng 10 : Từ 28/8/1999 đến 2/9/1999 tại Washington, hai bên tiến hành xử lý các vấn đề về kỹ thuật.

- Vòng 11: 3/7/2000 tại Washington, Hiệp định được hoàn tất.

Trải qua 11 vòng đàm phán, hai phía Việt Nam và Hoa Kỳ đều thể hiện sự quyết tâm thúc đẩy nhanh chóng tiến trình đàm phán ký kết Hiệp định Thương mại. Các doanh nghiệp đều bày tỏ sự quan tâm đến quá trình bình thường hóa quan hệ về kinh tế của hai quốc gia.

Ngày 13/7/2000 tại Washington (tức ngày 14/7/2000 ở Việt Nam), Bộ trưởng Thương mại Việt Nam Vũ Khoan và bà Charlene Barshefsky – Đại diện Thương mại thuộc phủ Tổng thống Hợp chủng quốc Hoa Kỳ đã thay mặt Chính phủ hai nước ký Hiệp định giữa nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Hợp chủng quốc Hoa Kỳ về quan hệ thương mại, đánh dấu bước phát triển mới trong quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước. Sự kiện này đã kết thúc một quá trình đàm phán lâu dài và kiên trì của hai bên. Ngày 11/12/2001, Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ chính thức có hiệu lực đối với cả hai bên.

2.1.2. Nội dung cơ bản

Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ bao gồm 7 chương, 72 điều và 9 phụ lục quy định lộ trình thực hiện thích hợp cho Việt nam, trong đó đề cập đến 4 nội dung chủ yếu là: Thương mại hàng hóa, Thương mại dịch vụ, Sở hữu trí tuệ và Quan hệ đầu tư. Kết cấu của Hiệp định như sau:

Chương I : Thương mại hàng hoá gồm 9 điều khoản.

Chương II : Quyền sở hữu trí tuệ gồm 18 điều khoản.

Chương III : Thương mại dịch vụ gồm 11 điều khoản.

Chương IV : Phát triển quan hệ đầu tư gồm 15 điều khoản.

Chương V : Tạo điều kiện thuận lợi cho kinh doanh gồm 3 điều khoản.

Chương VI : Những điều khoản liên quan đến sự minh bạch và quyền được khiếu kiện.

Chương VII : Những điều khoản chung gồm 7 điều khoản.

❖ **Thương mại hàng hóa**

Các nguyên tắc thiết lập quan hệ thương mại giữa hai nước:

Nguyên tắc quan hệ buôn bán bình thường (Normal Trade Relations - NTR) hay còn gọi là Quy chế tối huệ quốc (MFN): “Mỗi bên dành ngay lập tức và vô điều kiện cho hàng hóa có xuất xứ tại hoặc được xuất khẩu từ lãnh thổ của Bên kia sự đối xử không kém thuận lợi hơn sự đối xử dành cho hàng hóa tương tự tại hoặc được xuất khẩu từ lãnh thổ của bất cứ nước thứ ba nào khác trong tất cả các vấn đề có liên quan tới:

- A. Mọi loại thuế quan và phí đánh vào hoặc có liên quan đến việc nhập khẩu hay xuất khẩu, bao gồm cả các phương pháp tính các loại thuế quan và phí đó;
- B. Phương thức thanh toán đối với hàng nhập khẩu và xuất khẩu, và việc chuyển tiền quốc tế của các khoản thanh toán đó;
- C. Những quy định và thủ tục liên quan đến xuất nhập khẩu, kể cả những quy định về hoàn tất thủ tục hải quan, quá cảnh, lưu kho và chuyển tải;
- D. Mọi loại thuế và phí khác trong nước đánh trực tiếp hoặc gián tiếp vào hàng nhập khẩu;
- E. Luật, quy định và các yêu cầu khác có ảnh hưởng đến việc bán, chào bán, mua, vận tải, phân phối, lưu kho và sử dụng hàng hóa trong thị trường nội địa; và

F. Việc áp dụng các hạn chế định lượng và cấp giấy phép” (GS.TS Võ Thanh Thu, 2005, trích dẫn trong *Quan hệ kinh tế quốc tế*, trang 150).

Nguyên tắc đối xử quốc gia (National Trade – NT): Hiệp định yêu cầu các Bên dành sự đối xử quốc gia cho hàng nhập khẩu, theo đó Việt Nam và Hoa Kỳ thoả thuận dành cho hàng hoá nhập khẩu của nhau sự đối xử tương tự hoặc không kém phần thuận lợi hơn đối với hàng hoá tương tự do công dân nước mình sản xuất. Nghĩa vụ đối xử quốc gia bao gồm các vấn đề về thuế, luật trong nước, các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và quyền kinh doanh được quy định cụ thể tại Điều 2 Chương I của Hiệp định. Đây là nguyên tắc nhằm tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng cho hàng hóa nhập khẩu so với hàng hóa trong nước.

Thuế quan:

Việt Nam đồng ý cắt giảm thuế quan đối với 224 mặt hàng và giữ nguyên mức thuế đối với 20 mặt hàng trên tổng số hơn 6000 dòng thuế. Việc cắt giảm thuế quan các mặt hàng này được áp dụng dần dần theo một lộ trình từ 3 đến 6 năm. Về phía Hoa Kỳ, ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, hàng Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ sẽ được hưởng mức thuế MFN trung bình khoảng 3% so với mức thuế hiện tại. Và nếu Hoa Kỳ cắt giảm thuế cho các nước thành viên WTO theo các cam kết trong khuôn khổ của tổ chức này thì cũng phải cắt giảm thuế như vậy cho Việt Nam. Ngoài ra, Hoa Kỳ sẽ xem xét khả năng dành cho Việt Nam hưởng thuế ưu đãi phổ cập đối với một số nhóm mặt hàng.

Những quyền về thương mại

Hai bên cam kết thực hiện những quyền thương mại theo chuẩn mực quốc tế và WTO ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực. Theo lộ trình tối đa là 3 năm tất cả các chủ thể kinh tế trong cũng như ngoài nước sẽ được quyền kinh doanh xuất nhập khẩu tại thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, để được kinh

doanh hoàn toàn, các nhà đầu tư nước ngoài phải vượt qua các hạn chế về chủ thể để thành lập liên doanh hay công ty 100% vốn nước ngoài theo lộ trình từ 3 đến 7 năm. Ngoài ra, Việt Nam còn duy trì hạn chế về các nhóm hàng quan trọng bắt buộc phải qua đầu mối do nhà nước chỉ định.

Hàng rào phi thuế quan:

Hiệp định yêu cầu các Bên loại bỏ tất cả các hàng rào phi thuế quan, bao gồm những hạn chế về xuất nhập khẩu, hạn ngạch, yêu cầu cấp phép và kiểm soát đối với tất cả các chủng loại. Về phía Hoa Kỳ, theo quy định của WTO sẽ không có những rào cản phi quan thuế (trừ hạn ngạch đối với hàng dệt may sẽ do một Hiệp định dệt may song phương giữa hai nước điều chỉnh). Ngoài ra, hàng xuất từ Việt Nam khi nhập vào thị trường Hoa Kỳ sẽ phải đáp ứng các tiêu chuẩn về vệ sinh, an toàn, kỹ thuật theo luật pháp của Hoa Kỳ áp dụng với hàng hoá với tất cả các nước khác trên thế giới. Tương ứng, Việt Nam sẽ loại bỏ các biện pháp hạn chế định lượng theo một lộ trình từ 2 đến 10 năm phụ thuộc vào từng mặt hàng. Trong khoảng thời gian này, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cải thiện sức cạnh tranh hàng hoá và dịch vụ của mình.

Định giá và phí hải quan:

Trong vòng 2 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực không Bên nào được sử dụng các loại phí và phụ phí dưới bất cứ hình thức nào, nhằm mục đích bảo hộ gián tiếp đối với sản xuất trong nước hoặc thuế đánh vào hàng hoá nhập khẩu hay xuất khẩu nhằm mục đích thu ngân sách. Việt Nam cam kết sẽ chỉ thu thuế và phí liên quan đến xuất nhập khẩu tương ứng với chi phí dịch vụ thực tế bỏ ra. Các loại thuế và phí nội địa sẽ áp dụng như nhau cho cả hàng hoá trong nước lẫn hàng hoá nhập khẩu trên nguyên tắc NT. Ngoài ra, các Bên thoả thuận rằng trong vòng 2 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực, việc định giá hải quan đối với hàng nhập khẩu sẽ tuân theo một loạt các điều

khoản được quy định tại Hiệp định về định giá hải quan của WTO, qua đó xác định được trị giá hàng hoá nhập khẩu để áp dụng những quy định hải quan và thuế quan tương ứng cho lô hàng nhập khẩu.

Về quyền xuất nhập khẩu và quyền phân phối:

Việt Nam sẽ loại bỏ tất cả các thủ tục cấp giấy phép một cách tùy ý, và sẽ tuân thủ theo các quy định của Hiệp định WTO. Việt Nam cho phép kinh doanh xuất nhập khẩu hoặc phân phối đối với 225 nhóm hàng theo mã HS 4 số, tức khoảng 2890 mặt hàng theo mã số HS 8 số (bao gồm cả các nhóm mặt hàng Việt Nam đưa vào lịch trình nhưng không cam kết) trong vòng từ 3 đến 10 năm. Về phía Hoa Kỳ, theo Luật Thương mại Hoa Kỳ, các công ty của Việt Nam và các nước khác đều sẽ được cấp giấy phép hoạt động khi có yêu cầu.

Những thước đo về tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm:

Những tiêu chuẩn này được hai bên cam kết tuân thủ theo điều lệ của WTO. Các quy định về kỹ thuật, và những thước đo về vệ sinh an toàn thực phẩm phải được áp dụng trên cơ sở đối xử quốc gia, và chỉ được áp dụng trong chừng mực cần thiết để giải quyết những mục đích chính đáng như bảo vệ con người, bảo vệ cuộc sống của động vật, sinh vật,...

❖ **Quyền sở hữu trí tuệ**

Sau 18 tháng kể từ lúc Hiệp định có hiệu lực, Việt Nam cam kết thực hiện Hiệp định về Quyền Sở hữu Trí tuệ. Các quy định về quyền sở hữu trí tuệ trong Hiệp định được xây dựng trên cơ sở các quy định tương ứng của Hiệp định TRIPS – Hiệp định về những Khía cạnh Liên quan đến Thương mại của Quyền Sở hữu Trí tuệ của WTO, tuy nhiên ở đây có một số quy định khắt khe hơn về việc tham gia các điều ước quốc tế, các điều khoản về thời hạn chuyển tiếp, trợ giúp kỹ thuật,... Về cơ bản, hai bên cam kết từng bước thực hiện những quy định TRIPs về những nội dung sở hữu trí tuệ liên quan đến

thương mại. Bên cạnh đó, Hoa Kỳ cũng cam kết trợ giúp Việt Nam trong quá trình hoàn thiện hệ thống luật pháp và thực thi Hiệp định. Lộ trình thực hiện về Quyền Sở hữu Trí tuệ cũng được Việt Nam cam kết như sau:

- Đối với nghĩa vụ bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá và sáng chế: 12 tháng kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực.
- Đối với nghĩa vụ bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan và nghĩa vụ bảo hộ thông tin bí mật: 18 tháng kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực.
- Đối với việc bảo hộ những tín hiệu vệ tinh mang chương trình được mã hoá, tuân thủ những điều khoản của Công ước Geneva, Công ước liên quan đến việc Phân phối những Tín hiệu Mang chương trình được Truyền qua vệ tinh, và việc tuân thủ những yêu cầu về thời hạn đối với quyền tác giả và những quyền liên quan: 30 tháng sau khi Hiệp định có hiệu lực.
- Đối với các nghĩa vụ bất kỳ khác: 24 tháng sau khi Hiệp định có hiệu lực.

❖ **Thương mại dịch vụ**

Trong lĩnh vực dịch vụ, Việt Nam cam kết tuân thủ các quy định của WTO về nguyên tắc Tối huệ quốc, Đối xử quốc gia và các nguyên tắc trong pháp luật quốc gia. Chương này của Hiệp định được xây dựng theo các quy định của Hiệp định Chung về Thương mại dịch vụ của WTO (GATS) với một số thay đổi nhỏ về kỹ thuật và đã được chỉnh lý sao cho hợp lý và hoàn thiện hơn. Về phía Hoa Kỳ, nước này cam kết mở cửa thị trường dịch vụ của mình đối với Việt Nam như với các nước thành viên WTO khác. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ được tiếp cận thị trường dịch vụ Hoa Kỳ và không bị hạn chế về số vốn và các hình thức cung cấp dịch vụ. Bên cạnh đó, việc tuân thủ một số tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ được áp dụng đối với các nhà cung cấp dịch

Việt Nam giống như nhiều quốc gia khác. Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc cạnh tranh với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài vì mức độ mở cửa thị trường dịch vụ trong các cam kết từ phía Việt Nam còn thấp hơn rất nhiều so với Hoa Kỳ.

Dịch vụ ngân hàng: Việt Nam đồng ý thực hiện các biện pháp tự do hóa sau: Trong vòng 9 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, các ngân hàng của Hoa Kỳ được phép thành lập liên doanh với các đối tác Việt Nam, trong đó phần vốn góp của Hoa Kỳ từ 30% đến 49% vốn pháp định của liên doanh. Sau 9 năm, được phép thành lập ngân hàng 100% vốn đầu tư Hoa Kỳ.

Viễn thông: Việt Nam cho phép thành lập các liên doanh sau 2 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với mức vốn góp tối đa của Hoa Kỳ là 50% vốn pháp định của liên doanh đối với các dịch vụ viễn thông cao cấp; 4 năm với mức không chế 49% vốn pháp định của liên doanh đối với các dịch vụ viễn thông cơ bản.

Bảo hiểm: Theo Hiệp định Thương mại song phương, đối với lĩnh vực bảo hiểm bắt buộc như bảo hiểm phươg tiện và xây dựng, sau 3 năm Hiệp định có hiệu lực, Việt Nam cho phép các công ty Hoa Kỳ thành lập liên doanh, không hạn chế phần góp vốn của Hoa Kỳ. Sau 6 năm, cho phép thành lập các doanh nghiệp 100% vốn đầu tư của Hoa Kỳ. Đối với bảo hiểm nhân thọ và các lĩnh vực bảo hiểm không bắt buộc khác, sau 3 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, cho phép thành lập các liên doanh có mức vốn góp tối đa của Hoa Kỳ là 50% vốn pháp định của liên doanh. Sau 5 năm, cho phép thành lập các doanh nghiệp 100% vốn đầu tư Hoa Kỳ.

Các dịch vụ pháp lý: Các nhà dịch vụ Hoa Kỳ có thể cung cấp dịch vụ dưới hình thức chi nhánh, công ty 100% vốn Hoa Kỳ; các chi nhánh này nhận được giấy phép hoạt động là 5 năm và có thể được gia hạn mỗi lần không quá 5 năm.

Các dịch vụ kế toán, kiểm toán: Cho phép công ty 100% vốn Hoa Kỳ được hoạt động trong lĩnh vực này. Giấy phép được cấp trên cơ sở từng trường hợp, có hiệu lực trong 3 năm, không có giới hạn sau đó. Có thể cung cấp các dịch vụ cho các công ty có vốn đầu tư nước ngoài trong 2 năm đầu, không giới hạn sau đó.

Các dịch vụ kiến trúc, kỹ thuật và các dịch vụ khác liên quan: Cho phép công ty 100% vốn Hoa Kỳ được phép kinh doanh. Có thể cung cấp các dịch vụ cho các công ty nước ngoài trong 2 năm đầu, sau đó không hạn chế.

Các dịch vụ giáo dục: Chỉ dưới các hình thức liên doanh, 7 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực sẽ được phép lập trường học với 100% vốn Hoa Kỳ.

Các dịch vụ y tế: Được phép thành lập các cơ sở chữa bệnh 100% vốn Hoa Kỳ. Vốn đầu tư tối thiểu cho bệnh viện là 20 triệu USD, phòng khám đa khoa là 2 triệu và phòng khám chuyên khoa là 1 triệu USD.

❖ **Quan hệ đầu tư**

Đối với đầu tư, Hiệp định có các bảo đảm về đối xử Tối huệ quốc, đối xử quốc gia, minh bạch và bảo vệ trong trường hợp tước đoạt quyền sở hữu. Về phía Việt Nam, Chính phủ đồng ý cho phép đầu tư tại Việt Nam, bảo lưu chế độ đối xử quốc gia theo một số lĩnh vực nhất định như đầu tư trong phát thanh truyền hình, ngân hàng, đánh bắt cá và hải sản, kinh doanh bất động sản,... duy trì không thời hạn chế độ cấp giấy phép đầu tư với các dự án thuộc thẩm quyền quyết định của Thủ tướng Chính phủ. Việt Nam đồng ý trong vòng 5 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực sẽ xóa bỏ tất cả các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMs) không phù hợp với quy định của WTO.

Đối với tính minh bạch, Việt Nam đồng ý thực hiện một cơ chế thương mại hoàn toàn minh bạch bằng cách cho phép góp ý kiến vào dự thảo luật và quy định, đảm bảo công khai trước các luật và các quy định đó bằng cách công bố tất cả các văn bản, và cho phép công dân và các công ty Hoa Kỳ có quyền khiếu nại các quy định này. Tương ứng với các cam kết của Việt Nam, Hoa Kỳ cũng duy trì hoặc có thể ban hành một số ngoại lệ về đối xử tối huệ

quốc và đối xử quốc gia trong những lĩnh vực như thủy sản, ngân hàng, vận tải, chứng khoán... Hoa Kỳ cũng duy trì các ngoại lệ với hầu hết các nước có hiệp định song phương về đầu tư với Hoa Kỳ.

2.1.3. Ý nghĩa của Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA)

Việc ký kết Hiệp định Thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ đã tạo nền tảng để hai bên thiết lập và phát triển các mối quan hệ kinh tế, thương mại bình đẳng và cùng có lợi trên cơ sở tôn trọng độc lập và chủ quyền của nhau. Vì vậy, Hiệp định có ý nghĩa vô cùng quan trọng không chỉ đối với Việt Nam mà còn đối với cả Hoa Kỳ.

Việc ký kết Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đã mở ra những cơ hội to lớn cho Việt Nam, đặc biệt là trong việc tăng trưởng xuất khẩu và thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Có thể nói rằng đây là Hiệp định Thương mại song phương có phạm vi điều chỉnh rộng lớn nhất trong số các Hiệp định Thương mại mà Việt Nam đã từng ký kết với các nước khác. Hiệp định sẽ có tác động sâu sắc và lâu dài đến đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội của Việt Nam, từ đó tạo cơ hội mở rộng thị trường nhập khẩu khổng lồ và đẩy mạnh sự phát triển của Việt Nam. Kể từ khi Hoa Kỳ dỡ bỏ lệnh cấm vận vào năm 1994, Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ là bước tiến quan trọng của Việt Nam trong quá trình giành Quy chế quan hệ thương mại bình thường (NTR) cho hàng hoá Việt Nam. Bên cạnh đó, Hiệp định thúc đẩy quá trình chuyển đổi nền kinh tế Việt Nam theo hướng thông thoáng, mở rộng các cơ hội tự do kinh doanh cho doanh nghiệp Việt Nam trong nhiều lĩnh vực hoạt động thương mại. Những yêu cầu về tính minh bạch và quyền khiếu nại các quyết định hành chính của Hiệp định sẽ khuyến khích và nâng cao việc áp dụng nguyên tắc pháp quyền trong cơ chế thương mại hàng hoá, dịch vụ, đầu tư và sở hữu trí tuệ của Việt Nam. Ngoài ra, thông qua cơ chế cạnh tranh lành mạnh trên cơ sở những nguyên tắc của Hiệp định, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ chú

trọng đổi mới công nghệ, đổi mới quản lý, nâng cao năng suất, chất lượng, uy tín trên thương trường, góp phần thúc đẩy và chuyển dịch cơ cấu kinh tế cho phù hợp với nhu cầu thị trường, qua đó, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường quốc tế. Việc thực thi Hiệp định sẽ giúp Việt Nam có điều kiện tiếp thu khoa học công nghệ hiện đại, đồng thời cũng tạo thời cơ lớn cho hoạt động sử dụng lao động và đào tạo nhân lực của Việt Nam. Trong quá trình sử dụng nguồn nhân lực dồi dào của mình, ta có thể học hỏi được những kinh nghiệm và kỹ thuật quản lý, đào tạo nguồn nhân lực có trình độ cao. Cuối cùng, Hiệp định không chỉ thúc đẩy sự phát triển của kinh tế trong nước, mà còn tác động mạnh mẽ đến quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam với các nước khác, các tổ chức kinh tế trong khu vực và trên toàn thế giới. Việc chủ động tiếp cận với các luật lệ, tập quán thương mại quốc tế thông qua tiến trình ký kết và thực thi Hiệp định Thương mại với Hoa Kỳ là cơ sở để Việt Nam mở rộng quan hệ hợp tác với nhiều nước trên thế giới.

Là nước lớn thứ hai ở Đông Nam Á với phần lớn là dân số trẻ, Việt Nam có tiềm năng to lớn để trở thành một đối tác thương mại liên tục phát triển của Hoa Kỳ trong những năm tới. Hiệp định Thương mại song phương giữa hai nước đã tạo ra nhiều cơ hội cho Hoa Kỳ. Hiệp định đã mở rộng quyền xuất nhập khẩu từ số lượng các doanh nghiệp còn hạn chế và dần dần sang hầu hết các công ty Hoa Kỳ tại Việt Nam. Những kinh nghiệm về thị trường Việt Nam mà các doanh nghiệp Hoa Kỳ thu được trong quá trình triển khai Hiệp định sẽ rất có ích cho họ trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường tại Việt Nam. Bên cạnh đó, Hiệp định sẽ tạo ra nhiều cơ hội thương mại to lớn cho các doanh nghiệp Hoa Kỳ tiến hành xuất khẩu và kinh doanh tại Việt Nam nhờ những lợi ích trước mắt và lâu dài tại Việt Nam. Với việc xoá bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với việc nhập khẩu hàng hoá, mở cửa thị trường trong một số lĩnh vực chủ yếu như viễn thông, bảo hiểm, ngân hàng, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và xoá bỏ chính

sách cản trở đầu tư, Hiệp định sẽ tạo điều kiện cho các nhà sản xuất và cung cấp dịch vụ từ phía Hoa Kỳ lần đầu tiên tiếp cận dễ dàng vào thị trường có hơn 80 triệu dân và đang trong đà phát triển ở nhiều lĩnh vực khác của Việt Nam.

2.2. Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR)

PNTR là quy chế liên quan đến những tiêu chuẩn hay những hiệp ước về thuế quan chung mà Chính phủ Hoa Kỳ trao cho một số quốc gia để đổi lại có được những hiệp ước thuế quan thuận lợi cho xuất khẩu của Hoa Kỳ. Là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Hoa Kỳ phải cung cấp những quy chế đối xử thương mại cơ bản cho hàng hóa của các thành viên khác trong tổ chức này. Do đó, khi Việt Nam vào WTO, Hoa Kỳ phải trao cho Việt Nam Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR). Tuy nhiên, theo luật thương mại năm 1974 của Hoa Kỳ, Việt Nam hiện ở trong tình trạng quan hệ thương mại bình thường có điều kiện (NTR), được gia hạn hàng năm. Điều kiện để được xét lại NTR gắn với việc Việt Nam phải chấp nhận điều kiện về cho phép tự do di cư theo đạo luật Jackson – Vanik trong Luật Thương mại năm 1974. Đạo luật Jackson – Vanik áp dụng cho các nước được Hoa Kỳ đánh giá là nền kinh tế phi thị trường, trong đó có Việt Nam. Vì vậy, để đạt được PNTR, điều quan trọng nhất là cơ quan lập pháp Hoa Kỳ sẽ phải bãi bỏ Đạo luật Jackson – Vanik với Việt Nam. Vấn đề chủ yếu lúc này là Quốc hội Hoa Kỳ phải bỏ phiếu thông qua đối với việc dành PNTR cho Việt Nam. Việc xem xét thông qua quy chế này sẽ được áp dụng giống như hầu hết các luật khác ở Quốc hội Hoa Kỳ. Các cuộc thảo luận giới hạn trong 20 giờ diễn ra ở Thượng viện và Hạ viện và thời gian được chia đều cho bên ủng hộ và chống đối. Sau khi thủ tục xem xét được thông qua, điều đó đồng nghĩa với việc Hoa Kỳ chính thức hủy bỏ đạo luật Jackson – Vanik đối với Việt Nam. Quốc hội Hoa Kỳ có 60 ngày để thông qua dự luật này, sau đó

chuyển qua cho Tổng thống ký ban hành và sẽ ra quyết định chính thức về việc chấp nhận quy chế PNTR.

Ngày 9/12/2006, Thượng viện và Hạ viện Hoa Kỳ đã thông qua Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) với Việt Nam, với tỷ lệ đa số phiếu ủng hộ. Ngày 20/12/2006, Tổng thống Hoa Kỳ G.Bush đã ký phê chuẩn Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) với Việt Nam. Dự luật thành lập PNTR với Việt Nam gồm có những nội dung chính sau:

1. Hủy bỏ áp dụng đạo luật Jackson – Vanik đối với Việt Nam
2. Quy định trình tự thủ tục để xác định các khoản trợ cấp không được phép;
3. Quy định trách nhiệm tham vấn giữa hai nước liên quan đến vấn đề trợ cấp;
4. Quy định sự tham gia và tham vấn của các bên liên đới trong các vụ điều tra về trợ cấp không được phép;
5. Quy định về công tác trọng tài và áp đặt hạn ngạch đối với những mặt hàng dệt may bị xác định có nhận các khoản trợ cấp không được phép;
6. Phần cuối cùng của dự luật PNTR với Việt Nam nói về các khái niệm và định nghĩa của những thuật ngữ được sử dụng trong văn bản dự luật này.

Việc phê chuẩn này đã đánh dấu mối quan hệ bình thường hóa hoàn toàn giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Quyết định trên hoàn toàn phù hợp với những phát triển tích cực trong quan hệ của hai nước. Việc áp dụng PNTR sẽ tạo ra một nền tảng mang tính bền vững cho việc phát triển quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là kinh tế, thương mại, đầu tư. Từ nay, Việt Nam và Hoa Kỳ sẽ là các đối tác thương mại bình đẳng, cùng áp dụng cho nhau những cam kết của mình trong khuôn khổ WTO. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ hết sức phấn chấn đối với sự kiện này vì họ sẽ được hưởng lợi nhiều hơn khi kinh doanh tại Việt Nam, một nền kinh tế mới nổi được coi là

đang đang phát triển bùng nổ với tốc độ tăng trưởng nhanh nhất Đông Nam Á. Giới doanh nghiệp Việt Nam cũng hoan nghênh việc thông qua PNTR của Hoa Kỳ vì sau khi việc gia nhập WTO chính thức có hiệu lực. Xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ sẽ không còn bị điều tiết bởi chế độ hạn ngạch như những năm qua. Theo đó, các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam vào thị trường này không còn bị áp các mức thuế phân biệt đối xử như trước đây. Với điều kiện đó, chắc chắn kim ngạch thương mại giữa hai nước sẽ có sự gia tăng nhanh chóng.

2.3. Hiệp định khung về Thương mại và Đầu tư (TIFA)

Hiệp định Khung về thương mại và đầu tư (TIFA) được ký kết vào ngày 22/6/2007, trước sự chứng kiến của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết và Bộ trưởng Thương mại Hoa Kỳ Carlos Guitierrez. Nội dung chính của Hiệp định xoay quanh việc thiết lập một Hội đồng hợp tác song phương gồm các quan chức của Chính phủ hai nước để thảo luận về những định hướng và chính sách lớn có liên quan đến việc tự do hóa trong lĩnh vực thương mại, đầu tư. Đồng thời, Hội đồng cũng sẽ bàn bạc các biện pháp giải quyết những vướng mắc, khó khăn, kiến nghị trong quan hệ hợp tác kinh tế thương mại giữa hai bên. Các vấn đề đang là mối quan tâm lớn như: sở hữu trí tuệ, xem xét để công nhận Việt Nam là nền kinh tế thị trường, những rào cản kỹ thuật, biện pháp liên quan đến kiểm định động, thực vật,... sẽ là những nội dung chính được đưa ra thảo luận.

Mặc dù TIFA mới chỉ mang tính chất khung và không đưa ra ràng buộc nào cả nhưng nó mở ra nhiều cơ hội hợp tác hơn nữa trong các vấn đề thương mại, lĩnh vực mà cả Hoa Kỳ và Việt Nam đều dành sự ưu tiên hàng đầu. Sau khi ký TIFA, Việt Nam sẽ có cơ hội đưa ra những kiến nghị của mình trong các lĩnh vực còn gặp nhiều khó khăn như dịch vụ, ngân hàng, viễn thông,... và các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội tiếp cận thị trường dễ dàng hơn. Thông qua TIFA, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội đưa ra các ý kiến với các

quan chức cấp cao để từ đó tìm cách tháo gỡ với bên phía Hoa Kỳ. Nội dung của Hiệp định tuy đơn giản nhưng lại mang ý nghĩa lớn vì TIFA sẽ là tiền đề để thiết lập mạng lưới các hiệp định tự do thương mại trong khu vực ASEAN và Hoa Kỳ. Trên cơ sở khai thác các nội dung của TIFA, Hoa Kỳ và Việt Nam sẽ có cơ hội đánh giá và nhận biết được những thách thức để từ đó nâng mối quan hệ thương mại – đầu tư lên tầm cao hơn nữa.

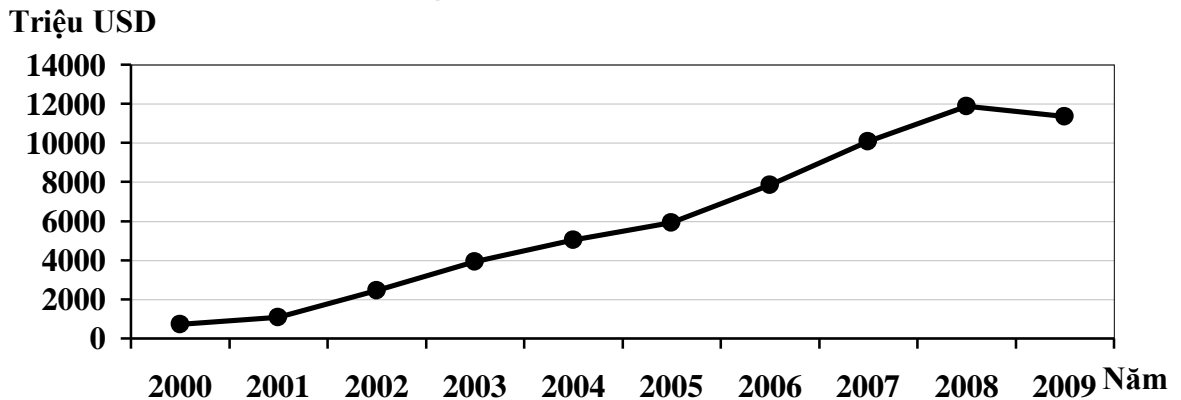
II. Thực trạng quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ giai đoạn 2000 – 2009

1. Kim ngạch buôn bán hai chiều trong giai đoạn 2000 – 2009

1.1. Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ

Mặc dù quan hệ thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ được nối lại vào năm 1995 nhưng thị phần hàng hóa của Việt Nam những năm sau đó vẫn chưa có được chỗ đứng trên thị trường Hoa Kỳ. Năm 2000 đã đánh dấu một bước tiến quan trọng trong mối quan hệ giữa hai nước với việc Hiệp định Thương mại song phương được ký kết. Sau khi Hiệp định được thông qua, thuế suất nhập khẩu của nhiều mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ đã giảm đáng kể. Điều này đã tạo ra cơ hội lớn cho các nhà xuất khẩu Việt Nam có thể thâm nhập vào một trong những thị trường lớn nhất thế giới. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Hoa kỳ liên tục tăng trong những năm tiếp theo:

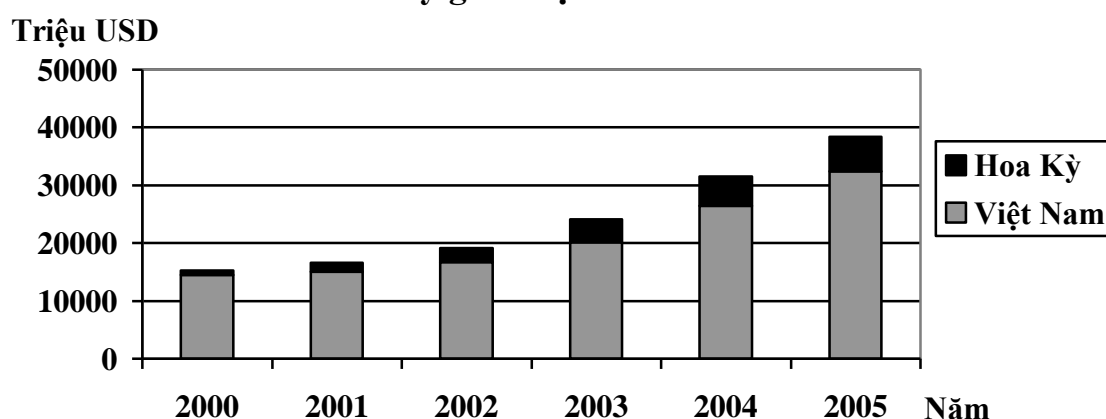
**Hình 1. Kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ
giai đoạn 2000 – 2009**



(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

Kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ của Việt Nam năm 2000 mới chỉ đạt 732,8 triệu USD thì sang tới năm 2001, con số này đã là 1065,3 triệu USD, tăng hơn 40% so với năm 2000. Bước sang năm 2002, một trong những yếu tố thuận lợi tạo nền tảng cho quan hệ thương mại song phương phát triển là kể từ 10/12/2001, Hiệp định Thương mại song phương chính thức có hiệu lực. Với những nội dung điều chỉnh quan trọng, Hiệp định thực sự là động lực thúc đẩy quan hệ thương mại hai nước phát triển nhanh chóng thể hiện qua tốc độ tăng trưởng của tổng kim ngạch buôn bán hai chiều. Năm 2002 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ tăng hơn gấp đôi (tăng 128%) trong khi tổng kim ngạch xuất khẩu nói chung của Việt Nam tăng 10%, tỷ trọng của thị trường Hoa Kỳ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đã tăng 14%. Từ năm 2001 đến năm 2005, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ không ngừng gia tăng, ước tính trung bình mỗi năm tăng hơn 50%. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ so với tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam cũng tăng lên đáng kể, nếu như năm 2000 chỉ chiếm 5% thì đến năm 2005, đã chiếm tới gần 20%.

Hình 2. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2000 – 2005



(Nguồn: Bộ Công Thương)

Như vậy, sau 5 năm thực hiện Hiệp định Thương mại song phương, xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng gấp 8 lần. Hoa Kỳ đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Điều này cho thấy những ảnh hưởng tích cực của Hiệp định Thương mại song phương. Hiệp định đã góp phần chuyển đổi nền kinh tế Việt Nam theo hướng nền kinh tế định hướng xuất khẩu. Nền kinh tế của Việt Nam xuất khẩu mạnh hơn với tốc độ tăng trưởng mạnh và đều qua các năm. Năm 2007, sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới WTO, triển vọng thương mại giữa hai nước ngày càng được mở rộng. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ của Việt Nam vẫn duy trì khá cao, ước tính tổng kim ngạch hai chiều của hai nước trong năm này đạt gần 12 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu là 10,1 tỉ USD, tăng 28% so với năm 2006.

Do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính thế giới, kim ngạch xuất khẩu vào Hoa Kỳ năm 2009 chỉ đạt 11,35 tỷ USD, sụt giảm so với năm 2008 là 11,86 tỷ USD. Tuy nhiên, thị phần của Việt Nam đã được cải thiện với từng nhóm hàng. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Hoa Kỳ là dệt

may, giày dép, đồ gỗ,... đều giữ được mức phát triển cao. Bên cạnh đó, một số mặt hàng có sự sụt giảm mạnh như dầu thô, cao su, gốm, sứ,...

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu một số hàng hóa của Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2009

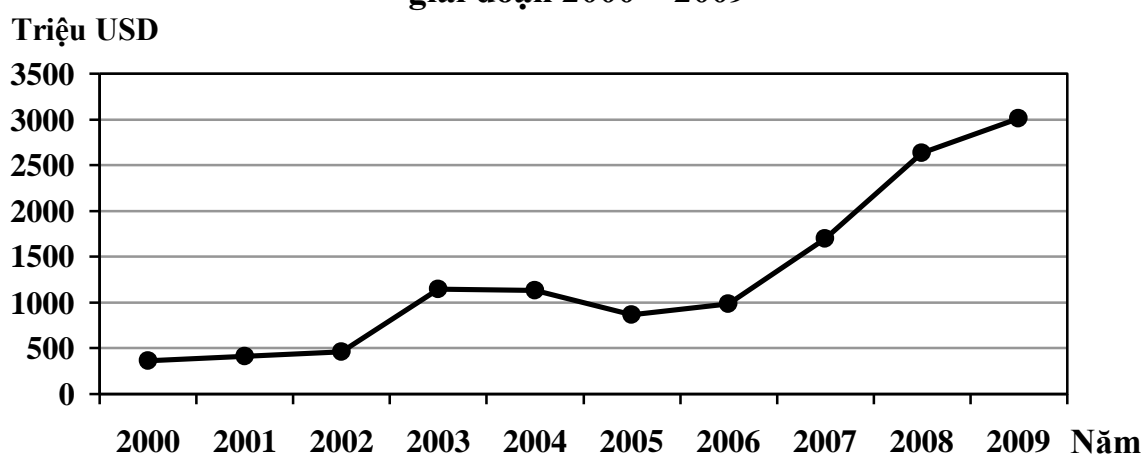
Mặt hàng	Kim ngạch XK năm 2009	% Tăng giảm kim ngạch XK năm 2009/2008
Tổng	11.355.756.777	- 4,3
Hàng dệt may	4.994.915.920	- 2,2
Gỗ và sản phẩm gỗ	1.100.183.994	+ 3,4
Giày dép các loại	1.038.826.191	- 3,4
Hàng thủy sản	711.145.746	- 3,8
Dầu thô	469.934.139	- 53
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	433.218.804	+ 42
Hạt điều	255.224.122	- 4,7
Túi xách, ví, va li, mũ, ô dù	224.137.984	- 4,7
Cà phê	196.674.152	- 6,7
Sản phẩm từ chất dẻo	131.965.858	- 20,3
Dây điện và dây cáp điện	91.188.214	- 6,4
Hạt tiêu	43.615.122	- 6,4
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	34.659.932	+ 55
Sản phẩm gốm sứ	29.321.547	- 28
Cao su	28.520.644	- 34,2
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	24.460.190	- 24,3
Hàng rau quả	21.677.417	+ 11,5
Chè	5.730.482	+ 89,5

(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

1.2. Kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ vào Việt Nam trong giai đoạn 2000 – 2006 có sự tăng trưởng không đều nhưng tăng mạnh từ năm 2007 cho đến nay. Ngay sau khi ký kết Hiệp định Thương mại song phương, nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ đã có sự gia tăng về số lượng và phong phú, đa dạng về chủng loại. Năm 2000, kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ chỉ đạt mức 363,4 triệu USD nhưng đến năm 2002, con số này đã là 458,3 triệu USD. Tuy nhiên, năm 2005 lại chứng kiến sự sụt giảm trong kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ, giảm hơn 30% so với năm 2004.

Hình 3. Kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam giai đoạn 2000 – 2009

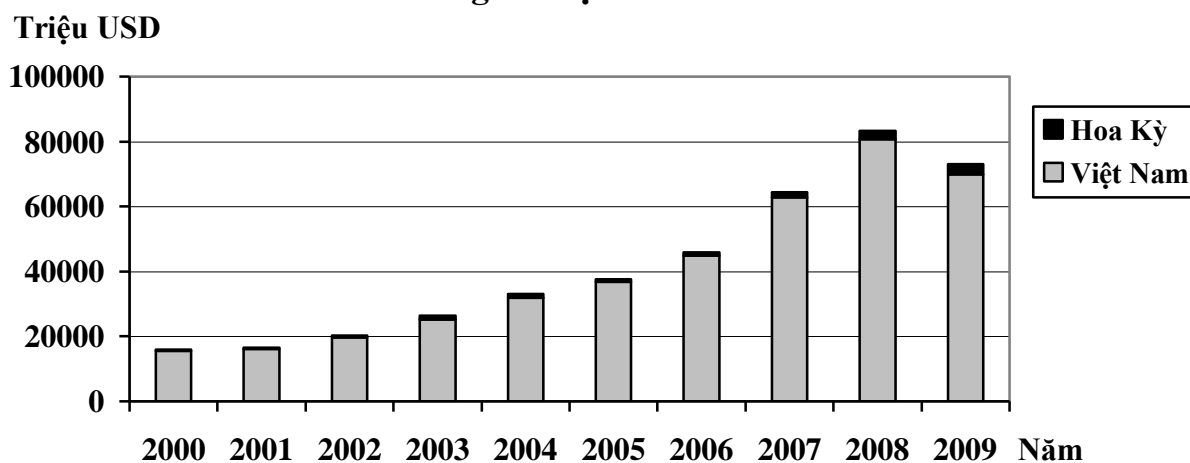


(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

Kể từ khi Việt Nam gia nhập tổ chức Thương mại thế giới WTO vào cuối năm 2006, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ lại có sự gia tăng nhanh chóng, đặc biệt là năm 2007, con số này đạt mức 1,7 tỷ USD. Mặc dù từ năm 2008, cả thế giới chịu ảnh hưởng của sự khủng hoảng tài chính và Việt Nam cũng chịu những tác động tiêu cực đáng kể nhưng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ vẫn có sự tăng trưởng. Trong năm 2008, kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ là 2,63 tỷ USD và năm 2009 đạt hơn 3 tỷ USD, tăng 14% so với năm 2008. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam so với

tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam cũng có sự gia tăng đáng kể trong những năm gần đây: từ 2,3% năm 2000 lên 4,3% năm 2009.

Hình 4. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam giai đoạn 2000 – 2009



(Nguồn: Bộ Công Thương)

Cơ cấu nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ đã phản ánh đúng định hướng nhập khẩu của ta cũng như đặc điểm xuất khẩu của Hoa Kỳ. Nhóm mặt hàng nguyên nhiên liệu phục vụ cho sản xuất chiếm phần kim ngạch đáng kể, chủ yếu là phân bón, bông, sợi, sắt thép, hóa chất,... Đây là những mặt hàng trong nước chưa có khả năng sản xuất nhiều và chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ. Các mặt hàng nông sản thực phẩm và một số mặt hàng tiêu dùng khác cũng được nhập khẩu từ Hoa Kỳ nhưng với kim ngạch thấp hơn.

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ sang Việt Nam năm 2009

Mặt hàng	Đơn vị tính	Lượng	Trị giá
Tổng			3009392
Hàng thủy sản	1000 USD		12598
Sữa và sản phẩm sữa	1000 USD		45690
Hàng rau quả	1000 USD		24141

Lúa mì	Tấn	49792	13597
Dầu mỡ động thực vật	1000 USD		35283
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	1000 USD		2664
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	1000 USD		176013
Nguyên phụ liệu thuốc lá	1000 USD		23502
Sản phẩm khác từ dầu mỡ	1000 USD		7986
Hóa chất	1000 USD		57972
Sản phẩm từ hóa chất	1000 USD		93012
Dược phẩm	1000 USD		38583
Phân bón các loại	Tấn	154712	62033
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	1000 USD		9702
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	122989	146866
Sản phẩm từ chất dẻo	1000 USD		20263
Cao su	Tấn	13422	10546
Sản phẩm từ cao su	1000 USD		16324
Gỗ và sản phẩm gỗ	1000 USD		103688
Giấy các loại	Tấn	14660	13424
Sản phẩm từ giấy	1000 USD		5156
Bông các loại	Tấn	148775	193649
Vải các loại	1000 USD		14755
NPL dệt may da giày	1000 USD		76719
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	1000 USD		20622
Sắt thép các loại	Tấn	114245	55498
Sản phẩm từ sắt thép	1000 USD		49520
Kim loại thường khác	Tấn	927	309
Sản phẩm từ kim loại thường khác	1000 USD		3439
Máy vi tính, SP điện tử và linh kiện	1000 USD		89178
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	1000 USD		716235
Dây điện và dây cáp điện khác	1000 USD		19572
Ô tô nguyên chiếc các loại	Chiếc	10519	269890
Linh kiện, phụ tùng ô tô	1000 USD		6475

Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	1000 USD		4216
--------------------------------------	----------	--	------

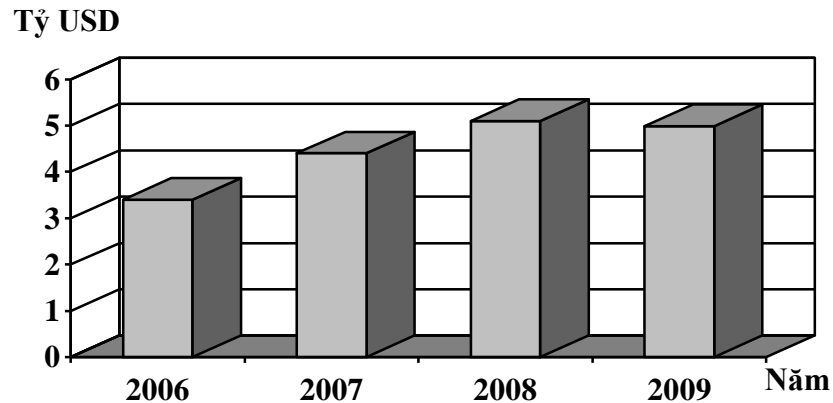
(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

2. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Hoa Kỳ

2.1. Hàng dệt may

Trong những năm qua, ngành dệt may của Việt Nam đã đạt được nhiều thành công đối với việc giải quyết công ăn việc làm cho người lao động đồng thời đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước. Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu hàng dệt may thuộc loại lớn trên thế giới. Các nước xuất khẩu dệt may chính vào Hoa Kỳ là Trung Quốc, Mexico, Ấn Độ, Canada,... Trong số các nước ASEAN xuất khẩu hàng dệt may vào Hoa Kỳ thì chỉ có Việt Nam được đánh giá là có khả năng cạnh tranh với Trung Quốc và Ấn Độ. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vào Hoa Kỳ không ngừng gia tăng qua các năm. Kể từ khi Hiệp định Thương mại song phương với Hoa Kỳ được thông qua thì giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang nước này đã tăng mạnh. Năm 2001, tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Hoa Kỳ chỉ chiếm 49 triệu USD thì bước sang năm 2002, con số này đã là 952 triệu USD. ở những năm tiếp theo, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ vẫn không ngừng gia tăng: năm 2003 đạt 2,4 tỷ USD và năm 2004 là 2,7 tỷ USD. Năm 2006, mặc dù chưa được hưởng những quy chế ưu đãi như hàng hóa của các nước thành viên WTO, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ đã đạt mức 3,4 tỷ USD. Vào cuối năm 2006, khi Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới WTO, cùng với một số cam kết trong Hiệp định Thương mại song phương với Hoa Kỳ có hiệu lực khiến cho khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam tại thị trường Hoa Kỳ được nâng cao đáng kể. Tuy nhiên, Việt Nam cũng phải đối mặt với những khó khăn tại thị trường này, đó là vấn đề hạn ngạch và sự cạnh tranh khốc liệt của những nước có sản phẩm xuất khẩu tương tự như Trung Quốc.

Hình 5. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2006 – 2009



(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

Tháng 9/2008, Ủy ban An toàn sản phẩm cho người tiêu dùng Hoa Kỳ (CPCS) đưa ra thông báo về việc áp dụng quy định mới đối với các sản phẩm may mặc và dệt xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ. Sở dĩ CPCS ban hành những quy định mới là vì trong thời gian vừa qua đã xảy ra nhiều vụ vi phạm về chất lượng hàng hóa. Tất cả các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường nước này phải tuân thủ các quy định mới kể từ tháng 2/2009. Những quy định mới này đảm bảo góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm may mặc và dệt nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. CPSC sẽ kiểm soát nghiêm ngặt việc tuân thủ các quy định về an toàn sản phẩm và có quyền tiêu hủy hoàn toàn mọi sản phẩm vi phạm các quy định, các doanh nghiệp có thể bị phạt tới 15 triệu USD nếu vi phạm các quy định này. Năm 2008 vẫn được coi là năm khá thành công với ngành dệt may Việt Nam khi kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tiếp tục gia tăng, trong đó kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ đạt mức 5,1 tỷ USD. Đối diện với cuộc khủng hoảng toàn cầu, ngành dệt may của Việt Nam cũng gặp những khó khăn nhất định. Điều này thể hiện rõ trong sự sụt giảm nhẹ ở kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ, chỉ

đạt 4,99 tỷ USD năm 2009, giảm 2% so với năm 2008. Bước sang năm 2010, nền kinh tế của nhiều nước đã từng bước thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng. Quỹ Tiền tệ thế giới (IMF) dự đoán GDP của toàn thế giới sẽ tăng khoảng 2,2%. Sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may sẽ có hy vọng khởi sắc hơn năm 2009.

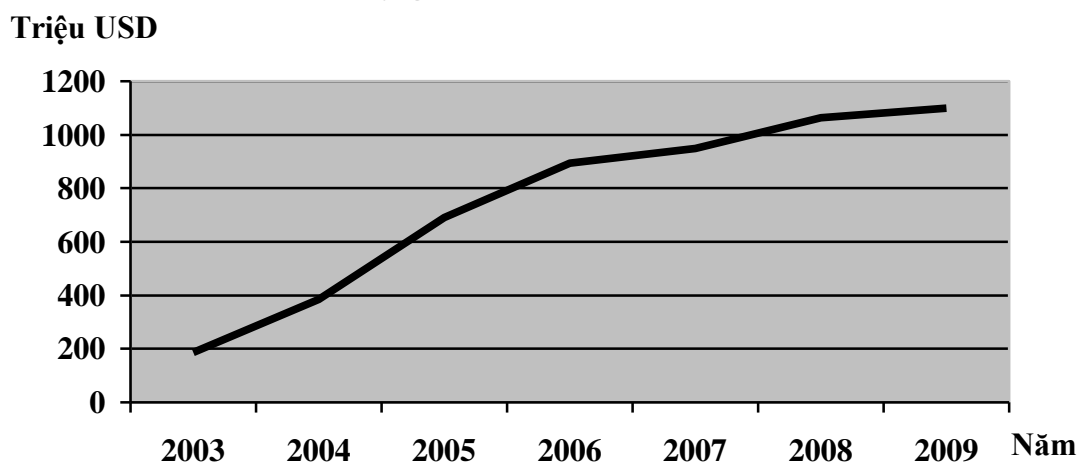
2.2. Gỗ và sản phẩm gỗ

Cùng với Nhật Bản, Hoa Kỳ là một trong hai thị trường nhập khẩu đồ gỗ lớn nhất thế giới. Xuất khẩu gỗ của Việt Nam sang Hoa Kỳ liên tục tăng mạnh trong những năm qua. Kim ngạch nhóm hàng này đã tăng từ 13 triệu USD năm 2001 lên 187 triệu USD vào năm 2003. Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Hoa Kỳ là 692 triệu USD, chiếm 11,6% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang nước này. Đây là tín hiệu đáng mừng cho thấy thị trường Hoa Kỳ ngày càng có sự quan tâm đặc biệt tới mặt hàng đồ gỗ của Việt Nam. Thế mạnh của Việt Nam là lao động rẻ và khéo tay, tuy nhiên công nghiệp chế biến gỗ của nước ta còn phụ thuộc vào nhập khẩu gỗ và các nguyên vật liệu phụ khác. Do đó, để tăng khả năng đáp ứng các đơn đặt hàng lớn, các doanh nghiệp Việt Nam cần có sự đầu tư để có thể cạnh tranh được với các nước khác.

Năm 2007, sản phẩm gỗ của Việt Nam vươn lên đứng thứ hai trong số các mặt hàng xuất sang Hoa Kỳ với mức 948 triệu USD, tăng 6% so với năm 2006. Mặc dù cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008 ảnh hưởng nghiêm trọng tới hoạt động nhập khẩu của Hoa Kỳ nhưng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam vẫn thu được những thắng lợi nhất định. Theo thống kê, năm 2008, kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 1,063 tỷ USD. Hiện tại, Hoa Kỳ vẫn là thị trường chủ lực cho hoạt động xuất khẩu gỗ của Việt Nam. Hơn 70% tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu gỗ vào Hoa Kỳ là đồ nội thất, ngoài ra còn có đồ gỗ dùng trong xây dựng và trang trí. Ngày 1/4/2009, đạo luật Lacey của Hoa Kỳ chính thức có hiệu lực. Theo đạo luật này, các sản

phẩm gỗ nhập khẩu vào Hoa Kỳ sẽ được kiểm soát chặt chẽ về nguồn gốc, xuất xứ. Đạo luật này sẽ gây khó khăn cho các nhà xuất khẩu trong đó có Việt Nam khi cung cấp mặt hàng gỗ vào thị trường Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, trong năm này tăng trưởng kinh tế của Hoa Kỳ sẽ tiếp tục giảm bởi sự suy giảm trong xây dựng địa ốc kèm theo nạn thất nghiệp gia tăng. Tuy nhiên, trước những khó khăn thách thức đó, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam vào Hoa Kỳ vẫn có sự gia tăng so với năm 2008, đạt mức 1,1 tỷ USD.

Hình 6. Kim ngạch xuất khẩu gỗ từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2003 – 2009



(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

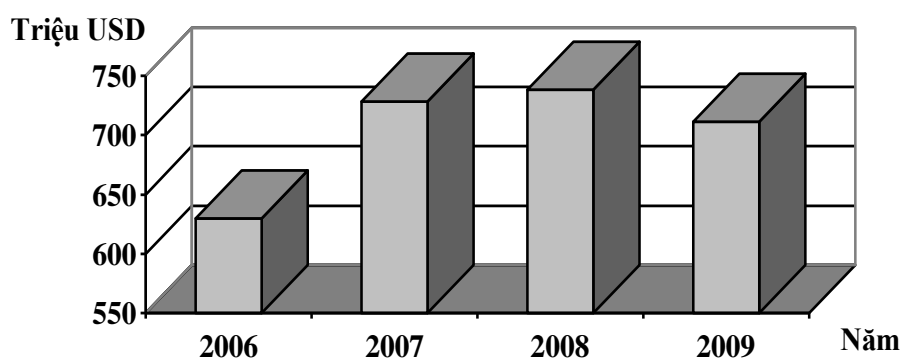
2.3. Hàng thủy sản

Thị trường nhập khẩu thủy sản Hoa Kỳ là một mảnh đất màu mỡ đối với nhiều quốc gia xuất khẩu, trong đó có Việt Nam. Năm 2000 với hai mặt hàng chính là tôm và cá đông lạnh, ước tính xuất khẩu thủy sản sang Hoa Kỳ của Việt Nam đã đạt hơn 300 triệu USD. Với nhu cầu ngày một lớn, việc gia tăng xuất khẩu tôm và cá đông lạnh vào thị trường này đang mở ra một triển vọng sáng sủa đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Tôm được coi là sản phẩm được người dân Hoa Kỳ ưa chuộng nhất và Việt Nam lại có thế mạnh về mặt hàng này. Năm 2002 được đánh giá là năm gặp

nhiều khó khăn trong việc tiêu thụ hàng thủy sản xuất khẩu nhưng giá trị xuất khẩu sang Hoa Kỳ vẫn đạt 655 triệu USD, tăng 34% so với năm 2001. Đây cũng là năm mà Việt Nam phải đối mặt với vụ kiện bán phá giá hai mặt hàng là cá tra và cá basa từ phía Hoa Kỳ. Việc này đã gây ảnh hưởng ít nhiều đến việc xuất khẩu hai loại cá thể mạnh này sang thị trường Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, hàng thủy sản Việt Nam cũng gặp phải sự cạnh tranh từ những đối thủ khác trên thị trường này như Trung Quốc, Thái Lan,... Trước những ảnh hưởng đó, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã giảm hơn năm trước, chỉ tăng 22%.

Mặc dù kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Hoa Kỳ lớn và có xu hướng tăng cao song tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa kỳ trong những năm tiếp theo đạt ở mức thấp. Nguyên nhân chủ yếu là do các mặt hàng chủ lực của Việt Nam như tôm, cá phi lê,... phải chịu thuế chống bán phá giá và bị cấm tiêu thụ ở một số bang của Hoa Kỳ do dư lượng kháng sinh.

Hình 7. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Hoa Kỳ giai đoạn 2006 – 2009



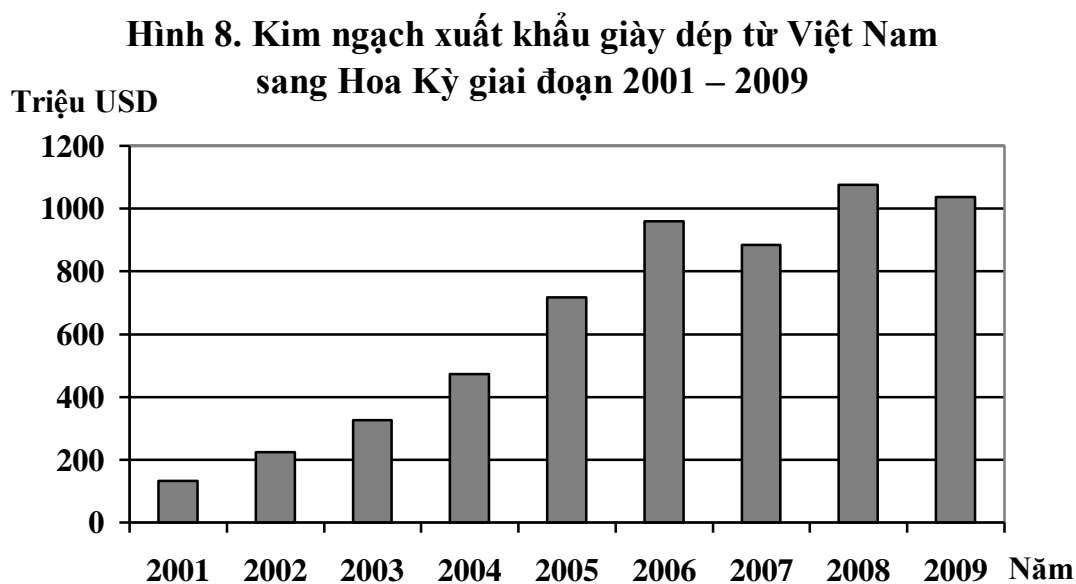
(Nguồn: Tổng Cục Thống Kê)

Năm 2008, tốc độ tăng trưởng về xuất khẩu thủy sản sang Hoa Kỳ của Việt Nam chỉ tăng 1,3% so với năm 2007, đạt mức 738 triệu USD. Trước ảnh

hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đã có sự sụt giảm trong năm 2009, chỉ đạt mức 711 triệu USD.

2.4. Giày dép

Ngoài hàng dệt may, gỗ và thủy sản thì giày dép cũng là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Hoa Kỳ. Trước khi Hiệp định Thương mại song phương được ký kết giữa hai quốc gia, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã sẵn sàng chịu mức thuế suất cao để xâm nhập thị trường này. Tuy nhiên, chủng loại hàng giày dép Việt Nam còn thiếu sự đa dạng, chủ yếu là giày nam, giày trẻ em và giày dép đi trong nhà. Sau khi Hiệp định Thương mại có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Hoa Kỳ đã có sự tăng trưởng rõ rệt.



(Nguồn: Tổng Cục Thống kê)

Dựa vào biểu đồ trên ta có thể thấy trong giai đoạn 2001 – 2006, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Hoa kỳ không ngừng gia tăng. Năm 2001, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang Hoa Kỳ chỉ là 132 triệu USD thì sang năm 2006, con số này đã lên tới 959 triệu USD. Như vậy, Hoa Kỳ nhập khẩu giày dép từ Việt Nam tăng ổn định ở mức cao, trung bình mỗi năm tăng 40 – 45% kể từ khi Hiệp định Thương mại song phương được ký kết.

Hiện nay, Việt Nam là một trong số những quốc gia xuất khẩu giày dép lớn nhất vào Hoa Kỳ sau Trung Quốc, Italy, Brazil,... Bước sang năm 2007, ngành xuất khẩu da giày Việt Nam chứng kiến sự sụt giảm nhẹ so với năm 2006, giảm 8,3% nhưng sang đến năm 2008, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang Hoa Kỳ lại tiếp tục tăng trưởng, đạt mức 1,075 tỷ USD. Trước ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng toàn cầu, năm 2009, mặt hàng giày dép tụt hạng (đứng thứ 3) trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, đạt 1,038 tỷ USD, giảm 3,5% so với năm 2008.

2.5. Các sản phẩm khác

Ngoài các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang Hoa Kỳ kể trên, Việt Nam còn xuất khẩu nhiều mặt hàng khác sang quốc gia này như: hàng thủ công mỹ nghệ, cà phê, cao su, chè, máy móc thiết bị,... Hoa Kỳ là thị trường lớn đối với hàng thủ công mỹ nghệ, đặc biệt là sản phẩm gốm sứ. Tuy đã vào được thị trường này với tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao nhưng nhìn chung kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam vào Hoa Kỳ còn nhỏ. Trong tương lai, hy vọng mặt hàng này sẽ tăng nhanh kể cả về chất lượng và mẫu mã vì hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam không hề thua kém hàng của Trung Quốc. Cao su cũng là mặt hàng có tiềm năng tiêu thụ trên thị trường Hoa Kỳ. Trước khi Hiệp định Thương mại song phương giữa hai quốc gia được ký kết, kim ngạch xuất khẩu cao su sang Hoa Kỳ chỉ đạt khoảng vài triệu USD mỗi năm. Trong những năm gần đây, nhờ sự chuyển đổi cơ cấu chủng loại, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đã lên tới vài chục triệu USD mỗi năm. Cà phê cũng là mặt hàng được Hoa Kỳ nhập khẩu với kim ngạch lớn. Hoa Kỳ là quốc gia tiêu thụ và nhập khẩu cà phê vào hàng lớn nhất trên thế giới. Hoa Kỳ không trồng cà phê nên kể cả cà phê nguyên liệu đều xuất phát từ nguồn nhập khẩu. Nhu cầu nhập khẩu cà phê của nước này tương đối ổn định, tuy nhiên, do giá cà phê trên thế giới thường biến động nên giá trị

nhập khẩu cũng thường biến động theo. Việt Nam nằm trong số các quốc gia đứng đầu về xuất khẩu cà phê, hồ tiêu, nhân điều,... sang Hoa Kỳ.

Năm 2009, mặc dù thế giới diễn ra cuộc khủng hoảng tài chính nhưng một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn có tốc độ tăng trưởng mạnh vào Hoa Kỳ là: chè đạt 5,7 triệu USD, tăng 89,5%, chiếm 0,05% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam; đá quý và kim loại quý đạt 34,7 triệu USD, tăng 55%, chiếm 0,3%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 433 triệu USD, tăng 42%, chiếm 3,8%,... Bên cạnh đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giảm mạnh ở một số mặt hàng: dầu thô đạt 470 triệu USD, giảm hơn một nửa so với năm trước, chiếm 4%; cao su đạt 28,5 triệu USD, giảm 34,4%, chiếm 0,3%; sản phẩm gốm, sứ đạt 29,3 triệu USD, giảm 28%, chiếm 0,3%,...

3. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam

**Bảng 3. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam
giai đoạn 2007 – 2009**

(Đơn vị: Triệu USD)

Mặt hàng	2007	2008	2009
Ô tô nguyên chiếc các loại	142059	255371	269890
Bông các loại	81484	194936	193649
Chất dẻo nguyên liệu	124729	157130	146866
Máy móc thiết bị phụ tùng	330620	423926	716235
Gỗ và NPL gỗ	97170	123447	103688
NPL dệt may da giày	119644	132955	76719

(Nguồn: Tổng cục Thống kê)

So với kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang Hoa Kỳ thì kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ vào Việt Nam ở mức thấp hơn nhiều. Chính vì vậy mà trong những năm gần đây, Việt Nam luôn là nước xuất siêu trong mối

quan hệ thương mại giữa hai quốc gia. Xét về cơ cấu nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ vào Việt Nam, mặt hàng chiếm tỷ trọng kim ngạch lớn nhất vẫn là mặt hàng máy móc thiết bị phụ tùng: năm 2009 đạt 716,2 triệu USD, tăng 69% so với năm 2008. Xếp ở vị trí thứ hai là mặt hàng ô tô nguyên chiếc các loại, đạt 269,8 triệu USD vào năm 2009. Bên cạnh đó, mặt hàng bông các loại cũng chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ, đạt mức 193,6 triệu USD năm 2009. Ngoài ra, Việt Nam cũng nhập khẩu tỷ trọng lớn các mặt hàng như gỗ và nguyên phụ liệu gỗ, chất dẻo nguyên liệu, nguyên phụ liệu dệt may da giày,... từ Hoa Kỳ.

III. Đánh giá chung về quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập

1. Những thuận lợi

Đẩy mạnh kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai quốc gia

Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ là một trong số các yếu tố tạo thuận lợi chủ chốt đối với quan hệ thương mại giữa hai nước. Trước khi Hiệp định được ký kết, các doanh nghiệp Việt Nam khi xâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ đã gặp phải nhiều trở ngại đặc biệt là sự cạnh tranh không bình đẳng với các doanh nghiệp của nước khác cùng có mặt trên thị trường này. Sau khi Hiệp định có hiệu lực, hầu hết mọi hàng rào được dỡ bỏ, hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam được bình đẳng với hàng hóa của nước ngoài khi cùng tiếp cận thị trường Hoa Kỳ. Đây là thị trường có nhu cầu nhập khẩu rất lớn đối với nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như dệt may, thủy hải sản, đồ gỗ, giày dép, cà phê, rau quả,... Hiệp định Thương mại song phương đã làm giảm đáng kể mức thuế suất nhập khẩu đánh vào hàng hóa của Việt Nam khi sang thị trường Hoa Kỳ, từ đó tạo nên những kết quả khả quan trong mối quan hệ thương mại giữa hai nước. Bên cạnh đó, các thỏa thuận khác như Quy chế Thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) và Hiệp định khung về Thương mại cũng góp phần đem lại nhiều kết quả tích cực cho

hoạt động trao đổi thương mại của Việt Nam với Hoa Kỳ và các doanh nghiệp Việt Nam đã có nhiều cơ hội tiếp cận dễ dàng hơn vào thị trường khổng lồ này. Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai quốc gia không ngừng gia tăng trong những năm gần đây. Các thỏa thuận hợp tác thương mại của Việt Nam và Hoa Kỳ đã và sẽ tiếp tục có những tác động tích cực trực tiếp và gián tiếp, cả trong ngắn hạn và dài hạn đến quan hệ thương mại của hai quốc gia.

Cầu nối thâm nhập thị trường Hoa Kỳ

Cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống tại Hoa Kỳ chiếm một thị phần đáng kể đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Mặc dù đã định cư tại đây hàng chục năm nhưng nhiều gia đình vẫn giữ thói quen tiêu dùng các sản phẩm truyền thống của Việt Nam. Ngoài nhu cầu trực tiếp của những kiều bào này, các hàng hóa từ Việt Nam cũng sẽ được giới thiệu đến người dân Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, do sinh sống tại đất nước Hoa Kỳ lâu năm nên những người Việt tại đây hiểu rõ được văn hóa, nhu cầu, lối sống của người dân Hoa Kỳ nên họ có thể sẽ là những nhà tư vấn và môi giới cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ. Đây là cầu nối hiệu quả giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam có thể thâm nhập được thị trường này một cách dễ dàng hơn.

Nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa và tạo cơ hội việc làm

Việc Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào cuối năm 2006 đã góp phần gia tăng tiềm lực xuất khẩu và khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới nói chung và thị trường Hoa Kỳ nói riêng. Sự phát triển mối quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trước hết tạo cơ hội xuất khẩu cho hai nước, từ đó tạo điều kiện mở rộng sản xuất, đa dạng hóa ngành nghề, tăng cơ hội việc làm cho người dân lao động. Do đó, khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ từng bước được nâng cao.

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Chính sách mở cửa và hội nhập với kinh tế khu vực và thế giới đã giúp cho nền kinh tế Việt Nam chuyển hướng từ thay thế nhập khẩu sang hướng về xuất khẩu. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam cũng có những chuyển biến tích cực theo hướng đa dạng hoá chủng loại các mặt hàng và gia tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến. Trên thế giới, Việt Nam ngày càng được biết đến như là một quốc gia xuất khẩu hàng đầu đối với một số mặt hàng. Ngoài ra, một khi quan hệ thương mại phát triển thì các mối quan hệ trên các lĩnh vực khác giữa hai quốc gia cũng được cải thiện theo hướng tích cực.

2. Những điểm hạn chế và thách thức

Hệ thống pháp luật

Bên cạnh sự phát triển mạnh mẽ về nhiều mặt thì Hoa Kỳ cũng là quốc gia có một hệ thống pháp luật hết sức chặt chẽ và phức tạp. Bên cạnh hệ thống pháp luật Liên bang, các bang ở Hoa Kỳ đều có hệ thống luật pháp riêng với những quy định khác nhau. Hệ thống pháp luật của Hoa Kỳ cũng như pháp luật điều chỉnh hoạt động xuất nhập khẩu mang nhiều nét khác biệt so với pháp luật của Việt Nam. Trong khi đó, trình độ hiểu biết về pháp luật và thực tiễn kinh doanh quốc tế của Việt Nam còn có sự hạn chế. Điều này gây nên những cản trở không nhỏ cho các doanh nghiệp Việt Nam trong quan hệ thương mại với các doanh nghiệp Hoa Kỳ. Do đó, để gạt hái được những thành công nhất định, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải nắm bắt được những luật lệ kinh doanh và tập quán tiêu thụ ở thị trường Hoa Kỳ. Ngoài ra, hệ thống luật pháp, chính sách quản lý kinh tế thương mại của Việt Nam vẫn chưa thật sự hoàn chỉnh, thêm vào đó là trình độ cũng như năng lực của đội ngũ cán bộ nhân viên còn nhiều hạn chế, bất cập khiến cho các doanh nghiệp Hoa Kỳ gặp khó khăn trong quan hệ buôn bán với nước ta.

Sự bảo hộ thị trường chặt chẽ của Hoa Kỳ

Thị trường Hoa Kỳ có tính bảo hộ rất cao. Mặc dù chính sách về tự do hóa thương mại luôn được đề cao tại quốc gia này nhưng trên thực tế, Hoa Kỳ

vẫn áp dụng nhiều biện pháp bảo hộ tinh vi như các hạn chế định lượng, thuế chống phá giá, thuế chống trợ giá, các biện pháp phòng vệ,... Một điều quan trọng hơn nữa là các biện pháp bảo hộ sản xuất của Hoa Kỳ có xu hướng ngày càng gia tăng. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam khi nhập khẩu vào thị trường này đã vấp phải sự cản trở của các chính sách hạn chế thương mại của Hoa Kỳ. Ta có thể thấy rõ trường hợp tiêu biểu đó là việc cá tra và cá basa của Việt Nam bị kiện bán phá giá. Bên cạnh đó, các mặt hàng hải sản, thực phẩm và tiêu dùng phải đáp ứng các yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm rất cao mới có thể nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Hàng dệt may Việt Nam tuy không còn phải chịu hạn ngạch khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ nhưng dưới áp lực của các nhà sản xuất dệt may của nước này, Bộ Thương mại Hoa Kỳ lại đưa ra rào cản mới, đó là việc xây dựng cơ chế giám sát chống bán phá giá hàng dệt may Việt Nam khi xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Điều này đã gây tâm lý lo ngại không chỉ đối với các doanh nghiệp Việt Nam mà còn cả các nhà nhập khẩu và bán lẻ ở Hoa Kỳ. Ngoài ra, các cơ sở sản xuất còn phải đáp ứng các yêu cầu về lao động và môi trường, mà thực chất đó cũng chính là các hàng rào bảo hộ mật dịch.

Cạnh tranh gay gắt từ các quốc gia khác

Có thể nói rằng nhu cầu nhập khẩu của Hoa Kỳ đối với hầu hết các loại hàng hoá mà Việt Nam có thể mạnh là rất lớn, song việc thâm nhập thị trường này không hề đơn giản do sự cạnh tranh gay gắt và quyết liệt về giá cả cũng như chất lượng giữa các nước cùng xuất khẩu vào thị trường này. Đặc biệt trong số đó, Trung Quốc là một đối thủ cạnh tranh rất lớn đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào Hoa Kỳ như dệt may, giày dép, thủy sản, thủ công mỹ nghệ,... Việc Trung Quốc gia nhập WTO và sự tăng trưởng nhanh kim ngạch buôn bán giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc trong những năm gần đây đã đặt ra nhiều thách thức to lớn cho Việt Nam trong việc thâm nhập thị trường Hoa Kỳ. Ngoài ra, giá cả thế giới đối với một số mặt hàng

xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Hoa Kỳ có xu hướng giảm, dẫn đến kết quả là giá trị xuất khẩu lại tăng chậm, hoặc không tăng mặc dù tổng số lượng xuất khẩu tăng. Bên cạnh đó, Hoa Kỳ ký kết nhiều hiệp định ưu đãi thương mại với một số nước và khu vực với mức thuế nhập khẩu vào Hoa Kỳ thấp hơn mức thuế MFN và đồng thời nước này cũng đang tiếp tục đàm phán hiệp định thương mại tự do song phương với nhiều nước trên thế giới. Việc dành sự ưu đãi đặc biệt cho một số nước và tăng cường mở rộng mối quan hệ buôn bán với nhiều nước khác trên thế giới, đặc biệt là với các nước đang phát triển sẽ khiến cho Việt Nam rơi vào tình trạng cạnh tranh ngày một khốc liệt trong việc thâm nhập thị trường này.

Năng lực xuất khẩu của Việt Nam

Năng lực xuất khẩu của Việt Nam tuy đã được cải thiện, song nhìn chung vẫn còn rất nhiều yếu tố khác gây khó khăn đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi thâm nhập thị trường Hoa Kỳ. Một yếu tố quan trọng đó là chủng loại hàng hoá xuất khẩu của các doanh nghiệp còn thiếu sự đa dạng. Do thiếu thông tin về thị trường và thị hiếu khách hàng nên chất lượng và mẫu mã nhiều loại hàng hoá chưa đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng Hoa Kỳ. Năng lực về vốn thấp cộng với công nghệ và thiết bị còn lạc hậu và trình độ nhân lực, quản lý còn yếu kém dẫn đến chi phí sản xuất cao, từ đó làm giá cả nhiều loại hàng hoá cao hơn so với giá của các đối thủ cạnh tranh khiến cho sự tiêu thụ mặt hàng của Việt Nam giảm sút. Ngoài ra, khả năng tiếp thị xuất khẩu của các doanh nghiệp còn chưa cao dẫn đến việc ít người tiêu dùng biết đến các mặt hàng của Việt Nam.

Nguy cơ đánh mất thương hiệu

Một vấn đề cần phải xem xét nữa đó là nguy cơ mất thương hiệu đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ. Sau khi Hiệp định Thương mại song phương giữa hai nước có hiệu lực thì nguy cơ bị

đánh cắp thương hiệu ngày càng tăng lên. Trường hợp của công ty Sữa Việt Nam Vinamilk là một ví dụ. Dù đã được chuẩn bị khá kỹ lưỡng nhưng Vinamilk vẫn phải lao vào vụ kiện tụng với một đối tác nước ngoài trong vấn đề bản quyền nhãn hiệu một số sản phẩm xuất sang thị trường Hoa Kỳ. Hay như cà phê Trung Nguyên sau khi vượt qua rất nhiều khó khăn để bước chân vào thị trường Hoa Kỳ thì gần như ngay lập tức một thương hiệu cà phê Trung Nguyên cũng với logo ấy được đăng ký bảo hộ tại Văn phòng Sáng chế và Bảo hộ Hoa Kỳ (USPTO) và người đăng ký thương hiệu đó lại là công ty Lifefil Cooperation của bang California. Ít lâu sau thì Tổng công ty dầu khí của Việt Nam cũng bị đẩy vào nguy cơ mất thương hiệu tại thị trường này khi thương hiệu Petro Việt Nam được một công ty tại Hoa Kỳ đăng ký bảo hộ tại USPTO. Như vậy tình trạng mất thương hiệu Việt Nam ở nước ngoài đã trở thành một nguy cơ đáng báo động đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Theo luật của hầu hết quốc gia thì thương hiệu hàng hoá đều là tài sản riêng của chủ sở hữu, chỉ có chủ sở hữu mới được quyền sử dụng nhãn hiệu đó. Trong trường hợp thương hiệu bị người khác giành mất quyền sở hữu thì đương nhiên theo luật pháp, người đó có độc quyền sử dụng thương hiệu tại lãnh thổ đã đăng ký, nghĩa là họ được phép ngăn cấm bất kỳ ai muốn bán sản phẩm mang thương hiệu đó vào lãnh thổ mà họ đã đăng ký quyền sở hữu. Như vậy mất thương hiệu cũng có nghĩa là mất luôn thị trường và các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp càng nhiều khó khăn hơn vì sẽ phải tốn nhiều công sức và chi phí cho việc tìm kiếm thị trường khác hoặc phải lao vào các vụ kiện tụng hết sức tốn kém và có thể kéo dài trong nhiều năm.

Ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới

Cuộc khủng hoảng toàn cầu vào năm 2008 cho đến nay vẫn để lại nhiều hậu quả nghiêm trọng. Bằng chứng là kim ngạch xuất nhập khẩu nhiều mặt hàng của Việt Nam và Hoa Kỳ đã có sự sụt giảm trong năm 2009. Mặc dù nền kinh tế thế giới đang từng bước được khôi phục nhưng ảnh hưởng của cuộc

khủng hoảng vẫn chưa chấm dứt hoàn toàn. Đây sẽ là một thách thức lớn đối với kinh tế toàn cầu nói chung và quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ nói riêng. Tóm lại những khó khăn trên đang là những thách thức to lớn đối cho thương mại cả hai nước. Tuy nhiên, điều đó là không thể tránh khỏi và nó đang tạo nên một sức ép to lớn cho sự phấn đấu của mỗi doanh nghiệp cũng như toàn xã hội vì mục tiêu đổi mới và phát triển.

CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY MỐI QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

I. Triển vọng thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập

1. Dự báo sự phát triển của nền kinh tế thế giới

Nhiều dự báo cho rằng nền kinh tế thế giới sẽ còn gặp nhiều khó khăn trong năm 2010 nhưng cũng có nhiều cải thiện hơn so với năm 2009. Nhờ các biện pháp can thiệp tích cực và kịp thời của các ngân hàng trung ương và chính phủ, nền kinh tế toàn cầu đang trong giai đoạn đầu của quá trình hồi phục của cuộc khủng hoảng tài chính thế giới năm 2008. Tuy nhiên, mức độ hồi phục ở các khu vực trên thế giới là không đồng đều. Theo dự báo của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), kinh tế thế giới năm 2010 sẽ tăng trưởng 3,1%, cao hơn so với mức 1,1% của năm 2009, song vẫn thấp hơn nhiều so với các năm trước. Đối với các nền kinh tế mới nổi và các nước đang phát triển thì triển vọng có vẻ sáng lạng hơn với tốc độ tăng trưởng có thể đạt mức 5,7% so với 1,7% năm 2009. Quá trình phục hồi của nền kinh tế thế giới chứa đựng khá nhiều rủi ro, khó lường. Bùng nổ tín dụng, tình trạng bong bóng của thị trường bất động sản, việc làm không ổn định và thâm hụt tài khoản vãng lai là những gánh nặng đè lên vai nhiều người dân trên toàn cầu. Chính vì vậy mà mức chi tiêu của người tiêu dùng tại các nước công nghiệp phát triển dự báo năm 2010 sẽ chỉ tăng khoảng 0,7%, con số này còn có thể thấp hơn tại một số nước Châu Âu. Ở các nước tiên tiến, giá cả sẽ tăng nhẹ cho đến khi quá trình phục hồi nhằm giảm bớt khoảng cách giữa cung và cầu. Giá tiêu dùng ở các nước tiên tiến dự kiến sẽ tăng 1,1% trong năm 2010, chỉ cao hơn 0,1% so với năm 2009. Đối với các nước đang phát triển, giá tiêu dùng sẽ tăng 4,9% vào năm 2010, song vẫn thấp hơn nhiều so với các năm trước. Trước tình trạng đó, các chính sách hỗ trợ chống lại sự suy thoái kinh tế vẫn sẽ được tiếp tục duy trì vào năm 2010 nhưng ở mức độ vừa phải. Thuế và các khoản thanh

toán chuyển khoản sẽ là những vấn đề được ưu tiên hàng đầu trong chương trình kích thích của các gói cứu trợ. Tuy nhiên, hầu hết các chính phủ sẽ không thể hỗ trợ thêm khi mà các gói kích thích hiện tại vẫn chưa thực sự đem lại những hiệu quả tích cực. Tại một số quốc gia phát triển, các biện pháp kích thích đã bị hạn chế bởi những khoản nợ khổng lồ và đặt ra những yêu cầu cấp thiết phải xây dựng những khoản tiết kiệm công để chuẩn bị cho xu hướng lão hóa dân số.

Hoa Kỳ được các nhà kinh tế dự báo GDP sẽ tăng 1,5% trong năm 2010. Năm 2009, tỷ lệ thất nghiệp tại Hoa Kỳ là 10% và có thể sẽ tiếp tục tăng vào giữa năm 2010. Tỷ lệ thất nghiệp tại đây tăng nhanh hơn so với hầu hết các nước công nghiệp phát triển khác là do tác động của cuộc khủng hoảng lên các ngành sử dụng nhiều nhân công như xây dựng và tài chính. Theo các nhà kinh tế, tỷ lệ thất nghiệp tại Hoa Kỳ cho đến trước năm 2014 khó có thể giảm xuống mức trước khi cuộc khủng hoảng xảy ra. Năm 2010, dự kiến thâm hụt ngân sách chính phủ Hoa Kỳ sẽ tăng 10% trong tổng GDP. Nhìn chung, các nhà phân tích đều đồng ý rằng với tốc độ tăng trưởng chậm, nợ nần chồng chất, tiềm năng tốc độ mở rộng kinh tế của Hoa Kỳ khó có thể đạt được mức cao trong năm tới.

Trong bối cảnh đó, trong năm 2010, Việt Nam sẽ vẫn phải đối mặt với những khó khăn do suy giảm kinh tế năm 2009. Hoạt động của hệ thống tài chính của Việt Nam còn chứa đựng nhiều rủi ro, lạm phát có nguy cơ tăng lên cũng như đời sống nhân dân còn gặp nhiều khó khăn, tình hình thiên tai, dịch bệnh có thể còn diễn biến phức tạp. Bên cạnh đó, năm 2010 cũng là năm mà nhiều cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO đến thời hạn thực thi, nhất là cam kết về mở cửa các lĩnh vực dịch vụ, tài chính, bán lẻ,... Điều này tạo ra những thách thức không nhỏ đối với doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, với sự phục hồi của nền kinh tế thế giới, kinh tế của Việt Nam và Hoa Kỳ cũng sẽ có những bước cải thiện đáng kể.

2. Dự báo triển vọng phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong thời gian tới

Ông Ngô Văn Thoan, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ cho biết với những điều kiện kinh tế như hiện nay, xuất khẩu Việt Nam vào năm 2010 sẽ tăng tối thiểu 10% so với năm 2009. Trong đó, một số mặt hàng xuất khẩu chính như dệt may vẫn sẽ giữ được thị trường, giày dép chắc chắn vẫn giữ được đà tăng trên 11% và đồ gỗ nội thất cũng sẽ có nhiều triển vọng.

Tuy nhiên, ngài Tham tán cũng đưa ra cảnh báo về việc giá cả chưa thể khôi phục ngay và việc Hoa Kỳ áp dụng một số chính sách mang tính bảo hộ và đưa ra những quy định như rào cản kỹ thuật là những trở ngại chung với tất cả các quốc gia xuất khẩu vào nước này, trong đó có Việt Nam. Trong năm 2010, xu hướng bảo hộ thương mại, các hàng rào kỹ thuật, kiểm dịch chặt chẽ và các tiêu chuẩn mới khắt khe về dư lượng kháng sinh và an toàn vệ sinh thực phẩm tại các thị trường sẽ tiếp tục là những trở ngại lớn cho doanh nghiệp Việt Nam. Nhóm hàng đầu tiên cần lưu ý đặc biệt đó là cá tra và cá basa, đây là mặt hàng đã bị Hoa Kỳ khởi kiện và đưa vào danh mục bị áp thuế chống bán phá giá. Gần đây, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ còn có ý định đưa cá tra và cá basa của Việt Nam vào nhóm hàng chịu sự kiểm soát của các cơ quan quản lý chất lượng Hoa Kỳ, từ khâu nuôi trồng, chế biến, vận tải và bảo quản. Các mặt hàng thực phẩm và nông sản khác cũng có thể vấp phải những khó khăn do phải đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe hơn và gặp sự cạnh tranh của các đối thủ mạnh mẽ khác trên thị trường Hoa Kỳ. Tuy nhiên, bước sang năm 2010 cũng có những tín hiệu cho thấy xuất khẩu thủy sản sẽ có được những kết quả khả quan hơn năm 2009. Xuất khẩu thủy sản sẽ tăng mạnh nếu các doanh nghiệp chú ý đầu tư xây dựng hệ thống kho bãi hiện đại, thương hiệu, đẩy mạnh tiếp thị, tập trung sản xuất những mặt hàng có chất lượng cao,... Ngoài ra, hàng dệt may của Việt Nam cũng vấp phải những rào cản thương mại. Đơn giá hàng xuất khẩu dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ đã

giảm khá mạnh trong năm 2009 và là nước có mức giảm giá cao nhất trong số các nước xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Nguyên nhân là vì doanh nghiệp phải chấp nhận đơn giá thấp để duy trì sản xuất và giữ người lao động. Điều này lại là nguy cơ nếu phía Hoa Kỳ tiến hành điều tra chống bán phá giá và đưa ra các rào cản thương mại mới đối với Việt Nam.

Tuy nhiên, chính sách mở cửa và hội nhập kinh tế với khu vực và thế giới, chuyển từ nền kinh tế thay thế nhập khẩu sang nền kinh tế hướng về xuất khẩu của Việt Nam đã và đang góp phần tăng tiềm lực xuất khẩu và khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường quốc tế. Cơ cấu xuất khẩu cũng đang có những chuyển dịch tích cực theo hướng đa dạng hoá chủng loại mặt hàng và tăng tỷ trọng hàng chế biến và chế tạo. Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu hàng đầu thế giới đối với một số mặt hàng chủ lực và nhiều mặt hàng xuất khẩu mới xuất hiện có kim ngạch tăng nhanh qua các năm. Nhận thấy sự phát triển tiến bộ vượt bậc của nền kinh tế Việt Nam, nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ đã ký kết những hợp đồng thương mại lớn với các doanh nghiệp Việt Nam. Với những thuận lợi đó, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ hy vọng sẽ có những bước tiến triển tích cực trong tương lai.

II. Một số giải pháp thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ trong bối cảnh hội nhập

1. Những giải pháp vĩ mô

1.1. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách và pháp luật phù hợp với những thỏa thuận đã ký kết giữa hai nước

Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực thi nghiêm chỉnh các cam kết trong những thỏa thuận đã ký kết giữa Việt Nam và Hoa Kỳ, hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại cần được rà soát lại nhằm loại bỏ những quy định bất cập và lỗi thời, từ đó đẩy mạnh hơn nữa mối quan hệ thương mại

giữa hai nước. Có thể nói rằng đây là công việc phức tạp và tốn kém, đòi hỏi sự đầu tư lớn về kinh phí cũng như nguồn nhân lực và việc phối hợp chặt chẽ giữa các Bộ ngành liên quan.

Để ngăn chặn các biện pháp cạnh tranh không lành mạnh như bán phá giá, nhập lậu, trốn thuế,... các công cụ pháp lý, cơ chế chính sách cần được hoàn thiện và bộ máy quản lý và giám sát cần được tăng cường nhằm bảo vệ thị trường trong nước. Thuế quan là một trong những công cụ bảo hộ quan trọng nhất, cần được cắt giảm theo đúng lộ trình đã cam kết trong các thỏa thuận giữa hai nước. Trong những năm qua, giữa các doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp Hoa Kỳ đã phát sinh một số mâu thuẫn về việc bán phá giá một số loại hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, do đó để bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp trong nước khi xuất khẩu hàng hoá vào Hoa Kỳ, cần phải hoàn thiện các văn bản pháp luật liên quan đến vấn đề bán phá giá, trợ cấp hàng xuất khẩu, phân biệt đối xử của nước ngoài với Việt Nam, Luật cạnh tranh và chống độc quyền, đồng thời giảm dần và xóa bỏ hoàn toàn các luật lệ không phù hợp với thông lệ quốc tế để tiến tới cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp Việt Nam cũng như các doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong việc xuất khẩu hàng hoá sang Hoa Kỳ.

Nhà nước cũng nên xây dựng chính sách về các nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực để có thể thích ứng với các khu vực thị trường và định hướng chuyển dịch cơ cấu sản phẩm theo hướng tăng giá trị gia tăng trong giá trị sản phẩm, giảm hàm lượng lao động, tăng hàm lượng công nghệ và kỹ thuật, giảm tỷ lệ đầu vào nhập khẩu, tăng tỷ lệ đầu vào sản xuất nội địa trong những sản phẩm xuất khẩu, nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Chúng ta cũng không nên tiếp tục khai thác các lợi thế cạnh tranh vốn có mà nên ưu tiên phát triển ngành công nghiệp chế biến, hoá dầu, công nghiệp hoá chất, sắt thép, xi măng,... Bên cạnh đó, các ngành công nghiệp nhẹ chế biến có giá trị xuất khẩu cao và

các mặt hàng có hàm lượng công nghệ và kỹ thuật cao như ô tô, xe máy, các thiết bị lẻ công nghiệp, các máy động lực, hàng điện tử,... cũng cần được quan tâm.

Hệ thống ngân hàng cũng là một yếu tố quan trọng trong việc phát triển quan hệ buôn bán xuất nhập khẩu với nước ngoài. Nhà nước nên có chính sách hiện đại hóa ngành ngân hàng, tăng cường khả năng cạnh tranh và sức đề kháng của ngân hàng trước những biến động của thị trường trong nước và quốc tế, từ đó các doanh nghiệp trong nước có thể thực hiện các hoạt động thông qua ngân hàng trong quá trình buôn bán với các doanh nghiệp nước ngoài như vay vốn ngoại tệ, xác nhận L/C, thanh toán quốc tế,... một cách dễ dàng. Bên cạnh đó, Ngân hàng Trung ương cũng nên tận dụng các nguồn tài trợ thương mại, nguồn vốn vay của các ngân hàng nước ngoài để cho các doanh nghiệp vay kinh doanh sản xuất và xuất khẩu nhằm đẩy mạnh quan hệ thương mại với nước ngoài nói chung và với Hoa Kỳ nói riêng.

1.2. Tăng cường quan hệ hợp tác nhiều mặt giữa hai nước

Quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ ngày càng có những chuyển biến sâu sắc và có chất lượng. Hai bên đều muốn đẩy mạnh quan hệ hợp tác gắn bó hữu nghị trên nhiều lĩnh vực quan trọng. Xét về mặt khu vực và quốc tế, Việt Nam đã hợp tác hoàn toàn bình đẳng và hiệu quả với Hoa Kỳ trong các hoạt động của Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc, Hội nghị cấp cao APEC, cấp cao ASEAN và các hội nghị khác. Việc làm này cần được phát huy để thúc đẩy mối quan hệ tốt đẹp giữa hai quốc gia.

Hoa Kỳ là một trong những nhà đầu tư lớn trong số hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế tài chính toàn cầu, mặc dù nhập khẩu của Hoa Kỳ giảm trên 30% vào năm 2009 nhưng riêng kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam thì giảm không đáng kể, chỉ 1,8%, chủ yếu là do sự sụt giảm của giá cả, còn về khối lượng nhập khẩu

thậm chí có những mặt hàng còn cao hơn trước đây. Trong lĩnh vực giáo dục, Việt Nam đã hợp tác hết sức chặt chẽ với Hoa Kỳ và Hoa Kỳ cũng sẵn sàng hỗ trợ để xây dựng các trường đại học của mình tại Việt Nam. Do đó, chính phủ Việt Nam cũng cần nâng cấp các trường đại học Việt Nam về cả tổ chức lẫn chất lượng. Về an ninh – chính trị, hai nước cần có những bước tiến tích cực hơn nữa bằng các chuyến thăm và thỏa thuận những bước hợp tác cụ thể. Đối với chính sách của Hoa Kỳ áp dụng cho Việt Nam, cả hai nước đều hy vọng rằng chính sách mới của chính quyền Barack Obama sẽ là sự tiếp tục chính sách của Tổng thống Bush nhưng với tốc độ mạnh hơn, nhanh hơn, linh hoạt hơn và trong các điều kiện thuận lợi hơn.

Năm 2010 sẽ là năm đánh dấu kỷ niệm 15 năm bình thường hóa quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Sự kiện lịch sử cần được tổ chức trọng đại vì đó sẽ là động lực quan trọng góp phần thúc đẩy sự hợp tác giữa hai bên. Ngoài ra, đây cũng là năm mà Việt Nam đảm nhận chức chủ tịch ASEAN. Với vai trò đó, hy vọng Việt Nam sẽ được Hoa Kỳ đánh giá cao trong việc trợ giúp tăng cường Hoa Kỳ với ASEAN, trên cơ sở đó cùng giải quyết những vấn đề còn tồn tại để thúc đẩy hợp tác giữa Hoa Kỳ và các nước Đông Nam Á.

1.3. Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp về thông tin thị trường và các hoạt động xúc tiến thương mại

Để có thể thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ một cách dễ dàng, các doanh nghiệp Việt Nam nên có sự tìm hiểu kỹ lưỡng đối với các điều luật và quy định về thương mại của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, việc làm này cũng đòi hỏi sự hỗ trợ từ phía Nhà nước bởi lẽ trước một hệ thống những luật lệ, quy định hết sức phức tạp và có rất nhiều khác biệt với luật pháp của chúng ta, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong việc nghiên cứu chúng. Nhà nước nên đẩy mạnh công tác tuyên truyền với nhiều hình thức khác nhau về

thị trường Hoa Kỳ, về chính sách xuất nhập khẩu và pháp luật, về tiêu chuẩn chất lượng và thị hiếu người tiêu dùng ở quốc gia này. Bên cạnh đó, các khóa đào tạo, các lớp tập huấn hay hội nghị, hội thảo về hệ thống pháp luật thương mại của Hoa Kỳ nên được tổ chức nhằm nâng cao sự hiểu biết của các doanh nghiệp trong nước về khía cạnh pháp luật trong kinh doanh với Hoa Kỳ. Đồng thời, Nhà nước cần khuyến khích các cơ quan, bộ, ngành liên quan và các cá nhân xuất bản và lưu hành những ấn phẩm về vấn đề này dưới dạng sách hay những bài viết trên báo, tạp chí,... nhằm tạo ra nguồn thông tin phong phú và chính xác cho các doanh nghiệp tham khảo. Mặt khác, việc cung cấp một số địa chỉ tư vấn pháp luật đáng tin cậy cũng có thể giúp ích cho các doanh nghiệp. Ngoài ra, để có được những thông tin hữu ích, Bộ Thương mại thông qua Thương vụ của Việt Nam tại Hoa Kỳ cần tích cực thu thập tư liệu để có thể phổ biến về thông tin thị trường này cho các doanh nghiệp. Với những thông tin về thị trường đã thu thập được như nhu cầu, đặc điểm, tính chất... của hàng hóa, Bộ Thương mại và Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ nên xây dựng những chiến lược tổng thể về thị trường nhằm giúp cho việc định hướng sản xuất và xây chiến lược xuất khẩu cho mỗi doanh nghiệp trong nước. Từ đó, các doanh nghiệp có thể cân nhắc lựa chọn được mặt hàng sản xuất và với chất lượng và chi phí thấp nhất để có thể cạnh tranh được với các đối thủ khác trên thị trường.

Bên cạnh đó, những chính sách hỗ trợ thương mại mạnh mẽ của Nhà nước đối với việc xuất khẩu cũng như nhập khẩu hàng hóa giữa hai nước cũng là động lực hết sức to lớn đối với sự phát triển thương mại. Nhà nước nên xác định các mặt hàng có lợi thế so sánh để quy hoạch và ưu tiên sản xuất đi kèm với kinh doanh dịch vụ, xây dựng cơ cấu đầu tư hợp lý phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế đồng thời chú trọng xuất khẩu những mặt hàng mới phù hợp với nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng của thị trường Hoa Kỳ. Nông nghiệp và hải sản là những mặt hàng thuộc thế mạnh của Việt Nam mà người dân Hoa Kỳ

rất ưa chuộng. Để có thể hỗ trợ cho các mặt hàng này, Nhà nước có thể thành lập các quỹ như Quỹ hỗ trợ xuất khẩu nông sản, Quỹ tín dụng hàng hóa nông nghiệp, đồng thời xây dựng các chương trình hỗ trợ và bảo lãnh tín dụng xuất khẩu mặt hàng thuộc hải sản và sản phẩm nông nghiệp, xây dựng chương trình hỗ trợ đặc biệt đối với một số mặt hàng nông nghiệp, ... Mặt khác, để mở rộng thị trường tiêu thụ và tăng thêm các bạn hàng cũng như tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam làm quen với những phương thức kinh doanh mới, cần đẩy mạnh việc thành lập các sở giao dịch hàng hoá ở Việt Nam để mua bán một số hàng hoá đang cần thị trường tiêu thụ và tìm kiếm khách hàng.

Ngoài ra, vấn đề đảm bảo môi trường bình đẳng cho tất cả các chủ thể tham gia hoạt động xuất khẩu cũng là việc làm cần thiết. Các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh có thể đóng góp được nhiều hơn nữa cho hoạt động xuất nhập khẩu nếu sự tham gia của họ vào hoạt động kinh tế được bình đẳng với các thành phần kinh tế Nhà nước, trước hết là bình đẳng hoàn toàn trong việc tiếp cận các yếu tố đầu vào, tiếp đến là sự bình đẳng trong việc nhận hỗ trợ đầu tư, hỗ trợ kinh doanh từ phía Nhà nước. Bên cạnh đó, Nhà nước nên tổ chức nhiều hội chợ triển lãm nhằm giới thiệu và quảng bá các sản phẩm của Việt Nam. Mạng lưới du lịch Việt Nam – Hoa Kỳ cũng cần chú trọng xây dựng phát triển để phục vụ nhu cầu của giới kinh doanh và của các du khách để hai nước có thể hiểu rõ hơn về văn hoá, phong tục tập quán thương mại của nhau. Qua đó, các doanh nghiệp có thể tìm hiểu về thị hiếu của người tiêu dùng Hoa Kỳ, để từ đó có những cuộc đàm phán, ký kết hợp đồng mua bán ngoại thương và chuẩn bị cho các phương án làm ăn lâu dài với các doanh nghiệp Hoa Kỳ.

1.4. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Quá trình thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế đã cho thấy một bộ phận lớn cán bộ, người lao động Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu công việc trong quản lý cũng như về trình độ chuyên môn. Trình độ cán bộ công nhân viên của ta còn hạn chế cả về kiến thức, kinh nghiệm và ngoại ngữ. Trong khi đó, nội dung hợp tác với với Hoa Kỳ lại hết sức đa dạng, bao gồm nhiều lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư và khoa học công nghệ,... Để đáp ứng được nhu cầu phục vụ cho các nội dung trên, Nhà nước nên có sự quan tâm thích đáng đến công tác đào tạo cán bộ, cụ thể là tập trung chủ yếu vào việc đào tạo nâng cao trình độ cán bộ có đủ năng lực hoạch định và thực hiện chính sách và có trình độ đàm phán quốc tế. Đồng thời, các cán bộ cũng cần được đào tạo, hướng dẫn để có thể nắm bắt kịp thời các thỏa thuận quốc tế nói chung và thỏa thuận giữa Việt Nam và Hoa Kỳ nói riêng, từ đó hiểu và vận dụng vào thực tiễn sản xuất và kinh doanh quốc tế. Để việc thực hiện hội nhập có hiệu quả, trên cơ sở đánh giá thực trạng, Nhà nước cần nhanh chóng đào tạo lại và đào tạo bổ sung điều chỉnh bố trí lại đội ngũ cán bộ đồng thời đẩy mạnh việc đào tạo nghề nâng cao trình độ đội ngũ công nhân. Ngoài việc am hiểu về luật pháp của thị trường Hoa Kỳ cũng như pháp luật thương mại quốc tế, cần phải có một đội ngũ chuyên viên thành thạo, đủ sức đối phó với các vụ kiện, sớm nắm bắt được thông tin để tư vấn cho các doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp điều chỉnh kịp thời biến động của thị trường, học tập kinh nghiệm xử lý của các nước đã có trải qua các vụ việc tương tự. Một khi nước ta có được đội ngũ cán bộ công nhân giỏi, thạo việc thì việc sử dụng công nghệ hiện đại, sản xuất ra những sản phẩm xuất khẩu có chất lượng cao, giá cả cạnh tranh trên thị trường Hoa Kỳ là điều tất yếu.

Ta có thể thấy một bộ phận lớn Việt kiều đang sinh sống ở Hoa Kỳ là những người có trình độ học vấn cao, trong đó nhiều người là chuyên gia, cố vấn, luật sư cho các hãng kinh doanh nổi tiếng của Hoa Kỳ. Do đó, nếu như

Nhà nước có được chính sách động viên tốt đối với bộ phận người Việt Nam tại đây thì ta có thể khai thác được ưu thế của họ để làm cầu nối triển khai buôn bán và hợp tác kinh tế kỹ thuật với Hoa Kỳ. Nhà nước nên có biện pháp huy động có hiệu quả cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống ở nước ngoài và Hoa Kỳ tham gia vào việc xây dựng đất nước, lôi kéo bà con hướng về đất nước, vì sự nghiệp xây dựng một nước Việt Nam phát triển giàu mạnh. Ngoài ra, việc đổi mới bổ sung chương trình đào tạo đội ngũ cán bộ kỹ thuật, quản lý tại các trường đại học, cao đẳng phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế và đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp nước ngoài là điều hết sức cần thiết. Nhà nước nên cho phép thành lập các trường đào tạo công nhân bên cạnh các khu công nghiệp để kịp thời đáp ứng nhu cầu về công nhân kỹ thuật của các doanh nghiệp. Một chính sách phát triển nguồn nhân lực tốt sẽ góp phần điều chỉnh nguồn nhân lực từ khu vực có năng suất thấp sang khu vực có năng suất cao và chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu từ các sản phẩm dùng nhiều lao động, trình độ thấp sang sử dụng lao động có kỹ năng cao hơn. Sự chuẩn bị kỹ càng về nguồn nhân lực sẽ là điều kiện tốt để các doanh nghiệp nước ta chủ động hội nhập đón nhận những cơ hội và thách thức mới khi ký kết làm ăn với các doanh nghiệp Hoa Kỳ.

2. Những giải pháp vi mô

2.1. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường

Trước tiên, để thâm nhập vào một thị trường mới, bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phải trải qua một khâu quan trọng đó là tìm hiểu và nghiên cứu về thị trường đó. Bởi chỉ khi có được sự hiểu biết tường tận về một thị trường, các doanh nghiệp mới có định hướng cho những hoạt động của mình. Cũng như vậy, khi kinh doanh tại Hoa Kỳ, các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần phải được trang bị đầy đủ thông tin khi làm ăn với các đối tác tại quốc gia này.

Việc thực hiện quá trình tìm hiểu và nghiên cứu thông tin về thị trường có thể thông qua nhiều cách khác nhau, trong đó có một số cách phổ biến và thông dụng nhất là qua mạng Internet hoặc qua các sách báo, tạp chí, các ấn phẩm trong và ngoài nước,... Có thể nói rằng một trong những cách tốt nhất hiện nay là sử dụng dịch vụ của các công ty môi giới của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, chi phí cho dịch vụ của các công ty này thường khá cao bởi lẽ giá cả thường đi liền với chất lượng, điều đó khiến cho một công ty nhỏ với tiềm lực tài chính ít ỏi sẽ khó lòng đáp ứng nổi điều kiện trên. Có một biện pháp để các doanh nghiệp nhỏ có thể tiết kiệm chi phí là thông qua các Hiệp hội ngành hàng hay liên kết một số công ty lại để cùng thuê chung dịch vụ tư vấn. Đối với các công ty có tiềm lực tài chính lớn hoàn toàn có thể tận dụng nguồn thông tin quý giá này. Các công ty môi giới với khả năng tiếp cận các nguồn thông tin quan trọng và chuyên sâu cùng với những phương pháp nghiên cứu hiện đại sẽ có được những đánh giá quan trọng giúp cho doanh nghiệp khi thâm nhập vào thị trường đầy tính cạnh tranh Hoa Kỳ. Tiếp đó, những công ty này có thể trợ giúp trong việc sàng lọc hay triển khai những mục tiêu tiếp thị, xác định nhu cầu cho nghiên cứu sâu hơn và triển khai kế hoạch tiếp thị toàn diện. Bên cạnh đó, có một cách khác để có được nguồn thông tin chính xác là trực tiếp đến Hoa Kỳ để tìm hiểu thị trường. Cách làm này cũng rất tốn kém nhưng tất nhiên nó có nhiều ưu điểm rõ rệt. Sự tiếp xúc trực tiếp với thị trường sẽ mang lại những sáng kiến và những cơ hội làm ăn bất ngờ. Tuy nhiên, để đảm bảo thành công, mỗi chuyến đi nghiên cứu thị trường như vậy cần có sự chuẩn bị chu đáo.

Thương mại điện tử là một công cụ quan trọng cho chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu của các doanh nghiệp. Các thông tin về thị trường như cung – cầu hàng hoá, tỷ giá hối đoái, biến động thị trường,... được các nước cập nhật thường xuyên trên các trang web quốc tế. Qua các trang web thông tin này, các doanh nghiệp có thể tìm được đầy đủ nội dung của các văn bản pháp luật

liên quan đến thương mại, các chính sách xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ, do đó các doanh nghiệp Việt Nam nên tận dụng nguồn thông tin trên để phục vụ cho công tác tìm hiểu nhu cầu và đặc điểm của thị trường mục tiêu. Đồng thời, thông qua mạng lưới viễn thông quốc tế, giờ đây người bán và người mua đã có thể trực tiếp trao đổi thương mại với nhau mà không có hạn chế cả về không gian lẫn thời gian, nhờ đó các doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả của quá trình nghiên cứu thị trường, giảm được các chi phí quảng cáo, chi phí vận chuyển, chi phí giao dịch. Để tiếp nhận phương thức kinh doanh hiện đại này, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chuẩn bị đầy đủ về đầy đủ về vốn, ngoại ngữ, cũng như các yếu tố về kỹ thuật công nghệ thông tin để bắt kịp với quá trình hội nhập. Ngoài ra, việc các doanh nghiệp tham gia các hội chợ triển lãm cũng là một cách thức để tìm hiểu thông tin và quảng bá cho sản phẩm của mình nhưng cũng có thể gặp khó khăn về kinh tế do giá thuê gian hàng đắt. Vì vậy doanh nghiệp có thể chủ động nắm bắt thông tin qua Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ để có được các thông tin cập nhật và hữu ích, đồng thời cũng có thể đưa một số thông tin tự giới thiệu về bản thân doanh nghiệp của mình và những hàng hoá xuất khẩu của doanh nghiệp. Đây là một trong số cách tiếp thị đơn giản và ít tốn kém về mặt chi phí.

Nhìn chung, Hoa Kỳ là một thị trường lớn và đa dạng, do đó dù đã có nhiều nhà cung cấp, nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường nhưng các cơ hội khai thác và kinh doanh sẽ vẫn mở rộng đối với các doanh nghiệp Việt Nam nếu chúng ta biết tìm ra những lối đi hữu ích cho hàng hóa của mình.

2.2. Tích cực tìm hiểu các phong tục tập quán và các quy tắc thương mại

Hoa Kỳ có một hệ thống pháp luật vô cùng phức tạp, do đó, để có thể thâm nhập vào thị trường này một cách thuận lợi, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tìm hiểu rất nhiều luật và quy định về thương mại của Hoa Kỳ. Có thể thấy rõ rằng nếu chỉ biết sản xuất mà chưa biết kỹ càng luật pháp buôn

bán nơi mình đưa hàng đến bán thì kết quả sẽ là hiệu quả kinh doanh thấp. Tác hại của hiệu quả kinh doanh thấp không chỉ ảnh hưởng đến doanh nghiệp xuất khẩu mà còn ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế của đất nước nói chung. Các doanh nghiệp phải nắm được những quy định điều chỉnh quan hệ hợp đồng mua bán giữa mình và các doanh nghiệp Hoa Kỳ trong Luật Thương mại của Hoa Kỳ cùng những điểm khác biệt so với Luật Thương mại Việt Nam. Mặt khác, luật và các quy định về thuế và hải quan của Hoa Kỳ như Danh bạ thuế thống nhất, Chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập, cơ sở tính thuế hải quan hay những quy định về xuất xứ hàng hóa... có tác động trực tiếp đến quyền lợi và nghĩa vụ của doanh nghiệp khi xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ khó có thể thành công trên thị trường nếu không nghiên cứu hệ thống thuế quan với những quy định chi tiết về các danh mục hàng hóa. Điều quan trọng trong Luật thuế và Hải quan là cần hiểu rõ và cập nhật thường xuyên Hệ thống Danh mục thuế quan thống nhất của nước này vì danh mục này thường có sự thay đổi. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần biết cách xác định giá trị hàng hóa để thu thuế của Hải quan Hoa Kỳ. Khi biết được mức thuế phải nộp đối với hàng hoá của mình, tiếp đó các doanh nghiệp nên biết những đối thủ cạnh tranh của mình đặc biệt là các doanh nghiệp đang được hưởng những chế độ ưu đãi thuế quan.

Bên cạnh những quy định trên, Hoa Kỳ có quy định về vấn đề trách nhiệm đối với sản phẩm để bảo vệ người tiêu dùng. Người sản xuất sẽ phải chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa đối với sức khỏe người tiêu dùng. Nếu sản xuất sai quy chế về chất lượng quốc gia thì doanh nghiệp đó sẽ bị xử phạt. Trên thực tế, những vụ kiện cáo về trách nhiệm sản phẩm do người tiêu dùng khởi kiện thường làm cho các doanh nghiệp tốn kém rất nhiều thời gian và tiền bạc. Chính vì vậy, kinh nghiệm của các nhà xuất khẩu thành công trên thị trường Hoa Kỳ khẳng định rằng mua bảo hiểm về thương mại đối với hàng hoá tại các công ty bảo hiểm là một biện pháp khôn ngoan. Để tránh những

phiền phức và tốn kém do kiện cáo của người tiêu dùng tại thị trường này, nhà xuất khẩu nên mua bảo hiểm rủi ro khi xuất hàng sang Hoa Kỳ. Và một điều quan trọng là các doanh nghiệp nên chọn lựa những công ty có uy tín quốc tế trong việc cung cấp loại hình bảo hiểm này. Nếu không, trong trường hợp xấu bị thua kiện, doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải gánh chịu những thiệt hại lớn. Trong trường hợp nếu các doanh nghiệp không bồi thường thanh toán cùng với lãi suất theo phán quyết của toà án thì tài sản mà doanh nghiệp Việt Nam có ở Hoa Kỳ đều có khả năng bị tịch biên.

Bên cạnh đó, để hàng hoá Việt Nam vào được thị trường Hoa Kỳ, ngoài việc nắm vững nhu cầu thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam phải làm quen với tập quán, tác phong khi đàm phán, kí kết hợp đồng với các nhà kinh doanh Hoa Kỳ. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng nên tìm hiểu về việc đàm phán ký kết hợp đồng với các doanh nghiệp Hoa Kỳ. Trong đàm phán, thương lượng ký kết hợp đồng, người dân nước này thường có tính cách mạnh mẽ, thẳng thắn, luôn tự tin và đề cao vai trò cá nhân. Trong đàm phán, theo kinh nghiệm truyền thống, sau vài câu xã giao ngắn gọn, người dân nơi đây lập tức dồn trí tuệ vào những phút đàm phán đầu tiên. Nếu họ bất cảm thấy đạt yêu cầu, hàng loạt vấn đề được đưa ra xem xét ngay sau đó. Ngược lại, nếu họ có vẻ dăm chiêu hay bàng quan thì đó là dấu hiệu cho thấy cuộc thương lượng có thể vấp phải những khó khăn. Nếu cuộc đối thoại trải qua một khoảng thời gian mà vẫn chậm chạp ở chuyện ngoài lề thì mọi cố gắng lôi cuốn thương nhân Hoa Kỳ vào chủ đề chính sẽ rất vất vả mà gần như nắm chắc thất bại. Người dân nước này không tốn sức để tham gia vào một thương vụ mà không dự đoán được lợi nhuận. Thương lượng với người Hoa Kỳ không chỉ khó về xác định số lượng mà còn khó về chất lượng. Chất lượng hàng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ phải được đảm bảo bằng giấy xác nhận của các tổ chức quản lý chất lượng có tiếng tăm trên thế giới hoặc ít ra là của các công ty lớn

thuộc nước thứ ba. Thương lượng nhanh chóng không có nghĩa là người Hoa Kỳ quá giỏi tính toán đề đưa ra các quyết định chính xác mà đơn giản là phong cách của họ là như vậy. Tuy nhiên nhanh chóng cũng thường dẫn đến sự sơ hở và để giảm bớt rủi ro kinh doanh, thương nhân nước này có bí quyết là soạn thảo sẵn hợp đồng với các điều khoản ràng buộc chặt chẽ về số lượng, chất lượng, thời gian giao hàng, và những chi tiết có tính chất thủ thuật để khi cần có thể buộc đối tác nước ngoài ra toà mà tại đó họ dễ dàng thắng kiện. Đó là một cách tự bảo vệ bằng pháp lý. Nếu doanh nghiệp bắt tay vào giao dịch với đối tác Hoa Kỳ, sẽ có rất nhiều tài liệu in sẵn để ký. Đó là một cách tự bảo vệ khôn ngoan của phía đối tác Hoa Kỳ để tạo ra những thuận lợi nhất cho mình. Vì vậy, doanh nghiệp phải đọc kỹ các giấy tờ này trước khi ký kết.

2.3. Nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Một trong những khó khăn trong quá trình xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ của các doanh nghiệp Việt Nam là năng lực cạnh tranh còn khá thấp. Thị hiếu của người dân Hoa kỳ nói chung rất phong phú và đa dạng. Trên thị trường này có thể tồn tại cả loại hàng hoá giá bình dân và hàng hoá rất cao cấp. Hoa Kỳ không có xu hướng phụ thuộc bất cứ vào một thị trường nào, do đó họ có thể thay đổi đối tượng cung cấp hàng hoá nhanh chóng. Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam cần hết sức lưu ý đến đặc điểm này để vạch ra những chiến lược sản xuất các mặt hàng xuất khẩu một cách thích hợp, tránh sản xuất những hàng hoá có chất lượng hay mẫu mã trùng với các đối thủ, điều này sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường Hoa Kỳ. Chất lượng sản phẩm là vấn đề hàng đầu mà các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ cần quan tâm vì yếu tố này luôn là tiêu chuẩn hàng quan trọng khi thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp Việt Nam cần không ngừng đổi mới nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời thường xuyên cải tiến mẫu mã để phù hợp với thị hiếu, giao

hàng đúng hạn,... Các doanh nghiệp nhất thiết phải áp dụng các phương pháp quản lý chặt chẽ về quản lý doanh nghiệp, quản lý quy trình sản xuất, chất lượng sản phẩm theo các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế và các quy định của các cơ quan kiểm soát chất lượng sản phẩm của Hoa Kỳ đối với những mặt hàng mà mình tham gia kinh doanh.

Nguyên vật liệu phụ là một yếu tố quan trọng để các nâng cao khả năng cạnh tranh về giá cả của hàng hóa xuất khẩu, do đó các doanh nghiệp hạn chế dụng đến mức tối đa các nguyên phụ liệu sản xuất trong nước nhằm giảm chi phí đến mức thấp nhất có thể. Việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng trong quá trình sản xuất một cách chặt chẽ cũng là một biện pháp quan trọng để giảm tối đa những lãng phí không cần thiết. Mặt khác, hiện nay nhiều doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu qua các nước trung gian hoặc gia công cho các doanh nghiệp Hoa Kỳ, điều này dẫn đến tăng giá sản phẩm ở khâu bán hàng tới người tiêu dùng cuối cùng. Do vậy, các doanh nghiệp nên có những chiến lược cần thiết để chuyển việc xuất khẩu gián tiếp sang xuất khẩu trực tiếp cho phù hợp với thông lệ buôn bán của thị trường Hoa Kỳ.

Đội ngũ cán bộ công nhân viên là một bộ phận không thể thiếu trong mỗi doanh nghiệp. Muốn những giao dịch thương mại với các đối tác Hoa Kỳ có kết quả tốt, các doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch đào tạo tích cực hơn đối với đội ngũ cán bộ ngoại thương, nâng cao hơn nữa sự hiểu biết về chuyên môn, nghiệp vụ và trình độ ngoại ngữ cho họ. Hiện nay, đội ngũ cán bộ của ta về cơ bản đã có những cải thiện đáng kể về mặt kiến thức, kinh nghiệm và ngoại ngữ, tuy nhiên cũng còn tồn tại một bộ phận không nhỏ thiếu những yếu tố kể trên. Do vậy khi hợp tác với Hoa Kỳ, doanh nghiệp nên chú trọng vào đào tạo cán bộ lãnh nghề có trình độ, kỹ thuật đàm phán tốt, nhất là kỹ năng đàm phán quốc tế và nắm bắt kịp thời các thỏa thuận, luật lệ và chính sách thương mại của Hoa Kỳ, cũng như cách vận dụng chúng vào thực tiễn

sản xuất, kinh doanh. Ngoài ra, doanh nghiệp còn phải thường xuyên đào tạo công nhân kỹ thuật lành nghề có thể sử dụng công nghệ hiện đại, sản xuất ra sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hạ, có thể cạnh tranh tốt hơn trên thị trường Hoa Kỳ.

Nhãn hiệu sản phẩm là một vấn đề hết sức nóng bỏng đối với các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là những nhà xuất khẩu đang có chiến lược thâm nhập thị trường nước ngoài. Hoa Kỳ có quy định về sở hữu công nghiệp, bản quyền tác giả khá phức tạp. Tuy nhiên, tại thị trường này cũng tồn tại những công ty làm ăn không đứng đắn, đánh cắp thương hiệu để thu lợi cá nhân. Họ thấy thương hiệu đang ăn khách ở Việt Nam hoặc các nước khác nhưng chưa đăng ký tại Hoa Kỳ liền đứng ra đăng ký sở hữu tại đây với mục đích buộc các doanh nghiệp có nhãn hiệu đó phải mua lại nếu muốn xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Đương nhiên khi mất thương hiệu thì hậu quả là nguy cơ mất thị trường tiêu thụ sản phẩm. Bởi lẽ người sở hữu thương hiệu đã được đăng ký sẽ được độc quyền sử dụng thương hiệu này tại lãnh thổ đăng ký và do đó, việc tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu này sẽ bị ngăn cấm. Vì vậy để tự bảo vệ mình trước và có thể thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ, các doanh nghiệp cần sớm có kế hoạch đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm của mình tại một số thị trường mà sản phẩm của mình có thể phát triển được.

Trong thế giới bùng nổ thông tin và tiếp thị, quảng cáo hiện đại, các doanh nghiệp nước ta không thể chỉ ngồi chờ các cơ hội kinh doanh tự nhiên đến mà cần phải chủ động tìm kiếm thông tin và có kế hoạch giới thiệu mình một cách phù hợp. Nếu doanh nghiệp sản xuất ra những sản phẩm chất lượng nhưng lại không biết giới thiệu, quảng cáo đúng cách sẽ gặp khó khăn trong khâu tiêu thụ sản phẩm tại Hoa Kỳ. Do đó, các doanh nghiệp cần giới thiệu hàng hóa ở thị trường này thông qua các hoạt động quảng cáo xúc tiến bán hàng, chẳng hạn như tham gia các hội chợ triển lãm để giới thiệu công ty và hàng hóa của mình, liên hệ trực tiếp với các hiệp hội ở Hoa Kỳ hoặc cơ quan

xúc tiến thương mại của Việt Nam ở đây để nhờ họ giúp cung cấp thông tin về doanh nghiệp cho các khách hàng Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng có thể mở các trang Web của riêng công ty để khách hàng có thể truy cập tìm kiếm những thông tin cần thiết một cách dễ dàng. Đối với các nhà kinh doanh Hoa Kỳ, khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng thì lúc này người bán hàng mới chỉ hoàn thành một nửa công đoạn của quá trình bán hàng bởi một nửa sau đó là những dịch vụ phục vụ người tiêu dùng sau bán hàng. Đây là một điều đáng chú ý đối với các doanh nghiệp Việt Nam nếu muốn kinh doanh thành công tại đây. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam nên có sự quan tâm đặc biệt tới những vấn đề dịch vụ sau bán hàng như: bảo hành, sửa chữa, bảo dưỡng, hướng dẫn sử dụng...

Ngoài ra, có thể nói rằng việc xây dựng các mối quan hệ làm ăn lâu dài với bạn hàng là vấn đề sống còn đối với mỗi doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần phải duy trì các mối quan hệ truyền thống đồng thời thiết lập các mối quan hệ với bạn hàng mới. Các doanh nghiệp nên khắc phục tình trạng làm theo từng hợp đồng, từng thương vụ như nhiều doanh nghiệp vẫn làm bởi lẽ để xây dựng được mối quan hệ gắn bó với bạn hàng phải dựa trên cơ sở hiểu biết, có thể chấp nhận những bất lợi trước mắt để vì lợi ích lâu dài của cả hai bên. Bên cạnh đó, việc đa dạng hoá các phương thức giao dịch kinh doanh xuất khẩu cũng là điều nên làm. Đấu thầu là một phương thức khá quan trọng trong kinh doanh. Việc tham gia đấu thầu để cung ứng các loại hàng hoá, xây lắp các công trình, hoặc thực hiện các hoạt động thầu phụ công nghiệp cũng góp phần mở rộng khả năng xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Hay phương thức hàng đổi hàng cũng nên được quan tâm vì phương thức này phải thực hiện đúng theo phương thức cân bằng để tránh các hiện tượng gian lận thương mại.

2.4. Giải pháp về vốn

Thực tế cho thấy Hoa Kỳ thường ít khi đặt hàng đơn lẻ, mà một đơn đặt hàng của Hoa Kỳ có thể lên tới hàng trăm triệu sản phẩm mà lại đòi hỏi thời gian cung ứng nhanh. Do vậy để đáp ứng yêu cầu này thì các doanh nghiệp phải có năng lực sản xuất lớn, và để có được năng lực sản xuất phù hợp với nhu cầu của các đơn đặt hàng Hoa Kỳ, thì vốn là một yếu tố vô cùng quan trọng.

Năm 2008, cuộc đại khủng hoảng tài chính toàn cầu nổ ra đã gây tác động và ảnh hưởng đến hầu hết các nền kinh tế. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu đã chịu nhiều ảnh hưởng tiêu cực do thị trường nước ngoài bị thu hẹp, đồng USD tăng giá mạnh, hoạt động tín dụng bị thắt chặt, doanh nghiệp khó tiếp cận được với nguồn vốn ngân hàng. Khủng hoảng tài chính đã dẫn đến suy thoái toàn cầu song những dấu hiệu về sự phục hồi nhanh chóng trong thời gian gần đây của các nền kinh tế lớn trên thế giới trong đó có Hoa Kỳ đã tạo nên cơ sở vững chắc cho hy vọng rằng sự suy giảm đã chạm đáy. Bản thân nền kinh tế Việt Nam cũng có những dấu hiệu phục hồi tuy nhiên, vẫn phải đối diện với những khó khăn và nguy cơ khó lường như xuất khẩu giảm, nhập siêu cao, lạm phát,... Bởi vậy các chính sách kinh tế thực hiện vào thời kỳ này để tạo đà phát triển cho giai đoạn tăng tốc tiếp theo có ý nghĩa rất quan trọng. Thực tế này đã đặt ra nhiều câu hỏi cần giải đáp đối với việc tìm giải pháp về vốn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Trong bối cảnh đó, Chính phủ Việt Nam đã quyết định thực hiện giải pháp hỗ trợ lãi suất thông qua ngân hàng, nhằm kích thích các doanh nghiệp vay vốn để duy trì và mở rộng sản xuất kinh doanh. Giải pháp này đã giúp giảm thiểu những ảnh hưởng tiêu cực từ cuộc khủng hoảng, tuy nhiên nếu quá lạm dụng và thiếu sự kiểm soát thì việc hỗ trợ lãi suất có thể gây ra một số hệ lụy. Các doanh nghiệp cần phải nắm bắt chính sách, bối cảnh thị trường để tập trung khai thác những thế mạnh của mình và đồng thời phải bám sát vào những gói kích thích cho nền kinh tế. Các doanh nghiệp nên chủ

động vươn lên bằng chính sức lực của mình, nếu muốn vay vốn từ ngân hàng thì phải đáp ứng được các điều kiện cho vay vì các ngân hàng luôn phải kinh doanh an toàn. Mặt khác, các doanh nghiệp có thể tham gia huy động vốn từ nhiều kênh khác nhau như thông qua việc thuê tài chính, các quỹ đầu tư, công ty tài chính, thậm chí có thể vay từ cán bộ công nhân viên, từ thị trường chứng khoán,... Ngoài ra, có những trường hợp thiếu vốn cần phải xem xét lại vì có thể nguyên nhân là do cơ cấu không hợp lý, do đó doanh nghiệp cần có sự quản lý vốn tốt để sắp xếp vốn hợp lý để có được những khoản vốn dư cần thiết. Điều quan trọng nhất đối với mỗi doanh nghiệp vẫn là phải tự hỗ trợ mình, tự cơ cấu lại nguồn vốn, điều chỉnh sản xuất kinh doanh và chọn trọng điểm để đầu tư.

KẾT LUẬN

Toàn cầu hoá là một xu thế phát triển tất yếu của lịch sử nhân loại và việc tích cực hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo ra rất nhiều cơ hội thuận lợi trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Xây dựng mối quan hệ thương mại phát triển giữa Việt Nam và Hoa Kỳ là điều hết sức cần thiết bởi đây là một thị trường đầy tiềm năng đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam. Các thỏa thuận được ký kết giữa hai quốc gia đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng hơn nữa quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước, đồng thời tạo dựng sự hòa bình, ổn định, hợp tác để cùng phát triển trên thế giới. Trong những năm qua, kim ngạch thương mại giữa hai quốc gia không ngừng phát triển và gia tăng. Với sức mua lớn, thị hiếu tiêu dùng đa dạng, thị trường Hoa Kỳ có nhu cầu lớn đối với các sản phẩm hàng hoá mà Việt Nam có khả năng xuất khẩu như may mặc, thủy sản, đồ gỗ, giày dép,... Bên cạnh đó, Việt Nam cũng nhập khẩu một lượng lớn hàng hóa từ Hoa Kỳ. Ngoài những thuận lợi thương mại đạt được giữa hai nước thì cũng nảy sinh những thách thức trong mối quan hệ này. Các doanh nghiệp cần có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về môi trường kinh doanh, hệ thống chính sách pháp luật thương mại của cả hai quốc gia. Đồng thời, việc nâng cao sự cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ giúp các doanh nghiệp có được chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Các mối quan hệ khác như chính trị, giáo dục, văn hóa,... cũng cần được quan tâm để từ đó thúc đẩy mối quan hệ thương mại phát triển. Không ai có thể phủ nhận sức mạnh và những ảnh hưởng rất lớn của nền kinh tế Hoa Kỳ tới nền kinh tế Việt Nam nói riêng và cả nền kinh tế thế giới nói chung. Việc mở cửa hội nhập và bắt tay hợp tác với nền kinh tế này sẽ mang lại những thách thức và những cơ hội đòi hỏi chúng ta cần phải tìm hiểu, nghiên cứu, cũng như chia sẻ những sự hiểu biết để cùng nhau góp phần xây dựng một đất nước Việt Nam giàu mạnh, dân chủ văn minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS. TS Võ Thanh Thu (2005), *Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB Thống kê, Hà Nội.
2. GS. TS Bùi Xuân Lưu, PGS. TS Nguyễn Hữu Khải (2007), giáo trình *Kinh tế ngoại thương*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.
3. GS. TS Mai Ngọc Cường (2005), *Lịch sử các học thuyết kinh tế*, NXB Lý luận Chính trị.
4. ThS. Lê Thành Châu (2002), *Hỏi đáp về Hiệp định Thương mại Việt – Mỹ*, NXB Thống kê, Hà Nội.
5. Bộ Thương mại (2006), *Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn PNTR*.
6. Trần Thị Thái Hà (2002), *Khái quát về chính quyền Hợp chủng quốc Hoa Kỳ*, NXB Chính trị Quốc gia.
7. TS. Phạm Duy Nghĩa (2001), *Tìm hiểu về pháp luật Hoa Kỳ trong điều kiện Việt Nam hội nhập kinh tế khu vực và thế giới*, NXB Chính trị Quốc gia.
8. Đinh Tích Linh (2002), *Doanh nghiệp cần biết khi quan hệ thương mại với Hoa Kỳ*, NXB Thống kê, Hà Nội.
9. Hồ Sỹ Hương (2003), *Cẩm nang về xâm nhập thị trường Mỹ*, NXB Thống kê, Hà Nội.
10. Nguyễn Thiết Sơn (2004), *Việt Nam – Hoa Kỳ: Quan hệ Thương mại và Đầu tư*, NXB Chính trị Quốc gia.
11. Trần Văn Chu (2006), *Doanh nghiệp Việt Nam với thị trường Hoa Kỳ*, NXB Thế giới.
12. Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ (2008), *Phác thảo nền kinh tế Mỹ*, NXB Thanh niên.

13. Lý Hoàng Mai (2005), “Lộ trình quan hệ Thương mại Việt – Mỹ”, *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, (8), trang 34 – 40.
14. Hà Phương (2005), “Quan hệ kinh tế Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, (8), trang 34 – 35.
15. Phạm Cao Cường (2005), “Quan hệ Mỹ – Việt nâng lên một tầm cao mới”, *Tạp chí Thương mại*, (8), trang 7 – 8.
16. Lan Xuân (2006), “Những diễn biến mới trong mối quan hệ thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ”, *Tạp chí Thương mại*, (24), trang 15 – 17.
17. Hà My (2010), “Xuất khẩu thủy sản: Vượt khó để phát triển bền vững”, *Tạp chí Thương mại*, (8), trang 14 – 15.
18. Thông tin từ các trang web và ngày tháng truy cập:

Ngày 26/2/2010:

- <http://www.vietnam-ustrade.org/index.php?f=news&do=detail&id=20&lang=vietnamese>
- http://vi.wikipedia.org/wiki/Hoa_K%E1%BB%B3
- <http://www.vcci.com.vn/kinh-te-the-gioi/gdp-cua-my-tang-truong-vuot-du-bao-cua-gioi-phan-tich>

Ngày 27/2/2010:

- http://vietnamese.vietnam.usembassy.gov/doc_economyinbrief.html
- http://vi.wikipedia.org/wiki/Kinh_t%E1%BA%BF_Hoa_K%E1%BB%B3
- http://www.mofahcm.gov.vn/vi/tintuc_sk/tulieu/nr060504090947/ns061007100842#uVJZHnsqrNEQ

Ngày 1/3/2010:

- <http://www.laodong.com.vn/Home/Hoan-nghenh-quyet-dinh-cua-Tong-thong-Hoa-Ky-ky-phe-chuan-PNTR/200612/16113.laodong>

- <http://www.tuoiitre.com.vn/Tianyon/Index.aspx?ArticleID=176849&ChannelID=2>

Ngày 4/3/2010:

- <http://www.laodong.com.vn/EventList.aspx?EventID=79>
- <http://english.toquoc.gov.vn/vietnam/viewNew.asp?newsId=22583&topicId=0&zoneId=21>

Ngày 5/03/2010:

- <http://vovnews.vn/Home/Kim-ngach-xuat-khau-sang-Hoa-Ky-chiem-20-tong-kim-ngach-xuat-khau-Viet-Nam/20062/23805.vov>
- http://home.vnn.vn/nam_2010_xuat_khau_cua_viet_nam_sang_my_s_e_tang_toi_thieu_10_-50528256-621876223-0
- <http://viet.vietnamembassy.us/tintuc/story.php?d=20021227113514>
- <http://mfo.mquiz.net/wto/?function=NEF&file=768>

Ngày 6/03/2010:

- <http://www.moit.gov.vn/web/guest/home>

Ngày 9/03/2010:

- <http://viet.vietnamembassy.us/tintuc/story.php?d=20010606015309>
- <http://www.agro.gov.vn/news/newsdetail.aspx?targetid=4583>

Ngày 10/03/2010:

- <http://www.agro.gov.vn/news/newsdetail.aspx?targetid=403>

Ngày 15/03/2010:

- http://www.vietrade.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=1146:trin-vng-kinh-t-th-gii-nm-2010-phn-1&catid=20:su-kien-xuc-tien-thuong-mai&Itemid=64
- <http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn/xemtin.asp?idcha=3444&cap=4&id=4573>