

KINH TẾ - XÃ HỘI

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG MỸ: TÌNH HÌNH VÀ GIẢI PHÁP

TS. Bùi Ngọc Sơn
Đại học Ngoại thương

Mở đầu

Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ không chỉ tạo ra những cơ hội to lớn để các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá vào thị trường Mỹ, mà còn tạo ra những thách thức không nhỏ đối với họ khi thâm nhập thị trường này. Việc thâm nhập thị trường Mỹ - một thị trường với dung lượng cao cho tất cả các loại hàng hoá nói chung - là mong muốn của bất cứ nhà kinh doanh nào trên thế giới. Hàng năm nước Mỹ nhập khẩu một lượng hàng hoá trị giá khoảng 1.438 tỷ USD¹ bao gồm nhiều chủng loại hàng hoá khác nhau, từ máy móc thiết bị đến giày dép, quần áo, nông sản, thực phẩm..., trong đó có nhiều nhóm hàng mà Việt Nam có thể xuất khẩu vào Mỹ với số lượng đáng kể. Việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Mỹ đã trở thành hiện thực, mọi rào cản trong quan hệ thương mại Việt - Mỹ về cơ bản đã được tháo gỡ. Tuy nhiên, sau vài năm "bùng nổ", tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Mỹ đã chậm dần do vẫn còn không ít trở ngại. Việt Nam đã xuất siêu vào Mỹ, nhưng thực tế cho thấy lợi nhuận mà các doanh nghiệp Việt Nam thu được từ việc xuất khẩu hàng hoá vào thị trường Mỹ rất thấp. Vấn đề đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là làm thế nào để tiếp tục đẩy

mạnh xuất khẩu vào thị trường Mỹ một cách ổn định và có thể đạt được hiệu quả xuất khẩu một cách tốt nhất? Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi xin đề cập đến tình hình xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Mỹ những năm qua và một vài biện pháp cơ bản nhất nhằm tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của nước ta vào thị trường này trong những năm sắp tới.

1. Tình hình xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Mỹ

1.1. Giai đoạn trước khi ký kết Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ

Ngày 3 tháng 2 năm 1994, Tổng thống Mỹ tuyên bố bãi bỏ lệnh cấm vận đối với Việt Nam. Tiếp đó, Bộ Thương mại Mỹ chuyển Việt Nam từ nhóm nước "Z" lên nhóm nước "Y". Nhóm "Y" là nhóm chịu sự hạn chế và quản lý nghiêm ngặt trong việc nhập khẩu các thiết bị tiên tiến, hiện đại và kỹ thuật cao của Mỹ, lúc đó gồm các quốc gia: Liên Xô cũ, các quốc gia thuộc khối Vácsava, Albania, Mông Cổ, Lào và Campuchia. Nhóm "Y" chịu sự hạn chế ít hơn nhóm "Z", bao gồm CHDCND Triều Tiên, Cuba, và Việt Nam trước năm 1994.

Thực tế là ngay từ năm 1987, các công ty của Mỹ, bằng nhiều con đường gián tiếp, đã xuất khẩu sang Việt Nam nhiều loại mặt hàng, trị giá đến trên 23 triệu USD. Con số này năm 1988 là 15 triệu USD, năm 1989 là 11

triệu USD (số liệu thống kê của Bộ Thương mại Mỹ tháng 7 năm 1994).

Hơn nữa, thương mại giữa Mỹ và Việt Nam, trên thực tế, đã được nối kết trở lại từ năm 1992, một phần qua con đường viện trợ nhân đạo, một phần thông qua các giao dịch trực tiếp. Theo thống kê không đầy đủ của Bộ Thương mại Mỹ, từ tháng 10 năm 1992 đến tháng 9 năm 1993, 88 giấy phép đã được cấp cho các công ty của Mỹ xuất khẩu sang Việt Nam với nhiều loại hàng hoá và dịch vụ, trị giá tương đương 253,8 triệu USD. Riêng trong năm 1993, theo thống kê của Bộ Thương mại Việt Nam, Mỹ nhập khẩu từ Việt Nam nhiều mặt hàng thủ công mỹ nghệ, dệt may, đồ uống trị giá khoảng 58.230 USD, còn Hoa Kỳ đã xuất sang Việt Nam thiết bị y tế, hàng tiêu dùng, máy móc nhỏ... với tổng trị giá 3,8 triệu USD.

Từ năm 1994, quan hệ thương mại Việt-Mỹ, với sự dỡ bỏ lệnh cấm vận, đã được cải thiện nhiều hơn. Bộ Thương mại Việt Nam và Đại diện Thương mại Mỹ đã có nhiều cuộc tiếp xúc và ký nhiều thoả thuận, cùng nhau hỗ trợ doanh nghiệp hai nước đẩy mạnh hơn hoạt động thương mại và đầu tư. Hai nước đã trao đổi nhiều đoàn cán bộ thương mại với mục đích tìm hiểu thị trường của nhau. Các bên đồng thời thoả thuận hợp tác trao đổi thông tin, và cung cấp các văn bản pháp luật chính sách nhà nước liên quan đến thương mại, cơ chế và thủ tục để tiến tới có thể ký kết Hiệp định Thương mại.

Sự hợp tác vĩ mô giữa hai nhà nước đã góp phần cải thiện đáng kể kim

ngạch buôn bán Việt - Mỹ, mặc dù vẫn chưa đáng kể so với tiềm năng thương mại của hai nước. Đến năm 1997, các mặt hàng của Việt Nam như cà phê, đồ uống, cao su, trà, quần áo, hàng thủ công mỹ nghệ, và thực phẩm đã bước đầu thâm nhập vào thị trường Mỹ¹. Tính đến ngày 10 tháng 4 năm 1997, đã có 300 công ty, tập đoàn lớn của Mỹ đặt Văn phòng đại diện tại Việt Nam, với tổng vốn đăng ký khoảng 800 triệu USD.

Trong 9 tháng đầu năm 1997, đầu tư của Mỹ vào Việt Nam đạt 1,3 tỷ USD, đứng thứ 6 trong danh sách các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Dù vậy, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mỹ vẫn còn rất hạn chế do quy chế Tối Huệ Quốc chưa được áp dụng trong quan hệ hai nước.

1.2. Giai đoạn từ khi Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ có hiệu lực

Quan hệ kinh tế giữa hai nước tiếp tục được cải thiện trong các năm tiếp theo và đỉnh cao là việc ký kết Hiệp định Thương mại song phương (BTA) vào ngày 13/07/2000 và có hiệu lực từ 10/12/2001. Cùng với những diễn biến nói trên, kim ngạch buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và Mỹ liên tục tăng trong 10 năm qua, đặc biệt đã tăng gần gấp đôi từ năm 2002 khi Hiệp định Thương mại song phương có hiệu lực. Kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai nước năm 2004 lên tới 6 tỷ USD, tăng gấp 20 lần so với năm 1995. Từ năm 2003, Mỹ là đối tác thương mại lớn thứ ba của Việt Nam, sau EU và Nhật Bản.

Bảng 1: Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Mỹ (2000-2006)

Đơn vị: triệu USD

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Xuất khẩu	827,4	1,053	2,395	4.472	5.161,1	6.533	8.566
Nhập khẩu	330,5	461	580	1291,1	1.121,9	864,4	1.100
Tổng XNK	1,158	1,514	2,975	5.736,1	6.283	7.397,4	9.666

Nguồn: Tính toán trên số liệu của Ủy ban thương mại quốc tế Mỹ (USITC), tháng 3/2005 và năm 2007.

Nhìn chung, từ năm 2000 đến 2006, thương mại giữa hai nước tăng trưởng ổn định trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu diễn biến rất phức tạp. Xét về tổng kim ngạch thương mại song phương, Việt Nam hiện đang xếp thứ 44/231 nước có quan hệ buôn bán với Mỹ, đứng trên nhiều nước như Đan Mạch, Phần Lan, Ecuador, mặc dù hàng Việt Nam phải chịu thuế suất nhập khẩu cao hơn so với các nước này (nếu tính về kim ngạch xuất khẩu, Việt Nam xếp thứ 40/231 nước xuất khẩu vào Mỹ). Tuy nhiên, so với ngay các nước trong khu vực ASEAN như Thái Lan (xuất khẩu đạt khoảng 17,5 tỷ USD), Philippines (9,14 tỷ USD) thì xuất khẩu của Việt Nam còn thua kém nhiều. Có nhiều lý do giải thích cho sự việc này, nhưng lý do nổi bật nhất vẫn là hệ thống thương mại Mỹ khá mới và phức tạp đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam, làm cho quá trình thâm nhập thị trường này không dễ dàng với đa số doanh nghiệp Việt Nam.

Hiện nay, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, vượt Nhật Bản vào năm 2002 và bằng kim ngạch xuất khẩu của 25 nước EU cộng lại². Thị trường Mỹ ngày càng trở nên quan trọng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Nếu năm 1995, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Mỹ mới chỉ chiếm 3,1% trong tổng kim ngạch xuất

khẩu của cả nước và luôn ở mức khoảng dưới 5% cho đến năm 2000; thì từ năm 2001, 2006 con số này lần lượt là 7,1%, 14,7%, 19,5%, 15,5%, 20,1% và 21,6%. Điều này chứng tỏ Hiệp định thương mại song phương (BTA) và Hiệp định hàng dệt may với Mỹ đã có tác động lớn tới tăng trưởng xuất khẩu vào thị trường Mỹ.

Năm 2006, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tiếp tục tăng và đạt khoảng 8 tỷ USD, so với mức 6,533 tỷ USD năm 2005, đạt mức tăng trưởng 12,2%, nếu so với năm 2004 thì mức tăng trưởng đạt 15,5% (xem bảng 1). Đây là một trong những mức tăng cao trên thế giới (trung bình xuất khẩu của thế giới vào Mỹ tăng 16,3% năm 2004; toàn khu vực ASEAN xuất sang Mỹ tăng trên 4,5%)³. Đây vẫn có thể coi là một tín hiệu tốt, thể hiện những phản ứng tích cực từ phía các doanh nghiệp Việt Nam đối với các diễn biến trong quan hệ thương mại hai nước.

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ đã có những biến đổi thể hiện sự bắt đầu đa dạng dần về chủng loại. Chiếm tỷ trọng cao nhất hiện nay là mặt hàng dệt may, với khoảng 54,5% tổng giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ (năm 2004, hàng dệt may đạt kim ngạch xuất khẩu 2.755,9 triệu USD trên tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam là 5.161,1 triệu USD (xem bảng 2).

Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu một số nhóm hàng của Việt Nam sang Mỹ

Đơn vị: triệu USD

Tên sản phẩm	Tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ			Tỷ trọng của Việt Nam trong tổng NK của Hoa Kỳ (%)			XK của Việt Nam		Chênh lệch 05/06 (%)
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2005	2006	
Tổng	1.470	1.671	1.855	0,36	0,39	0,46	6.630	8.566	29,2
Hàng dệt may và phụ kiện dệt may	35.287	37.541	37.865	4,02	4,1	4,67	1.541	1.769	14,8
Dầu khí và các sản phẩm từ dầu	205.924	286.412	333.578	0,17	0,21	0,31	608	1.036	70,4
Giày dép và các phụ kiện	16.505	17.932	19.161	2,9	4,02	5,01	721	959	33,01
Đồ nội thất	33.770	37.249	39.788	1,15	1,87	2,26	697	902	29,4
Thủy hải sản	8.702	9.288	10.194	4,67	5,01	4,61	466	468	0,43
Các mặt hàng khác	1.169.482	1.282.518	1.414.533	0,09	0,11	0,14	1.470	2.041	38,8

Nguồn: Tính toán trên số liệu của USITC tại <http://tse.export.gov/>

Như vậy, trong cơ cấu hàng xuất khẩu vào Mỹ những năm gần đây có thể thấy những nhóm hàng chính đều có tỷ lệ tăng trưởng cao như dệt may, giày dép, đồ gỗ trang trí nội thất,... chỉ có nhóm hàng thủy hải sản có tốc độ tăng rất chậm, thậm chí các năm trước đó (2002-2003) còn bị giảm sút do ảnh hưởng của các vụ kiện bán phá giá cá tra, cá ba sa và tôm.

1.3. Đánh giá chung về tình hình xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Mỹ những năm qua

Sau khi Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ có hiệu lực, thương mại giữa Việt Nam và Mỹ đã tăng trưởng nhanh chóng, những năm đầu được coi là một sự "bùng nổ". Đặc biệt, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đã tăng nhanh hơn rất nhiều so với nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ. Khi ký Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ, Cựu Tổng thống Mỹ Bill Clinton dự đoán rằng Việt Nam có thể thu về thêm 1,5 tỉ USD mỗi năm từ Hiệp định. Tuy nhiên, thực tế xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ đã tăng trưởng vượt bậc và Việt Nam đã trở thành nước xuất siêu trong quan hệ thương mại với Mỹ. Cho tới nay, các doanh nghiệp Việt Nam đã vượt mức xuất khẩu của các nước đối tác thương mại truyền thống của Mỹ như Thổ Nhĩ Kỳ, Nam Phi, Ba Lan, Argentina; và hiện đang tiến gần đến mức của một số nước phát triển lớn như Australia và Tây Ban Nha.

Thương mại song phương tăng trưởng mạnh trong cả lĩnh vực công nghiệp nhẹ và nông nghiệp. Việt Nam hiện là nước cung ứng giày thú tu cho thị trường Mỹ sau Trung Quốc, Italy và Brazil. Với các mặt hàng nông sản như cà phê, hạt tiêu, ớt, Việt Nam đứng hàng thứ ba trong số các nhà cung cấp vào Mỹ, chỉ sau Mexico và Ấn Độ. Hoa quả của Việt Nam bán

chạy hơn nhiều so với hoa quả Trung Quốc, và hiện đang theo sát hàng của Brazil. Hạt điều Việt Nam chiếm tới 1/3 doanh số bán tại thị trường Mỹ...

Tuy nhiên, sau những năm đầu bùng nổ, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ trong các năm 2004-2006 đã bắt đầu chậm lại. Năm 2003, xuất khẩu sang Mỹ chiếm 19,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam thì năm 2004 tỷ lệ này giảm xuống còn 15,5%. Năm 2005, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đạt tỷ lệ 20,1% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, nếu so với năm 2004 thì tăng 4,6%, nhưng nếu so với năm 2003 thì mức tăng chỉ là 0,6%. Đến năm 2006 con số này cũng chỉ là 21,6%, tăng 1,5% so với năm trước (2005). Điều này cho thấy tốc độ tăng trưởng đã có dấu hiệu chững lại đáng kể. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này chủ yếu là do trong quan hệ thương mại với Mỹ hiện nay, những rào cản về mặt pháp lý trước đây như mức thuế nhập khẩu cao, những quy định về phân biệt đối xử trước khi có Hiệp định thương mại song phương đã không còn hoặc đang dần mở nhạt, nhưng lại xuất hiện các trở ngại mới tinh vi hơn, đó là các rào cản kỹ thuật như vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm, vệ sinh công nghiệp, vấn đề dư lượng thuốc kháng sinh và đặc biệt là vấn đề chống bán phá giá đã và đang gây không ít khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu vào Mỹ.

Một thực trạng khác trong quan hệ thương mại với Mỹ mà các doanh nghiệp Việt Nam cũng đang phải đối mặt, đó là tình trạng "xuất siêu nhưng lợi nhuận thấp". Tại hội thảo đánh giá tác động của Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ do Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương tổ chức hồi tháng 8/2007 tại Hà Nội, các chuyên gia đã nhận định rằng, nguyên nhân có được sự tăng trưởng trên phần lớn là do xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ gắn liền với tăng trưởng sản xuất

và tạo việc làm, chứ không đơn thuần là sự chuyển hướng thị trường từ quốc gia khác. Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ chủ yếu là những mặt hàng sử dụng nhiều lao động, đặc biệt là sản phẩm may mặc. Gần 50% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ là nhờ các mặt hàng may mặc, nhưng trên thực tế Việt Nam chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng giá trị xuất khẩu thông qua giá trị gia tăng trong nước (khoảng 10%). Còn lại, hầu hết giá trị của các mặt hàng xuất khẩu này có được là nhờ các yếu tố đầu vào được nhập khẩu từ các nước khác, trong đó có các nước Châu Á. Điều đó có nghĩa là Việt Nam có thể xuất siêu sang Mỹ nhưng lại phải chịu thâm hụt thương mại đối với các nước Châu Á. Có ý kiến cho rằng, trong tổng kim ngạch Việt Nam xuất siêu sang Mỹ, phần được hưởng lợi thực chất của Việt Nam chỉ vào khoảng 15-20%, còn lại 80% thuộc về những người đóng góp vào tỷ lệ xuất khẩu đó như đã nêu, kể cả Mỹ.

Như vậy có thể thấy, mặc dù xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ đã tăng khá nhanh trong những năm qua, kể từ khi Hiệp định thương mại song phương Việt-Mỹ có hiệu lực, nhưng tốc độ tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu vẫn chưa tương xứng với tiềm năng trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mỹ. Chính vì thế, trong những năm sắp tới, muốn đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Mỹ và nâng cao hơn nữa hiệu quả xuất khẩu sang thị trường này, các doanh nghiệp Việt Nam cần giải quyết đồng bộ các biện pháp cơ bản dưới đây.

2. Các biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam vào thị trường Mỹ

2.1. Đa dạng hóa các chủng loại mặt hàng, phát triển xuất khẩu các mặt hàng có giá trị gia tăng cao.

Bên cạnh hàng dệt may là mặt hàng tiếp tục cần đẩy mạnh xuất khẩu sang Mỹ để nâng cao kim ngạch xuất khẩu, cần tăng cường xuất khẩu các mặt hàng khác có thể có giá trị gia tăng cao như hàng điện tử gia dụng, thực phẩm chế biến, đồ gỗ trang trí và nội thất... Đây là những mặt hàng chủ yếu do các doanh nghiệp Việt Nam tự sản xuất, chế tác, do vậy, hiệu quả xuất khẩu sẽ cao hơn so với các mặt hàng xuất khẩu có được chủ yếu dựa vào giá công xuất khẩu. Tuy vậy, đối với nhóm hàng này cũng phải chú ý một đặc điểm quan trọng là người tiêu dùng Mỹ vừa khó tính lại vừa thuộc loại khách hàng "giàu có" nhất thế giới, nên đa số họ luôn đòi hỏi hàng hóa vừa có chất lượng cao lại vừa phải thường xuyên thay đổi mẫu mã, kiểu dáng, vì thế, dù có thể có giá trị gia tăng cao nhưng các nhà xuất khẩu cũng luôn phải chú ý tới việc thường xuyên đa dạng hóa chủng loại mặt hàng, thường xuyên đưa ra các mặt hàng mới với kiểu dáng hấp dẫn thì mới có thể duy trì được tốc độ tăng trưởng và hiệu quả xuất khẩu.

2.2. Bảo đảm chất lượng hàng hoá khi xuất khẩu vào thị trường Mỹ

Thị trường Mỹ là thị trường có dung lượng lớn nhưng cũng là thị trường "khó tính", đòi hỏi hàng hoá phải có chất lượng cao, bảo đảm vệ sinh công nghiệp. Bởi vậy, các doanh nghiệp Việt Nam muốn đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá sang thị trường Mỹ, vấn đề đầu tiên cần quan tâm là phải đáp ứng được các yêu cầu. Thực tế cho thấy, đã có nhiều sản phẩm của các công ty lớn thâm nhập thị trường Mỹ nhưng hoặc không đáp ứng yêu cầu về chất lượng, hoặc không duy trì được chất lượng lâu dài nên đã nhanh chóng bị mất thị trường. Bài học của Honda, của Mercedes vẫn còn nguyên giá trị đối với các doanh nghiệp Việt

Nam. Do vậy, vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp Việt Nam cần xem xét nghiêm túc chất lượng các sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu của mình cũng như các điều kiện để được thị trường Mỹ chấp nhận. Bước đầu, có người tiêu dùng Mỹ chưa quen với hàng Việt Nam nên các doanh nghiệp cần chọn những mặt hàng có tính cạnh tranh cao và ít bị khống chế bởi các quy định pháp lý cũng như ít chịu ảnh hưởng của thời tiết, môi trường. Về lâu dài, các doanh nghiệp phải có chính sách mặt hàng thích hợp dựa trên các thông tin thị trường chính xác, bảo đảm uy tín với người tiêu dùng Mỹ. Có như vậy mới có thể làm ăn lâu dài với thị trường Mỹ.

Để có được các thông tin cần thiết và có độ tin cậy cao, các doanh nghiệp Việt Nam có thể sử dụng các dịch vụ môi giới, tư vấn thương mại và pháp luật của các công ty tư vấn có uy tín. Phòng thông tin thương mại Đại sứ quán Mỹ tại Việt Nam cũng có thể cung cấp các thông tin cơ bản về một số doanh nghiệp Mỹ.

2. 3. Cần có những kiến thức cơ bản về pháp luật thương mại của Mỹ

Mỹ là một nước điển hình trong hệ thống pháp luật bất thành văn nên hệ thống pháp luật thương mại của Mỹ rất phức tạp. Muốn thâm nhập thị trường Mỹ một cách có hiệu quả nhất, các doanh nghiệp Việt Nam tối thiểu cần có những kiến thức cơ bản về các đạo luật quan trọng như:

- + Luật thuế và hải quan
 - + Luật bồi thường thương mại
 - + Luật điều tiết nhập khẩu
- a) Về Luật thuế hải quan:

Hệ thống thuế quan của Mỹ sử dụng biểu thuế quan hài hoà (Harmonized Tariff Schedule - HTS) được chính thức thông qua ngày 1/1/1989. Hệ thống này được xây dựng

trên cơ sở hệ thống mô tả hàng hoá và mã số hài hoà của Hội đồng hợp tác Hải quan quốc tế. Hầu hết các loại thuế suất của Mỹ biến động dưới 1% đến gần 40%. Hàng dệt may khi nhập khẩu vào thị trường Mỹ thường phải chịu mức thuế cao hơn. Một số mặt hàng nhập khẩu khác như nông sản, hàng chế biến được đánh thuế theo số lượng mà không đánh theo giá trị. Cá biệt cũng có những mặt hàng, ví dụ, đường thực phẩm, thì lại được đánh thuế theo hạn ngạch. Nghĩa là mặt hàng này sẽ được đánh thuế theo hai mức, mức thuế trong hạn ngạch và mức thuế vượt hạn ngạch. Khi khối lượng nhập khẩu đã vượt hạn ngạch do Chính phủ quy định thì phần hàng vượt hạn ngạch đó phải chịu mức thuế nhập khẩu cao hơn. Thực chất đây là một hình thức hạn chế nhập khẩu. Vì vậy, các nhà xuất khẩu Việt Nam đương nhiên phải chú ý tới những loại thuế đặc biệt này.

Tuy nhiên, từ khi Hiệp định Thương mại song phương Việt-Mỹ có hiệu lực, phần lớn các hàng hoá của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ sẽ được hưởng thuế suất ưu đãi trên cơ sở chế độ đãi ngộ tối huệ quốc (MFN). Theo quy định hiện hành, hàng hoá của các nước thuộc diện đối xử tối huệ quốc khi nhập khẩu vào Mỹ sẽ chịu các mức thuế như nhau. Khi Mỹ giảm, loại bỏ, hoặc thay đổi một loại thuế quan nào đó thì sự thay đổi đó sẽ mặc nhiên được áp dụng đối với tất cả các quốc gia được hưởng MFN. Mức thuế ưu đãi theo chế độ đãi ngộ tối huệ quốc thấp hơn rất nhiều so với mức thuế nhập khẩu không được hưởng chế độ ưu đãi này. Mức chênh lệch trung bình giữa hai loại thuế này vào khoảng 35 - 40%, cá biệt, đối với cà phê là 75%.

Hầu hết các nước có quan hệ thương mại với Mỹ, dù đã là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) hay chưa, đều được hưởng chế độ đãi ngộ tối huệ quốc. Theo quy định của Mỹ, chế độ đãi ngộ tối huệ quốc chỉ dành cho những nước có đủ hai điều kiện:

(1). Tuân thủ các điều khoản của Tu chính án Jackson-Vanik theo Luật thương mại 1974, trong đó yêu cầu Tổng thống Mỹ phải xác nhận quốc gia đó thừa nhận quyền tự do di trú của công dân.

(2). Đã ký hiệp định thương mại song phương với Mỹ.

b) Về luật bồi thường thương mại:

Trong hệ thống pháp luật thương mại Mỹ có một số đạo luật quy định chế độ bồi thường khi hàng hoá nước ngoài được hưởng những lợi thế không công bằng trên thị trường Mỹ, hoặc khi hàng xuất khẩu của Mỹ bị phân biệt đối xử trên thị trường nước ngoài. Trong số các đạo luật liên quan đến chế độ bồi thường thương mại trước hết phải kể đến Luật thuế bù giá và Luật chống bán phá giá.

+ Về Luật thuế bù giá.

Luật thuế bù giá quy định chế độ bồi thường dưới dạng thuế nhập khẩu phụ thu để bù vào phần trợ giá của sản phẩm nước ngoài trong trường hợp việc tiêu thụ sản phẩm đó ở Mỹ gây thiệt hại đến các nhà sản xuất những hàng hoá giống hoặc tương tự sản phẩm đó ở Mỹ. Việc điều tra theo Luật thuế bù giá được tiến hành khi có đơn khiếu nại của các ngành công nghiệp trong nước trình lên Bộ Thương mại Mỹ và Ủy ban Thương mại Quốc tế của Mỹ. Tuy nhiên, Bộ Thương mại Mỹ cũng có thể tiến hành điều tra độc lập. Sau khi điều tra nếu thấy các ngành công nghiệp có thiệt hại vật chất do hàng nhập khẩu gây

nên thì Bộ Thương mại Mỹ sẽ ấn định một mức thuế áp đặt đối với hàng nhập khẩu đó, gọi là thuế bù giá.

+ Về Luật chống phá giá.

Luật chống phá giá được áp dụng rộng rãi hơn Luật thuế bù giá. Thuế chống phá giá được áp dụng đối với những hàng hoá nhập khẩu vào Mỹ khi Bộ Thương mại Mỹ xác định được là hàng hoá đó được nhập khẩu vào Mỹ với giá "thấp hơn giá trị thông thường", nghĩa là khi hàng hoá đó được bán vào Mỹ với giá thấp hơn mức giá của mặt hàng đó khi nó được bán ở nước xuất xứ.

Thuế chống bán phá giá cũng được áp dụng khi có đơn khiếu kiện của các nhà sản xuất những mặt hàng tương tự của Mỹ. Bộ Thương mại Mỹ sẽ phải điều tra để xác định có hiện tượng bán phá giá hay không. Nếu kết quả điều tra khẳng định là có việc bán phá giá thì mặt hàng nhập khẩu đó sẽ phải chịu thuế chống phá giá bằng mức chênh lệch giữa "giá trị bình thường" của hàng hoá đó với mức giá nhập khẩu vào Mỹ. Theo Bộ Thương mại Mỹ, "giá trị bình thường" của hàng nhập khẩu sẽ được xác định bằng một trong ba cách theo thứ tự ưu tiên là: giá bán hàng hoá đó tại nước xuất xứ, giá bán của hàng hoá đó tại nước thứ ba và giá trị tính toán. Giá trị tính toán được tính bằng tổng chi phí sản xuất cộng với các khoản bổ sung cho lợi nhuận, tiền hoa hồng bán hàng, và các chi phí hành chính khác.

+ Các luật điều tiết nhập khẩu khác:

Ngoài các đạo luật nói trên, việc nhập khẩu hàng hoá vào Mỹ còn chịu sự điều chỉnh của nhiều đạo luật khác như Luật về quyền hạn chế nhập khẩu nông sản và hàng dệt, Hiệp định đa sợi/Hiệp định hàng dệt may, Luật về quyền hạn chế nhập khẩu theo các luật bảo vệ môi trường, các quy định

cụ thể với từng nhóm mặt hàng v.v... Những đạo luật này ở các mức độ khác nhau đều có thể ảnh hưởng đến việc xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam vào thị trường Mỹ.

2.4. Các luật lệ, tập quán có thể trực tiếp điều chỉnh các hợp đồng xuất nhập khẩu ký giữa các thương nhân Việt Nam với các thương nhân Mỹ

Các hợp đồng xuất nhập khẩu hàng hoá giữa thương nhân Việt Nam và các thương nhân Mỹ có thể được trực tiếp điều chỉnh bởi Luật thương mại Việt Nam nhưng cũng có thể được điều chỉnh bằng Bộ luật thương mại thống nhất của Mỹ (UCC). Giữa Luật thương mại Việt Nam và Bộ luật thương mại thống nhất Mỹ có nhiều điểm khác biệt, nhất là các quy định về hình thức và nội dung hợp đồng.

Trong các hợp đồng xuất nhập khẩu có thể phải vận dụng cả các tập quán thương mại hình thành ở Mỹ và đặc biệt là các tập quán có những nội dung trái ngược với tập quán thương mại quốc tế thông thường. Ví dụ, theo điều kiện cơ sở giao hàng FOB của Mỹ thì người bán có nghĩa vụ thuê tàu, trong khi đó nếu theo FOB Incoterms thì thuê tàu là nghĩa vụ của người mua. Vì vậy, các nhà kinh doanh Việt Nam phải chú ý tới các nội dung này để tránh các tranh chấp phát sinh khi ký kết và thực hiện hợp đồng.

2.5. Năm được những vấn đề cơ bản có liên quan của Hiệp định thương mại song phương Việt-Mỹ

Ngoài những ưu đãi về thuế quan, Hiệp định thương mại Việt-Mỹ còn đề cập đến nhiều vấn đề có liên quan đến quan hệ thương mại song phương khác, như các ưu đãi về phương thức thanh toán đối với hàng hoá xuất nhập khẩu, 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 v.v... Đây là những vấn đề trực tiếp ảnh hưởng đến quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên trong các hợp đồng mua bán ký giữa các thương nhân Việt Nam với các thương nhân Mỹ. Vì vậy, các thương nhân Việt Nam phải nắm chắc những nội dung trên khi giao dịch với các thương nhân Mỹ để có thể đạt được hiệu quả kinh doanh cao nhất.

2.6. Tìm hiểu các phong tục tập quán kinh doanh của người Mỹ:

Các quy định của luật pháp là các quy phạm mang tính chất bắt buộc, vì vậy, đương nhiên các nhà kinh doanh phải tìm hiểu trước khi thâm nhập thị trường Mỹ. Tuy nhiên, bên cạnh các quy định của luật pháp còn có những phong tục tập quán kinh doanh của người Mỹ, tuy không mang tính chất bắt buộc nhưng cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả của mỗi thương vụ.

Người Mỹ nói chung được nhìn nhận là cởi mở, thẳng thắn, khá nồng nhiệt và dễ dàng tạo lập quan hệ bạn bè. Trong đàm phán kinh doanh, người Mỹ rất hay nói thẳng và biết tôn trọng lời hứa. Nếu nhận thấy điều gì đó có thể làm được, họ hứa và cố thực hiện cho được, những điều gì cảm thấy khó khăn, không cho phép hứa hẹn thì họ trả lời "không", khác với người Nhật, dù rõ ràng phải trả lời "không" nhưng lại cố tình tránh né. Chính vì vậy, khi bị người khác thất hứa, người Mỹ có thể giận dữ và huỷ bỏ quan hệ.

Một điểm đáng lưu ý nữa của người Mỹ là họ rất có tinh thần tôn trọng pháp luật. Mọi mối quan hệ cá nhân với cá nhân, cá nhân với chính quyền, công ty này với công ty khác nếu có trực tiếp là rất có thể được xem xét, phán xử tại toà án. Kinh doanh với người Mỹ nhất thiết phải có luật sư. Ở Mỹ, không có một vị giám đốc công ty

nào dám ký một hợp đồng mà không có luật sư của công ty kiểm tra trước. Do vậy, các đối tác Mỹ sẽ không khỏi ngạc nhiên và thậm chí nghi ngờ khi thấy đại diện của đối tác Việt Nam sẵn sàng ký các hợp đồng do phía họ soạn thảo mà không có sự kiểm tra của luật sư. Các thương nhân Mỹ rất sợ các doanh nghiệp Việt Nam sang Mỹ để thương thảo, chưa cần đọc kỹ hợp đồng đã vội ký ngay. Họ không sợ vì ta tài giỏi quá mà là sợ vì không đọc kỹ hợp đồng đã ký nên không đảm bảo khả năng thực hiện hợp đồng.

Kết luận

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ trong những năm qua, nếu chỉ xem xét về kim ngạch thuần túy, nhiều người cho rằng đã đạt được tốc độ tăng trưởng lý tưởng - một tốc độ tăng trưởng chưa bao giờ có được trong ngành ngoại thương của nước ta từ trước đến nay. Tuy vậy, nếu xem xét trên nhiều phương diện khác nhau - cả về kim ngạch xuất khẩu, tốc độ tăng trưởng qua các năm và hiệu quả của sự tăng trưởng đó - thì có thể nói rằng xuất khẩu sang Mỹ vẫn chưa có sự tăng trưởng ổn định và hiệu quả xuất khẩu còn khiêm tốn. Chính vì thế, trong những năm tới, việc phát triển quan hệ kinh tế - thương mại giữa Việt Nam và Mỹ thông qua xuất khẩu không chỉ tập trung vào việc đẩy mạnh xuất khẩu bằng mọi giá để tăng kim ngạch xuất khẩu thuần túy mà còn phải hướng mạnh tới việc bảo đảm hiệu quả kinh doanh xuất nhập khẩu nói chung và hiệu quả xuất khẩu nói riêng. Muốn làm được điều này, khi làm ăn với các thương nhân - các doanh nghiệp Mỹ, các thương nhân - các doanh nghiệp Việt Nam

không những vừa phải chú ý đến việc nâng cao trình độ chuyên môn, tuân thủ luật pháp Việt Nam mà còn phải chú ý đến rất nhiều vấn đề liên quan khác trong quan hệ thương mại Việt - Mỹ, từ các quy định trong các điều ước quốc tế có liên quan, các quy định của luật pháp nước Mỹ, đến các khía cạnh kỹ thuật của các mặt hàng mà mình muốn giao dịch, đến việc đa dạng hóa các chủng loại mặt hàng để chuyển dần sang việc xuất khẩu các mặt hàng có giá trị gia tăng cao để thay thế cho việc xuất khẩu các mặt hàng chủ yếu dựa trên cơ sở gia công như những năm qua ■

Tài liệu tham khảo:

1. CIA - The World Factbook - United States;
2. Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ;
3. Baker & Mc. Kenzy, *Phương thức buôn bán với Hoa Kỳ, Nhà xuất bản chính trị quốc gia*, Hà Nội - 1996;
4. J. Peter Byron, *Luật kinh doanh và thương mại: Những nguyên tắc cơ bản*, Tài liệu tham khảo do Phòng thương mại Mỹ tại Việt Nam xuất bản;
5. Donald. A. Ball và Wendel Mc Colch, *Những bài học về doanh thương quốc tế*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội - 1995;
6. Ngọc Quỳnh, *Hàng Việt Nam sang Mỹ: Xuất siêu cao nhưng lợi nhuận thấp*, [www.vietnam economic news online - 15/8/2007](http://www.vietnam-economic-news-online-15/8/2007).

Chú thích:

- 1) Nguyên Phó Thủ tướng Trần Đức Lương, "Việt Nam coi trọng quan hệ hợp tác hữu nghị với Hoa Kỳ", Phát biểu tại hội thảo cấp cao Việt Nam - Hoa Kỳ, Hà Nội ngày 7/4/1997.
- 2) Hồ Sĩ Hưng, *Cẩm nang về thâm nhập thị trường Mỹ*, Nxb Thống kê, Hà Nội 2003, tr.14.
- 3) Tổng hợp từ Website của Văn phòng phân tích kinh tế và thương mại Hoa Kỳ - <http://ita.doc.gov>