

Ngày 13.7.2000 tại Washington, D.C. Hiệp định thương mại giữa VN và Mỹ được ký kết là một tin vui, là cơ hội đồng thời là thách thức cho các doanh nghiệp VN vì hiệp định sẽ mở đường cho việc thiết lập quan hệ thương mại bình thường, tạo điều kiện cho các nhà kinh doanh tiếp cận thị trường Mỹ - một thị trường rộng lớn, đa dạng, có tiềm lực khoa học công nghệ... cần thiết để phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa của nước ta, góp phần tiếp tục thúc đẩy đà tăng trưởng kinh tế, thu hút đầu tư nước ngoài.

Theo sự ước tính của một số báo cáo của Ngân hàng Thế giới năm 1999, Hiệp định này có thể giúp VN nâng cao xuất khẩu, có thể đạt gấp đôi so với những năm trước đây (gần 400 triệu USD) và ngay trong năm đầu khi hiệp định có hiệu lực do quốc hội hai nước phê chuẩn.

Hiệp định này đặt ra cho chúng ta một số yêu cầu cấp thiết để hội nhập vào nền kinh tế thế giới, nhất là với nền kinh tế nước Mỹ.

1. Học tập để chuẩn bị bước vào cuộc cạnh tranh mới

Cùng với gia tăng xuất khẩu là sự tạo ra việc làm từ nhiều sản phẩm và dịch vụ khác nhau, kể cả du lịch sẽ góp phần tích cực để nâng cao tốc độ tăng trưởng kinh tế. Về lâu dài, việc quan hệ trực tiếp với các doanh nghiệp Mỹ cho phép các doanh nghiệp VN tiếp cận trực tiếp với công nghệ hiện đại, nền kinh tế tri thức, các trường đại học và viện nghiên cứu tiên tiến là một nguồn lợi chưa thể nào ước tính hết nhưng rất cần được khai thác, tận dụng.

Hơn nữa, hiệp định cũng cho phép các doanh nghiệp VN có thể tiếp cận và học hỏi nhiều mặt từ các đồng nghiệp Mỹ trong sản xuất, kinh doanh, quản lý...

Trên các lĩnh vực khác nhau như cơ chế, chính sách, giáo dục, đào tạo, văn hóa... một khối lượng công việc mới mẻ đang đòi hỏi các cấp, các ngành của nước ta phải phân tích kỹ nội dung, các tác động trực tiếp và gián tiếp của hiệp định có liên quan tới lĩnh vực của mình.

Các doanh nghiệp VN cần có ngay một chương trình hành động cụ thể, bắt đầu từ việc nâng cao trình độ tiếng Anh thương mại, nghiên cứu luật pháp liên bang và các bang của Mỹ, xây dựng quan hệ thương mại, tìm kiếm đối tác, tổ chức tiếp thị... để ký kết hợp đồng với các doanh nhân, doanh nghiệp Mỹ trong quan hệ XNK, trong đó phải nâng cao năng lực cạnh tranh để đứng vững trên thị trường trong nước và vươn lên mạnh mẽ trên thị trường Mỹ.

2. Học tập từ những gì mà các nước bạn đã làm

TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI VIỆT - MỸ CHUẨN BỊ HÀNH TRANG VÀO THỊ TRƯỜNG MỸ

VƯƠNG LIÊM

Có thể nói, từ đầu thế kỷ 20, châu Á nói chung là nguồn cung cấp nhiều loại hàng hóa và nguyên liệu quý hiếm cho châu Âu và châu Mỹ như đồ gia vị, tơ lụa, hàng mỹ nghệ...

Lịch sử thương mại và kinh tế thế giới cho thấy Mỹ giúp Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước khác ở khu vực Đông Nam Á khôi phục lại sức mạnh công nghiệp trong quá trình tái thiết đất nước sau thế chiến thứ II. Ảnh hưởng đó có liên quan tới 5 con rồng châu Á bay lên. Họ đã phát triển và rèn luyện được kỹ năng chế tạo, sản xuất hàng hóa, như Nhật Bản đã giành được uy tín sản xuất một số sản phẩm chất lượng cao nhất trên thị trường thế giới với mọi mức giá.

Các hãng tên tuổi như Seiko, Sony đã cho thấy chất lượng đồng nghĩa với giá trị. Những người tiêu dùng Mỹ đã chấp nhận các sản phẩm châu Á và quan tâm trước hết tới chất lượng. Ngành ô tô công nghiệp Mỹ đã phải điều chỉnh trước Toyota, Datsun và Honda có các sản phẩm chất lượng cao, giá thành hạ và ít hao nhiên liệu được bán tại Mỹ. Trong những năm 1980, Nhật Bản được công nhận là nước có lực lượng lao động hiệu quả và hiệu suất cao nhất thế giới.

Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Hàn Quốc kinh doanh các loại quần áo cho nam giới, phụ nữ và trẻ em ở Mỹ với chất lượng cao, giá cả thấp. Các loại hàng hóa công nghệ cao như máy tính, tivi và dụng cụ gia đình của họ tràn ngập thị trường Mỹ vì chúng được người tiêu dùng chấp nhận. Điều này khiến cho Mỹ phải dùng chiêu bài "nhân quyền" và khẩu hiệu "người Mỹ mua đồ Mỹ" để đấu tranh hạn chế bảo hộ hàng nội địa.

Đối với người tiêu dùng Mỹ, giá cả thấp không phải là vấn đề quan trọng mà chất lượng, mẫu mã, giá cả đều có vai trò như nhau trong việc xác định giá trị nhưng họ lại ít bị quyết rũ bởi giá cả. Trái lại, họ quan tâm trước hết là nhãn hàng và thương hiệu, cũng đồng nghĩa với chất lượng từng có uy tín.

3. Để đi vào thị trường Mỹ thành công

Mỹ có trên 250 năm xây dựng và phát triển nên từ đầu thế kỷ 20 đã dẫn đầu thế giới về quy mô và hiệu quả, năng suất lao động của Mỹ trong

ngành sản xuất và thương mại đã vượt trội so với nhiều nước trên thế giới. Nền kinh tế Mỹ lớn hơn 2 lần nền kinh tế Nhật - nước đứng thứ hai sau Mỹ. Hàng năm kim ngạch XNK lên tới trên 1.000 tỷ USD, đồng thời có vốn đầu tư ra nước ngoài lớn trên 4.000 tỷ USD.

Do đó, để vào được thị trường lớn mạnh về tiêu thụ này, các nhà doanh nghiệp không những phải nắm rõ nhu cầu thị trường, thị hiếu người tiêu dùng và bảo đảm sản phẩm có sức cạnh tranh về chất lượng cũng như giá cả mà còn phải thông thạo hệ thống hạn ngạch của Mỹ.

Mỹ có một hệ thống pháp luật về thương mại vô cùng rắc rối và phức tạp. Bộ luật thương mại (Uniform commercial code - UCC) được coi là bộ luật cái của hệ thống luật pháp về thương mại của Mỹ.

Muốn xuất khẩu hàng vào thị trường Mỹ, các nhà doanh nghiệp VN cần phải quan tâm tới luật về trách nhiệm sản phẩm (Product liability law). Theo luật này, nhà sản xuất và người bán hàng phải chịu trách nhiệm với người tiêu dùng về chất lượng hàng hóa sản xuất và bán ra trên thị trường Mỹ. Có những đạo luật quy định chặt chẽ và cụ thể về an toàn sản phẩm, nhãn hiệu sản phẩm lưu hành trên thị trường Mỹ như các đạo luật liên bang về thành phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, sợi dệt, an toàn sản phẩm cho người tiêu dùng, bao bì chống chất độc, an toàn xe cơ giới và giao thông toàn liên bang.

Luật bảo hành và bảo vệ người tiêu dùng gồm có bảo hành rõ ràng cụ thể và bảo hành hiệu ngầm, là các cam kết hiện thực và các cam kết vô hình luôn luôn phiền phức và gây phức tạp cho nhà kinh doanh. Do đó, không ít nhà xuất khẩu do không cẩn thận, không nghiên cứu thấu đáo đã phải trả giá quá đắt cho những vụ kiện cáo của người tiêu dùng. Thông thường, để an toàn, các nhà xuất khẩu phải mua bảo hiểm về thương mại của những công ty bảo hiểm nổi tiếng có nhiều biện pháp khôn ngoan đối đáp hữu hiệu. Nước Mỹ gia hầu hết các định chế thương mại quốc tế mà các định chế này thường chỉ ký kết giữa hai nước, không chấp nhận

quyền lợi thương mại của nước thứ ba chẳng may dính líu tới.

- Để có một phi vụ xuất khẩu thành công?

Trước khi quyết định xuất khẩu hàng sang Mỹ, một bước quan trọng không thể thiếu được là phải nghiên cứu kỹ thị trường và đánh giá nghiêm túc thực lực của doanh nghiệp, nhất là năng lực quản lý, tổ chức điều hành xuất khẩu, khả năng tiếp thị, tài chính và sức cạnh tranh của sản phẩm. Sau đó mới chọn hình thức xuất khẩu như xuất khẩu gián tiếp qua đại lý hoa hồng, công ty điều hành xuất nhập khẩu hay thương mại xuất nhập khẩu. Điều quan trọng nhất là cần thực hiện chiến lược xuất khẩu trực tiếp vì nó sẽ giúp cho chúng ta kiểm soát được toàn bộ quá trình xuất khẩu, thiết lập được mối quan hệ trực tiếp với mạng lưới tiêu thụ và người tiêu thụ. Nhưng phải hết sức thận trọng khi bán hàng trực tiếp với người tiêu dùng tại Mỹ vì nó luôn luôn kèm theo trách nhiệm rất lớn đối với người tiêu dùng và sau lưng họ có cả khối pháp luật bảo vệ họ nghiêm ngặt. Việc đụng chạm với người tiêu dùng ở nước sở tại là thiếu khôn ngoan. Cần phải hiểu biết về:

- Các quy định đặc biệt áp dụng cho từng giai đoạn xuất khẩu.

- Sản phẩm phù hợp.

- Thị trường gồm có: kinh nghiệm mua và bán ở nước ngoài, tính không ổn định của thị trường, chất lượng hàng hóa, tính chất mùa vụ của hàng hóa, ai chỉ phối thị trường, thị trường ở đâu, tìm kiếm khách hàng tiềm năng ở đâu?

- Tính hết chi phí cho một phi vụ.

- Quan hệ tốt với nhà phân phối sản phẩm.

- Cơ cấu giá bán buôn và bán lẻ.

- Vấn đề vận chuyển tương xứng.

- Lợi thế cạnh tranh của bạn v.v..

4. Để bán sản phẩm vào thị trường Mỹ

Ngay chương I nói về thương mại hàng hóa của Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, quy chế tối huệ quốc và không phân biệt đối xử đã được nói rõ tại điều 1: "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 có xuất xứ tại hoặc được xuất khẩu từ lãnh thổ của bất cứ nước thứ ba nào khác trong tất cả các vấn đề liên quan tới thuế quan và phí, phương thức thanh toán, những quy định và thủ tục, cấp giấy phép..."

Tối huệ quốc là điều kiện thương mại rất quan trọng và đặc biệt vì chẳng những nó làm bình thường hóa quan hệ thương mại giữa hai quốc gia ký kết hiệp định với các ưu đãi dành cho nhau mà còn là được gia nhập Tổ chức thương mại quốc tế (WTO). Khi

ấy, sự quan hệ mới đạt tới toàn diện của sự tự do thương mại. THQ chính là sự công bằng trong quan hệ đối xử giữa VN và Mỹ như hiệp định quy định rõ. Hơn nữa, quy chế này ảnh hưởng tích cực đối với việc thu hút đầu tư từ nước ngoài vào VN, nhất là đối với lĩnh vực sản xuất hàng xuất khẩu.

Về mặt thuế tế, công việc bán hàng tại Mỹ còn ảnh hưởng tới nhiều vấn đề liên quan tới văn hóa, xã hội của người Mỹ. Do đó, không phải sản phẩm hàng hóa nào cũng bán được. Kinh nghiệm cho thấy các nhà kinh doanh và sản xuất VN nên quan tâm tới các mặt hàng dễ bán và khó bán, như sau:

- Hàng dễ nhập khẩu: những sản phẩm này nhập khẩu vào Mỹ có thủ tục đơn giản, ít phụ thuộc quy định hạn chế, cấm cản liên quan đến giấy phép, thủ tục hải quan; đồ gia dụng, đồ dùng nấu ăn, tác phẩm nghệ thuật (nguyên gốc), dao kéo, hoa nhân tạo, lông thú nhân tạo, đá chạm và đá quý, kính và các sản phẩm kính, đồ trang sức, các sản phẩm da thuộc (không phải là da lấy từ loài thú quý hiếm), dụng cụ thấp sáng đặt cố định, nhạc cụ, các sản phẩm chế từ cao su và cao su, các sản phẩm thể thao, ô che...

- Hàng khó nhập khẩu: được phẩm, gia cầm và sản phẩm gia cầm, thịt gia súc và các sản phẩm của nó, đồ chơi, động vật sống, hàng dệt may và các sản phẩm dệt may, thực phẩm chế biến...chịu nhiều thủ tục hải quan phức tạp, cần có xác nhận, có nhãn hiệu minh bạch, chịu sự kiểm tra nghiêm ngặt của luật bảo vệ và an toàn...

5. Cần biết quy trình thủ tục nhập khẩu vào Mỹ

Theo quy định của hải quan Mỹ, hàng hóa nhập khẩu vào nước này phải theo một tiến trình như sau:

- Người nhập khẩu lưu danh trong hồ sơ (chủ hàng, người mua hay môi giới hải quan có giấy phép do chủ hàng, người mua hay người nhận hàng chỉ định) sẽ trình các chứng từ nhập khẩu hàng hóa với hải quan nơi cửa khẩu.

- Người nhập khẩu phải quan hệ với cơ quan có liên quan tới mặt hàng, chủng loại tại quận gần nhất.

- Hàng hóa nhập khẩu cho tiêu dùng thì lưu kho tại cảng đến. Nếu chuyển đến nơi khác thì có hải quan giám sát và lại làm thủ tục tiếp ở cảng nhập mới tương tự cảng đến.

- Hàng hóa nhập khẩu khi làm thủ tục hải quan cần có: bằng chứng quyền nhập khẩu, chứng từ nhập khẩu, hóa đơn thương mại...

- Nếu có khiếu nại về thuế, người nhập khẩu có thể khiếu nại theo mẫu của hải quan về yêu cầu điều chỉnh

hoặc hoàn lại thuế bằng việc gọi kháng nghị trong vòng 90 ngày đến Tổng cục thuế sau khi có thông báo thuế khoản. Nếu kháng nghị bị từ chối thì người nhập khẩu có quyền gọi đơn kiện tới Tòa án thương mại quốc tế Mỹ trong vòng 180 ngày.

- Về chuyển đổi ngoại tệ, theo hai quan, ngày xuất khẩu là ngày được dùng để xác định tỷ giá hối đoái áp dụng. Các tỷ giá này dựa trên tỷ giá mua tại thị trường New York đối với ngoại tệ có liên quan.

Nói tóm lại, dân số Mỹ chiếm gần 5% dân số thế giới và họ vẫn thường được mô tả là những người thực dụng. Nguyên tắc thực dụng ở chỗ khi một lý thuyết được chấp nhận đều phải trở thành hành động thực sự. Họ hình thành và duy trì một nền kinh tế sôi động dựa vào các nguyên tắc và lý thuyết của mô hình doanh nghiệp tự do đồng thời cũng chấp nhận vai trò quan trọng của chính phủ.

Nhờ đó, nước Mỹ đã phát triển được một đội ngũ quản lý tài năng, một nền công nghệ hiện đại rất đa dạng, nhiều nhân tài là những nhà khoa học kỹ thuật thuộc hàng gạo cội của thế giới. Trong hệ thống kinh tế Mỹ, người tiêu dùng, người sản xuất và chính phủ cùng phối hợp đưa ra những vấn đề cơ bản hàng ngày của xã hội, chủ yếu thông qua hệ thống gia cả. Chính sự tác động qua lại của ba nhóm này tạo nên chức năng của nền kinh tế mà các nhà phân tích đặt tên cho họ thống kinh tế Mỹ là "nền kinh tế thị trường" nhưng hoàn toàn động chứ không tĩnh.

Có thể nói, từ khi quá trình quan hệ hai nước Việt - Mỹ được bình thường hóa (1995), quan hệ giữa hai nước tăng nhanh trong 5 năm qua và cho đến nay chuyển sang bước ngoặt mới là ký kết được hiệp định thương mại - mở đầu cho hoạt động thương mại hai nước hứa hẹn nhiều triển vọng trong cùng cách làm ăn giữa nước đang phát triển với nước phát triển dần dần thế giới. Mỗi quan hệ, giao lưu diễn ra đã nhiều nhưng hiểu biết chín chắn các vấn đề trong thương mại, kể cả tâm lý tiêu dùng, văn hóa xã hội Mỹ thì chưa được bao nhiêu.

Như vậy, muốn đi vào nước Mỹ để làm ăn thì trước hết cần phải nghiên cứu, học tập nhiều thứ như đã nói lên phần nào trong bài viết còn hạn chế này. Ngoài ra, chúng tôi nghĩ rằng các cấp, các ngành và cơ quan chức năng về giáo dục, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cần quan tâm điều chỉnh mục tiêu chiến lược và chương trình hành động của mình cho phù hợp với tinh thần nội dung hiệp định ■