



HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM VÀ THỊ TRƯỜNG MỸ NHỮNG TRIỂN VỌNG VÀ THÁCH THỨC

TS. VÕ PHƯỚC TẤN

I. KHÁI QUÁT CHUNG

Mỹ là thị trường hấp dẫn và khá lý tưởng đối với các nước xuất khẩu hàng hóa trên thế giới. Về địa lý, nước Mỹ có diện tích là 9.374.270 km² bằng 7% tổng số diện tích đất đai trên thế giới, đứng thứ 4 về diện tích chỉ sau Nga (Liên Xô cũ), Canada và Trung Quốc. Dân số Mỹ khá đông, khoảng 272 triệu người chiếm 5% dân số thế giới, đa số dân Mỹ sống ở thành thị, số dân sống bằng nông nghiệp chiếm 2,9%; công nghiệp chiếm 26,9%; dịch vụ 70,2%. Thu nhập bình quân đầu người năm 1990 là 21.116 USD, năm 1998 là 25.900 USD/đầu người, người Mỹ có sức mua cao và nhu cầu đa dạng.

Nước Mỹ có một nền ngoại thương phát triển mạnh và là một thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới, kim ngạch XNK hàng hóa hàng năm lên đến trên một ngàn tỷ USD, chiếm trên 12% tổng giá trị xuất khẩu và trên 14% tổng giá trị nhập khẩu của thế giới (xem biểu 1).

Biểu 1: Kim ngạch XNK hàng hóa của Mỹ

DV: Tỷ USD

	1990	1993	1994	1998
- XUẤT KHẨU	393,6	465,1	512,3	670,6
- NHẬP KHẨU	495,3	580,7	657,5	918,8
TỔNG KIM NGẠCH	888,9	1045,8	1169,8	1589,4

Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ.

Trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Mỹ, $\frac{1}{4}$ là các hàng hóa mà hiện nay nước ta có triển vọng bán cho Mỹ như: dầu thô và sản phẩm dầu mỏ, hàng dệt may, đồ gia dụng, đồ chơi, đồ trang sức và đá quý, thịt cá. Về hàng nhập có thể nhập từ Mỹ nhiều loại thiết bị - kỹ thuật cao phục vụ cho sản xuất và đời sống trong nước và cho sản xuất hàng chất lượng cao để xuất khẩu, nhiều loại thiết bị kỹ thuật Mỹ được chào bán cho ta với giá hạ hơn so với cùng loại của Nhật và Châu Âu.

II. QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI MỸ VÀ VIỆT NAM

Ngày 3.2.1994 Mỹ đã hủy bỏ cấm vận thương mại với Việt Nam, và sau đó Mỹ cho phép các công ty Mỹ được xuất khẩu các nhu cầu thiết yếu cho con người như: lương thực, thực phẩm, y tế, giáo dục... Lúc này, quan hệ giữa Bộ thương mại Việt Nam với đại diện thương mại Mỹ và Bộ thương mại Mỹ đã có những tiếp xúc, thỏa thuận cùng nhau giữ mối liên lạc thường xuyên hỗ trợ cho các nhà doanh nghiệp hai nước đẩy mạnh buôn bán XNK và đầu tư.

Đến ngày 12.7.1995 Chính phủ Mỹ quyết định bình thường hóa quan hệ ngoại giao với Việt Nam, hai bên đã mở rộng việc trao đổi các đoàn thương mại tìm hiểu thị trường của nhau, đồng thời hợp tác cung cấp thông tin và những văn bản luật pháp, những chính sách, cơ chế thủ tục để có những bước chuẩn bị cần thiết cho việc đàm phán Hiệp định thương mại giữa hai nước.

Và lần đầu tiên, sau 8 vòng đàm phán song phương, ngày 25.7.1999 tại Hà Nội hai bên đã được thỏa thuận về nguyên tắc các điều khoản của Hiệp định thương mại song phương. Hiệp định xử lý các vấn đề liên quan đến thương mại, hàng hóa, dịch vụ, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và quan hệ đầu tư giữa hai nước. Tuy nhiên, để ký kết Hiệp định hai bên còn phải tiếp tục làm việc để hoàn tất các chi tiết kỹ thuật để trình lên Chính phủ và các cơ quan thẩm quyền xem xét. Việc ký kết hiệp định này sẽ đánh dấu một bước quan trọng trong việc bình thường hóa quan hệ thương mại giữa hai nước.

Chính nhờ sự hợp tác giữa hai nước nên kim ngạch buôn bán Mỹ-Việt đã có bước tiến đáng kể (xem biểu 2).

Biểu 2: Quan hệ buôn bán Mỹ - Việt

ĐV: 1000 USD.

	1994	1995	1996	1997	1998
- Việt Nam xuất sang Mỹ	51.940	198.966	319.037	388.189	553.408
- Việt Nam nhập của Mỹ	172.220	220.047	298.547	239.317	200.050

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ.

III. HỆ THỐNG PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI MỸ

Để triển khai quan hệ kinh tế - thương mại với Mỹ một cách có hiệu quả, trước tiên cần hiểu rõ luật pháp của Mỹ và cách thức điều hành hoạt động kinh tế đối ngoại của Mỹ.

1. Quy chế đãi ngộ tối huệ quốc (The Most - Favoured Nation Treatment - MFN, nay được đổi thành Normal Trade Relation - NTR - Quan hệ thương mại bình thường) được thể hiện toàn bộ trong chương 1 (trong số 4 chương) của Hiệp định chung về thuế quan và mậu dịch (General Agreement on Tariff and Trade- GATT)). Quy chế tối huệ quốc qui định các nước thành viên có GATT (nay là WTO - World Trade Organization) dành cho nhau chế độ đối xử ưu đãi nhất trong quan hệ kinh tế thương mại đặc biệt là lĩnh vực thuế quan. Trên thực tế, Mỹ đã dành MFN cho tất cả các nước bạn hàng của mình kể cả các nước XHCN. Ưu đãi lớn nhất của quy chế MFN (NTR) là giảm và miễn thuế, các sản phẩm xuất khẩu của những nước chưa được hưởng quy chế MFN (NTR) vào Mỹ chịu thuế XNK gấp 6 - 12 lần sản phẩm xuất khẩu của các nước hưởng quy chế này (xem biểu 3).

Biểu 3: Thuế nhập khẩu hàng dệt may vào Mỹ

MẶT HÀNG	THUẾ SUẤT %	
	Nếu có MFN	Không có MFN
- Giày dép	6	35
- Quần áo bằng vải Cotton	10	45
- Bộ thể thao	8,6	90
- Áo Sơmi	20,6	45
- Áo T-shirts	19,6	90
- Jackets	15,5	90

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ.

Nhờ được hưởng quy chế MFN nên nhiều nước đang phát triển ở Châu Á đã thành công trên con đường tăng trưởng kinh tế với tốc độ rất nhanh, điển hình là Singapore, Hong Kong, Thái Lan, Indonesia, Đài Loan, Malaysia, Hàn Quốc và gần đây là Trung Quốc. Quy chế MFN cũng đem lại lợi ích kinh tế to lớn cho các nước phát triển, người dân nước này được hưởng từ lương thực - thực phẩm, giày dép, quần áo, hàng điện tử của các nước đang phát triển với giá rất rẻ, có mặt hàng chỉ bằng 40-50% hàng cùng loại do Mỹ và Châu Âu sản xuất.

2. Hệ thống ưu đãi phổ cập (Generalized System of Preferences- GSP)

Chương V Bộ luật thương mại (Uniform Commercial Code) cho phép Tổng thống có toàn quyền dành cho các nước đang phát triển ưu đãi thuế quan bằng 0 đối với một số sản phẩm bán từ nước đó vào Mỹ (ưu đãi GSP) và có toàn quyền rút bỏ. Hiện nay có hơn 100 nước đang được hưởng quy chế GSP, trong đó có Thái Lan, Malaysia, Philippines, Ấn Độ, Pakistan, ... Những mặt hàng chỉ được miễn thuế nếu đáp ứng được các yêu cầu sau: sản phẩm được xuất khẩu trực tiếp từ nước đang hưởng GSP sang Mỹ và sản phẩm được chế biến hoặc sản xuất toàn bộ hoặc hơn 35% giá trị gia tăng tại nước đang hưởng GSP.

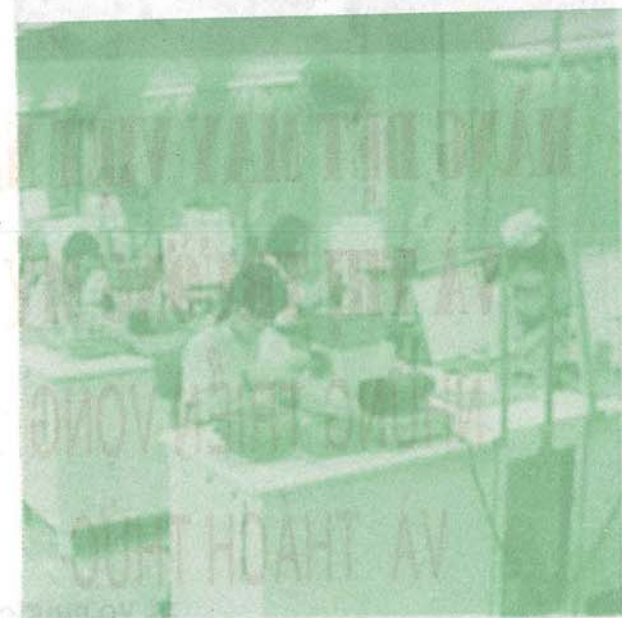
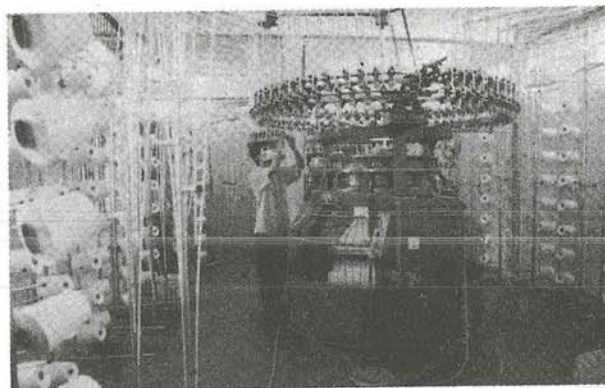
Và theo luật pháp Mỹ, Việt Nam chỉ được hưởng ưu đãi GSP sau khi đạt được quy chế tối huệ quốc (MFN) và phải là thành viên của WTO và IMF. Do đó, ngay cả khi Việt Nam đã có quy chế tối huệ quốc thì vẫn còn một khoảng cách khá lớn giữa Việt Nam và các nước Châu Á khác đang hưởng quy chế GSP trong vấn đề xuất hàng qua Mỹ.

3. Hệ thống các luật lệ khác

Ngoài ra muốn xuất khẩu hàng vào thị trường Mỹ, các nhà doanh nghiệp Việt Nam cần phải quan tâm tới: luật về trách nhiệm sản phẩm (Product Liability Law) quy định nhà sản xuất và người bán hàng phải chịu trách nhiệm đối với sản phẩm có ý gây hại cho người tiêu dùng; hệ thống luật bảo hành và bảo vệ người tiêu dùng nhằm đảm bảo cho họ được thông tin đầy đủ về hàng hóa và khi sử dụng hàng thì được bảo hành trong thời gian quy định; Luật chống độc quyền; Luật chống phá giá. Nói chung, Mỹ là nước thể chế hóa chặt chẽ quyền lợi của người tiêu dùng nhằm tạo môi trường kinh doanh bình đẳng, lành mạnh trong một xã hội văn minh.

IV. HỆ THỐNG QUẢN LÝ HẠN NGẠCH HÀNG DỆT MAY Ở MỸ

Mỹ là một nước thành viên của Hiệp định Đa sợi (Multi-Fiber Arrangement - MFA) là hiệp định hạn chế bằng quota các hàng dệt và may nhập vào các nước công nghiệp phát triển, nhằm bảo vệ công nghiệp dệt may và



đảm bảo công ăn việc làm ở các nước này. Mỹ căn cứ vào Hiệp định MFA để ký hiệp định hàng dệt may với 41 nước, kim ngạch nhập khẩu theo các hiệp định song phương này của Mỹ chiếm trên 80% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ. Tuy đã ký cho các nước hưởng quota, ưu đãi thuế quan, nhưng Mỹ vẫn giành quyền chủ động. Khi xét thấy nền sản xuất trong nước bị hàng nhập đe dọa Mỹ sẽ đơn phương giành quyền cắt bỏ các ưu đãi đã thỏa thuận.

Khi tiến hành đàm phán Hiệp định song phương, mức quota sẽ được định đoạt trên cơ sở kim ngạch thực hiện được giữa hai nước. Thông thường khi kim ngạch đó đạt tới 100.000 tá là Mỹ bắt đầu chú ý và khi con số đó đã gia tăng Mỹ sẽ đặt vấn đề đàm phán ký hiệp định hàng dệt may song phương với mức hạn ngạch khởi điểm thông thường là 200.000 tá. Do vậy, trong khoảng thời gian 1, 2 năm đầu sau khi ký hiệp định thương mại Việt - Mỹ các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải nỗ lực tối đa để đạt số lượng hàng xuất khẩu càng nhiều càng tốt và căn cứ vào số lượng hàng dệt may xuất khẩu cao, Mỹ sẽ đưa ra hạn ngạch có lợi cho Việt Nam.

Về nội dung và nguyên tắc cơ bản của Hiệp định dệt may mà Mỹ thường ký kết với nước ngoài như sau:

- Mức giới hạn: Gộp chung hoặc cụ thể cho từng chủng loại hoặc linh hoạt áp dụng cả 2 cách.

- Chủng loại: Hàng dệt tính bằng m², hàng may mặc tính bằng chiếc, bộ, tá.

Hiệp định có 3 hình thức áp dụng:

• Với cùng chủng loại, được chuyển sử dụng từ hạn ngạch năm trước sang.

• Với cùng chủng loại, được sử dụng ngay trong năm số hạn ngạch của năm sau, sau đó trừ đi.

• Trong cùng năm, được hoán chuyển hạn ngạch của các chủng loại cho nhau.

3 hình thức áp dụng trên phải trong tổng hạn ngạch cho phép.

V. TIỀM NĂNG NHẬP KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA MỸ

Ngành dệt may là ngành sử dụng nhiều lao động nhất ở Mỹ. Từ năm 1970 tới nay lực lượng lao động trong ngành này ở Mỹ giảm 40%, từ chỗ sử dụng 1,4 triệu lao động, đến nay còn khoảng 900.000 lao động với 18.000 cơ sở may trong cả nước tập trung phần lớn tại Los Angeles. Các nhà kinh tế dự đoán ngành may gia công tại Mỹ sẽ không còn tồn tại trong vòng 10 năm tới. Hiệp định tự do mậu dịch Bắc Mỹ năm 1994 (NAFTA) đã tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư đến các nước có lao động rẻ hơn. Có đến 64% các chủ doanh nghiệp may tại Mỹ có cơ sở sản xuất ở Mexico. Ngành may gia công sẽ nhường đất cho ngành may hàng cao cấp với các nhãn hiệu nổi tiếng và nhân công có tay nghề cao. Vì vậy có thể đánh giá Mỹ là mảnh đất lý tưởng và là thị trường đầy tiềm năng đối với các nước sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may công nghiệp. Mỗi năm, thị trường này nhập khẩu khoảng 50 tỷ USD hàng dệt may bằng cả khối lượng của Nhật và EU cộng lại (xem biểu 4).

Biểu 4: Giá trị nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ

ĐV: Triệu USD

Nhập khẩu	- Hàng dệt	- Hàng may mặc	Tổng kim ngạch
1992	8.215	27.696	35.911
1993	8.855	32.951	41.806
1994	9.207	36.748	45.955
1995	9.985	39.526	49.511
1996	10.702	41.367	52.069
1997	12.460	40.300	52.760
1998	12.843	40.926	53.769

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ và Tổng công ty Vinatex.

Năm 1998, Mỹ nhập hàng dệt may tăng 59% so với năm 1990, trong đó hàng may mặc chiếm 40,926 tỷ USD. Nguồn

hợp tác là Mexico và Caribe, Trung Quốc, các nước mới công nghiệp hóa đều trông vào thị trường Mỹ để đẩy mạnh công nghiệp may trong nước và xuất khẩu (xem biểu 5).

Biểu 5: Nguồn nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ

ĐV: Triệu USD

Tên nước	1989	1993	1996	1997	1998
Mexico	1.518	2.380	3.490	4.900	6.906
Trung Quốc	2.87	6.186	4.533	4.982	4.427
Hong Kong	3.944	4.018	3.330	3.388	4.394
Đài Loan	2.822	2.331	2.257	2.326	2.072
Hàn Quốc	3.671	2.538	1.692	1.893	2.033
Canada			1.650	1.986	1.469

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ.

Qua số liệu trên cho thấy các nước Châu Á là những nước xuất khẩu hàng dệt may mạnh nhất sang thị trường Mỹ. Từ năm 1989 trở đi kim ngạch của các nước này tăng lên tục, đặc biệt là Trung Quốc. Trung Quốc từ chỗ xuất khẩu hàng dệt may sang Mỹ 2,867 tỷ USD (1989) đến năm 1993 lên đến 6,186 tỷ USD chiếm 15% kim ngạch hàng dệt may của Mỹ. Trong khi đó thì các nước Hong Kong, Đài Loan, Hàn Quốc có xu hướng không tăng. Riêng khu vực Mexico và Caribe là tăng đáng kể.

VI. TIỀM VỌNG XUẤT KHẨU CỦA HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM:

Trong hơn 10 năm qua, nhờ thực hiện đường lối đổi mới và mở cửa của Đảng và Nhà nước, ngành công nghiệp dệt may đã không ngừng phát triển cả về quy mô, năng lực sản xuất, trình độ trang thiết bị, không ngừng đầu tư đổi mới công nghệ theo hướng gắn với thị trường xuất khẩu như thị trường EU, Nhật, Canada..., đây là những thị trường mà ngành dệt may Việt Nam có bước phát triển đáng khích lệ, sản xuất được những sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã đa dạng đáp ứng được yêu cầu xuất khẩu và tiêu dùng trong nước, đạt mức tăng trưởng bình quân hàng năm trên 14%, cho thấy ngành công nghiệp dệt may thực sự đã trở thành một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn.

Hiện nay cả nước ta có 758 đơn vị tham gia sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may, trong đó Tổng công ty dệt may Việt Nam - đơn vị chủ đạo của ngành dệt may, hiện có 39 đơn vị doanh nghiệp thành viên, chiếm trên 30% tổng giá trị xuất khẩu của cả nước.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tăng liên tục qua các năm, mức tăng trưởng trung bình đạt trên 40%/năm. Kim ngạch xuất khẩu, từ chỗ vài trăm triệu rúp chuyển nhượng và USD đã vượt lên trên 1 tỷ USD từ năm 1996, đứng vị trí thứ hai về kim ngạch xuất khẩu sau dầu thô và là ngành xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng ổn định trong một thời gian dài (xem biểu 6).

Biểu 6: Giá trị xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam

ĐV: Triệu USD

NĂM	Kim ngạch xuất khẩu Dệt May	Tổng kim ngạch xuất khẩu	Tỷ trọng/Tổng số
1992	211	2581	8,1%
1993	350	2985	11,7%
1994	550	4054	13,6%
1995	750	5200	14,4%
1996	1150	7255	15,2%
1997	1349	8759	15,4%
1998	1351	9361	14,4%
1999	1682	11523	14,6%

Nguồn: Bộ thương mại và Tổng công ty Vinatex

Qua số liệu trên, cho thấy xuất khẩu hàng dệt may chiếm một tỷ trọng ngày càng tăng trong cơ cấu hàng xuất khẩu chung của cả nước, năm sau cao hơn năm trước, chứng tỏ sự lớn mạnh vượt bậc của ngành công nghiệp dệt may nước ta và càng thể hiện tính đúng đắn trong việc đầu tư xây dựng phát triển ngành dệt may thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Trong khi chưa được hưởng ưu đãi MFN, các doanh nghiệp may còn gặp nhiều trở ngại khi tiếp cận và thâm nhập thị trường Mỹ. Thuế nhập khẩu đối với nhiều loại hàng may mặc cao gấp 10 lần so với mức thuế khi có MFN. Chẳng hạn bộ đồ thể thao và trượt tuyết mức thuế có MFN là 8,5%, không có MFN là 9%; áo sơ mi nam vải cotton, mức thuế có MFN là 20,7%, không có MFN là 45%; Túi thể thao, ba lô mức chênh lệch thuế suất 65% so với 17% khi có MFN. Với mức thuế cao như vậy, mà hàng dệt may Việt Nam vẫn thâm nhập vào thị trường Mỹ với mức xuất khẩu có tăng đều mỗi năm (xem biểu số 7)

Biểu 7: Giá trị xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào Mỹ

ĐV: Triệu USD

MẶT HÀNG	1994	1995	1996	1997	1998
- Hàng dệt	0,11	1,78	3,59	5,326	5,053
- Hàng may	2,45	15,09	20,01	20,602	21,347
Cộng	2,56	16,87	23,60	25,928	26,40

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ.

Với kết quả xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam và thị trường Mỹ như trên tuy còn nhỏ bé nhưng là một nỗ lực đáng khen của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh chưa có quy chế ưu đãi tối huệ quốc. Nhưng có một điều chắc chắn rằng, một khi có Hiệp định thương mại song phương và quy chế tối huệ quốc (MFN hay NTR) thì kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sẽ tăng nhanh và sẽ ở mức mà Việt Nam đã đạt được ở Châu Âu và Nhật Bản.

Tóm lại, tiềm năng xuất khẩu hàng dệt may của nước ta là rất lớn, có thể thấy được điều đó qua mức xuất khẩu vào thị trường Nhật là 489 triệu USD (1998) và khu vực Châu Âu là 700 triệu USD (1998). Nếu các hiệp định ký kết của EU có nhiều ưu đãi hơn thì việc xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào EU còn tăng lên nhiều, cũng như một khi có hiệp định thương mại với Mỹ, các chuyên gia dự kiến mức xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sẽ đạt kim ngạch từ 0,8 - 1 tỷ USD.

VII. THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM

Triển vọng về quan hệ thương mại hai nước sau khi ký hiệp định thương mại Việt - Mỹ là rất lớn. Tuy nhiên, hiện nay một trong những khó khăn để hàng dệt may thâm nhập vào thị trường Mỹ là do nước ta chưa được hưởng quy chế tối huệ quốc nên quan hệ thương mại Việt - Mỹ chưa phát triển đúng tiềm năng và nhu cầu của cả hai nước. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường này còn rất khiêm tốn, chỉ đạt 26,4 triệu USD, trong khi kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Trung Quốc sang Mỹ là 4,5 tỷ USD, Mexico là 6 tỷ USD, HongKong là 4 tỷ USD. Trên thị trường Mỹ, hàng hóa của Việt Nam kém sức cạnh tranh do thuế nhập khẩu của Mỹ phân biệt rõ thuế suất tối huệ quốc và thuế suất đánh vào những nước không được hưởng quy chế tối huệ quốc. Thuế suất không có MFN thường cao hơn rất nhiều so với thuế suất MFN nhất là so với hàng dệt may Việt Nam.

Ngay cả khi hiệp định thương mại được ký kết, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần phải nỗ lực chuẩn bị rất nhiều mới có thể thâm nhập được thị trường này. Bởi lẽ thị trường Mỹ có nhu cầu tiêu thụ lớn hàng dệt may từ chất liệu cotton và pha cotton; các nhà nhập khẩu Mỹ thường giao dịch theo hình thức mua bán FOB vì vậy các

doanh nghiệp phải đảm đương cả khâu chuẩn bị nguyên phụ liệu, tổ chức sản xuất và giao hàng đúng thời hạn; ngoài ra đây là thị trường phân khúc với đa dạng nhu cầu người tiêu dùng khác nhau, giới thương lưu thường mua những nhãn hiệu nổi tiếng có giá rất đắt nhưng đòi hỏi chất lượng rất cao, người Mỹ trung lưu có phần đề hùt hơn nhưng chuẩn bị vẫn là mẫu mã, chất lượng và giá cả, còn lớp dân nghèo thì yếu tố giá cả có tính quyết định tiêu dùng. Phân khúc thứ 2 và thứ 3 chính là đối tượng người tiêu dùng hàng dệt may Việt Nam phải nhắm đến và phải tính đến khả năng cạnh tranh với hàng dệt của Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Philippines, ...

Vấn đề đặt ra cho các doanh nghiệp dệt may là phải xác định đúng sản phẩm mũi nhọn có thể mạnh để đầu tư công nghệ mới gắn với thị trường và phải tạo ra được những sản phẩm có tính cạnh tranh về giá cả, chất lượng cũng như đáp ứng thị hiếu của người Mỹ.

Ưu tiên đầu tư vào công đoạn dệt - hoàn tất để tăng nhanh cả số lượng và chất lượng và đạt tiêu chuẩn để đáp ứng đủ cho may xuất khẩu, đồng thời tăng năng lực dệt kim để mở rộng thị trường đối với sản phẩm T-shirt, Polo-shirt là những sản phẩm mà các doanh nghiệp dệt may có thể mạnh sản xuất hàng FOB trong những năm qua.

Vì khâu yếu của ngành may VN là thiết kế mẫu mã nên phải tập trung đầu tư nghiên cứu để có thể sản xuất ra những sản phẩm với tỷ lệ sử dụng nguyên phụ liệu trong nước cao hơn và tiến dần đến việc xây dựng nhãn hiệu riêng cho sản phẩm dệt may của Việt Nam.

Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng đội ngũ làm công tác thị trường năng động và vững mạnh, lập các văn phòng giao dịch tại các thành phố lớn tại Mỹ để đẩy mạnh các hoạt động tiếp thị, chọn các kiốt phân phối và tiêu thụ, tăng cường quảng cáo, khuyến khích nhằm nâng cao uy tín, nhãn hiệu sản phẩm dệt may Việt Nam trên thị trường Mỹ. Ngoài ra để tích cực khai thông thị trường này, Nhà nước nên có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tham gia tiếp thị và tham dự các hội chợ ở Mỹ.

Đổi mới và nâng cao năng lực quản lý của doanh nghiệp trên cơ sở tổ chức áp dụng rộng rãi hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9000 để tăng thế cạnh tranh. Thực hiện nhanh cổ phần hóa các doanh nghiệp dệt may Nhà nước để tăng khả năng phát triển, đổi mới công nghệ và xu thế hội nhập.

Theo đánh giá của các chuyên gia ngành dệt may thì hầu hết các doanh nghiệp dệt may lớn đều có khả năng thâm nhập thị trường Mỹ. Chỉ lo nhất là không đủ năng lực sản xuất. Vì vậy ngành dệt may còn tính việc tập hợp các doanh nghiệp lại, đầu tư thiết bị chuyên dùng đồng bộ để đủ sức sản xuất những lô hàng có số lượng lớn, đạt tiêu chuẩn chất lượng và phải đáp ứng thời hạn giao hàng chính xác.

Nhìn chung, quan hệ thương mại Việt - Mỹ đang tiến triển một cách thuận lợi và ưu thế sẽ được nhân lên khi 2 nước ký hiệp định thương mại và trao đổi cho nhau qua quy chế MFN hay NTR. Đây chính là xu thế chuyển động tất yếu và cũng là nền tảng quan trọng cho quan hệ thương mại lâu dài giữa 2 nước.

Và gần đây, những tín hiệu mới trong quan hệ thương mại Việt - Mỹ lại được hâm nóng (sau gần 10 tháng đóng băng từ 9.1999) qua cuộc gặp gỡ chính thức giữa Bộ thương mại Việt Nam và đại diện thương mại Mỹ Cherlene Barshefsky và Richard Fisher, Thứ trưởng Bộ thương mại Mỹ tại Washington, và ngày 13.7.2000 Hiệp định thương mại Việt - Mỹ đã được ký kết chính thức ■