

Phương cách thâm nhập

Mỹ là một thị trường khổng lồ cho rất nhiều mặt hàng thể hiện qua tổng giá trị hàng nhập khẩu hàng năm, chỉ riêng năm 2000 giá trị này đạt hơn 2.000 tỷ USD, so với tổng giá trị hàng nhập khẩu vào cả 15 nước EU chỉ có trên 900 tỷ USD, sự so sánh này phần nào phản ánh tiềm năng to lớn của thị trường này. Mỹ còn là một thị trường hấp dẫn đối với các nước xuất khẩu hàng hoá nhờ có diện tích rộng lớn là 9.374.270 km², dân số khoảng 273 triệu người với mức thu nhập bình quân đầu người khoảng 26.000 USD / năm, với sức mua cao và đa dạng Mỹ quả thật là một thị trường lý tưởng cho các loại hàng hóa ...đặc biệt là các mặt hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam như

mặt hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam vào Mỹ dễ dàng hơn nhờ mức thuế nhập khẩu giảm xuống xấp xỉ 3% so với 40 % (mức áp dụng cho nước không có tối huệ quốc) như trước đây.

Tuy nhiên, những cản ngại trên con đường đưa hàng hóa Việt Nam nói chung, hàng thủ công mỹ nghệ nói riêng còn rất nhiều do phải đối đầu với những đối thủ cạnh tranh là những nhà xuất khẩu của 160 nước và vùng lãnh thổ đã và đang hưởng quy chế tối huệ quốc của Mỹ, những nhà xuất khẩu này đã có sẵn những mối quan hệ làm ăn với các công ty Mỹ, có hiểu biết, kinh nghiệm hơn chúng ta về thị trường Mỹ và những luật lệ khắt khe của nó ...Hơn thế nữa, chúng ta cũng phải đối mặt với những cản ngại ngay trong bản

trọng hơn cả là sự thiếu thông tin để tiếp cận thị trường cũng gây những trở ngại rất nhiều cho những chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam tại Mỹ.

Để vượt qua những khó khăn nêu trên và mau chóng đưa hàng hoá Việt Nam thâm nhập vào thị trường Mỹ. Chính phủ cùng những doanh nghiệp Việt Nam đã tìm nhiều biện pháp như phát triển các hoạt động xúc tiến thương mại của Thương vụ Việt Nam tại Mỹ, tổ chức các đoàn doanh nhân tìm hiểu thị trường, tổ chức các buổi hội thảo, giao lưu để những nhà xuất khẩu, nhập khẩu hai quốc gia gặp gỡ và xúc tiến các mối quan hệ thương mại, hợp tác ... Tuy nhiên, nhóm hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam vẫn chưa

Mở rộng thị trường Mỹ cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam

Thạc sĩ VŨ MINH TÂM

T00-205



T00-206



T00-207



T00-208



T00-209



T00-210



gốm sứ, cement giả đá, các loại sản phẩm phục vụ việc trồng cây cảnh và trang trí vườn. ... vì hiện nay Mỹ hầu như không tự sản xuất những sản phẩm tương tự bằng phương pháp thủ công. Hơn nữa, Hiệp định thương mại Việt-Mỹ vừa được Quốc hội hai nước thông qua sẽ trở nên một động lực thúc đẩy mạnh mẽ giúp cho việc nhập khẩu các

thần chúng ta vì sự chậm chạp, sự yếu kém về trình độ kinh doanh, trình độ quản lý doanh nghiệp, công nghệ và về vốn ... làm cho giá thành sản xuất cao hơn những nước khác trong khu vực như Trung Quốc, Indonesia, Malaysia, Philippines... Sự khác biệt về hệ thống tài chính giữa hai quốc gia, thương hiệu sản phẩm chưa được xây dựng và quan

có mức tăng trưởng đáng kể so với tiềm năng và thế mạnh của một ngành hàng truyền thống, một ngành hàng được Nhà nước đặc biệt khuyến khích xuất khẩu.

Nguyên nhân của tình trạng trên là do chúng ta chưa quan tâm đầy đủ đến việc xây dựng một chiến lược tiếp thị tổng hợp riêng để phát triển ngành

hàng thủ công mỹ nghệ tại thị trường Mỹ, trong đó việc tổ chức tham gia các triển lãm thương mại được đặc biệt chú trọng như một biện pháp nhanh nhất để giới thiệu và quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam đến trực tiếp nguồn nhu cầu tại Mỹ mà sau một thời gian dài do ảnh hưởng bởi cấm vận và chính sách thuế nhập khẩu đã không được người tiêu dùng tại Mỹ biết đến một cách rộng rãi. Tham gia triển lãm thương mại còn là một phương cách nhanh nhất và cụ thể nhất để doanh nghiệp Việt Nam tìm hiểu, thực hiện ngay những luật lệ quy định và tập quán thương mại của Mỹ, nắm bắt thị hiếu của người tiêu dùng từ đó có thể tiếp nhận những đơn đặt hàng thử của nhà nhập khẩu, từng bước xây dựng, hoàn thiện mối quan hệ mua bán với họ và sau nữa sẽ có thể xây dựng được một chiến lược phát triển phù hợp hơn cho ngành hàng này tại Mỹ.

Có rất nhiều triển lãm thương mại được tổ chức tại Mỹ theo từng chuyên ngành riêng biệt hoặc tổng hợp, bạn có thể tìm hiểu tại các website sau đây:

<http://www.tscentral.com>

<http://www.tradefair.com>

Việc tìm hiểu và quyết định tham gia một triển lãm thương mại phù hợp ngành hàng và mục tiêu đề ra có ý nghĩa rất quan trọng vì tính hiệu quả đạt được sau khi tham gia. Trong phạm vi bài này chỉ xin giới thiệu một triển lãm thương mại và những công việc cần tiến hành khi tham gia mà chúng tôi đã trực tiếp tham gia vào tháng 8 năm nay, đó là National Hardware Show được tổ chức vào tháng 8 hàng năm tại McCormick Place Complex - Chicago, IL USA.

Triển lãm National Hardware Show

Triển lãm National Hardware Show được chọn để giới thiệu vì đây là một trong những triển lãm thương mại lớn nhất tại Mỹ có diện tích dành cho triển lãm rộng 1.3 triệu feet vuông, có hơn 3.000 gian hàng được thiết kế cho người tham gia triển lãm các loại sản phẩm, dịch vụ hết sức đa dạng như: vật liệu xây dựng, thiết bị cầm tay, thiết bị điện, thiết bị năng lượng, phụ tùng ô tô, các sản phẩm phục vụ cho việc chăm sóc vật nuôi, đồ dùng nhà bếp và thiết bị, vật dụng làm vườn, trang trí vườn... Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của Việt Nam được xếp vào khu vực triển lãm các thiết bị, vật dụng trang trí

vườn... Khu vực này bao gồm hơn 200 nhà triển lãm từ rất nhiều quốc gia trên thế giới.

• Công tác chuẩn bị

- Hoàn tất thủ tục đăng ký: Yêu cầu Ban tổ chức cung cấp đơn đăng ký và thực hiện việc thanh toán theo yêu cầu của nhà tổ chức.

- Những quy định của nhà tổ chức: sau khi gửi đơn đăng ký đến nhà tổ chức, người tham gia triển lãm cần phải nghiên cứu những quy định của nhà tổ chức, những quy định này được coi như những điều khoản của một hợp đồng tham gia triển lãm tại National Hardware Show. Có tất cả khoảng 39 điều khoản quy định, có thể tóm tắt những quy định quan trọng bắt buộc cần phải hiểu và thực hiện như sau:

1. Những sản phẩm, dịch vụ cụ thể muốn tham gia triển lãm phải được nhà tổ chức (NTC) xem xét và đồng ý cho phép tham gia. Người tham gia triển lãm (NTL) chỉ được phép trưng bày sản phẩm, bảng hiệu của họ tại gian hàng được phân chia. NTC được quyền loại bỏ một phần hay toàn bộ gian triển lãm nếu NTL không chấp hành những luật lệ và quy định. NTL chịu toàn bộ trách nhiệm bồi hoàn tổn thất gây ra, NTC không chịu trách nhiệm về sự mất mát, tổn thất hàng hóa, vật dụng mà NTL trưng bày tại triển lãm.

Nếu NTL vắng mặt hoặc không dân dựng đúng thời hạn, NTC có quyền trưng dụng gian hàng đã phân chia để dùng vào mục đích khác phù hợp hơn. NTL không được núp dưới giấy phép của người khác hoặc cho người khác chiếm giữ gian hàng của, mình hoặc dùng gian hàng của mình cho một mục đích khác không ghi trong đơn đăng ký.

2. Thuê mượn nhân công tại triển lãm: NTL chỉ được phép thuê mượn nhân công thuộc công đoàn để lắp đặt, dân dựng, tháo dỡ... theo hợp đồng với công đoàn.

3. Trình diễn ca nhạc, tổ chức những cuộc thi trúng thưởng hay xổ số: Tất cả việc sử dụng nhạc phải được cấp phép bởi cơ quan quản lý tác quyền, tương tự, các hình thức dự thi có thưởng hay xổ số cũng phải được cho phép bởi cơ quan quản lý nếu những hình thức này đã được một người khác tổ chức trước đó.

4. Trang trí và thiết kế gian hàng:

NTL phải hoàn tất việc dân dựng gian hàng của mình trước 3.00 giờ chiều hôm trước ngày khai mạc, nếu NTL dân dựng trễ, NTC có quyền chỉ định những nhà thầu xây dựng giúp NTL hoàn tất gian hàng của mình, mọi phí tổn liên quan đều do NTL gánh chịu. Việc thiết kế, dân dựng gian hàng phải tuân theo những quy định về độ cao và tránh những phiền toái cho người có gian hàng bên cạnh.

5. Việc vận chuyển sản phẩm, thiết bị đến gian hàng cũng như dời đi phải tuân theo những hướng dẫn, quy định và thời gian biểu của NTC ấn định.

- Thiết kế gian hàng: Sau khi được NTC xác nhận diện tích và vị trí gian triển lãm, NTL cần phải chuẩn bị sơ đồ bố trí và bản thiết kế cho gian hàng nhằm xác định số lượng, chủng loại sản phẩm cũng như các thiết bị phục vụ cho việc trưng bày. Việc này cần thiết vì giúp cho NTL tính toán được khả năng tận dụng tối đa không gian được phân chia và tiết giảm đến mức tối thiểu những khoản cho phí tổn cho những vật dụng không cần thiết vì chi phí nhân công tại Mỹ vô cùng đắt (45 USD/giờ công lao động thông thường trong giờ, 65 USD / giờ công lao động cho thợ trang trí, dân dựng... đơn giá này tăng 55% cho giờ phụ trợ)

- Hoàn tất thủ tục yêu cầu lắp đặt thêm thiết bị, dịch vụ: Nhà triển lãm cũng cần điền những yêu cầu lắp đặt thiết bị điện, cổng kết nối internet, các thiết bị cung cấp khí nén, cấp tháo nước...vv vào các đơn yêu cầu Utility Service Order Form (SO1), Order and Payment Summary Form (OP1) và gửi cho NTC cùng với việc thanh toán 2 tháng trước ngày khai mạc triển lãm.

- Hoàn tất thủ tục xin thị thực nhập cảnh vào Mỹ: NTL cần liên hệ và yêu cầu NTC cung cấp thư mời tham dự, trong đó ghi rõ tên, chức vụ, số hộ chiếu của những thành viên tham dự triển lãm...và hoàn tất hồ sơ xin thị thực nhập cảnh càng sớm càng tốt.

- Đăng ký, đặt khách sạn: Việc làm này cũng rất cần thiết vì thông thường lượng khách đến Chicago trong những ngày triển lãm rất đông do vậy NTL nên đặt phòng tại khách sạn trước từ 6 đến 8 tháng.

• Công tác đóng gói và gửi mẫu

- Đóng gói mẫu và các vật dụng:

tất cả sản phẩm mẫu và vật dụng, thiết bị phải được đóng gói chặt chẽ bằng thùng gỗ và các vật liệu chống mốc, hút ẩm, tránh dùng các loại ván ép vì loại vật dụng này rất khó hủy. Trọng lượng của mỗi kiện không vượt quá 1.000 kg và phải được đặt thẳng đứng.

- Gửi mẫu và lập bộ chứng từ để hoàn tất thủ tục hải quan: Việc gửi mẫu có thể do NTL tự gửi hoặc uỷ quyền cho một công ty vận tải, giao nhận đảm nhiệm, nhưng điều quan trọng nhất là phải hoàn tất bộ chứng từ hàng hóa hợp lệ thủ tục hải quan để đảm bảo cho việc nhận mẫu tại triển lãm không gặp trở ngại.

• Nhận mẫu tại triển lãm

Nhà tổ chức sẽ cung cấp cho NTL sơ đồ triển lãm, trong đó có chỉ rõ vị trí gian hàng mà NTL được phân chia cùng với phân chia các khu vực theo từng màu sắc riêng biệt, sự phân chia này cùng với quy định thời gian bắt đầu, thời hạn cho việc vận chuyển mẫu, vật dụng của mỗi khu vực riêng biệt... nhằm tránh tình trạng ùn tắc gây rối loạn đến lịch trình làm việc của cả triển lãm thương mại. Lịch phân chia nói trên cần được đặc biệt chú ý vì nếu quá thời hạn cho phép, việc vận chuyển dần dựng gian hàng của NTL sẽ gặp rất nhiều khó khăn và thường phải trả chi phí cao hơn cho giờ công phụ trội.

• Đàm phán và ký kết hợp đồng

Vì thời gian triển lãm chỉ kéo dài 3 ngày do đó NTL cần phải có sự chuẩn bị thật tốt tất cả những thông tin liên quan đến hàng hoá sao cho việc chọn lựa mẫu, đàm phán, ký kết hợp đồng tốn ít thời gian nhất nhằm giúp cho khách hàng có thời gian chọn lựa nhiều hơn, đồng thời giúp cho NTL tiếp nhận số lượng đơn đặt hàng nhiều nhất trong một lượng thời gian có hạn. Những đơn đặt hàng, xác nhận bán hàng, bảng giá được chuẩn bị sẵn sẽ giúp cho NTL rất nhiều trong khi làm việc tại triển lãm.

Sau cùng, NTL cần phải lập ra cho mình một bảng danh mục liệt kê tất cả những việc phải làm cùng với thời hạn chót cần phải hoàn thành (Exhibitor Action Checklist) để liên tục kiểm tra đối chiếu xem còn những việc nào chưa thực hiện, tránh những sai sót không cần tiết làm ảnh hưởng thiệt hại thời gian, chi phí và hiệu quả của việc tham gia triển lãm.

Tổ chức gian hàng Vietnam House

Tổ chức gian hàng Vietnam House

PHÁT TRIỂN KINH TẾ Tháng Sáu 2002

trở nên cần thiết vì qua đó chúng ta có điều kiện giới thiệu nhanh nhất những mặt hàng thủ công truyền thống của Việt Nam cho nhà nhập khẩu và người tiêu dùng Mỹ đã rất lâu xa lạ với Việt Nam và những sản phẩm của chúng ta. Gian hàng Vietnam House quy tụ một loạt những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam sẽ là cơ hội tốt nhất cho các doanh nghiệp vì nhờ đó họ có thể trợ giúp lẫn nhau, bổ sung cho nhau cùng tham gia tìm hiểu, chia sẻ kinh nghiệm làm việc tại một thị trường mới mẻ, nhờ đó có thể tránh được nhiều rủi ro trong khi ký kết những hợp đồng cũng như tránh bị khách hàng ép hoặc tự phá giá lẫn nhau.

Tổ chức gian hàng Vietnam House bao gồm nhiều loại hàng hóa thủ công mỹ nghệ phong phú đa dạng còn tạo điều kiện tốt nhất để chúng ta thiết kế xây dựng một gian hàng đẹp, mang đậm bản sắc dân tộc, nhờ đó tạo ấn tượng mạnh mẽ, tốt đẹp về Việt Nam đối với người dân Mỹ, hơn thế nữa các sản phẩm thủ công mỹ nghệ cũng góp phần làm đẹp cho nhau, làm nổi bật lẫn nhau khi được bố trí sắp đặt trong một ý đồ thống nhất nhờ đó tạo nên sự hấp dẫn hơn, thu hút hơn đối với nhà nhập khẩu.

Những mặt hàng có thể tham gia triển lãm

Qua thực tế quan sát tại National Hardware Show tháng 8 năm 2001, chúng tôi nhận thấy những loại sản phẩm thủ công mỹ nghệ có thể được chọn và phối hợp triển lãm như sau:

- Gốm sứ thủ công mỹ nghệ gồm các loại sản phẩm như các loại chậu hoa dùng để trang trí, trồng cây, các loại tượng gốm, các loại đèn vv...

- Các sản phẩm bàn ghế làm từ tre, nứa, tấm vòng dùng ngoài trời.

- Các sản phẩm mây, bàn ghế mây đan dùng trong nhà.

- Các sản phẩm bàn ghế gỗ, nhà nghỉ, hoặc các hình tượng gỗ dùng ngoài trời.

- Các sản phẩm chậu hoa làm từ tôn mỏng.

- Các sản phẩm cement giả đá, giả gỗ, non bộ, vòi phun, tượng các loại, thác nước thu nhỏ, vv

Các loại sản phẩm kể trên khi được sắp đặt theo thiết kế như một khu vườn nhỏ sẽ tạo hiệu quả rất lớn trong trang trí trưng bày mà nếu trưng bày riêng rẽ sẽ không thể nào có được.

Lợi ích của tổ chức phối hợp

Ngoài những lợi ích kể trên, tổ chức gian hàng Vietnam House cho phép tiết kiệm chi phí đáng kể cho người tham gia, nếu tham gia riêng lẻ, một doanh nghiệp phải trả 1.900 USD riêng cho chi phí thuê mặt bằng của gian hàng tối thiểu 9m², chưa kể những chi phí khác cho việc thuê thêm thiết bị, vật dụng dùng trong triển lãm. Mức chi phí sẽ giảm đi 1/2 khi các doanh nghiệp cùng nhau thuê chung một gian hàng lớn hơn khoảng 50m² và cùng tận dụng mặt bằng để sắp đặt sản phẩm của nhau theo thiết kế trước, ví dụ các viên xi măng giả đá được xếp dưới nền tạo các lối đi, bên trên đó đặt các chậu gốm, chậu tôn các loại, tượng đá, non bộ, vv hoặc các loại kệ tre, kệ gỗ vừa được sử dụng làm kệ trưng bày các sản phẩm khác vừa là mẫu triển lãm, tương tự với các loại mẫu bàn ghế gỗ, bàn ghế tre còn được dùng để tiếp khách, đàm phán. vv. như thế vừa tiết kiệm được chi phí vừa làm nổi bật công năng, chất lượng, vẻ đẹp của mỗi sản phẩm trưng bày.

Ngoài ra, việc cùng nhau thuê chung container để gửi hàng mẫu và vật dụng cũng tiết giảm đáng kể chi phí vận chuyển, giao nhận so với việc gửi hàng lẻ của từng doanh nghiệp, giá vé máy bay cũng được ưu đãi hơn nếu đăng ký theo đoàn.

Kiến nghị

Tóm lại, tổ chức phối hợp các doanh nghiệp chuyên ngành thủ công mỹ nghệ tham gia triển lãm, trưng bày sản phẩm tại các triển lãm thương mại ở Mỹ là con đường nhanh nhất để sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam thâm nhập và phát triển tại thị trường đầy triển vọng này. Đây còn là giải pháp tiếp thị phù hợp với yêu cầu của tình hình hiện nay trong việc tìm kiếm một phương thức tiếp thị hiệu quả với mức chi phí vừa phải, nhờ đó có thể huy động được đông đảo các doanh nghiệp cùng tham gia trong sự tổ chức của một cơ quan quản lý nhà nước sao cho việc tham gia triển lãm của doanh nghiệp tại nước ngoài theo một tổ chức bài bản. Cách làm này vừa có tác dụng xây dựng hình ảnh tốt đẹp về một đất nước Việt Nam giàu truyền thống văn hóa, đa dạng ngành nghề thủ công... vừa giúp đỡ một cách tích cực cho các doanh nghiệp có điều kiện hợp tác với nhau chia sẻ kinh nghiệm, cùng

nhau phòng chống rủi ro, tổn thất trong bước đầu ở một thị trường mới mẻ, cùng nhau bảo vệ lợi ích chống lại tình trạng tự phá giá lẫn nhau hoặc bị thương nhân nước ngoài lợi dụng ép giá, thể hiện cụ thể phương châm “buôn có bạn, bán có phường” và dần từng bước xây dựng thương hiệu sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Những tác dụng tích cực nêu trên sẽ trở nên hiện thực hơn nếu được sự hỗ trợ của Nhà nước trong nỗ lực cải thiện tình trạng sút giảm kim ngạch xuất khẩu trong thời gian qua. Sự hỗ trợ cụ thể về tài chính của Nhà nước chắc chắn sẽ thúc đẩy các doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư thêm kinh phí trong việc tìm kiếm thị trường mới, hơn thế nữa sự trợ giúp tài chính sẽ là tiền đề cơ bản cho Nhà nước thực hiện được vai trò là người tổ chức phối hợp các doanh nghiệp tham gia vào xây dựng một Vietnam House, đây là yếu tố quan trọng nhất quyết định sự thành công khi tham gia triển lãm theo mô hình đã trình bày.

Trong phạm vi bài này, chúng tôi kiến nghị một số yêu cầu hỗ trợ của Nhà nước như sau:

• **Hỗ trợ kinh phí tham gia**

Theo Thông tư số 61/2001/TT-BTC của Bộ tài chính ban hành ngày 1.8.2001: Nhà nước hỗ trợ kinh phí tham gia triển lãm tại nước ngoài cho doanh nghiệp, tuy nhiên sự hỗ trợ này còn rất chung chung khó có thể thực hiện được và trên thực tế cũng chưa được triển khai vì thiếu những hướng dẫn chung cho các cơ quan chức năng hữu quan. Nên chăng, Nhà nước sẽ chịu chi phí thuê mặt bằng tại triển lãm, kinh phí này khoảng 21.000 USD cho diện tích 100 mét vuông, với diện tích gian hàng này có thể tổ chức chọn lựa cho khoảng 10 doanh nghiệp trưng bày các sản phẩm khác nhau. Những đơn vị được chọn tham gia chịu kinh phí gửi mẫu, vé máy bay và sinh hoạt trong thời gian tham gia triển lãm.

• **Hỗ trợ bằng chính sách ưu đãi**

Hiện nay tỷ lệ phân bổ các chi phí tham gia triển lãm được phép hạch toán chỉ là 5% trong tổng số chi phí. Quy định này không thúc đẩy các doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư kinh phí tiến hành những chương trình tham gia triển lãm tại nước ngoài. Chúng tôi cho rằng cần phải thừa nhận kinh phí cho những hoạt động này như là một khoản

chi phí lưu thông được phân bổ hạch toán đầy đủ một lần vào chi phí sản xuất kinh doanh.

Ngoài ra, chúng ta nên mạnh dạn học tập chính sách hỗ trợ của Trung Quốc bằng cách thoái thu thuế tới 19%

cho những lô hàng xuất khẩu, nhờ vậy giúp cho hàng hóa Trung Quốc tràn ngập trên các thị trường thế giới và mức tăng trưởng xuất khẩu liên tục những năm gần đây trong khi các nước khác sút giảm nghiêm trọng ■

Vai trò của khu chế xuất ...

(Tiếp theo trang 12)

Từ kinh nghiệm của đặc khu Thẩm Quyến, thập niên 80 Trung Quốc xây dựng thêm các đặc khu Sơn Đầu, Chu Hải, Hạ Môn... và tiếp theo là mở cửa 14 thành phố thuộc các tỉnh vùng duyên hải, trong đó nổi bật nhất là xây dựng thành phố Phố Đông tại Thượng Hải... nhờ đó tạo ra một thời kỳ phát triển kinh tế thần kỳ của Trung Quốc suốt 23 năm qua.

Nếu nghiên cứu, ta thấy đặc khu kinh tế của Trung Quốc khác hẳn với các dạng khu chế xuất, khu mậu dịch tự do của các nước trước đây ở những điểm sau:

1. Các khu chế xuất, khu mậu dịch tự do của các nước đã được xây dựng trên cùng một thể chế kinh tế là nền kinh tế thị trường. Trong khi đó đặc khu kinh tế của Trung Quốc được xây dựng trên bối cảnh nền kinh tế cả nước là kế hoạch hóa tập trung, do đó bản chất đối mới sâu sắc hơn.

2. Sự cải cách đối mới của đặc khu kinh tế không phải chỉ là thủ tục hành chính, những ưu đãi về thuế mà là một sự cải cách đối mới cả một thể chế quản lý kinh tế.

3. Đặc khu kinh tế của Trung Quốc không chỉ là công cụ thu hút vốn, kỹ thuật, đầu tư nước ngoài mà là một mô hình thí nghiệm trong việc xây dựng thể chế quản lý kinh tế xã hội mới của Trung Quốc trong tương lai. Đồng thời là một vùng đệm, một cầu nối với nền kinh tế thế giới bên ngoài.

Hạn chế của các KCX VN

Đối với các khu chế xuất của VN ta trong 10 năm qua, tuy đã có những thành quả đáng khích lệ, là đã thu hút được vốn đầu tư nước ngoài gần 1 tỷ USD, giải quyết công ăn việc làm cho khoảng 70 ngàn lao động, tạo ra một doanh số xuất khẩu khá lớn cho đất nước. Nhưng về mặt công năng của nó vẫn còn rất hạn chế, nơi đây chỉ là nơi tập trung sản xuất hàng xuất khẩu, với một qui trình quản lý được cải tiến về mặt hành chính “một dấu, một cửa”.

Khu chế xuất chúng ta chưa có những công năng kinh doanh dịch vụ để có thể trở thành khu gia tăng giá trị như các khu chế xuất, khu thương mại tự do của thế giới, nên chưa có thể tham gia vào hệ thống dịch vụ giao nhận toàn cầu như đã nêu ở phần trên. Mặt khác, chúng ta cũng chưa có mô hình kinh tế mở như các đặc khu kinh tế Trung Quốc để có thể từ đó rút ra những kinh nghiệm cơ bản nhất, bao quát cho việc cải cách kinh tế hành chính và xây dựng nền kinh tế xã hội cho tương lai, từ đó có đủ kinh nghiệm để đối đầu với sức ép hội nhập kinh tế toàn cầu đang diễn ra. Điều này chắc rằng các nhà lãnh đạo chúng ta đang rất quan tâm.

Trong thế kỷ 21, không những lãnh vực kinh tế đã và đang đan xen toàn cầu hóa, mà trong lãnh vực khoa học kỹ thuật, chất xám cũng là của chung của loài người. Các quốc gia trên thế giới không chỉ giành nhau về nguồn tài nguyên thiên nhiên, giành nhau về thị trường mà hiện nay tiêu điểm tranh giành quyết liệt nhất là lực lượng chất xám, những nhân tài trên thế giới. Do đó “hình hài” của một khu chế xuất hay một đặc khu kinh tế đã thay đổi, nó đã trở thành “vô hình” trong trận chiến quyết liệt này.

Năm 2001, khi Công ty Microsoft đặt trung tâm nghiên cứu phần mềm ở hải ngoại duy nhất của họ tại Bắc Kinh, ông Phó chủ tịch thành phố Thượng Hải (Tứ Khuyển Địch) đã nói rằng: “Việc đào tạo ra nhân tài cho quốc gia là điều vô cùng quan trọng, nhưng việc tạo ra một môi trường luật pháp, xã hội để sử dụng được nhân tài đó còn tối quan trọng và tối cấp bách hiện nay, đó mới là công cụ thu hút đầu tư tiên tiến nhất hiện nay. Thế giới đã bước vào thời kỳ “chinh phục” toàn cầu trong mọi lãnh vực mà trong đó bí quyết thành công của nó là “đất lành phượng hoàng đậu”. Đây là con đường ngắn nhất để các quốc gia nhanh chóng công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước ■