

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



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG CỦA VIỆT NAM NHẪM
THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

Họ và tên sinh viên : Vũ Cẩm Hàng
Lớp : Nhật 1
Khoá : 44 E
Giáo viên hướng dẫn : TS. Phạm Thị Hồng Yến

Hà Nội, tháng 5 năm 2009

DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ HÌNH VẼ

Bảng/ hình vẽ	Nội dung	Trang
Hình 1	Tác động bảo hộ sản xuất thay thế nhập khẩu của thuế nhập khẩu.	9
Bảng 1	Tổng kim ngạch XNK giữa Việt Nam và Mỹ	22
Bảng 2	Tổng kim ngạch XNK giữa Việt Nam và Mỹ	
Bảng 3	Năm mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Mỹ ba tháng đầu năm 2009	24
Bảng 4	Các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ giai đoạn 2000 - 2004	29
Bảng 5	Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu (Ban hành kèm theo Nghị định 12/2006/NĐ-CP Ngày 23/1/2006 của Chính phủ)	38
Bảng 6	Danh mục hàng hóa quản lý bằng hạn ngạch thuế quan	42
Bảng 7	Mức thuế suất tuyệt đối đối với mặt hàng gạo	57
Bảng 8	Mục tiêu tăng trưởng ngành Dệt May Việt Nam tới năm 2020	62
Bảng 9	Cơ cấu thị trường xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2006 - 2010	76

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng Anh	Tiếng Việt
BTA	U.S -Vietnam Bilateral Trade Agreement	Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới
SCM	Agreement on Subsidies and Conntervailing Measures	Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng.
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài.
USD	United State Dollar	Đô la Mỹ
OFAC	Office of Foreign Assets Control	Cơ quan tài sản ở nước ngoài của Mỹ
MFN	Most Favoured Nation	Tối huệ quốc
Non MFN	Non Most Favoured Nation	Phi tối huệ quốc
GSP	General System of Preferences	Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập
CEPT	Common Effective Preferential Tariff	Ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
AHNT	ASEAN Harmonised Tariff Nomenclature	Danh mục biểu thuế hài hòa ASEAN
ASEAN	Association of Southeast Asia Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam A
VFA	Vietnam Food Association	Hiệp hội lương thực Việt Nam
GDP	gross domestic product	Tổng sản phẩm quốc nội
EU	Europe	Châu Âu
ODA	Official Development	Hỗ trợ phát triển chính thức

	Assistance	
NT	National Treatment	Chế độ đãi ngộ quốc gia.
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development	Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế.
ISO	International organization for Standardization	Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế
WB	World Bank	
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Point	Phân tích nguy cơ và kiểm soát các khâu trọng yếu
XNK		Xuất nhập khẩu
ĐVT		Đơn vị tính
KHH		Kế hoạch hóa
MS		Mã số
TNDD		Thu nhập doanh nghiệp
VNĐ		Việt Nam Đồng
XHCN		Xã hội chủ nghĩa
TMQT		Thương mại quốc tế.
CNH,HĐH		Công nghiệp hóa, hiện đại hóa

LỜI NÓI ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế toàn cầu hiện nay, không một quốc gia nào có thể phủ nhận vai trò to lớn của hội nhập kinh tế thế giới. Thực tế cũng chứng minh rằng không một dân tộc nào có thể phát triển kinh tế theo hình thức tự cung tự cấp, cô lập với bên ngoài. Điều đó giải thích tại sao trong chính sách kinh tế của mỗi quốc gia, phát triển kinh tế đối ngoại bao giờ cũng là vấn đề then chốt và được ưu tiên hàng đầu.

Đối với Việt Nam, tầm quan trọng của kinh tế đối ngoại được thể hiện rất rõ trong Nghị quyết các kỳ Đại hội Đảng toàn quốc. Nếu Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI (năm 1986) nhận định : “Đặt nền tảng của chiến lược kinh tế đối ngoại vào sự gắn bó với cộng đồng xã hội chủ nghĩa, trước hết với Liên Xô, đồng thời chúng ta phấn đấu để có những quan hệ ngày càng năng động hơn về kinh tế và khoa học kỹ thuật với các khu vực khác trên thế giới. Ngoài hoạt động xuất, nhập khẩu, với những chính sách và thể chế mới, chúng ta sẽ mở thêm quan hệ hợp tác với nhiều nước đang phát triển, với một số nước hoặc tổ chức tư nhân trong thế giới tư bản chủ nghĩa ”. Thì Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ X (năm 2006) lại nêu rõ định hướng : “ Chủ động và tích cực thâm nhập thị trường quốc tế, chú trọng thị trường các trung tâm kinh tế thế giới, duy trì và mở rộng thị phần trên các thị trường quen thuộc, tranh thủ mọi thời cơ mở thị trường mới”. Có nghĩa là quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam hiện nay không chỉ bó gọn trong phạm vi các nước xã hội chủ nghĩa, mà vươn ra tất cả các nước trên thế giới, không phân biệt thể chế chính trị, Việt Nam muốn trở thành bạn của tất cả các nước, ngay cả với các quốc gia trước kia đã từng là kẻ thù. Và chúng ta không thể không nhắc tới Mỹ - Một trong những nền kinh tế sôi động bậc nhất, một

thị trường đầy tiềm năng và vô cùng hấp dẫn đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

Năm 2000, Hiệp định Thương mại Việt Mỹ (BTA) được ký kết. Năm 2006, Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại quốc tế WTO... Cùng với rất nhiều chuyến công du của nguyên thủ quốc gia hai nước, những sự kiện trên đang chứng minh cho một mối quan hệ thương mại Việt Mỹ ngày càng được mở rộng và phát triển. Nhận thức được tính cấp thiết của vấn đề này, em đã lựa chọn đề tài: “ ***Chính sách ngoại thương của Việt Nam nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Mỹ***” làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp này là:

- Hệ thống hóa một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chính sách ngoại thương.
- Đánh giá thực trạng chính sách ngoại thương của Việt Nam trong mối quan hệ thương mại với Mỹ, đánh giá các cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Mỹ.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là quan hệ thương mại Việt Mỹ từ năm 1994 đến nay cùng với những nhân tố tác động tới mối quan hệ này, và các chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng gạo, thủy sản và dệt may của Việt Nam sang thị trường Mỹ trong thời gian tới.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Khóa luận được hình thành dựa trên phương pháp phân tích - tổng hợp, phương pháp diễn giải - quy nạp, phương pháp Logic và mô tả khái quát.

5. Bố cục của khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bố cục của khóa luận được chia thành ba chương:

Chương I: Tổng quan về chính sách ngoại thương của Việt Nam và mối quan hệ thương mại Việt Mỹ.

Chương II: Thực trạng chính sách ngoại thương Việt Nam đối với một số mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

Chương III. Giải pháp hoàn thiện chính sách ngoại thương nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới TS.Phạm Thị Hồng Yến đã tận tình giúp đỡ em hoàn thành khóa luận này. Đồng thời, em cũng xin cảm ơn các thầy cô giáo đã dạy dỗ chúng em trong những năm học qua, cảm ơn Thư viện trường Đại học Ngoại thương đã giúp đỡ và cung cấp tài liệu cho em trong quá trình thực hiện khóa luận.

CHƯƠNG I

TỔNG QUAN VỀ CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM VÀ MỐI QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT MỸ

I. CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG

1. Khái niệm

Trong lịch sử phát triển loài người, hoạt động trao đổi buôn bán giữa các quốc gia xuất hiện từ rất sớm cùng với sự ra đời của Nhà nước và kinh tế hàng hóa tiền tệ. Trong thời kỳ chiếm hữu nô lệ và chế độ phong kiến, do nền kinh tế tự nhiên giữ địa vị thống trị nên ngoại thương chỉ phát triển với quy mô nhỏ bé, chủ yếu là phục vụ cho nhu cầu của giai cấp thống trị. Tới khi chế độ tư bản chủ nghĩa ra đời, kéo theo sự xuất hiện của phân công lao động quốc tế thì ngoại thương đã có những bước tiến vô cùng mạnh mẽ. Và cho tới ngày nay, ngoại thương đã khẳng định được vai trò quan trọng của mình đối với sự phát triển kinh tế và sự phồn vinh của mỗi một quốc gia.

Tuy nhiên, nếu để ngoại thương tự vận động theo các quy luật kinh tế thì sẽ gặp phải những hậu quả như phân hóa giàu nghèo, thất nghiệp, mỗi một quốc gia sẽ không phát huy được hết tiềm năng của mình trong mối quan hệ thương mại với các nước khác, sự vận động của ngoại thương không tuân theo đường lối chính trị... Chính vì vậy mà mỗi một quốc gia, trong quá trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới đều xây dựng cho mình một hệ thống chính sách ngoại thương phù hợp với mục tiêu và điều kiện phát triển của mình. Việc sử dụng các chính sách thương mại một mặt khuyến khích xuất khẩu, đẩy mạnh việc bành trướng ra thị trường nước ngoài nhưng mặt khác lại hạn chế nhập khẩu để bảo hộ sản xuất trong nước và giúp cho nền kinh tế trong nước phát triển nhanh, bền vững.

“Chính sách ngoại thương hay còn gọi là chính sách thương mại là một hệ thống là một hệ thống bao gồm các nguyên tắc, luật lệ quy định, các biện pháp hành chính, kinh tế... liên quan đến hoạt động thương mại mà Nhà nước áp dụng để thực hiện đường lối, mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của một đất nước từng thời kỳ nhất định”¹

2. Vai trò của chính sách ngoại thương.

1.1. Thu hút các nguồn vốn quan trọng cho phát triển nền kinh tế quốc dân.

Muốn đưa tốc độ phát triển kinh tế tăng ở mức cao, cần phải huy động các nguồn vốn với khối lượng lớn nhằm đầu tư trang thiết bị, máy móc, công nghệ tiên tiến, hiện đại, cũng như nhập khẩu vật tư, nguyên liệu, cung cấp đủ đầu vào cho sản xuất. Nguồn vốn có thể được hình thành từ trong nước (vốn ngoại tệ thu được từ xuất khẩu hàng hóa, vốn của tư nhân) và từ nước ngoài như thu hút vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài, vay nợ, viện trợ...

Thông qua chính sách thương mại thông thoáng, phù hợp với xu hướng phát triển chung của thế giới cũng như phù hợp với đặc điểm riêng của Việt Nam sẽ tạo điều kiện thúc đẩy XNK, tăng thu ngoại tệ từ xuất khẩu để rồi tăng nhập khẩu máy móc, thiết bị, vật tư phục vụ cho sản xuất. Đây chính là môi trường thuận lợi để thu hút vốn trong nhân dân và vốn đầu tư nước ngoài vào phát triển sản xuất kinh doanh. Từ đó góp phần thúc đẩy sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa trong nước, từ đó đưa tốc độ tăng trưởng kinh tế ở mức cao, ổn định và vững chắc.

1.2. Nâng cao trình độ khoa học kỹ thuật phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật trên thế giới hiện nay đã phát triển với tốc độ cao, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế thế giới, quốc tế hóa nền sản xuất và đời sống xã hội. Các nước đều đứng trước các cơ hội để

¹ Từ điển Bách khoa Việt Nam, Tập 1, Trung tâm biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam.

phát triển nhưng do ưu thế về vốn, công nghệ, thị trường... thuộc về các nước tư bản phát triển và các công ty xuyên quốc gia nên các nước đang phát triển đứng trước những thách thức to lớn. Nhưng đó cũng là cơ hội thuận lợi để rút ngắn sự lạc hậu, nghèo nàn trong nước bằng cách tranh thủ những máy móc, thiết bị tiên tiến, công nghệ hiện đại để trang bị cho nền kinh tế quốc dân, thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển.

Quản lý tốt hoạt động này sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động nhập khẩu và rút ngắn khoảng cách sự lạc hậu giữa nước ta và các nước trên thế giới. Tuy nhiên, nếu không chú ý tới việc quản lý nhập khẩu máy móc, thiết bị từ nước ngoài thì các nước đang phát triển có nguy cơ sẽ là bãi rác thải công nghiệp của các nước phát triển.

1.3. Tạo môi trường cạnh tranh cao nhằm thúc đẩy sản xuất phát triển.

Thông qua ngoại thương, hàng hóa của ta phải tham gia vào cuộc cạnh tranh về chất lượng và giá cả. Muốn thắng được cuộc cạnh tranh này bắt buộc phải đổi mới sản xuất trong nước, hoàn thiện quản lý sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất, phấn đấu hạ giá thành sản phẩm để cạnh tranh ngay trên thị trường nội địa và tiến tới đẩy mạnh xuất khẩu chiếm lĩnh thị trường nước ngoài. Điều đó có nghĩa rằng, cạnh tranh là động lực thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển.

Tóm lại, chính sách thương mại thông thoáng trước hết tạo ra thị trường nội địa thống nhất, tạo môi trường pháp lý ổn định, tạo sức hấp dẫn để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất, kinh doanh, đồng thời chính sách thương mại sẽ có vai trò điều tiết, hướng dẫn, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh để thúc đẩy sản xuất phát triển.

Tuy nhiên, chính sách ngoại thương chỉ có thể phát huy các vai trò như trên khi nó có cơ sở khoa học và thực tiễn, nghĩa là nó phải xuất phát từ các bối cảnh khách quan của nền kinh tế thế giới, chú ý đến đặc điểm và trình độ phát triển của nền kinh tế trong nước, tuân theo các quy luật khách quan

trong sự vận động của các quan hệ kinh tế quốc tế và thường xuyên được bổ sung, hoàn chỉnh phù hợp với những biến đổi liên tục của thực tiễn.

II. CÁC CÔNG CỤ CHỦ YẾU CỦA CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG

Chính sách thương mại bao gồm nhiều chính sách cụ thể như chính sách thuế quan, chính sách phi thuế quan... Với mỗi loại hàng hóa khác nhau lại có chính sách thương mại không giống nhau. Ví dụ như chính sách thuế quan đối với hàng công nghiệp khác với chính sách thuế quan đối với hàng nông nghiệp, hay chính sách thuế quan đối với hàng dệt may khác với chính sách thuế quan đối với gạo v.v... Tuy nhiên, trong khuôn khổ bài khóa luận này, em chỉ xin đề cập tới ba công cụ chủ yếu của chính sách thương mại. Đó là: Chính sách thuế quan, chính sách phi thuế quan và chính sách hỗ trợ xuất khẩu.

1. Chính sách thuế quan (Tariff)

Thuế là một phần thu nhập mà mỗi tổ chức, cá nhân có nghĩa vụ đóng góp cho Nhà nước theo luật định để đáp ứng nhu cầu chi tiêu theo chức năng của Nhà nước. Người đóng thuế được hưởng hợp pháp phần thu nhập còn lại.²

Thuế quan là một công cụ quan trọng mà bất kỳ Nhà nước nào cũng sử dụng để hoàn thành chức năng của mình. Chính sách thuế quan được sử dụng nhằm vào hai mục đích: Tài chính hoặc bảo hộ. Trong chính sách ngoại thương, thuế quan là một công cụ hết sức quan trọng và hữu hiệu nhằm bảo hộ nền sản xuất trong nước và thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường nước ngoài.

Vai trò của thuế quan thể hiện ở chỗ thuế quan là công cụ quan trọng nhằm điều tiết hoạt động XNK và thể hiện chính sách đối ngoại của một quốc gia và bảo hộ sản xuất trong nước, hạn chế sự cạnh tranh của hàng hóa nước

² Giáo trình thuế và hệ thống thuế ở Việt Nam (2003), GS.TS Bùi Xuân Lưu, NXB Giáo dục.

ngoài. Mặt khác, thuế quan còn góp phần hướng dẫn tiêu dùng trong nước. Đối với cá nhân, việc đánh thuế sẽ làm giảm tiêu dùng cá nhân cho hàng hóa này sang hàng hóa khác theo mong muốn của Nhà nước. Tuy nhiên, nếu Nhà nước đánh thuế cao vào hàng nhập khẩu thì người tiêu dùng giảm tiêu dùng hàng nhập khẩu, tăng tiêu dùng hàng trong nước. Đối với Chính phủ, thuế quan góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách Nhà nước. Nguồn thu chủ yếu của ngân sách Nhà nước Việt Nam là các loại thuế, trong đó thuế xuất nhập khẩu là nguồn thu lớn vì dễ thu và phí cho việc thu thuế thấp, thuế suất hàng nhập khẩu cao vì yêu cầu bảo hộ cho các ngành công nghiệp non trẻ. Theo số liệu của WB, trong số 85 nước thì có 60 nước có nguồn thu từ thuế chiếm 80% ngân sách Nhà nước. Trong đó, thu ngân sách từ thuế của Mỹ và Nhật chiếm 95%, Việt Nam chiếm 90% ngân sách Nhà nước. Đồng thời, thuế quan còn là công cụ quan trọng trong đàm phán quốc tế, góp phần thúc đẩy tự do hóa thương mại. Trong quá trình gia nhập WTO, Việt Nam đã cam kết cắt giảm khoảng 30% mức thuế nhập khẩu hiện hành và sẽ thực hiện chủ yếu trong vòng 5 năm kể từ khi gia nhập WTO. Những ngành có cắt giảm thuế nhiều nhất là dệt may: 63%, cá và sản phẩm cá: 38%, gỗ giấy: 33%, máy móc thiết bị điện, điện tử: 24%. Bên cạnh đó, khi tham gia các FTA như CEPT/AFTA, FTA giữa ASEAN với Trung Quốc, Hàn Quốc, thì đến năm 2015 chúng ta sẽ phải tự do hóa thuế quan, giảm thuế nhập khẩu xuống 0% với các đối tác này³

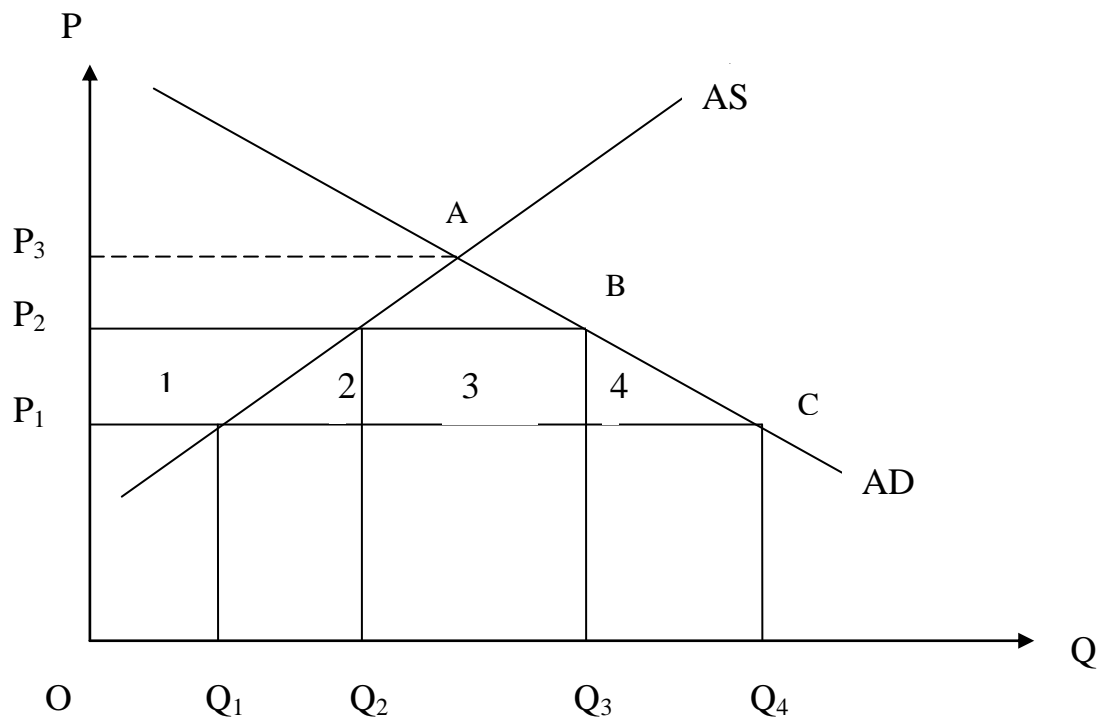
Thuế quan có rất nhiều loại, bao gồm thuế tính theo giá, thuế tuyệt đối, thuế theo mùa, hạn ngạch thuế, thuế lựa chọn, thuế hỗn hợp... Dựa vào đối tượng đánh thuế, thuế quan chia làm thuế xuất khẩu và thuế nhập khẩu. Trong chính sách ngoại thương, nhằm bảo hộ nền sản xuất trong nước, thì thuế nhập khẩu là một công cụ vô cùng hữu hiệu. Nhìn chung, chúng ta có thể hiểu: *Thuế nhập khẩu là một loại thuế quan đánh vào hàng mậu dịch, phi mậu dịch, khi*

³ <http://vietnamnet.vn/kinhte/2006/08/604681/>

hàng hóa đi qua khu vực hải quan của một nước⁴. Hoặc hiểu theo góc độ kinh tế đơn thuần, thuế nhập khẩu là một khoản tiền mà đối tượng nộp thuế phải nộp cho cơ quan hải quan nước có hàng hóa đi qua khu vực hải quan của nước đó.

Vai trò lớn nhất của thuế nhập khẩu là tác động bảo hộ sản xuất thay thế nhập khẩu. Tác động này được thể hiện trong hình vẽ sau:

Hình 1: Tác động bảo hộ sản xuất thay thế nhập khẩu của thuế nhập khẩu.



Nguồn: Giáo trình kinh tế ngoại thương (2006), GS.TS Bùi Xuân Lưu, NXB Lao động - xã hội.

Chúng ta giả định rằng tương quan giữa cung và cầu của sản phẩm là xác định và bất biến. Về phía cầu, thị hiếu, giá bán các sản phẩm khác, lợi tức của người tiêu thụ là cố định. Về phía cung, sự thay đổi kỹ thuật, các yếu tố ngoại sinh, hay những thay đổi khác ảnh hưởng tới chi phí sản xuất đều không xảy ra.

⁴ Giáo trình kinh tế ngoại thương (2006), GS.TS Bùi Xuân Lưu, NXB Lao động - xã hội.

Đồng thời, không có thuế quan đánh vào nguyên vật liệu để sản xuất ra sản phẩm đó.

Phân tích hình 1 có thể thấy AS và AD lần lượt là đường cung và đường cầu trong nước còn P_1 là giá sản phẩm X trên thế giới. Trong điều kiện tự do hóa thương mại, các nền kinh tế đều chấp nhận mức giá thế giới P_1 , khi đó, các nhà sản xuất trong nước không thể định giá bán hàng hóa do mình sản xuất ra cao hơn mức P_1 , họ chỉ sản xuất được một lượng OQ_1 sản phẩm X trong khi nhu cầu tiêu thụ sản phẩm X của thị trường trong nước là OQ_4 . Như vậy, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm X sẽ thiếu hụt một lượng là Q_1Q_4 . Để bù đắp sự thiếu hụt này, Nhà nước phải nhập khẩu một lượng Q_1Q_4 sản phẩm X. Lúc này, nhà sản xuất nước ngoài sẽ được lợi do xuất khẩu được hàng hóa. Tuy nhiên, để tạo điều kiện cho ngành sản xuất trong nước phát triển, Chính phủ phải điều chỉnh chính sách thương mại bằng việc đánh thuế nhập khẩu đối với những hàng hóa nhập khẩu có sự cạnh tranh mạnh với hàng sản xuất trong nước với một mức thuế suất nhất định, giả sử thuế suất đó là $t\%$. Khi đó, giá sản phẩm X sẽ là: $P_2 = P_1 * (1+t)$. Lúc đó, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm X của thị trường trong nước tăng từ OQ_1 đến OQ_2 , các nhà sản xuất trong nước sản xuất được một lượng OQ_3 sản phẩm X, chênh lệch giữa sản xuất và tiêu dùng trong nước sau khi đánh thuế (tại mức giá P_2) giảm từ Q_1Q_4 xuống còn Q_2Q_3 . Do vậy, lượng hàng thiếu hụt cần bổ sung bằng nhập khẩu đã giảm đi còn ($OQ_3 - OQ_2$). Tác động nói trên thường được gọi là “tác động bảo hộ sản xuất thay thế nhập khẩu của thuế quan”.

Có thể thấy rằng, sau khi đánh thuế nhập khẩu đối với hàng hóa X, mức giá sản phẩm X bán ở thị trường trong nước tăng từ P_1 lên P_2 . Theo tính chất của đường cầu: lợi ích của người tiêu dùng là nằm phía dưới đường cầu và phía trên đường giá cả. Giá tăng từ P_1 lên P_2 làm cho phần diện tích thể hiện lợi ích của người tiêu dùng giảm đi một diện tích bằng $1+2+3+4$. Hay

nói cách khác $1+2+3+4$ chính là phần thiệt hại của người tiêu dùng khi sản phẩm X bị đánh thuế nhập khẩu. Theo tính chất của đường cung thì lợi ích của nhà sản xuất là phần nằm dưới đường giá cả và nằm trên đường cung. Do vậy khi giá tăng, lợi ích của nhà sản xuất trong nước tăng lên, phần lợi ích này được biểu diễn trong mô hình đó là 1. Còn về phía Chính phủ, lợi ích mà Chính phủ thu được thông qua việc đánh thuế là : $Q_2Q_3 * P_1 * t = Q_2Q_3 * (P_2 - P_1)$, hay đó chính là diện tích phần c trên hình vẽ.

Như vậy, phần thiệt hại là $1+2+3+4$, trong khi đó phần lợi ích thu được chỉ là 1,3, còn phần 2&4 thì không ai được hưởng lợi ích này hay đây chính là phần tổn thất của xã hội do việc đánh thuế. Trong đó: phần 2 là tổn thất do một phần chi phí sản xuất thêm lượng Q_1Q_2 cao hơn so với nhập khẩu bên ngoài còn phần 4 là tổn thất của nền kinh tế do bị cắt giảm tiêu dùng so với mức giá thấp.

Ngoài ra, thuế quan nhập khẩu còn giúp phần làm giảm lượng thâm hụt cán cân thương mại, làm cho tình hình cán cân thanh toán được cải thiện. Nhưng ngược lại, thuế nhập khẩu lại giúp bảo hộ cho những doanh nghiệp làm ăn kém hiệu quả, làm giảm hoặc có thể mất hẳn những lợi ích do phân công lao động quốc tế mang lại. Có thể nói đây là một trong những nguyên nhân thất bại, không giúp tăng trưởng kinh tế khi các nước đang thực hiện chiến lược CNH sản xuất thay thế nhập khẩu vào những năm 50 của thế kỷ XX. Còn về lâu dài, nếu mức thuế nhập khẩu quá cao sẽ làm nảy sinh hiện tượng buôn lậu để kiếm lời. Do vậy, chỉ nên áp dụng trong một số trường hợp cụ thể, trong ngắn hạn, sau khi đã cân nhắc, tính toán kỹ lưỡng hoặc áp dụng trên phương diện phi kinh tế.

Trong hệ thống chính sách thương mại, chính sách thuế quan khi áp dụng có ưu điểm là rõ ràng, ổn định và có khả năng dự báo cao. Điều này cho phép các quốc gia đàm phán dễ dàng hơn. Tuy nhiên, thuế quan cao sẽ hạn

chế sự phát triển của TMQT, kìm hãm sự phát triển của kinh tế thế giới, dẫn tới tình trạng buôn lậu, trốn thuế, hạn chế nhập khẩu, không tạo ra môi trường cạnh tranh trong nước, cản trở quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đi ngược lại xu thế tự do hóa thương mại hiện nay. Đồng thời, thuế quan lại không tạo được rào cản nhanh chóng trong các trường hợp khẩn cấp như số lượng hàng hóa nhập khẩu tăng đột biến gây thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước. Để khắc phục nhược điểm trên, trong những trường hợp như vậy, người ta sẽ áp dụng chính sách phi thuế quan

2. Chính sách phi thuế quan (Non-tariff measures)

Đây là công cụ ngoài thuế quan, có vai trò quan trọng thứ hai trong hệ thống chính sách thương mại của một quốc gia. *Chính sách phi thuế quan là những biện pháp biên giới nằm ngoài phạm vi thuế quan có thể được các quốc gia sử dụng, thông thường dựa trên cơ sở lựa chọn nhằm hạn chế nhập khẩu*⁵. Còn theo WTO, *chính sách phi thuế quan là những biện pháp phi thuế quan mang tính cản trở đối với thương mại mà không dựa trên cơ sở pháp lý, khoa học hoặc bình đẳng.*

Chính sách phi thuế quan thường bao gồm các biện pháp hạn chế định lượng; các biện pháp có tính rào cản kỹ thuật; những biện pháp về vệ sinh, an toàn thực phẩm, về kiểm dịch động thực vật; những hạn chế dựa vào tiêu chuẩn kỹ thuật như quy định các tiêu chuẩn về kích cỡ, bao bì, ký mã hiệu... đối với hàng nhập khẩu...

Các biện pháp này có ưu điểm: Phong phú về hình thức, đáp ứng được cùng một lúc nhiều mục tiêu khác nhau, nhiều biện pháp phi thuế chưa bị cam kết cắt giảm hay xóa bỏ theo luật pháp quy định. Tuy nhiên cũng tồn tại các nhược điểm như: Khó khăn, tốn kém trong quá trình quản lý, sử dụng các biện pháp phi thuế và Nhà nước không hoặc ít thu được các lợi ích tài chính.

⁵ Theo Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế OECD 1997

2.1. Các biện pháp hạn chế định lượng (*Quantitative Restriction*)

2.1.1. Cấm nhập khẩu. (*Prohibition*)

Cấm nhập khẩu là những quy định của Nhà nước không cho phép nhập khẩu những mặt hàng nào đó trong những thời kỳ nhất định.

Hàng hóa cấm nhập khẩu là những hàng hóa tuyệt đối không được phép đưa vào thị trường nội địa để lưu thông tiêu dùng⁶

Biện pháp cấm nhập khẩu được Chính phủ các quốc gia thực hiện nhằm đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, bảo hộ một số ngành sản xuất trong nước và quyền lợi của người tiêu dùng. Tuy nhiên, đây là biện pháp bảo hộ cao, gây ra hạn chế lớn nhất đối với thương mại quốc tế nên WTO không cho phép sử dụng biện pháp này. Tuy nhiên, hiện nay 3/4 các nước thành viên của WTO là các nước kém phát triển như Selegan, Uganda, Việt Nam... nên trình độ phát triển không đồng đều. Do vậy, các quốc gia có thể sử dụng biện pháp cấm nhập khẩu trong một số trường hợp như: Đảm bảo an ninh quốc gia, tài nguyên môi trường, đạo đức xã hội, với điều kiện là các biện pháp này cần phải được thực hiện kèm theo việc hạn chế sản xuất hay tiêu dùng nội địa liên quan đến chúng. Ngoài ra, tại Điều XX GATT 1994 còn quy định: *Được áp dụng một cách tạm thời để ngăn cản hay giảm bớt sự khan hiếm lương thực, thực phẩm hay các sản phẩm thiết yếu khác.* Tháng 9 năm 2008, sau khi hàng loạt các sản phẩm sữa Trung Quốc có chứa Melamine bị phát hiện, rất nhiều quốc gia đã tuyên bố cấm nhập khẩu mặt hàng này từ Trung Quốc như Nga, Brazil, EU... Đầu năm 2009, dịch cúm lợn xuất hiện ở Mexico, sau đó nhanh chóng lan nhanh ra nhiều quốc gia trên thế giới, khiến nhiều quốc gia như Nga, Trung Quốc, Thái Lan, Singapore ngay lập tức ban lệnh cấm nhập khẩu lợn nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng nội địa. Việc

⁶ Giáo trình kinh tế ngoại thương (2006), GS.TS Bùi Xuân Lưu, NXB Lao động - xã hội.

áp dụng biện pháp cấm nhập khẩu này của Chính phủ các nước là hoàn toàn đúng đắn, không vi phạm các quy định của WTO.

2.1.2. Hạn ngạch nhập khẩu (Import Quotas)

Hạn ngạch hay hạn chế số lượng (Quota) đã trở nên ngày càng quan trọng trong những năm gần đây, là một công cụ phổ biến trong hàng rào phi thuế quan. *Hạn ngạch được hiểu là quy định của Nhà nước về số lượng hoặc giá trị một mặt hàng hay một nhóm hàng được phép xuất đi (hoặc) nhập về (từ) một thị trường trong một thời gian nhất định (thường là một năm).*⁷

Hạn ngạch được áp dụng nhằm mục đích bảo hộ thị trường trong nước, sử dụng có hiệu quả quỹ ngoại tệ, hướng dẫn tiêu dùng trong nước và thực hiện các cam kết của Chính phủ với nước ngoài.

Hạn ngạch nhập khẩu thường là một hình thức hạn chế về số lượng và thuộc hệ thống không tự động. Khi hạn ngạch nhập khẩu được quy định cho một loại sản phẩm đặc biệt nào đó, thì Nhà nước đưa ra một định ngạch (tổng định ngạch), nhập khẩu mặt hàng đó trong một khoảng thời gian nhất định, không kể nguồn gốc hàng hóa đó từ đâu đến.

Thông thường, hạn ngạch nhập khẩu được áp dụng bằng cách cấp giấy phép nhập khẩu cho một số công ty. Tại Việt Nam, Bộ Công thương là cơ quan chịu trách nhiệm phân bổ hạn ngạch. Còn ở Mỹ, phần lớn các quota nhập khẩu do Cục hải quan Mỹ (US Customs Service) quản lý. Hội đồng Hải quan (Commissioner of Customs) kiểm soát việc nhập khẩu hàng theo quota nhưng không có quyền cấp, hay thay đổi quota. Quota nhập khẩu của Mỹ có thể chia thành 2 loại: Hạn ngạch giảm thuế (Tariff - rate quota) và hạn ngạch tuyệt đối (Absolute quota).⁸

⁷ Giáo trình kinh tế ngoại thương (2006), GS.TS Bùi Xuân Lưu, NXB Lao động - xã hội

⁸ <http://viet.vietnamembassy.us/tintuc/story.php?d=20020320145139>

Bên cạnh những tác động tích cực, hạn ngạch tạo ra nhiều yếu tố tiêu cực hơn so với thuế quan. Các doanh nghiệp được cấp hạn ngạch dễ trở thành người độc quyền trên thị trường do vậy họ có thể tùy tiện áp đặt giá cả... Rồi việc để các nhà nhập khẩu nhận được hạn ngạch nếu không phải đấu giá thì dễ dẫn đến tình trạng tham ô quan liêu....

2.1.3. Giấy phép nhập khẩu

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa là một biện pháp quản lý nhập khẩu dưới dạng hạn chế số lượng. Là những quy định hành chính của Nhà nước yêu cầu doanh nghiệp phải thực hiện trước khi nhập khẩu hàng hóa.

Giấy phép nhập khẩu hàng hoá được áp dụng nhằm các mục đích quản lý lượng hàng hóa xuất đi nhập về phải phục vụ cho công tác thống kê lập kế hoạch, chống các hiện tượng gian lận thương mại, buôn lậu, góp phần bảo vệ thị trường và sản xuất nội địa, đồng thời thực hiện các cam kết với nước ngoài.

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cho phép bằng việc cấp cho nhà nhập khẩu giấy phép nhập khẩu. Tại Việt Nam, Bộ Công thương là cơ quan có trách nhiệm cấp giấy phép nhập khẩu phần lớn các hàng hóa, một số loại hàng hóa khác do các Bộ Chuyên ngành cấp như Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Thủy sản, Ngân hàng Nhà nước...

Giấy phép nhập khẩu gồm 2 loại:

* Giấy phép tự động: Là một văn bản cho phép thực hiện ngay lập tức không có điều kiện gì đối với người làm đơn xin giấy phép.

* Giấy phép không tự động: Là một văn bản cho phép thực hiện khi người nhập khẩu đáp ứng được một số yêu cầu nhất định. Loại giấy phép này

thường được cấp trong các trường hợp quản lý hàng hóa bằng biện pháp hạn ngạch nhập khẩu hoặc bị ràng buộc bởi các hạn chế khác về nhập khẩu.

Về vấn đề cấp giấy phép nhập khẩu, WTO quy định: các thủ tục phải minh bạch, rõ ràng, không gây phiền toái cho doanh nghiệp, có thể dự đoán trước và không cản trở thương mại.

Tính chất kín đáo và bí mật của giấy phép cũng như thủ tục cấp giấy phép của chính quyền nhà nước đã tạo khả năng hạn chế nhập khẩu mạnh. Thông qua giấy phép Nhà nước can thiệp trực tiếp vào hoạt động ngoại thương, vào khối lượng nhập khẩu cũng như phương hướng lãnh thổ có lợi hoặc bất lợi cho các doanh nghiệp. Chế độ giấy phép nhập khẩu thường được áp dụng kết hợp với hạn ngạch nhập khẩu và quản lý ngoại hối.

2.2. Các chính sách tài chính tiền tệ

2.2.1. Ký quỹ nhập khẩu. Đây là việc Nhà nước yêu cầu các doanh nghiệp phải ký quỹ tại ngân hàng một khoản tiền nhất định trước khi nhập khẩu.

2.2.2. Quản lý ngoại hối. Là việc Nhà nước quy định các điều kiện đối với doanh nghiệp trong việc sử dụng và tiếp cận ngoại tệ để nhập khẩu hàng hóa. Thực tiễn biện pháp này nhằm mục đích hạn chế việc sử dụng ngoại hối, cân bằng cán cân thanh toán, ổn định tỷ giá hối đoái, bảo vệ dự trữ ngoại hối và ngăn chặn nguồn vốn đầu tư chuyển ra nước ngoài.

Theo đó, tất cả các nguồn thu ngoại hối đều phải tập trung vào ngân hàng hoặc những cơ quan ngoại hối. Việc sử dụng nguồn ngoại hối này phải được phép của các cơ quan có thẩm quyền. Thông qua quản lý ngoại hối, Nhà nước có thể kiểm soát và hạn chế việc nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài, đồng thời tạo khả năng ổn định tỷ giá hối đoái.

2.2.3. *Cơ chế nhiều tỷ giá.* Là việc Nhà nước quy định các mức tỷ giá khác nhau trong việc bán ngoại tệ cho doanh nghiệp.

2.3. *Rào cản kỹ thuật (Technical Barrier to Trade - TBT)*

Rào cản kỹ thuật bao gồm các quy định, luật lệ, yêu cầu về các tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật đối với sản phẩm nhập khẩu, nếu sản phẩm nhập khẩu không đáp ứng được các yêu cầu đã quy định thì sẽ không được đưa vào thị trường nội địa.

Rào cản kỹ thuật có đặc điểm chung là liên quan tới quá trình từ sản xuất tới phân phối, tiêu dùng; rất phong phú về hình thức, rất tinh vi và dễ bị lợi dụng. Hiện nay, các tiêu chuẩn kỹ thuật được các quốc gia sử dụng ngày càng rộng rãi cho tất cả các lĩnh vực và vô cùng hữu hiệu. Chẳng hạn, hàng hóa muốn vào Thổ Nhĩ Kỳ phải có giấy kiểm soát chất lượng nhập khẩu do các cơ quan chức năng của nước này cấp để thay thế giấy phép nhập khẩu, kể cả hàng hóa có chứng nhận quốc tế⁹. Hoặc, nhằm thắt chặt hơn việc quản lý nguồn gốc sản phẩm gỗ, Mỹ đã ban hành đạo luật Lacey và đòi hỏi các nhà xuất khẩu phải có chứng nhận FSC, một tiêu chuẩn khắt khe và không dễ áp dụng đối với thực trạng trồng rừng tại VN¹⁰

Rào cản kỹ thuật được áp dụng nhằm giúp người tiêu dùng dễ dàng lựa chọn và sử dụng những sản phẩm thích hợp có chất lượng và thông số kỹ thuật phù hợp với yêu cầu của mình, giúp cho việc sản xuất theo quy mô lớn theo một thông số nhất định về kích thước, tiêu hao nguyên liệu, bán thành phẩm được sản xuất từ nhiều nguồn gốc khác nhau và các bên có thể hiểu nhau khi đàm phán về một mặt hàng.

⁹ http://ngoaituong.vn/news/thitruong/TayNamATrungDong/1340_vuot_rao_can_o_thi_truong_trung_dong.html

¹⁰ <http://www.baovietnam.vn/kinh-te/109137/20/Nhieu-rao-can-voi-DN-xuat-khau-go>

Tuy nhiên trong thực tế, ngoài những mục đích mang tính chất tích cực trên, rào cản kỹ thuật thường được các nước phát triển sử dụng vì đó là lợi thế của họ và được biến thành một công cụ cạnh tranh hữu hiệu.

Rào cản kỹ thuật là một đòi hỏi khách quan khi xã hội loài người ngày càng phát triển. Song ngày nay nó lại đang được các nước phát triển áp dụng để ngăn chặn hàng hóa của nước ngoài vào trong nước mình một cách rất khéo léo. Chính vì vậy rào cản kỹ thuật còn có một tên khác là công cụ siêu bảo hộ.

3. Các chính sách hỗ trợ xuất khẩu.

Bên cạnh vấn đề bảo hộ sản xuất trong nước, việc thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường nước ngoài là mục tiêu mà chính sách thương mại của bất kỳ một quốc gia nào cũng hướng tới. Do vậy, có thể nói, đẩy mạnh xuất khẩu là phương hướng chủ yếu của chính sách ngoại thương, và việc hình thành một hệ thống các biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu trở thành công cụ quan trọng nhất để chiếm lĩnh thị trường nước ngoài.

Chính sách hỗ trợ xuất khẩu là các biện pháp của Chính phủ được thực hiện nhằm hỗ trợ và thúc đẩy xuất khẩu.¹¹

Mục đích của chính sách hỗ trợ xuất khẩu là nhằm hỗ trợ mở mang hàng xuất khẩu với những chi phí thấp, tạo điều kiện cho người xuất khẩu cạnh tranh trên thị trường nước ngoài.

Chính sách hỗ trợ xuất khẩu bao gồm các biện pháp chủ yếu sau:

3.1. Nhà nước cấp tín dụng xuất khẩu.

¹¹ Điều chỉnh chính sách thương mại trong điều kiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, (2009) TS. Phạm Thị Hồng Yên, NXB Lao động - xã hội.

Là biện pháp mở rộng xuất khẩu thông qua việc Nhà nước (tư nhân) dành cho các nhà nhập khẩu nước ngoài những khoản vốn vay để người vay dùng tiền đó để mua hàng của nước cho vay.

Chính sách này gồm một số hình thức như: Tín dụng của nhà xuất khẩu trực tiếp cấp cho nhà nhập khẩu nước ngoài, tín dụng của các tổ chức tài chính, các ngân hàng cấp cho nhà nhập khẩu nước ngoài, tín dụng của Nhà nước...

Hiện nay, trên thế giới, việc sử dụng biện pháp này đang có xu hướng tăng tín dụng trung và dài hạn, giá trị của tín dụng Nhà nước ngày càng tăng, giá trị tín dụng xuất khẩu ngày càng lớn.

3.2. Nhà nước bảo đảm tín dụng xuất khẩu.

Là hình thức khuyến khích xuất khẩu bằng cách Nhà nước lập ra các quỹ bảo hiểm xuất khẩu. Quỹ này thực hiện gánh vác các rủi ro, các tổn thất mà nhà nhập khẩu nước mình có thể gặp phải khi bán chịu hàng hóa ra nước ngoài.

Khi một doanh nghiệp bán chịu hàng hóa ra nước ngoài, doanh nghiệp đó thường gặp hai loại rủi ro. Đó là rủi ro kinh tế và rủi ro chính trị. Trong đó, rủi ro kinh tế là rủi ro các nhà nhập khẩu không đủ khả năng thanh toán khi đến hạn phải trả tiền, còn rủi ro chính trị là những biến cố xảy ra giữa các nước khiến cho người nhập khẩu không thể thanh toán tiền hàng cho người xuất khẩu.

Tuy nhiên, khi áp dụng biện pháp này, Nhà nước đảm bảo sẽ gánh vác mọi rủi ro xảy ra đối với khoản tín dụng mà nhà xuất khẩu nước mình dành cho nhà nhập khẩu nước ngoài, với mức đền bù phụ thuộc vào từng mặt hàng nhưng thông thường, mức đền bù là từ 70 - 80% giá trị lô hàng. Điều này khiến cho các nhà xuất khẩu yên tâm mà mở rộng xuất khẩu.

3.3. Trợ cấp xuất khẩu.

Trợ cấp xuất khẩu là biện pháp khuyến khích xuất khẩu cổ xưa, bắt đầu từ thời kì chủ nghĩa trọng thương cho đến nay. Sau Chiến tranh thế giới II, trở thành thủ đoạn trọng yếu của tư bản độc quyền nhằm chiếm đoạt thị trường thế giới, tiến hành bán tháo hàng hoá. Hiện nay, các nước đang phát triển cũng thông qua trợ cấp xuất khẩu, nâng đỡ một số ngành sản xuất để phát triển nền kinh tế dân tộc.

Theo quan điểm của WTO (quy định trong hiệp định SCM) thì trợ cấp là việc Chính phủ dành cho doanh nghiệp những lợi ích mà trong điều kiện thông thường doanh nghiệp không thể có.

Trợ cấp xuất khẩu gồm 2 hình thức:

Trợ cấp trực tiếp: Là việc Nhà nước trực tiếp giành cho doanh nghiệp những thuận lợi khi xuất khẩu hàng hóa như: Trực tiếp cấp tiền hoặc Chính phủ bảo lãnh các khoản vay, hoặc miễn các khoản thu kẽ ra phải đóng, áp dụng thuế suất ưu đãi đối với hàng xuất khẩu... Từ đó trực tiếp làm giảm giá thành tăng khả năng cạnh tranh xuất khẩu.

Trợ cấp gián tiếp: Nhà nước gián tiếp hỗ trợ cho các doanh nghiệp gia tăng xuất khẩu như: Giới thiệu, triển lãm... Hoặc giúp đỡ kỹ thuật và đào tạo chuyên gia

Trợ cấp xuất khẩu được sử dụng như một công cụ để đẩy mạnh xuất khẩu, ngoài ra trợ cấp còn có tác dụng nhiều mặt như góp phần cải tiến công nghiệp nội địa và thúc đẩy xuất khẩu, điều chỉnh cơ cấu ngành, cơ cấu vùng kinh tế, kích thích lan truyền hiệu ứng tích cực và khắc phục hiệu ứng tiêu cực. Ngoài ra, trợ cấp xuất khẩu còn được dùng như một công cụ để “mặc cả” trong đàm phán quốc tế

Tuy nhiên, trợ cấp xuất khẩu cũng có rất nhiều mặt trái, trợ cấp bóp méo tín hiệu thị trường trong môi trường thương mại tự do trong khi đó, chi phí cơ hội của trợ cấp là rất lớn và xét về dài hạn, trợ cấp có thể cản trở sự phát triển của chính ngành được trợ cấp do tạo nên sự độc quyền, ỷ lại do có sự ưu đãi của Nhà nước. Xét về mặt tài chính ngân sách, trợ cấp không hiệu quả, xác suất lựa chọn sai đối tượng trợ cấp khá cao và có thể dẫn đến hành động trả đũa.

3.4. Bán phá giá hàng hóa. (*Dumping*)

Là việc bán hàng hóa thấp hơn giá sản xuất nhằm mục tiêu xâm nhập mạnh mẽ vào một thị trường nào đó và đánh bại các đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị trường tiêu thụ, đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa và cuối cùng đạt được lợi nhuận tối đa. Bán phá giá do bản thân doanh nghiệp tự chủ động thực hiện và tác động đến mặt hàng bán phá giá và thị trường tiến hành bán phá giá.

Nguồn tài chính bù vào thiệt hại do bán phá giá bao gồm: Lợi nhuận cao do chiếm lĩnh được thị trường nước nhập khẩu và Các khoản tài trợ của Chính phủ.

3.5. Bán phá giá hối đoái (*Exchange Dumping*).

Là việc xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài với giá trị thấp hơn của đối thủ cạnh tranh do việc sử dụng lợi nhuận phụ thêm thu được từ sự mất giá của đồng tiền bản tệ. Trong đó, mất giá đối ngoại lớn hơn mất giá đối nội.

Khác với bán phá giá hàng hóa, trong phá giá hối đoái, giá bán không bao giờ thấp hơn giá cả sản xuất. Giá bán ra thị trường nước ngoài có thể cao hơn giá bán trong nước vì bán phá giá hối đoái xảy ra với tất cả các hàng hóa một cách tự động

Bán phá giá hối đoái khiến cho xuất khẩu tăng lên, nhập khẩu giảm đi, tăng lượng vốn FDI và đồng thời làm giảm lượng khách du lịch nước ngoài.

Tuy nhiên, bán phá giá chỉ xảy ra trong các điều kiện mất giá đối ngoại của đồng nội tệ phải lớn hơn mất giá đối nội, nước nhập khẩu không đồng thời phá giá đồng tiền của họ và không áp dụng các biện pháp chống bán phá giá hoặc không áp dụng bán phá giá hối đoái.

Bên cạnh các biện pháp nói trên, trong thực tế, Nhà nước còn sử dụng các biện pháp như miễn giảm thuế và hoàn lại thuế, mở rộng quyền kinh doanh của các doanh nghiệp, đơn giản hóa các thủ tục hành chính, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng... nhằm khuyến khích xuất khẩu hàng hóa nước mình ra thị trường nước ngoài.

III. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ MỸ

Trước năm 1993, quan hệ thương mại Việt Mỹ chưa phát triển do nhiều nguyên nhân khác nhau. Hai nước bắt đầu có quan hệ thương mại từ năm 1992 tuy nhiên chỉ dừng lại ở mức rất khiêm tốn, thương mại hai chiều chỉ đạt khoảng 4,5 triệu USD. Ngày 3/2/94, Tổng thống Mỹ Bill Clinton đã tuyên bố xóa bỏ lệnh cấm vận với Việt Nam đã mở ra một hướng mới trong quan hệ của hai nước. Theo đó, Việt Nam đã được Mỹ xếp từ các nước thuộc nhóm Z lên nhóm Y, gồm Nga, các nước thuộc khối Vácsava cũ, Anbani, Mông cổ, Lào, Campuchia. Ngày 22/2/94, Bộ Vận tải và Bộ Thương mại Mỹ đã huỷ bỏ lệnh cấm vận tàu biển và máy bay Mỹ vận chuyển hàng hoá vào Việt Nam. Đến ngày 27/4/95, Mỹ đã chính thức cho phép tàu mang quốc tịch Việt Nam vào cảng của Mỹ nhưng cũng hạn chế là phải xin phép trước 7 ngày.

Ngày 12/7/95, Mỹ đã tuyên bố bình thường hoá quan hệ với Việt Nam và hai nước đã chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào ngày 6/8/1995, trong đó quan hệ về kinh tế và thương mại được hai nước coi là trọng tâm của

giai đoạn này. Việc bình thường hoá quan hệ thương mại là cơ sở cho chúng ta thấy một bước tăng đáng kể trong trao đổi thương mại giữa hai nước.

Sau 30 năm không duy trì quan hệ buôn bán, những mốc chính trị quan trọng trên đã mở ra một trang sử mới trong mối quan hệ thương mại Việt Mỹ.

1. Thực trạng thương mại hai chiều Việt Mỹ.

Sau khi Việt Nam được xóa bỏ cấm vận, hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao, kim ngạch buôn bán tăng rất mạnh. Sự lớn mạnh này được thể hiện trong bảng số liệu sau:

Bảng 1. Tổng kim ngạch XNK giữa Việt Nam và Mỹ
(từ năm 1994 tới năm 2000)

Đơn vị tính: Triệu USD.

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng kim ngạch XNK
1994	50,6	172,7	223,3
1995	198,9	252,5	415,4
1996	331,8	616,4	948,2
1997	388,5	286,6	675,1
1998	554,1	274,1	828,3
1999	608,3	291,5	899,8

Nguồn: U.S. Census Bureau, Foreign Trade Division, Data Dissemination Branch, Washington, D.C. 20233

Năm 1994, năm đầu tiên tuyên bố xóa bỏ lệnh cấm vận của Mỹ đối với Việt Nam có hiệu lực, tổng kim ngạch XNK giữa hai nước đạt 222,673 triệu USD, tăng gần 31 lần so với năm 1993 là 6,984 triệu và ngày càng tăng. Trong năm 1996, tổng kim ngạch của Việt Nam với Mỹ đã đạt đến mức kỷ lục gần 1 tỉ đô, trong đó xuất khẩu đạt 331.80 triệu chiếm gần 35%, nhập khẩu chiếm 65%. Sang năm 1997, con số trao đổi buôn bán của hai nước bị giảm khá nhiều chỉ còn 675.1 triệu chiếm 71% so với cùng kì năm 1996 do ảnh

hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính Đông Á. Đến năm 1998, Việt Nam bắt đầu khôi phục được khả năng buôn bán của mình với Mỹ, cụ thể dừng lại ở mức 828,3 triệu. Trong năm 1998 con số xuất khẩu của Việt Nam đã đạt 554,10 triệu USD gấp đôi so với nhập khẩu.

Ngày 13/7/2000, Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (gọi tắt là BTA) được ký kết trên nguyên tắc tôn trọng độc lập chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, bình đẳng hai bên cùng có lợi. Đây là sự nỗ lực to lớn của cả hai nước, đẩy quá trình bình thường hóa quan hệ lên một tầm cao mới: Bình thường hóa quan hệ kinh tế thương mại. Hiệp định có hiệu lực từ tháng 1 năm 2001, ngay lập tức đem lại điều kiện cạnh tranh công bằng cho Việt Nam về mặt thuế quan và nhiều mặt khác mà so với điều kiện kinh doanh giữa Việt Nam và Mỹ trước đây là vô cùng thuận lợi. Như ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ sẽ được hưởng mức thuế MFN trung bình khoảng 3% so với mức thuế trước đó là 40%, Hoa Kỳ cũng xem xét khả năng dành cho Việt Nam hưởng thuế ưu đãi phổ cập (GSP) đối với một số nhóm mặt hàng, Mỹ cam kết mở cửa thị trường dịch vụ của Mỹ đối với Việt Nam như đối với các nước thành viên khác của WTO... Những điều kiện thuận lợi như vậy đã thúc đẩy quan hệ thương mại của hai nước phát triển rất mạnh mẽ, Việt Nam luôn có thặng dư thương mại với giá trị cao.

Bảng 2. Tổng kim ngạch XNK giữa Việt Nam và Mỹ

(từ năm 2001 tới năm 2006)

Đơn vị tính: Triệu USD

Năm	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Tổng kim ngạch XNK
2001	460,4	1053,2	1513,6
2002	580,0	2394,8	2974,8
2003	1323,8	4554,8	5878,6
2004	1164,3	5275,3	6439,6
2005	1100	6500	7600
2006	987	7845,1	8832,1

Nguồn: 2001 - 2004: US. Dept. of Commerce, Census Bureau, Foreign Trade Division.

2005 - 2006: Trang web Tổng cục thống kê <http://www.gso.gov.vn>.

Trong giai đoạn này, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và Hoa Kỳ tăng liên tục cả về số tuyệt đối lẫn tương đối. Tính đến năm 2006, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và Mỹ là 8,8321 triệu USD, tăng lên 7,4 lần năm 2000 khi Hiệp định thương mại được ký kết và gấp 39,5 lần năm 1994 khi hai nước bắt đầu có quan hệ thương mại.

Năm 2007, sau 13 năm thiết lập quan hệ ngoại giao và 6 năm ký kết Hiệp định thương mại song phương BTA, ngoại thương Việt Mỹ phát triển một cách ấn tượng. Tổng kim ngạch XNK năm này đạt 13 tỷ USD. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu 10,5 tỷ USD, tăng 24,6% so với năm 2006. Bước sang năm 2008, kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều Việt Mỹ đạt 15.283 triệu

USD, tăng 17,56% so với năm 2007. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ đạt 12.610 triệu USD và nhập khẩu từ Mỹ đạt 2.673 triệu USD.

Năm 2009, tuy nền kinh tế toàn Mỹ nói riêng và nền kinh tế toàn cầu nói chung đều lâm vào tình trạng khủng hoảng. Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của cả nước năm 2009 có thể sẽ chỉ tăng khoảng 2-3%, thấp hơn khá nhiều so với mức tăng tới 13% mà Quốc hội, Chính phủ và Bộ Công Thương đã đề ra, nhưng chỉ tiêu kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ ước tính sẽ tăng khoảng 14% so với năm 2008 (*theo Ông Ngô Văn Thoan, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ*).

Như vậy, có thể thấy rằng, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước ngày càng đạt giá trị cao. Trước năm 2004, Mỹ là thị trường xuất khẩu thứ hai của Việt Nam sau Nhật Bản. Nhưng vào năm 2004, kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ đạt gần 5 tỷ USD, thì với Nhật Bản đạt hơn 3,5 tỷ USD. Từ đó cho tới nay, Mỹ đã trở thành thị trường xuất khẩu số một của Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ qua các năm đều tăng trưởng trên 20%/năm¹². Các doanh nghiệp Mỹ quan tâm đến Việt Nam - một thị trường mới mẻ, lao động rẻ, dồi dào, với tình hình an ninh chính trị vô cùng ổn định. Còn đối với Việt Nam, Mỹ là thị trường trọng điểm và luôn được quan tâm hàng đầu

2. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ.

Xét về mặt cơ cấu, mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ thay đổi theo từng thời kỳ cụ thể. Trong thời kỳ 1994 - 1997, do trình độ kinh tế phát triển thấp, nên các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là nhóm nông lâm thủy hải sản và nguyên liệu thô, tập trung vào một số ít các mặt hàng, khả năng đa dạng hóa thấp. Đó là những mặt hàng mà Việt Nam có tiềm năng do có tài nguyên thiên nhiên hoặc huy động một nguồn lực sẵn có

¹² <http://vietnamnet.vn/kinhte/2009/04/839748/>

như lao động nhiều, nhân công rẻ... Trong đó cà phê chiếm phần lớn với kim ngạch đạt 108 triệu USD năm 1997. Đặc điểm nổi bật của nhóm hàng này là có sự chênh lệch không đáng kể giữa mức thuế tối huệ quốc (MFN) và mức thuế phi tối huệ quốc (non - MFN) và cầu về các loại hàng này rất đa dạng. Đặc biệt, năm 1996 là năm đầu tiên Việt Nam xuất khẩu mặt hàng dầu thô, những năm tiếp theo, giá trị xuất khẩu mặt hàng này ngày càng tăng lên và dầu thô dần dần trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Hàng công nghiệp nhẹ bắt đầu xâm nhập và tăng trưởng nhanh nhưng vẫn chỉ mang tính giới thiệu sản phẩm.

Sang thời kỳ từ năm 1998 - 2000, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào Mỹ đã được đa dạng dần về chủng loại. Chiếm tỷ trọng lớn nhất là nhóm hàng hải sản (hơn 30% tổng giá trị xuất khẩu sang Mỹ). Thứ hai là thịt và chế phẩm thịt (15%). Các nhóm hàng còn lại chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn, thường dưới 1% và một số ít trên 5%. Cũng từ năm 2000, một số mặt hàng lần đầu tiên được xuất khẩu sang Mỹ như mỡ, dầu động thực vật, ngọc trai thiên nhiên... mở ra hướng phát triển mới cho một loạt các ngành sản xuất của Việt Nam. Tuy nhiên, năm 2000 cũng là năm một loạt các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam biến mất khỏi thị trường Mỹ như sợi dệt gốc thực vật, tơ nhân tạo, hóa chất vô cơ, hữu cơ, các sản phẩm dược... Nguyên nhân chính là do các doanh nghiệp Việt Nam không chịu được lỗ và chênh lệch về thuế và thực lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam không đủ mạnh trên thị trường Mỹ.

Giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2006 là giai đoạn Hiệp định thương mại Việt Mỹ được ký kết. Định hướng và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ vẫn không có nhiều thay đổi. Đáng chú ý trong thời kỳ này là hàng dệt may và thủy sản. Trước khi Hiệp định Thương mại Việt Mỹ có hiệu lực, hàng dệt may đứng thứ 4 về doanh số xuất khẩu sang Mỹ.

Năm 2001, do ảnh hưởng của sự kiện 11/9, lượng xuất khẩu dệt may giảm mạnh, nhưng bước sang năm 2002, lượng xuất khẩu đã tăng lên gấp 18 lần so với năm 2001. Tiếp theo là ngành thủy sản. Trong giai đoạn 1994 - 2000, xuất khẩu thủy sản Việt Nam có mức tăng trưởng 90%/ năm, nhưng sau vụ kiện cá tra, cá ba sa năm 2002, xuất khẩu cá sang Mỹ đã giảm 37%. Sự kiện này đặt ra nhiều thách thức cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam nhưng đồng thời cũng để lại nhiều bài học quý báu cho các doanh nghiệp khi muốn xuất khẩu sang Mỹ.

Năm 2007, Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ tập trung vào 18 nhóm mặt hàng. Đứng đầu là hàng may mặc với kim ngạch xuất khẩu đạt 4292 triệu USD, tăng 36,2% so với năm 2006, chiếm 6% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Mỹ. Xuất khẩu đồ gỗ tăng nhanh, năm 2007 đứng ở vị trí thứ 5 trong số các mặt hàng vào Mỹ với kim ngạch xuất khẩu là 1229 triệu USD, chiếm một nửa kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam.

Năm 2008, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu Việt Nam cũng không có nhiều thay đổi khi mặt hàng chiếm tỷ trọng cao nhất khi xuất khẩu sang Mỹ vẫn là hàng dệt may. Những nhóm hàng Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ có giá trị và tỷ lệ tăng cao so với năm 2007 là dệt may, đồ gỗ, giày dép. Đây cũng là những nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu cả năm vượt 1 tỷ USD. Cụ thể, hàng dệt may đạt 5 105 740 nghìn USD, đồ gỗ đạt 1 075 130 nghìn USD, giày dép đạt 1 063 990 nghìn USD.

Đầu năm 2009, theo số liệu thông kê xuất khẩu, hàng hoá của Việt Nam sang Mỹ 3 tháng đầu năm đạt 2.316.618.280 USD, giảm 6,12% so cùng kỳ, nói chung suy giảm không lớn, nhưng một số mặt hàng lại có suy giảm đáng kể. Nguyên nhân là do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ. Trong đó, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ giảm 10% (đạt 203 triệu USD) so với cùng kỳ năm 2008, thủy sản giảm 2,2% (đạt 111 triệu USD), dệt may giảm

2,9% (đạt 1,06 tỷ USD)... trong khi đối với Việt Nam, thị trường Mỹ có ý nghĩa quan trọng. Dưới đây là thống kê mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Mỹ trong 3 tháng đầu năm 2009.

Bảng 3. Năm mặt hàng xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Mỹ 3 tháng đầu năm 2009

STT	Mặt hàng	ĐVT	Lượng	Trị giá (USD)
1	Thủy sản	USD		111.451.226
2	Rau quả	USD		2.692.941
3	Hạt điều	Tấn	9.894	44.137.926
4	Cà phê	Tấn	42.914	66.210.002

Nguồn: <http://traderfax.vn/detailnews.aspx?Ma=182&MaLoai=3>.

3. Thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ của Việt Nam

Kể từ khi lệnh cấm vận của Mỹ đối với Việt Nam bị dỡ bỏ, hàng hóa Mỹ nhập khẩu vào Việt Nam tăng mạnh về số lượng, phong phú về chủng loại. Nếu như năm 1993 mới có 4 nhóm hàng thì năm 1994 đã có 35 nhóm. Kim ngạch nhập khẩu tăng gấp gần 100 lần từ năm 1993 đến năm 2000, từ 3,8 triệu USD lên đến 31,8 triệu USD. Trong thời kỳ này, nhóm hàng máy móc thiết bị, nguyên vật liệu (bông, sắt thép) chiếm tỷ trọng lớn, khoảng trên 80% tổng kim ngạch nhập khẩu. Điều này thể hiện nhu cầu thiết yếu của Việt Nam trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Sau khi Hiệp định Thương mại Việt Mỹ được ký kết, cơ cấu mặt hàng nhập khẩu vẫn không có nhiều thay đổi nhưng tỷ trọng ngày càng cao, Mỹ đứng thứ 7 trong các nước và vùng lãnh thổ mà Việt Nam nhập khẩu lớn.

Bảng 4. Các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ

Giai đoạn 2000 - 2004

ĐVT: triệu USD

ST	Mặt hàng	2000	2001	2002	2003	2004
1	Bông	14,88	28,80	27,44	34,30	66,80
2	Máy móc công nghiệp	32,13	22,60	42,30	41,70	24,55
3	Thiết bị các loại	26,21	28,98	30,39	45,41	53,85
4	Ô tô	3,09	9,40	11,50	20,37	49,80
5	Máy tính	5,10	5,65	8,34	7,76	10,80
6	Bột mì	4,15	5,22	3,29	5,50	6,60
7	Sắt thép	3,74	3,65	5,08	5,70	76,93
	Tổng kim ngạch	367,60	460,30	580,20	1323,80	1164,30

Nguồn: <http://www.census.gov.vn/statistics/county-data>.

Các năm tiếp theo, nhu cầu nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ vẫn tiếp tục tăng mạnh. Nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Mỹ năm 2007 tăng mạnh so với các năm trước, chƣa kể kim ngạch nhập khẩu máy bay và vật tƣ ngành hàng không là nhóm hàng nhập khẩu đặc thù. Theo thống kê, năm 2007 có tới 14 trong tổng số 15 mặt hàng nhập khẩu thường xuyên của Việt Nam từ thị trường Mỹ tăng so với năm trước, chỉ duy nhất giày dép là giảm (âm hơn 33%)¹³.

Nhƣ vậy, thông qua cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ và hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ vào Việt Nam, có thể thấy: các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam có thay đổi theo các thời kỳ, đã bắt đầu xuất khẩu các hàng hóa đòi hỏi trình độ công nghệ cao nhƣ linh kiện điện tử... nhưng chủ yếu vẫn là các hàng hóa dựa chủ yếu vào tài nguyên thiên nhiên và các mặt hàng thế mạnh truyền thống của Việt Nam như dệt may, thủy sản... Việt

¹³ <http://www.mofa.gov.vn/vi/nr040807104143/nr040807105039/ns080103083936/view>

Nam nhập khẩu từ Mỹ các mặt hàng Việt Nam không thể sản xuất được hoặc các mặt hàng đòi hỏi trình độ công nghệ rất cao. Điều này phù hợp với sự phát triển kinh tế của hai nước, đồng thời phản ánh được sự chênh lệch lớn về trình độ kinh tế của hai quốc gia, giữa một nước đang ở trình độ cao với một nước đang trên đà phát triển theo con đường CNH, HĐH

CHƯƠNG II.

THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ.

I. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM.

1. Chính sách thuế quan.

Từ năm 1951, một hình thức thuế có thể coi như thuế xuất khẩu, nhập khẩu đã tồn tại ở Việt Nam như một công cụ để quản lý việc buôn bán giữa vùng tự do và vùng bị tạm chiếm. Trong suốt thời kỳ chiến tranh kéo dài tới trước năm 1986, cơ chế kinh tế của Việt Nam là cơ chế KHH tập trung, Nhà nước độc quyền ngoại thương nên thuế XNK không tồn tại. Đến năm 1987, các quy định về thuế lần đầu tiên được đưa ra. Đó là các quy định về thuế xuất nhập khẩu đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài theo Luật Đầu tư nước ngoài theo Luật Đầu tư nước ngoài năm 1987. Ngày 26/12/1991, Luật Thuế XNK đã được ban hành, theo đó, đưa ra mức thuế áp dụng cho mọi doanh nghiệp XNK trong nước. Ngày 5/7/1993 Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thuế XNK năm 1991 được thông qua nhằm kịp thời điều chỉnh chính sách thuế quan một cách hợp lý, và tiếp tục được sửa đổi, bổ sung hai lần vào ngày 20/5/1998 và 5/7/2003. Tới tháng 6 năm 2005, Quốc hội khoá XI kỳ họp thứ 7 đã ban hành Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu 45/2005/QH11 ngày 14/6/2005. Luật thuế mới này bãi bỏ Luật thuế xuất khẩu, nhập khẩu năm 1991, sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu năm 1998 và có hiệu lực thi hành từ ngày 1/1/2006. Như vậy, chỉ trong một thời gian ngắn, một loạt các văn bản pháp luật về thuế XNK đã được ban hành và sửa đổi. Điều này cho thấy chính sách thuế quan đã được liên tục điều chỉnh theo hướng cắt giảm thuế quan, điều này tạo điều kiện vô

cùng thuận lợi cho xuất khẩu hàng hóa Việt Nam ra thị trường nói chung và xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Mỹ nói riêng.

1.1. Chính sách thuế quan khuyến khích xuất khẩu

Thuế suất đối với hàng hóa xuất khẩu được quy định cụ thể cho từng mặt hàng tại Biểu thuế xuất khẩu (Điều 10 Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu 45/2005/QH11 ngày 14/6/2005). Nhưng thông thường, thuế suất đối với các mặt hàng xuất khẩu thường bằng 0% nhằm thúc đẩy xuất khẩu. Chỉ có rất ít các mặt hàng chịu thuế suất, chủ yếu là các mặt hàng thuộc tài nguyên thiên nhiên. Mức thuế suất đối với các mặt hàng này dao động trong khoảng từ 10 đến 15%. Trong đó, mức thuế suất cao nhất là 40%, áp dụng cho rất ít các mặt hàng như: Đồng phế liệu và mảnh vụn (MS 45), Niken phế liệu và mảnh vụn (MS 50)...

Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu 45/2005/QH11 ngày 14/6/2005 khuyến khích xuất khẩu có quy định như sau nhằm khuyến khích xuất khẩu:

- Miễn thuế hàng hóa nhập khẩu để gia công cho nước ngoài (Điều 16 khoản 4), hoàn thuế cho hàng hóa là nguyên liệu, vật tư nhập khẩu đã nộp thuế nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu (Điều 19 khoản 1d).

- Ngoài ra, theo Luật thuế TNDN. Khoản chi hoa hồng giao dịch, môi giới xuất khẩu trả trước người nước ngoài đã giúp cho doanh nghiệp bán được hàng, tăng thêm kim ngạch xuất khẩu được coi là chi phí hợp lý khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN, đã tạo điều kiện để các nhà xuất khẩu tăng lợi nhuận sau thuế, khuyến khích tìm kiếm, mở rộng thị trường xuất khẩu.

- Việc thực hiện ưu đãi về thuế sử dụng đất, miễn khoản thu về thuê đất đối với doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp cũng đã góp phần khuyến khích các nhà đầu tư sản xuất chế biến hàng xuất khẩu (Luật đất đai).

1.2. Chính sách thuế quan hạn chế nhập khẩu

Theo khoản 2 điều 10 Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu sửa đổi ban hành ngày 14/6/2005 thì thuế suất đối với hàng hóa nhập khẩu bao gồm thuế suất ưu đãi, thuế suất ưu đãi đặc biệt và thuế suất thông thường.

- Thuế suất ưu đãi: áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước, nhóm nước hoặc vùng lãnh thổ thực hiện đối xử Tối huệ quốc (MFN) trong quan hệ thương mại với Việt Nam.

- Thuế suất ưu đãi đặc biệt áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước, nhóm nước hoặc vùng lãnh thổ thực hiện ưu đãi đặc biệt về thuế nhập khẩu đối với Việt Nam.

- Thuế suất thông thường áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước, nhóm nước hoặc vùng lãnh thổ không thực hiện đối xử Tối huệ quốc (MFN) và không thực hiện ưu đãi đặc biệt về thuế nhập khẩu với Việt Nam. Thuế suất thông thường được quy định không vượt quá 70% so với thuế suất ưu đãi của từng mặt hàng tương ứng do Chính phủ quy định.

Ngoài ra, hàng hóa nhập khẩu còn phải áp dụng một trong các biện pháp về thuế sau đây:

+ Tăng mức thuế nhập khẩu đối với hàng hóa nhập khẩu quá mức vào Việt Nam theo quy định của pháp luật về tự vệ trong nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào Việt Nam.

+ Thuế chống bán phá giá đối với hàng hóa bán phá giá nhập khẩu vào Việt Nam theo quy định của pháp luật về chống bán phá giá hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam.

+ Thuế chống trợ cấp đối với hàng hóa được trợ cấp nhập khẩu vào Việt Nam theo quy định của pháp luật về chống trợ cấp hàng nhập khẩu vào Việt Nam.

+ Thuế chống phân biệt đối xử đối với hàng hóa được nhập khẩu vào Việt Nam có xuất xứ từ nước, nhóm nước hoặc vùng lãnh thổ mà ở đó có sự phân biệt đối xử về thuế nhập khẩu hoặc các biện pháp phân biệt đối xử khác theo quy định cả pháp luật về đối xử MFN và NT trong thương mại quốc tế.

1.3. Những cam kết thuế quan của Việt Nam

1.3.1. Những cam kết thuế quan của Việt Nam theo Ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT).

Dựa theo sự phân loại danh mục hàng hóa theo cam kết thực hiện thuế AFTA, tiến trình cắt giảm thuế của Việt Nam được thực hiện theo lộ trình sau:

- Trong hai năm 1996, 1997: Việt Nam chưa thực hiện cắt giảm thuế mà chỉ đưa 875 danh mục các mặt hàng đã có thuế nhập khẩu từ 0 - 5% vào danh sách giảm thuế, đáp ứng được một cách tự nhiên yêu cầu giảm thuế nhanh của Hiệp định CEPT. Chương trình cắt giảm thuế bình thường chỉ được bắt đầu thực hiện từ 1/1/1998. Các bước đi thận trọng này giúp cho Việt Nam có thêm thời gian cải tiến hệ thống thuế nội địa nhằm đảm bảo nguồn thu ngân sách và góp phần bảo hộ nền kinh tế còn non trẻ.

- Từ năm 1998, Việt Nam tiến hành thực hiện những bước cắt giảm thuế theo Nghị định 15/1998/NĐ-CP ngày 12/3/1998. Theo đó, trong năm 1998, Việt Nam đã đưa thêm 1161 mặt hàng vào danh mục giảm thuế.

- Năm 1999, theo Nghị định 14/1999/NĐ-CP ngày 23/3/1999, Việt Nam đã nâng danh mục các mặt hàng giảm thuế lên đến 3590 mặt hàng.

- Năm 2000, Chính phủ ban hành Nghị định 09/2000/NĐ-CP về danh mục các mặt hàng giảm thuế theo CEPT, theo đó, Nhà nước Việt Nam đưa thêm 640 dòng thuế từ danh mục các mặt hàng loại trừ tạm thời sang danh mục giảm thuế, như vậy sẽ có 4230/6200 dòng thuế trong biểu thuế nhập khẩu được đưa vào danh mục cắt giảm thuế. Trong tổng số 4230 dòng thuế thực hiện theo chương trình CEPT của năm 2000, có khoảng 2960 dòng thuế có mức thuế suất từ 0 - 5% (trong đó có khoảng 1690 dòng thuế có thuế suất 0%), còn lại 1270 dòng thuế có mức thuế suất 5 - 50%. Như vậy, đa số các mặt hàng trong danh mục giảm thuế năm 2000 là các mặt hàng có mức thuế suất dưới 20%, chỉ có một số ít là có thuế suất trên 20%. Những mặt hàng có thuế suất trên 20% là những mặt hàng hoặc không có nhiều trong quan hệ ngoại thương của Việt Nam hoặc là các mặt hàng Việt Nam đang có thế mạnh xuất khẩu.

- Đầu năm 2002, Việt Nam đã đưa vào diện cắt giảm 5549 mặt hàng, nghĩa là gần 90% tổng số các mặt hàng mà Việt Nam đã cam kết cắt giảm thuế nhập khẩu với mức thuế suất từ 0 đến 5%. Theo cam kết AFTA, năm 2003 là năm cuối cùng Việt Nam chuyển 775 mặt hàng nằm trong danh mục loại trừ tạm thời vào danh mục cắt giảm với mức thuế suất với mức thuế suất đưa vào cắt giảm không lớn hơn 20%, đồng thời phải loại bỏ các hạn chế định lượng. Chính phủ Việt Nam cũng đã ban hành Nghị định về danh mục hàng hóa tham gia AFTA giai đoạn 2003 - 2006 (CEPT 2003 - 2006) cùng lộ trình cắt giảm. Danh mục này được xây dựng trên Danh mục Biểu thuế hài hòa ASEAN (AHNT). Việc chuyển từ mã số và tên gọi theo Biểu thuế nhập khẩu hiện hành sang biểu AHTN mới, số lượng các dòng thuế sẽ tăng lên 10689 mặt hàng, cùng mã số và tên gọi với các mặt hàng XNK của các nước trong ASEAN.

1.3.2. Những cam kết thuế quan của Việt Nam theo Hiệp định thương mại Việt Mỹ (BTA)

Lịch trình cắt giảm thuế quan đối với hàng hóa của Hoa Kỳ khi nhập khẩu vào Việt Nam như sau: Đối với các sản phẩm nông nghiệp và công nghiệp trong danh mục cắt giảm thuế quan, sau 3 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, thuế nhập khẩu giảm từ mức thuế suất ưu đãi (MFN) của Việt Nam năm 1999 xuống theo quy định của BTA; một số sản phẩm khác thì tới năm 2005, việc cắt giảm thuế quan phải được thực hiện hoàn toàn theo đúng quy định của BTA. Riêng đối với một số sản phẩm (MS 1601 và 1602) thì lịch trình cắt giảm sau 6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực giảm từ mức 50%(MFN) xuống 40%. Như vậy sau 6 năm, tỷ trọng của một mức thuế suất các mặt hàng thay đổi đáng kể: Mức thuế suất cao nhất giảm từ 100% xuống còn 80%.

1.3.3. Những cam kết thuế quan của Việt Nam khi gia nhập WTO

Về thuế nhập khẩu, mức cam kết chung là đồng ý ràng buộc mức trần cho toàn bộ biểu thuế (10.689 dòng). Mức thuế bình quân toàn biểu được giảm từ mức hiện hành 17,45% xuống còn 13,72% vào năm 2019. Mức thuế bình quân đối với hàng nông sản giảm từ mức hiện hành 23,5% xuống còn 20,9% thực hiện trong 5-7 năm. Với hàng công nghiệp từ 16,8% xuống còn 12,6% thực hiện chủ yếu trong vòng 5-7 năm.

Cụ thể, có khoảng hơn 1/3 số dòng thuế sẽ phải cắt giảm, chủ yếu là các dòng có thuế suất trên 20%. Các mặt hàng trọng yếu, nhạy cảm đối với nền kinh tế như nông sản, xi măng, sắt thép, vật liệu xây dựng, ô tô - xe máy... vẫn duy trì được mức bảo hộ nhất định.

Những ngành có mức giảm thuế nhiều nhất bao gồm: dệt may, cá và sản phẩm cá, gỗ và giấy, hàng chế tạo khác, máy móc và thiết bị điện - điện tử. Ta đạt được mức thuế trần cao hơn mức đang áp dụng đối với nhóm hàng xăng dầu, kim loại, hóa chất là phương tiện vận tải.

Ta cũng cam kết cắt giảm thuế theo một số hiệp định tự do theo ngành của WTO giảm thuế xuống 0% hoặc mức thấp. Đây là hiệp định tự nguyện của WTO nhưng các nước mới gia nhập đều phải tham gia một số ngành. Ngành mà ta cam kết tham gia là sản phẩm công nghệ thông tin, dệt may và thiết bị y tế.

Ta cũng tham gia một phần với thời gian thực hiện từ 3 - 5 năm đối với ngành thiết bị máy bay, hóa chất và thiết bị xây dựng. Về hạn ngạch thuế quan, ta bảo lưu quyền áp dụng với đường, trứng gia cầm, lá thuốc lá và muối.

Về thuế xuất khẩu ta chỉ cam kết sẽ giảm thuế xuất khẩu đối với phế liệu kim loại đen và màu theo lộ trình, không cam kết về thuế xuất khẩu của các sản phẩm khác.

2. Chính sách phi thuế quan

2.1. Các biện pháp hạn chế định lượng

2.1.1. Cấm nhập khẩu

Việt Nam cấm nhập khẩu một số hàng hóa thuộc diện cần phải được đảm bảo an toàn công cộng, an toàn môi trường và an toàn lao động cũng như vì các lý do liên quan đến văn hóa. Việc cấm nhập khẩu một số mặt hàng, ví dụ như ma túy, là hoàn toàn phù hợp với quy định của các nước khác. Hay sự kiện tháng 12 năm 2003, Cục Y tế ra lệnh cấm nhập khẩu các mặt hàng liên quan đến thịt bò sau khi Cơ quan xét nghiệm thú y của Anh (Weybridge)

khẳng định ca bò điên ở Washington là có thực. Đây là biện pháp mà Chính phủ Việt Nam sử dụng để bảo vệ sức khỏe của người tiêu dùng nội địa, và không vi phạm các quy định của WTO.

Trước đây, hàng cấm nhập khẩu được Chính phủ công bố hàng năm, có giá trị cho năm đó hoặc cho một số năm. Đến năm 2001, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định 46/2001/QĐ-TTg quy định Danh mục hàng cấm xuất, cấm nhập cho cả giai đoạn 2001 - 2005.

Ngày 23/1/2006, Chính phủ ban hành Nghị định 12/2006/NĐ-CP quy định chi tiết về hàng hóa cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Hàng hóa thuộc danh mục này áp dụng cho hoạt động nhập khẩu hàng hóa mậu dịch, phi mậu dịch, xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa tại khu vực biên giới với các nước láng giềng; hàng hóa viện trợ Chính phủ, phi Chính phủ.

Dưới đây là chi tiết Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu.

Bảng 5. Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu.

(Ban hành kèm theo Nghị định 12/2006/NĐ-CP Ngày 23/1/2006 của Chính phủ)

	Mô tả hàng hóa
1	Vũ khí; đạn dược; vật liệu nổ, trừ vật liệu nổ công nghiệp; trang thiết bị kỹ thuật quân sự. (Bộ Quốc phòng công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).

2	<p>Pháo các loại (trừ pháo hiệu cho an toàn hàng hải theo hướng dẫn của Bộ Giao thông vận tải); các loại thiết bị gây nhiễu máy đo tốc độ phương tiện giao thông.</p> <p>(Bộ Công an hướng dẫn thực hiện, công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).</p>
3	<p>Hàng tiêu dùng đã qua sử dụng, bao gồm các nhóm hàng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hàng dệt may, giày dép, quần áo - Hàng điện tử - Hàng điện lạnh - Hàng điện gia dụng - Thiết bị y tế - Hàng trang trí nội thất - Hàng gia dụng bằng gốm, sành sứ, thủy tinh, kim loại, nhựa, cao su, chất dẻo và chất liệu khác. <p>(Bộ Thương mại cụ thể hoá các mặt hàng trên và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).</p> <p>Hàng hoá là sản phẩm công nghệ thông tin đã qua sử dụng.</p> <p>(Bộ Bưu chính, Viễn thông cụ thể hoá mặt hàng và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).</p>
4	<p>Các loại văn hoá phẩm cấm phổ biến và lưu hành tại Việt Nam.</p> <p>(Bộ Văn hoá - Thông tin hướng dẫn thực hiện, công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).</p>

5	<p>Phương tiện vận tải tay lái bên phải (kể cả dạng tháo rời và dạng đã được chuyển đổi tay lái trước khi nhập khẩu vào Việt Nam), trừ các loại phương tiện chuyên dùng có tay lái bên phải hoạt động trong phạm vi hẹp gồm: xe cần cẩu; máy đào kênh rãnh; xe quét đường, tưới đường; xe chở rác và chất thải sinh hoạt; xe thi công mặt đường; xe chở khách trong sân bay và xe nâng hàng trong kho, cảng; xe bơm bê tông; xe chỉ di chuyển trong sân golf, công viên.</p> <p>(Bộ Giao thông vận tải công bố danh mục theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).</p>
6	<p>tu, phương tiện đã qua sử dụng, gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Máy, khung, sãm, lốp, phụ tùng, động cơ của ô tô, máy kéo và xe hai bánh, ba bánh gắn máy; (Bộ Giao thông vận tải công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Khung gầm của ô tô, máy kéo có gắn động cơ (kể cả khung gầm mới có gắn động cơ đã qua sử dụng và hoặc khung gầm đã qua sử dụng có gắn động cơ mới); (Bộ Giao thông vận tải công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Xe đạp; (Bộ Công nghiệp công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Xe hai bánh, ba bánh gắn máy; (Bộ Công nghiệp công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Ô tô cứu thương; (Bộ Giao thông Vận tải công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Ô tô các loại: đã thay đổi kết cấu chuyên đổi công năng so với thiết kế ban đầu; bị đục sửa số khung, số máy.

7	Phế liệu, phế thải, thiết bị làm lạnh sử dụng C.F.C. (Bộ Tài nguyên và Môi trường công bố danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
8	Sản phẩm, vật liệu có chứa amiăng thuộc nhóm amfibole. (Bộ Xây dựng công bố danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
9	Hoá chất độc Bảng I được quy định trong Công ước vũ khí hoá học (Bộ Công nghiệp công bố danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).

Nguồn: Nghị định 12/2006/NĐ-CP Ngày 23/1/2006 của Chính phủ).

2.1.2. Hạn ngạch nhập khẩu

Xu thế thế giới là tự do hóa thương mại, việc áp dụng biện pháp hạn chế xuất nhập khẩu bằng hạn ngạch được nhiều nước giảm thiểu hoặc xóa bỏ, theo thông tư 04/TM-XNK ngày 4/4/1994 của Bộ Thương mại Việt Nam đã nêu rõ: "tinh thần chung là giảm tối thiểu mặt hàng xuất nhập khẩu phải quản lý bằng hạn ngạch, chỉ áp dụng đối với hàng hóa, mặt hàng mà Việt Nam có cam kết theo Hiệp định thương mại với nước ngoài".

Hiện nay, ở nước ta, danh mục, số lượng (hoặc giá trị) các mặt hàng nhập khẩu quản lý bằng hạn ngạch cho từng thời kỳ (hàng năm) do Chính phủ phê duyệt trên cơ sở đề nghị của Bộ Kế hoạch Đầu tư và Bộ Thương mại.

Danh mục hạn ngạch được công bố công khai. Việc phân bổ hạn ngạch cho doanh nghiệp nào cũng được công bố công khai. Bộ Thương mại là cơ quan quản lý Nhà nước duy nhất có thẩm quyền phân bổ hạn ngạch trực tiếp cho các doanh nghiệp. Bộ thương mại cũng là cơ quan có trách nhiệm kiểm tra thực hiện, phân bổ hoặc thu hồi hạn ngạch đã cấp. Theo quy định của Bộ Thương mại (số 195/TMDLXNK ngày 09/04/1992) thì việc mua bán hạn ngạch bị nghiêm cấm.

Những năm trước, Việt Nam sử dụng biện pháp hạn ngạch khá phổ biến với cả hàng xuất khẩu lẫn hàng nhập khẩu. Nhưng sau năm 1995, bắt đầu chuyển sang chỉ quản lý hàng xuất. Theo Quyết định số 864/QĐ - TTg ngày 30/12/1995 của Chính phủ Việt Nam (trong phụ lục 02) thì Danh mục quản lý bằng hạn ngạch chỉ sử dụng với 2 mặt hàng xuất khẩu:

- Gạo, với lý do an ninh lương thực quốc gia.
- Hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU, Canada, Na Uy.

Tuy nhiên, tới năm 2000, thì biện pháp hạn ngạch không còn được sử dụng, mặt hàng gạo đã được tự do xuất sau khi đã cân đối nhu cầu an ninh lương thực quốc gia. Còn mặt hàng dệt may chuyển sang quản lý theo giấy phép của Bộ Thương mại.

Ngày 23/1/2006, Nhà nước ban hành Nghị định 12/2006/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật Thương mại cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế mà không đề cập tới Danh mục quản lý bằng hạn ngạch. Nhưng tại Điều 6 của Chương 2 có đề cập đến hai loại hạn ngạch như sau:

+ Đối với hàng hóa xuất khẩu theo hạn ngạch do nước ngoài quy định, Bộ Thương mại thống nhất với các Bộ quản lý sản xuất và Hiệp hội ngành để xác định phương thức giao hạn ngạch bảo đảm yêu cầu công khai, minh bạch, hợp lý.

+ Đối với hàng hóa thuộc Danh mục quản lý nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan. Bộ Thương mại công bố lượng hạn ngạch thuế quan, phương thức điều hành nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan đối với từng mặt hàng sau khi tham khảo ý kiến Bộ Tài chính và các Bộ quản lý sản xuất liên quan: Việc xác định mức thuế nhập khẩu trong hạn ngạch thuế quan đối với từng mặt hàng do Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan quản lý sản xuất và Bộ Thương mại để quyết định và công bố theo Luật định

Bảng 6. Danh mục hàng hóa quản lý bằng hạn ngạch thuế quan.

Stt	Mô tả hàng hóa
1	Muối
2	Thuốc lá nguyên liệu
3	Trứng gia cầm
4	Đường tinh luyện, đường thô

Nguồn: Nghị định 12/2006/NĐ-CP Ngày 23/1/2006 của Chính phủ.

2.1.3. Giấy phép nhập khẩu hàng hóa

Tại Việt Nam, năm 1989, tất cả các hàng hóa XNK đều phải có giấy phép nhập khẩu riêng từng lô hàng (chuyên hàng). Sau đó, năm 1993, nhằm chuẩn bị cho việc gia nhập ASEAN, Việt Nam bắt đầu cấp giấy phép 6 tháng/lần cho 22 mặt hàng xuất khẩu. Hình thức này đã được bãi bỏ từ ngày 15/12/1995. Tuy nhiên, giấy phép nhập khẩu vẫn là biện pháp quản lý quan trọng. Ngày 4/4/2001, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 46/2001/QĐ-TTg, quy định cơ chế quản lý hàng hóa XNK thời kỳ 2001-2005 trong đó có quy định về các mặt hàng XNK quản lý bằng giấy phép.

Tuy nhiên, theo Nghị định 12/2006/NĐ-CP của CP nhằm hướng dẫn thi hành Luật Thương mại 2005 cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế thì nhiều hàng hóa chịu sự quản lý thông qua hình thức cấp giấy phép của Bộ Thương mại và các Bộ chuyên ngành.

Ngày 01 tháng 8 năm 2008 Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 24 /2008/QĐ-BCT bao gồm 96 chương về việc áp dụng chế độ cấp giấy phép nhập khẩu tự động đối với một số mặt hàng.

Việc thực hiện các chính sách về các biện pháp hạn chế định lượng như trên không những giúp cho Việt Nam thực hiện tốt các cam kết quốc tế, mà còn là điều kiện thuận lợi giúp các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

thâm nhập ngày càng mạnh mẽ vào thị trường thế giới mà đặc biệt là thị trường Mỹ - thị trường xuất khẩu số một của Việt Nam.

2.2. Các chính sách tài chính tiền tệ

** Quản lý ngoại hối*

Ngày 13 tháng 12 năm 2005, Chính phủ Việt Nam ban hành Pháp lệnh Ngoại hối, nhằm quản lý lượng ngoại tệ trên lãnh thổ Việt Nam. Sau đó, ngày 28 tháng 13 năm 2006, Chính phủ lại ban hành Nghị định số 160/2006/NĐ-CP, quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Ngoại hối. Trong đó quy định Chính phủ thống nhất quản lý Nhà nước về hoạt động ngoại hối, bao gồm trách nhiệm quản lý Nhà nước về hoạt động ngoại hối, xây dựng và soạn thảo các văn bản quy phạm pháp luật về ngoại hối thuộc thẩm quyền. Các văn bản pháp luật này cho thấy chính sách quản lý ngoại hối ngày càng thông thoáng hơn của Chính phủ Việt Nam. Quá trình tự do hóa chính sách này bắt đầu với các giao dịch vãng lai. Trước những năm 90, Việt Nam đã có chính sách khuyến khích chuyển kiều hối về nước nhưng vẫn còn nhiều hạn chế do tính chất của nền kinh tế tập trung. Những quy định về người nhập cảnh không được tự do mang ngoại tệ, rút ngoại tệ từ ngân hàng phải quy đổi sang VNĐ, đánh thuế thu nhập đã được bãi bỏ. Điều 5 Nghị định số 160/2006/NĐ-CP : Tự do hóa đối với giao dịch vãng lai quy định trên lãnh thổ Việt Nam, tất cả các giao dịch thanh toán và chuyển tiền đối với giao dịch vãng lai của người cư trú và người không cư trú được tự do thực hiện phù hợp với các quy định của Nghị định này và các quy định pháp luật khác có liên quan... Điều 6 Nghị định này quy định:

- Người cư trú có nguồn thu ngoại tệ từ xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ hoặc từ các nguồn thu vãng lai khác ở nước ngoài phải chuyển vào tài khoản ngoại tệ mở tại tổ chức tín dụng được phép tại Việt Nam phù hợp với thời hạn thanh toán của hợp đồng hoặc các chứng từ thanh toán.

- Người cư trú có nguồn thu ngoại tệ từ xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ ở nước ngoài có nhu cầu giữ lại một phần hay toàn bộ ở nước ngoài phải được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cho phép và phải chuyển vào tài khoản được phép mở tại ngân hàng ở nước ngoài. Số ngoại tệ còn lại phải chuyển về nước.

- Mọi giao dịch thanh toán và chuyển tiền liên quan đến xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ phải thực hiện bằng hình thức chuyển khoản thông qua tổ chức tín dụng được phép, trừ một số trường hợp thanh toán bằng tiền mặt được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam xem xét, chấp thuận.

Người cư trú, người không cư trú là cá nhân có ngoại tệ tiền mặt được quyền cất giữ, mang theo người, cho, tặng, thừa kế, bán cho tổ chức tín dụng được phép, chuyển, mang ra nước ngoài phục vụ cho các mục đích hợp pháp và thanh toán cho các đối tượng được thu ngoại tệ, được gửi tiết kiệm ngoại tệ tại tổ chức tín dụng được phép, được rút tiền gốc, lãi bằng ngoại tệ tiền mặt theo quy định của pháp luật về gửi tiết kiệm.

Những quy định trong Pháp lệnh và Nghị định này cho thấy sự ngày càng thông thoáng trong chính sách quản lý ngoại hối của Việt Nam. Tự do hóa chính sách tiền tệ và cơ chế quản lý ngoại hối là một trong những bước tiến quan trọng của ngành ngân hàng những năm qua để phù hợp với thông lệ quốc tế, đáp ứng yêu cầu của công cuộc đổi mới kinh tế. Chính sách quản lý ngoại hối hiện nay vừa nhằm nâng cao hiệu quả quản lý của Nhà nước với vai trò điều hành vĩ mô vừa nhằm tăng quyền tự chủ của doanh nghiệp. Quá trình dỡ bỏ dần các hạn chế áp dụng cho các giao dịch ngoại hối được phép đang diễn ra, chủ yếu là các giao dịch liên quan tới thanh toán XNK, chi trả dịch vụ cho nước ngoài, tổ chức - các nhân mua hoặc chuyển ngoại tệ ra vào lãnh thổ Việt Nam.

** Chính sách tỷ giá*

Trong thời kỳ kế hoạch hóa tập trung, việc buôn bán với nước ngoài được thực hiện trên cơ sở đã Hiệp định thương mại. Do đó, tỷ giá hối đoái không có ảnh hưởng lớn đến hoạt động XNK. Tỷ giá thanh toán trong thời kỳ này dựa trên một tỷ giá ít thay đổi hoặc cố định trong thời gian dài. Tỷ giá được ấn định một cách chủ quan chứ không dựa trên thực trạng của thị trường. Các công ty XNK được thanh toán tiền hàng XNK theo tỷ giá gọi là cơ chế thanh toán nội bộ, lãi nộp ngân sách, lỗ ngân sách được bù.

Khi chuyển đổi sang cơ chế thị trường, quá trình đổi mới cơ chế điều hành tỷ giá ở Việt Nam có thể chia thành 4 giai đoạn. Mỗi giai đoạn đánh dấu một bước đổi mới đáng kể theo hướng tiến bộ của chính sách tỷ giá ở Việt Nam.

- Thời kỳ 1986: Tỷ giá được nới lỏng và từng bước điều chỉnh cho sát với tỷ giá thị trường hơn. Tháng 10/1998, Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng ra chỉ thị 271/CT quy định: Tỷ giá VNĐ với khu vực ngoại tệ chuyển đổi do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam phối hợp với Hội đồng tài chính tiền tệ quốc gia xác lập cho phù hợp với tỷ giá thị trường và dao động trong biên độ từ 10 - 20% so với tỷ giá của thị trường. Tháng 3/1989, theo Chỉ thị số 43/CT ngày 3/3/1989 của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng, Chính phủ Việt Nam tuyên bố bãi bỏ hệ thống bao cấp của Nhà nước qua tỷ giá, bỏ tỷ giá kết toán nội bộ và thực hiện chế độ một tỷ giá. Nhà nước giao cho Ngân hàng Nhà nước công bố tỷ giá chính thức giữa đồng Việt Nam với các ngoại tệ mạnh, đặc biệt là USD, đồng thời, tỷ giá phi mậu dịch được điều chỉnh phù hợp với tỷ giá chính thức, có biên độ dao động là 20%. Sau khi đưa vào thực hiện, tỷ giá VNĐ/USD tăng mạnh và liên tục, tỷ giá danh nghĩa ngày càng sát với tỷ giá trên thị trường.

Việc chuyển từ chế độ nhiều tỷ giá khác nhau và tỷ giá theo mục tiêu kinh tế kế hoạch sang chế độ một tỷ giá sát với thị trường là một hướng đi có

tính chất mở đầu trong các chính sách mở theo hướng tự do trong quá trình điều chỉnh nền kinh tế ở nước ta. Chính sách một tỷ giá hối đoái sát với thị trường và có sự điều chỉnh của Nhà nước có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc đẩy mạnh kinh doanh XNK và ý nghĩa khuyến khích xuất khẩu.

- Thời kỳ 1991 - 1995: Giai đoạn ổn định tỷ giá hối đoái.

Từ những thành công của việc đưa tỷ giá trở lại ổn định, cuối năm 1991, đầu năm 1992, Chính phủ Việt Nam chuyển sang lựa chọn chính sách tỷ giá vì mục tiêu chống lạm phát. theo đó, Việt Nam theo đuổi một chính sách tỷ giá theo hướng duy trì sự ổn định của tỷ giá hối đoái doanh nghiệp. Do vậy, trong giai đoạn này, tỷ giá danh nghĩa của Việt Nam rất ổn định.

- Thời kỳ từ năm 1997 đến 2005: Đây là thời kỳ chứng kiến nhiều đợt điều chỉnh tỷ giá nhất so với cả hai giai đoạn trước, với nhiều thay đổi quan trọng theo hướng đưa tỷ giá ngày càng sát với thị trường hơn, tự do hóa hơn trong việc xác lập tỷ giá hối đoái.

Cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ khu vực đã có tác động trước hết đến tỷ giá hối đoái của đồng Việt Nam. Cuộc khủng hoảng đã làm giảm giá hàng loạt đồng tiền của các nước trong khu vực so với đồng USD và đồng Việt Nam, khiến cho giá trị của VNĐ lên cao hơn so với thực tế, mang lại hàng loạt những bất lợi cho xuất khẩu của Việt Nam nếu Chính phủ không có những biện pháp can thiệp kịp thời. Trước tình hình đó, ngày 25/2/1999, Ngân hàng Nhà nước đã ra Quyết định số 64/1999/QĐ-NHNN7 và Quyết định số 65/1999/QĐ-NHNN7, đưa ra cơ chế mới về quản lý Nhà nước đối với tỷ giá hối đoái. Theo cơ chế này, kể từ 26/2/1999, Ngân hàng Nhà nước chấm dứt việc công bố tỷ giá giao dịch bình quân trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng, giảm biên độ dao động xuống chỉ còn $\pm 0,1\%$. Tới tháng 7/2002, biên độ dao động mở rộng thành $\pm 0,25\%$. Đây là một bước tiến quan trọng trên con đường thực hiện tự do hóa tỷ giá hối đoái. Theo đó, Nhà nước xóa bỏ việc

can thiệp trực tiếp vào việc hình thành và xác định tỷ giá, phương thức quản lý tỷ giá mang nặng tính chất hành chính, chủ quan của Nhà nước trước đây, chuyển sang điều hành tỷ giá theo hướng thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Tỷ giá mới được xác định một cách linh hoạt theo thị trường.

- Thời kỳ 2006 đến nay: Năm 2008 chứng kiến sự biến động mạnh của tỷ giá USD/VND. Tỷ giá đợt đầu năm liên tục giảm, đạt mức thấp nhất khoảng 15.960 đồng trong tháng 3, rồi tăng vọt tới mức hơn 19.000 đồng ở thời điểm cuối tháng 6 Tỷ giá USD/ VNĐ ngày càng tăng cao. Tháng 12 năm 2008, trước cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu và nguy cơ nhập siêu cao, tại buổi họp báo thường kỳ của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ra thông báo điều chỉnh 3% tỷ giá bình quân trên thị trường liên ngân hàng kể từ ngày 25/12/2008 với mức 16.986 VNĐ/USD. Lần điều chỉnh tỷ giá này vì mục tiêu linh hoạt, theo tín hiệu cung cầu thị trường, hỗ trợ xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu, vì mục tiêu quản lý dài hạn, tạo lòng tin cho nhà đầu tư và người dân vào Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước...

2.3. Rào cản kỹ thuật

Trong Nghị định 12/2006/NĐ-CP ngày 23/1/2006 của Chính phủ có quy định về kiểm tra kỹ thuật những hàng hóa xuất, nhập khẩu tại Điều 8 Chương 2:

“ Hàng hóa xuất, nhập khẩu phải thực hiện kiểm dịch động thực vật, kiểm tra về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm tra chất lượng hàng hóa theo tiêu chuẩn, chất lượng trước khi thông quan

- Danh mục hàng hóa phải tiến hành kiểm dịch động thực vật trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể các loại hàng hóa thuộc Danh mục Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công bố này.

- Bộ Y tế công bố Danh mục các loại hàng hóa phải kiểm tra về vệ sinh an toàn thực phẩm trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể của các loại hàng hóa thuộc Danh mục này.

- Bộ Khoa học và Công nghệ công bố Danh mục các loại hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu phải kiểm tra việc bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng bắt buộc trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể của các loại hàng hóa thuộc Danh mục này”

** Các quy định tiêu chuẩn kỹ thuật*

Pháp lệnh về chất lượng hàng hóa 1990 và Pháp lệnh chất lượng hàng hóa (sửa đổi) năm 1999 là cơ sở cao nhất cho việc đổi mới công tác tiêu chuẩn hóa của Việt Nam. Tổng số tiêu chuẩn Việt Nam đã được xây dựng và ban hành đến nay là gần 9000, trong đó hơn 6000 tiêu chuẩn Việt Nam hiện hành bao trùm cho các đối tượng thuộc hầu hết các lĩnh vực kinh tế - xã hội¹⁴. Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường và Chất lượng thuộc Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường là cơ quan quản lý nhà nước về các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn và thủ tục xác định sự phù hợp. Một số văn bản liên quan đến vấn đề quy định kỹ thuật và thủ tục xác định sự phù hợp như: Danh mục hàng xuất, nhập khẩu phải kiểm tra Nhà nước về chất lượng số 117/2000/QĐ-BKHCMNT ngày 26/1/2000. Tuy nhiên công tác kiểm tra chất lượng hàng hóa nhập khẩu chưa được thực hiện tốt, chưa ngăn cản được hàng hóa kém chất lượng thâm nhập vào thị trường trong nước. Có thể thấy, Việt Nam chưa sử dụng hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn như một công cụ để cản trở nhập khẩu, bảo hộ sản xuất nội địa.

** Kiểm dịch động thực vật*

Ngày 27/11/2003, Việt Nam đã ban hành Quy chế kiểm dịch động thực vật. Theo đó, mọi phương tiện vận tải, vật phẩm nguồn gốc thực vật và các tác

¹⁴ Điều chỉnh chính sách thương mại trong điều kiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, (2009) TS. Phạm Thị Hồng Yên, NXB Lao động - xã hội.

nhân sinh học có thể gây hại cho sinh thái khi thâm nhập vào Việt Nam đều phải qua kiểm dịch.

Ngày 25/07/2005, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành Quyết định số 45/2005/QĐ-BNN về danh mục đối tượng kiểm dịch động vật. Tiếp theo, đến ngày 25/11/2005 Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định số 73/2005/ QĐ-BNN về Danh mục đối tượng kiểm dịch thực vật.

Tuy có những quy định cụ thể, chặt chẽ, phù hợp với thông lệ quốc tế, nhưng cho đến nay biện pháp này chưa được sử dụng tốt để bảo vệ sức khỏe cho con người, bảo vệ động thực vật và tạo ra hàng rào bảo vệ sản xuất trong nước.

** Các yêu cầu về nhãn mác hàng hóa*

Đây là một rào cản thương mại được sử dụng khá phổ biến trên thế giới, đặc biệt là tại các nước phát triển. Biện pháp này được quy định chặt chẽ bằng hệ thống văn bản pháp luật, là công cụ bảo hộ rất hữu hiệu.

Tại Việt Nam, trước năm 1999, hầu như chưa có quy định chi tiết về nhãn mác hàng hóa như một công cụ để bảo vệ sản xuất. Ngày 30/8/1999, Quy chế ghi nhãn mác hàng hóa đã được ban hành dựa theo Quyết định số 178/1999/QĐ-TTg, ngày 30/8/1999 của Thủ tướng Chính phủ. Thời gian có hiệu lực của quy chế này bắt đầu từ 1/3/2000. Theo đó, hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam phải tuân thủ quy định về ghi nhãn như sau: Ghi trên phần nhãn các thông tin bắt buộc : “tên hàng hóa, tên địa chỉ của thương nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; định lượng hàng hóa; thành phần cấu tạo; chỉ tiêu chất lượng chủ yếu; ngày sản xuất; thời hạn sử dụng; thời hạn bảo quản; hướng dẫn bảo quản; hướng dẫn sử dụng; xuất xứ hàng hóa ”. Nội dung thông tin trên đây được ghi bằng tiếng Việt, hoặc làm nhãn phụ ghi những thông tin thuộc nội dung bắt buộc trên

bằng tiếng Việt đính kèm nhãn nguyên gốc của hàng hóa đó trước khi đem ra bán tại thị trường Việt Nam.

Ngày 30/8/2006, Chính phủ ban hành Nghị định 89/CP về nhãn hiệu hàng hóa. Theo đó, trừ các loại nguyên liệu hàng nông sản, thực phẩm, vật liệu xây dựng, tất cả hàng đều phải ghi nhãn hàng hóa đầy đủ theo biểu mẫu từng loại bằng tiếng Việt. Với các loại hàng hóa nhập khẩu, nhất là nhóm hàng tiêu dùng, việc thực hiện khá phức tạp nên các cơ quan chức năng sau đó đã thống nhất quy định: Kể từ 1/7/2007, mọi tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa tại Việt Nam phải dán nhãn phụ bằng tiếng Việt lên sản phẩm. Nhãn phụ tiếng Việt phải có đủ các yếu tố: tên hàng hóa; tên tổ chức cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; định lượng hàng hóa; ngày sản xuất; xuất xứ của hàng hóa nhập khẩu; hạn sử dụng nhằm thắt chặt việc quản lý hàng hóa nhập khẩu vào thị trường Việt Nam.

** Các quy định về môi trường*

Hiện nay rất nhiều quốc gia gắn nhãn sinh thái cho hàng hóa của mình. Như Mỹ với chương trình “con dấu xanh”; nhãn sinh thái EU được Hội đồng Bộ trưởng Môi trường của EU thông qua tháng 12/1991 và có hiệu lực từ 10/1992; hoặc nhãn sinh thái của Thái Lan... Những biện pháp này cũng đang được Việt Nam đề cập và triển khai trong những năm gần đây. Hệ thống ISO 14000 đã bắt đầu được triển khai rộng rãi. Tính đến năm 2002, Việt Nam đã có 321 doanh nghiệp được cấp chứng chỉ ISO.

Để thực hiện các nghĩa vụ quy định trong Hiệp định hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT) của WTO, kể từ thời điểm Việt Nam là thành viên của WTO, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt đề án triển khai thực hiện Hiệp định hàng rào kỹ thuật trong thương mại thông qua việc ban hành Quyết định số 444/QĐTTg ngày 26/5/2005. Thực hiện Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Khoa học và Công nghệ đã ra Quyết định số 05/2007/QĐ-BKHCN

ngày 30/3/2007 để ban hành “ Chương trình thực hiện Đề án triển khai thực hiện Hiệp định hàng rào kỹ thuật trong thương mại giai đoạn 2006 - 2010”. Theo đó, nội dung chủ yếu của chương trình là hoàn thiện hệ thống quy chuẩn kỹ thuật, hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn Việt Nam, triển khai quy hoạch và hoàn thiện cơ sở vật chất của hoạt động đánh giá sự phù hợp (gồm thử nghiệm, hiệu chuẩn, kiểm định, kiểm tra, chứng nhận, giám định, công nhận). Ngoài ra, chương trình cũng tiến hành xây dựng mạng lưới TBT của Việt Nam ở Trung ương và địa phương để thực hiện các nhiệm vụ TBT của Việt Nam theo quy định của WTO.¹⁵

3. Chính sách hỗ trợ xuất khẩu

3.1. Tín dụng xuất khẩu

Chính phủ Việt Nam đã tiến hành các biện pháp tín dụng xuất khẩu nhằm kích thích, hỗ trợ các nhà sản xuất trong nước xuất khẩu sang thị trường nước ngoài. Ngày 14/7/2008, Bộ trưởng Bộ Tài chính công bố Quyết định số 52/2008/QĐ-BTC về lãi suất tín dụng đầu tư, tín dụng xuất khẩu của Nhà nước và mức chênh lệch lãi suất được tính hỗ trợ sau đầu tư. Theo đó, mức lãi suất cho vay tín dụng đầu tư của Nhà nước bằng đồng Việt Nam là 12%/năm, bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi là 7,8%/năm; lãi suất cho vay tín dụng xuất khẩu bằng đồng Việt Nam là 14,4%/năm, bằng ngoại tệ là 7,8%/năm. Tiếp đến, ngày 5 tháng 12 năm 2008, Bộ trưởng Bộ Tài chính tiếp tục ban hành Quyết định số 114/2008/QĐ-BTC của Bộ Tài chính về việc công bố lãi suất cho vay tín dụng đầu tư, tín dụng xuất khẩu của Nhà nước và mức chênh lệch lãi suất được tính hỗ trợ sau đầu tư. Trong đó quy định: Lãi suất cho vay tín dụng đầu tư của Nhà nước bằng đồng Việt Nam là

¹⁵ Điều chỉnh chính sách thương mại trong điều kiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, (2009) TS. Phạm Thị Hồng Yên, NXB Lao động - xã hội.

10,2%/năm, bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi là 6,9%/năm. Lãi suất cho vay tín dụng xuất khẩu của Nhà nước bằng đồng Việt Nam là 10,8%/năm, bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi là 6,9%/năm.

Mới đây nhất, ngày 12 tháng 2 năm 2009, Bộ trưởng Bộ Tài chính lại ra Quyết định số 291/ QĐ-BTC Về việc công bố lãi suất cho vay tín dụng đầu tư, tín dụng xuất khẩu của Nhà nước và mức chênh lệch lãi suất được tính hỗ trợ sau đầu tư. Quyết định này quy định lãi suất cho vay tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu của Nhà nước bằng đồng Việt Nam là 6,9%/năm, bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi là 5,4%/năm. Cũng trong tháng 2 năm 2009, Bộ Công Thương kiến nghị Chính phủ cho phép giảm lãi suất cho vay tín dụng xuất khẩu đối với VND xuống mức 3%/năm. Ngoài ra, Bộ Công Thương cũng kiến nghị Chính phủ nghiên cứu, xem xét việc cấp tín dụng cho các nhà nhập khẩu nước ngoài hoặc cho các nhà nhập khẩu được trả chậm khi ký kết hợp đồng với doanh nghiệp Việt Nam. Bộ còn dự kiến đề xuất xem xét thực hiện hỗ trợ lãi suất cho nhà nhập khẩu nước ngoài để thực hiện các hợp đồng nhập khẩu hàng hóa. Theo đó, khi ký kết hợp đồng mua hàng của doanh nghiệp Việt Nam, nhà nhập khẩu nước ngoài sẽ được hỗ trợ một khoản tiền tương ứng với 50% lãi suất vay ngân hàng mà nhà nhập khẩu phải trả khi vay tiền mua hàng. Khoản tiền này sẽ được chuyển cho nhà nhập khẩu nước ngoài thông qua doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Đây là mức tương đương với mức lãi suất của doanh nghiệp đang vay từ các ngân hàng thương mại khi Nhà nước cấp bù lãi suất 4%, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu.

Như vậy chỉ trong vòng hơn nửa năm, Bộ Tài chính đã ban hành liên tục 3 quyết định có quy định về lãi suất tín dụng xuất khẩu. Lãi suất tín dụng xuất khẩu đã giảm từ 14,4%/năm bằng đồng Việt Nam tháng 7 năm 2008 xuống còn 6,9%/năm vào tháng 2 năm 2009 và có khả năng giảm xuống còn 3%. Đây là một trong những nỗ lực của Bộ Tài chính nhằm giúp các doanh

ngành xuất khẩu Việt Nam vượt qua khó khăn trong thời kỳ kinh tế khủng hoảng như hiện nay.

3.2. Trợ cấp xuất khẩu

Trước năm 1998, Nhà nước không có chính sách trợ cấp trực tiếp cho xuất khẩu. Từ năm 1998, để đối phó với cuộc khủng hoảng tài chính xảy ra ở các nước và thúc đẩy xuất khẩu, Nhà nước ta đã hỗ trợ mạnh cho xuất khẩu nông sản. Từ năm 1999 đến năm 2001, tổng số tiền hỗ trợ cho nông sản xuất khẩu là 43.001,72 tỷ đồng; trong đó cả năm 1999 là 10.837,43. Việt Nam trợ cấp dưới hình thức thưởng xuất khẩu đối với 6 mặt hàng trong nông nghiệp là gạo, cà phê, chè, rau quả, thịt lợn, hạt tiêu.

Ngày 27/9/1999, Chính phủ Việt Nam đã thành lập Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu theo Quyết định 195/1999/QĐ-TTg. Quỹ được lập ra nhằm khuyến khích và hỗ trợ xuất khẩu dưới hình thức: Bù lãi suất dự trữ hàng hóa xuất khẩu, cấp lỗ khi cần thiết, thưởng tìm kiếm thị trường và mở rộng thị trường xuất khẩu. Quỹ hỗ trợ xuất khẩu đã đi vào hoạt động, góp phần hỗ trợ cho các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu. Việc xét thưởng 2 lần trong năm đã kích thích các doanh nghiệp tìm kiếm, mở rộng thị trường, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Số tiền thưởng tuy không nhiều nhưng lợi ích các doanh nghiệp thu được là không nhỏ. Đó là hình thức quảng bá cho doanh nghiệp và sản phẩm của doanh nghiệp đó trên thị trường.

Nhờ có những chính sách hỗ trợ kịp thời như vậy, trong giai đoạn 5 năm 2001 - 2005, hoạt động XNK tăng mạnh. Tổng kim ngạch XNK 5 năm đạt 111 tỷ USD, tăng 17,5%/năm (so với kế hoạch đề ra là 16%/năm). Thị trường xuất khẩu mở rộng, đặc biệt là hàng hóa xuất khẩu đã thâm nhập vào thị trường Mỹ sau 30 năm liên tục cấm vận (1964 - 1994).

Năm 2006, Việt Nam gia nhập WTO. Thông thường, trong quá trình đàm phán gia nhập WTO, các nước có thể đàm phán để điều chỉnh một số nội dung so với quy định chung về trợ cấp tại Hiệp định SCM. Đối với Việt Nam, những điều chỉnh này bao gồm:

- Đối với trợ cấp đèn đỏ: Việt Nam cam kết bãi bỏ hoàn toàn các loại trợ cấp này (bao gồm trợ cấp xuất khẩu và trợ cấp khuyến khích thay thế hàng nhập khẩu) từ thời điểm gia nhập. Riêng đối với các ưu đãi đầu tư (ưu đãi về thuế) dựa trên tiêu chí thành tích xuất khẩu và tỷ lệ nội địa hoá mà cơ quan Nhà nước đã cho phép doanh nghiệp được hưởng từ trước ngày gia nhập WTO thì sẽ được tiếp tục thực hiện cho đến hết 5 năm kể từ ngày gia nhập.

- Các loại trợ cấp khác và các hình thức xử lý vi phạm hoặc biện pháp đối kháng: Tuân thủ Hiệp định SCM.

Do vậy, ngày 8 tháng 9, Thủ tướng Chính phủ ký Văn bản số 124/2008/QĐ-TTg bãi bỏ Quyết định số 195/1999/QĐ-TTg ngày 27-9-1999 của về việc thành lập, sử dụng, quản lý Quỹ hỗ trợ xuất khẩu. Cũng theo cam kết với WTO, tới năm 2008, Việt Nam đã xóa bỏ các biện pháp trợ cấp xuất khẩu và trợ cấp thay thế hàng nhập khẩu đối với tất cả các ngành công nghiệp (trừ các trợ cấp dưới dạng ưu đãi đầu tư, nhưng không kể ngành dệt may, đã được áp dụng trước thời điểm gia nhập WTO thì sẽ được bảo lưu trong vòng 5 năm tiếp theo). Tuy nhiên, việc loại bỏ các hình thức trợ cấp xuất khẩu trên cũng không gây ảnh hưởng nhiều tới tình hình xuất khẩu của Việt Nam.

3.3. Bán phá giá hàng hóa

Ngày 29 tháng 4 năm 2004, Ủy ban thường vụ Quốc hội đã ban hành Pháp lệnh số 20/2004/PL-UBTVQH về việc Chống bán phá giá hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam. Việc ban hành pháp lệnh chống bán phá giá đối với

hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam xuất phát từ yêu cầu của thực tiễn chúng ta đang trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Do vậy, cơ chế điều hành XNK của Việt Nam ngày càng được đơn giản hóa thông qua việc loại bỏ các hàng rào phi thuế quan và cắt giảm thuế quan. Khi đó, nếu hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam bị bán phá giá sẽ có nhiều khả năng gây thiệt hại lớn cho ngành sản xuất hàng hóa tương tự trong nước.

Nội dung của Pháp lệnh gồm sáu chương với các quy định: phạm vi, đối tượng điều chỉnh, các biện pháp chống bán phá giá... Các tổ chức, cá nhân đại diện ngành sản xuất trong nước có thể khởi kiện hàng hóa nhập khẩu bán phá giá, nếu tổng giá trị hàng hóa do họ sản xuất hoặc đại diện chiếm ít nhất 25% tổng sản lượng hàng hóa tương tự của ngành sản xuất trong nước, và chiếm trên 50% tổng lượng sản xuất hàng hóa tương tự của những nhà sản xuất ủng hộ hoặc phản đối yêu cầu áp dụng các biện pháp chống bán phá giá. Bộ Thương mại là cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm thực hiện các khâu từ nhận hồ sơ yêu cầu áp dụng các biện pháp chống bán phá giá của các tổ chức, cá nhân đại diện ngành sản xuất trong nước, tiến hành các công việc điều tra, ra quyết định áp dụng biện pháp chống bán phá giá.

Tiếp đó, năm 2005, Nghị định 90/2005/NĐ-CP ngày 11/7/2005, quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh chống bán phá giá hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam và Nghị định 89/2005/NĐ-CP ngày 11/7/2005 quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh chống trợ cấp hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam cũng được ban hành.

Đảm bảo khung pháp lý được hoàn thiện, năm 2005, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 106/2005/TT-BTC ngày 5/12/2005 nhằm hướng dẫn thu, nộp, hoàn trả thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và các khoản đảm bảo thanh toán thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp. Để thực thi một cách hiệu quả những chính sách, quy định đã được ban hành, Chính phủ

đã thành lập Cục Quản lý cạnh tranh trực thuộc Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) có chức năng quản lý Nhà nước về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ. Cơ cấu, chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của Cục Quản lý cạnh tranh được quy định tại Nghị định số 06/2006/NĐ-CP ngày 09/01/2006 của Chính phủ và Quyết định số 27/2006/QĐ-BTM ngày 28/8/2006 của Bộ trưởng Bộ Thương mại.

II. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

1. Gạo

Trong 15 năm qua, số lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo hàng năm tăng dần, những năm gần đây ổn định ở mức khoảng 3,5 - 4 triệu tấn/năm. Việt Nam đã xây dựng và mở rộng được thị trường xuất khẩu gạo ổn định, với nhiều thị trường truyền thống và tiềm năng. Chênh lệch về giá gạo xuất khẩu của Việt Nam và giá gạo xuất khẩu của các nước khác đã thu hẹp. Nguồn thóc gạo trong nước đã được củng cố, duy trì ở quy mô nhất định nên tạo được nguồn hàng xuất khẩu ổn định.

Gạo được coi là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đem lại nguồn ngoại tệ lớn cho Ngân sách Nhà nước. Hiện nay diện tích lúa đạt chất lượng xuất khẩu chiếm khoảng 70% tổng diện tích gieo trồng (khoảng 4,1 triệu hecta), còn khoảng 30% trồng giống lúa IR 50404 kháng rầy năng suất cao. Hiệp hội lương thực Việt Nam (VFA) là cơ quan chịu trách nhiệm xuất khẩu gạo và điều hòa an ninh lương thực quốc gia. Trước năm 2000, mặt hàng gạo được quản lý xuất khẩu bằng hạn ngạch. Ngày 21 tháng 7 năm 2008, Thủ tướng Chính phủ ra Quyết định số 104/2008/QĐ-TTg về việc ban hành mức thuế tuyệt đối thuế xuất khẩu đối với mặt hàng gạo và phân bón xuất khẩu. Như sau:

Bảng 7. Mức thuế suất tuyệt đối đối với mặt hàng gạo

(Theo Quyết định số 104/2008/QĐ-TTg)

STT	Giá gạo xuất khẩu theo giá FOB	Mức thuế tuyệt đối (đồng/tấn)
1	Từ 600 USD/tấn đến dưới 700 USD/tấn	500.000
2	Từ 700 USD/tấn đến dưới 800 USD/tấn	600.000
3	Từ 800 USD/tấn đến dưới 900 USD/tấn	800.000
4	Từ 900 USD/tấn đến dưới 1.000 USD/tấn	1.200.000
5	Từ 1.000 USD/tấn đến dưới 1.100 USD/tấn	1.500.000
6	Từ 1.100 USD/tấn đến dưới 1.200 USD/tấn	1.900.000
7	Từ 1.200 USD/tấn đến dưới 1.300 USD/tấn	2.300.000
8	Trên 1.300 USD/tấn.	2.900.000

Nguồn: Quyết định số 104/2008/QĐ-TTg.

Ngày 26 và 27 tháng 4 năm 2008, giá gạo trong cả nước tăng đột biến. Cơn sốt giá gạo này đã được xác định nguyên nhân trực tiếp là do hiện tượng đầu cơ, trục lợi, ghim hàng để đẩy lên cao nhân tình hình giá gạo thế giới có nhiều bất ổn. Nhằm khắc phục tình hình đó, Thủ tướng đã chấp thuận đề nghị của Bộ Tài chính và giao Bộ này chủ trì soạn thảo trình Thủ tướng ban hành quyết định áp dụng tuyệt đối đối với mặt hàng gạo bắt đầu từ tháng 6 năm 2008. Cũng vào tháng 6 năm 2008, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn phối hợp với Bộ Công Thương và Hiệp Hội Lương thực Việt Nam thành lập quỹ gạo quốc gia 100000 tấn nhằm bình ổn hệ thống phân phối và đủ nguồn cung để can thiệp khi thị trường xảy ra biến động. Ngày 19/6/2008, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng đã có công văn yêu cầu các Bộ: Bộ Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chỉ đạo các doanh nghiệp đẩy mạnh mua lúa và thực hiện việc xuất khẩu gạo có hiệu quả nhất. Ngân hàng

Nhà nước chỉ đạo các ngân hàng thương mại đảm bảo đủ vốn lưu động cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo.¹⁶

Tới tháng 12 năm 2008, Bộ Tài Chính thông báo gạo xuất khẩu được chính thức ngừng đánh thuế xuất khẩu từ ngày 19 tháng 12 năm 2008 nhằm khuyến khích xuất khẩu. Quyết định một phần dựa trên đề nghị của Hiệp hội Lương thực Việt Nam về việc bỏ thuế xuất khẩu gạo hoặc nâng mức giá gạo xuất khẩu chịu thuế xuất khẩu lên từ 800 USD/tấn thay vì 600 USD/tấn¹⁷.

2. Thủy sản

Việt Nam là một trong số 10 nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới. Năm 2008 xuất khẩu thủy sản đã đem lại cho đất nước 4,562 tỷ USD. Các thị trường xuất khẩu thủy sản quan trọng nhất của Việt Nam là Mỹ, EU, Nhật và Hàn Quốc, chiếm hơn 50% tổng kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Mỹ gặp rất nhiều khó khăn. Bởi lẽ Mỹ là một trong số ít các quốc gia có nguồn lợi thủy sản rất lớn, giàu có và được bảo vệ có hiệu quả nhờ vào luật pháp đầy đủ và được thực thi nghiêm chỉnh, hệ thống quản lý Nhà nước đối với nghề cá rất khoa học và thực tiễn. Mặt khác, Mỹ là thị trường mở, có quan hệ buôn bán thủy sản với hơn 120 nước trên thế giới. Người tiêu dùng rất khó tính với chất lượng hàng thủy sản. Hầu hết các tiêu chuẩn về hàng thủy sản đều xuất phát từ quốc gia này như ISO 9000, ISO 14000... Thực tế là hàng thủy sản Việt Nam đã vấp phải rất nhiều các vụ kiện và từ chối nhập khẩu vào thị trường Mỹ. Sau khi cá basa Việt Nam bị cho rằng nhiễm dư lượng kháng sinh và không được phép lưu thông

¹⁶ http://www.tin247.com/thu_tuong_yeu_cau_day_manh_xuat_khau_gao-3-33754.html

¹⁷ <http://www.irvietnam.net>

tại 3 bang của Mỹ , Bộ Thủy sản đã ban hành Quyết định số 26/2005/QĐ-BTS công bố danh mục 11 loại kháng sinh thuộc nhóm Flouroquinolones cấm sử dụng trong sản xuất, kinh doanh thủy sản xuất khẩu vào Mỹ.

Ngày 25/10/2006, Thủ tướng Chính phủ ban hành quyết định số 242/2006/QĐ-TTg về việc phê duyệt “Chương trình xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020”. Chương trình nhận định, Mỹ là thị trường chính của thủy sản xuất khẩu Việt Nam, phần đầu ổn định thị phần xuất khẩu tại Mỹ khoảng 23 - 25% những năm trước mắt và trên 30% những năm cuối của giai đoạn 2006 - 2010. Giai đoạn từ 2008 - 2020, mặt hàng xuất khẩu chủ lực vẫn là tôm các loại, chiếm khoảng 65 -75% tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Chủ yếu vẫn là tôm nguyên liệu đông lạnh được nuôi trồng ở miền Trung, Nam Bộ và thường bị kiểm soát chặt chẽ bởi mặt hàng này thường xuyên bị nhiễm khuẩn Samonella, nhiễm bản, nhiễm hóa chất và thuốc thú y. Bên cạnh đó, nhóm cá cũng là mặt hàng cần đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Trong đó nhóm cá ngừ đại dương có lợi thế cạnh tranh, ngoài ra còn có nhóm cá tra, cá basa, cá thu, cá chỉ vàng, cá rô phi, cá kiểng, cá rô phi. Nhóm hàng mực đông lạnh, bạch tuộc, cua, các loại nhuyễn thể hai mảnh vỏ cũng chiếm một tỷ trọng lớn trong xuất khẩu thủy sản vào Mỹ trong thời gian tới.

Năm 2009, Bộ Công thương thông qua Đề án “Đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm chế nhập siêu hàng hoá giai đoạn 2009 - 2010” nhằm đưa ra các giải pháp hữu hiệu cho việc phát triển ngành thủy sản. Đề án xác định khó khăn chủ yếu mà các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đang gặp phải, đó là áp lực từ các hành vi bảo hộ thương mại, các hàng rào kỹ thuật, kiểm dịch chặt chẽ và thường xuyên ban hành các tiêu chuẩn mới hơn về dư lượng kháng sinh và an toàn vệ sinh thực phẩm của các nước nhập khẩu. Nhiều doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản hiện nay đang thiếu nguyên liệu trong nước để sản xuất trong

khi thuế nhập khẩu ở mức cao 10% - 20%, hầu hết các nhà máy chế biến thủy sản chỉ hoạt động được khoảng 70% công suất do thiếu nguyên liệu chế biến. Theo dự báo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, để đáp ứng đủ nhu cầu chế biến xuất khẩu, từ nay đến năm 2010, nhập khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sẽ tăng từ 8 đến 10%/năm, với giá trị khoảng 200 triệu USD/năm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản còn phải đối mặt với những yếu kém trong khâu marketing, sử dụng internet để tiếp thị cũng như đội ngũ quản lý, lao động đáp ứng trình độ... Bộ Công Thương đã đưa ra một số giải pháp cơ bản, trong đó nhấn mạnh đến việc duy trì tốc độ phát triển của ngành thủy sản hiện nay trên cơ sở tăng cường các yếu tố đảm bảo phát triển bền vững như: tái tạo nguồn lợi, an toàn cho ngư dân, từng bước điều chỉnh cơ cấu nghề cá, giảm khai thác ven bờ, phát triển đánh bắt xa bờ; Kiến nghị các cơ quan quản lý và các doanh nghiệp cần đẩy mạnh công tác kiểm tra, kiểm soát an toàn vệ sinh chất lượng hàng thủy sản từ khâu nuôi trồng - nguyên liệu tới thành phẩm để giữ uy tín cho hàng thủy sản của Việt Nam cũng như đáp ứng được yêu cầu của thị trường nhập khẩu, nghiên cứu và lai tạo các giống mới có chất lượng cao. Bộ Công Thương cũng đề xuất Chính phủ hỗ trợ kinh phí cho trang bị máy móc, thiết bị và chi phí kiểm tra dư lượng kháng sinh và vệ sinh an toàn thực phẩm (kể cả khâu thu mua nguyên liệu, sơ chế, sản xuất và xuất khẩu) cho doanh nghiệp; xem xét giảm thuế nhập khẩu nguyên liệu thủy sản trên cơ sở tham khảo các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam như Trung Quốc, ASEAN; đơn giản hoá các thủ tục hải quan, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xúc tiến việc nhập khẩu nguyên liệu, góp phần giảm giá thành sản xuất thủy sản xuất khẩu và tăng tính cạnh tranh. Ngoài ra, tại Đề án “Đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm chế nhập siêu hàng hoá giai đoạn 2009 - 2010”, Bộ Công Thương xác định, đẩy mạnh việc cho vay vốn ưu đãi nuôi trồng thủy sản đối với người dân và doanh nghiệp cũng là một

trong các giải pháp quan trọng giúp doanh nghiệp thủy sản Việt Nam thâm nhập hơn nữa vào thị trường nước ngoài¹⁸ trong đó có thị trường Mỹ.

3. Dệt may

Trong những năm qua, Ngành dệt may Việt Nam đã đạt được rất nhiều thành công trong việc giải quyết việc làm cho người lao động cũng như đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước, từng bước đưa nước ta trở thành một trong 10 quốc gia có ngành dệt may phát triển nhất thế giới. Chính phủ Việt Nam đã từng bước thực hiện các chính sách ngoại thương nhằm thúc đẩy xuất khẩu mặt hàng này sang Mỹ - Thị trường nhập khẩu số 1 hàng dệt may Việt Nam. Tháng 4 năm 2003, Mỹ và Việt Nam đã ký kết Hiệp định dệt may, Hiệp định Dệt may này giúp các nhà sản xuất dệt may trong nước của Mỹ bằng việc đưa Việt Nam tham gia vào hệ thống hạn ngạch dệt may toàn cầu và giúp các nhà nhập khẩu của chúng ta bằng việc đảm bảo sự chắc chắn và tránh khả năng không dự đoán trước những hạn chế phát sinh đơn phương, ngẫu nhiên và thường xuyên. Bộ Thương mại đã liên tục ban hành hàng loạt các thông báo, công văn, quyết định nhằm hướng dẫn cho các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ cũng như ban hành các quy định ngày càng thông thoáng hơn nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này. Điển hình là các Thông báo số 0962/TM-XNK ngày 28/4/2003 về hướng dẫn xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ, hay Công văn số 1183/ TM-XNK ban hành ngày 4/6/2003 về hạn ngạch dệt may xuất khẩu sang Hoa Kỳ, Quyết định 0665/2003/QĐ-BTM ban hành ngày 4/6/2003 về việc cấp visa xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ...

Nhằm phát huy các thế mạnh đó và khắc phục các khó khăn trong tình hình xuất khẩu hiện nay, ngày 10 tháng 3 năm 2008, Thủ tướng Chính phủ đã

¹⁸ <http://www.vietnamustrade.org/index.php?f=news&do=detail&id=244&lang=vietnamese>

ban hành Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg về việc phê duyệt “Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020”. Trong đó, mục tiêu tổng quát là phát triển ngành Dệt May trở thành một trong những ngành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu; đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng trong nước, tạo nhiều việc làm cho xã hội; nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập, vững chắc kinh tế khu vực và thế giới, với mục tiêu cụ thể như sau:

Bảng 8: Mục tiêu tăng trưởng ngành Dệt May Việt Nam tới năm 2020

Tốc độ tăng trưởng	Giai đoạn 2008-2010	Giai đoạn 2011-2020
Tăng trưởng sản xuất hàng năm	16 - 18%	12 - 14%
Tăng trưởng xuất khẩu hàng năm	20%	15%

Nguồn: Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020.

Chiến lược cũng đưa ra các biện pháp về đầu tư, phát triển nguồn nhân lực, giải pháp về khoa học công nghệ... nhằm đạt được các mục tiêu đó. Theo đó có các biện pháp tài chính rất ưu đãi như: Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách Nhà nước cho các Viện nghiên cứu, các Trường đào tạo trong ngành Dệt May Việt Nam để tăng cường cơ sở vật chất và thực hiện các hoạt động nghiên cứu và đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Dệt May theo nguyên tắc phù hợp với các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia. Nhà nước cũng cho các doanh nghiệp Dệt may được vay vốn tín dụng Nhà nước, vốn ODA và vốn của quỹ môi trường để thực hiện các dự án xử lý môi trường.

Tại Đề án “Đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm chế nhập siêu hàng hoá giai đoạn 2009 - 2010”, Bộ Công Thương đã xác định đối với thị trường Mỹ, để đạt được kim ngạch xuất khẩu khoản 6 tỷ USD vào năm 2010, nâng tỷ lệ kim

ngạch xuất khẩu của nước này lên trên 6% (xuất khẩu của Việt Nam năm 2008 vào Mỹ chỉ chiếm 5% kim ngạch nhập khẩu của nước này), Bộ Công Thương và Hải quan, đồng thời triển khai hoạt động của Tổ kiểm tra cơ động; Tổ chức làm việc với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu lớn (đặc biệt là xuất khẩu những mặt hàng nằm trong diện giám sát) để nắm rõ khả năng sản xuất, xuất khẩu luôn luôn nắm thế chủ động và đưa ra kế hoạch xuất khẩu phù hợp, vừa có sự kế thừa, vừa có tính phát triển.

Năm 2006, Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) đã thực hiện việc cấp visa tự động cho hầu hết các nhóm Cat. (trừ Cat. 340/6400 trong 6 tháng đầu năm. Đối với những mã hàng (cat) nóng có tỷ lệ thực hiện cao trong năm 2006, Bộ khuyến cáo các doanh nghiệp xuất khẩu với số lượng tối thiểu bằng số lượng đã thực hiện trong năm 2005 để tránh tình trạng vượt mức hạn ngạch chung vào thị trường Mỹ.

Năm 2009, dệt may Việt Nam đứng trước nhiều thách thức lớn, trong đó có việc Trung Quốc nhiều khả năng sẽ được dỡ bỏ hạn ngạch khi xuất khẩu vào thị trường Mỹ, gây sức ép cạnh tranh lớn đối với hàng dệt may Việt Nam. Tháng 4/2009, Bộ Công Thương ban hành Thông tư 07/2009/TT-BCT, theo đó, tất cả các lô hàng dệt may xuất khẩu sang Hoa Kỳ thuộc các chủng loại (Cat) hàng dệt may 338, 339, 340, 341, 345, 347,348, 351, 352 sẽ phải làm thủ tục cấp Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O), nhằm giảm tối đa phiền hà ách tắc cho doanh nghiệp khi xuất khẩu, tránh tình trạng lợi dụng C/O được cấp để gian lận thương mại, góp phần thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Hoa Kỳ phát triển bền vững.

III. ĐÁNH GIÁ THỜI CƠ VÀ THÁCH THỨC XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

1. Thời cơ

1.1. Mỹ là một thị trường rộng lớn và đa dạng

Thứ nhất, đây là thị trường khổng lồ với dân số là hơn 300 triệu người vào năm 2007, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa mỗi năm đạt gần 2.000 tỷ USD. Vì vậy, nhu cầu và sức mua của thị trường này là vô cùng lớn, cho dù trong tình trạng kinh tế khủng hoảng và chính sách thắt chặt tài chính của Chính phủ Mỹ.

Thứ hai, đây là thị trường đa sắc tộc, đa dạng về nhu cầu, mức độ sử dụng. Nước Mỹ đứng thứ 10 trên thế giới về thu nhập bình quân đầu người mỗi năm, khoảng 43.500 đô-la trong năm 2006. Tuy nhiên, sự phân phối thu nhập tại Mỹ cũng mang tính bất bình đẳng nhất trong số tất cả các nền kinh tế lớn.. Năm 2004, theo Cơ quan Ngân sách của Quốc hội, thu nhập của nhóm hộ gia đình có thu nhập cao nhất của nước Mỹ đã chiếm tới 53,5% tổng thu nhập của người dân Mỹ, trong khi đó, thu nhập của nhóm hộ gia đình nghèo nhất chỉ chiếm có 4,1%. Riêng nhóm 1% đứng đầu đã có thu nhập chiếm 16,3% tổng thu nhập toàn quốc, tăng gấp 3 lần so với tỷ lệ này vào những năm 1960-1970. Mặt khác, Mỹ là một đất nước đa dân tộc, với lượng dân nhập cư vào Mỹ mỗi năm khoảng hơn 1 triệu người, cứ 30 giây lại có một di dân đặt chân lên nước Mỹ. Do vậy, nhu cầu về hàng hóa là vô cùng đa dạng, phong phú. Người dùng hàng cao cấp đắt tiền cũng có, người dùng hàng chất lượng vừa phải, giá thấp, đặc biệt là đối tượng dân nhập cư vào Mỹ cũng chiếm đa số.

1.2. Hiệu lực của Hiệp định thương mại song phương Việt Mỹ (BTA)

Việc ký kết Hiệp định này đã mang lại cho Việt Nam rất nhiều thuận lợi. Hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ sẽ được hưởng mức thuế MFN trung bình khoảng 3% so với mức thuế trước đó là 40%. Hiện nay, Mỹ đang xem xét khả năng cho Việt Nam hưởng GSP đối với một số mặt hàng. Nếu được hưởng GSP khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, hàng hóa Việt

Nam sẽ có những cơ hội lớn để tăng kim ngạch xuất khẩu, đa dạng hóa các chủng loại mặt hàng, từ đó có thể tạo được vị thế cân bằng với các nước đang phát triển khác khi tiến vào thị trường Hoa Kỳ. Thực trạng kim ngạch XNK giữa hai nước trong những năm qua đã chứng minh những thuận lợi mà BTA mang lại cho việc xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Mỹ của Việt Nam. Kể từ khi Hiệp định thương mại song phương hai nước có hiệu lực (năm 2001), kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ qua các năm đều tăng trưởng trên 20%/năm. Năm 2008, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ của Việt Nam đạt 12,5 tỷ đôla. Thị trường Mỹ chiếm 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

1.3. Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO

Trở thành thành viên của WTO, Việt Nam bước vào một sân chơi lớn, đồng nghĩa với việc chấp nhận những luật lệ thương mại toàn cầu. Nhưng cũng đồng nghĩa với việc hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam được đối xử một cách bình đẳng, qua đó mở rộng thị trường, tăng xuất khẩu. Ví dụ, đối với hàng dệt may xuất khẩu vào thị trường Mỹ, trước đây, dưới chế độ hạn ngạch, phần lớn hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam phải có hạn ngạch hoặc visa do Chính phủ cấp, một thủ tục thường dẫn đến các khoản phí phải trả thêm cũng như cơ hội cho việc đưa và nhận hối lộ. Nhưng sau khi đạt được thỏa thuận với Mỹ về việc gia nhập WTO của Việt Nam, chúng ta đã dỡ bỏ được hạn ngạch đối với hàng dệt may xuất khẩu sang Mỹ. Gia nhập WTO còn tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam trong việc giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế, bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp Việt Nam gỡ bỏ được những rào cản và phân biệt đối xử đối với hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới.

1.4. Lợi thế của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Mỹ.

Hiện nay đang có những hãng phân phối lớn ở Hoa Kỳ có những đơn hàng, hoặc nhu cầu NK lớn cung cấp cho những cửa hàng trung bình vì người dân nước này đang tiết kiệm chi tiêu hơn và không đi đến những cửa hàng đắt tiền do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế. Ví dụ, với hàng thủy sản, trước đây, các DN Việt Nam vẫn thường xuất tôm sú sang Hoa Kỳ, nhưng nay, người dân chuyển thói quen từ dùng tôm sú sang tôm chân trắng, do giá rẻ hơn... Ngoài ra, Việt Nam cũng là nước XK hàng thực phẩm nhiều và hàng hóa này không bị ảnh hưởng nhiều khi cầu giảm xuống như các hàng hóa khác.

Năm 2009, một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng có những ưu thế nhất định. Ví dụ đối với hàng dệt may với tốc độ tăng trưởng mỗi năm trên 20%. Ngày 21/11/2008, Bộ Thương mại Mỹ (DOC) đã tuyên bố kết quả rà soát lần thứ 3 đối với hàng dệt may nhập khẩu từ Việt Nam. Đây cũng là lần rà soát cuối cùng trong chương trình giám sát hàng dệt may Việt Nam trước khi kết thúc nhiệm kỳ của Chính phủ Bush. DOC đã kết luận rằng, không đủ bằng chứng để tiến hành việc điều tra chống bán phá giá.

Bên cạnh đó, Việt Nam còn có những lợi thế đặc trưng của mình đó là sự ổn định về chính trị tạo điều kiện cho sự ổn định về kinh tế - xã hội trong hàng chục năm qua, nguồn lao động dồi dào, giá thành nhân công rẻ. Mặt khác, do phát triển sau nhiều nước nên Việt Nam có thể rút kinh nghiệm của các nước đi trước, tránh được sai sót, thất bại, tận dụng được vốn, công nghệ để phát triển đất nước.

2. Thách thức

2.1. Cuộc khủng hoảng kinh tế trầm trọng của Mỹ và thế giới hiện nay

Ngày 21 tháng 1 năm 2008, cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ đã chính thức lan ra thị trường thế giới. Không thể đứng ngoài cuộc chơi toàn cầu, bởi

vậy, những tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ tới Việt Nam là điều không thể tránh khỏi. Có nhiều ý kiến khác nhau về mức độ tác động đến nền kinh tế Việt Nam. Song, nhiều chuyên gia cho rằng, xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ sẽ chịu tác động trực tiếp và nhanh nhất. Năm 2007, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Nhưng sau khi kinh tế Mỹ lâm vào khủng hoảng, tốc độ xuất khẩu sang thị trường Mỹ đã giảm xuống từ những tháng đầu năm 2008. Trong 7 tháng đầu năm 2007, tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ chỉ đạt 19,2%, thấp hơn khá nhiều so với mức 28,6% của cả năm 2007. Tính tới tháng 9 năm 2008, tỷ trọng của thị trường Mỹ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đã giảm từ 20,7% năm 2007 xuống còn 17,7%. Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam chịu ảnh hưởng nhiều nhất là hàng may mặc, giày da, cá basa, cà phê... Mặt khác, theo đánh giá của nhiều chuyên gia kinh tế thì kinh tế Mỹ có thể phải tới cuối năm 2010 mới có thể phục hồi được, do vậy, người tiêu dùng Mỹ phải cắt giảm chi tiêu, kéo theo nhu cầu nhập khẩu giảm. Thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam bị thu hẹp lại, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ khó có thể đạt được mức 30%/năm như trong thời gian qua, mà chỉ đạt khoảng 20% trong giai đoạn 2009 - 2010. Thêm vào đó là chính sách tín dụng thắt chặt, giá nguyên liệu đầu vào tăng cao, khiến giá thành sản xuất cao, hàng hóa khó cạnh tranh. Việc xuất khẩu giảm đi vào thị trường Mỹ sẽ làm chậm lại tốc độ phát triển GDP của Việt Nam. Không chỉ gây ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ, mà cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ còn tác động gián tiếp đến tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang EU và Nhật Bản - hai thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam do người tiêu dùng của các thị trường này cũng phải cắt giảm chi tiêu, nên nhu cầu nhập khẩu đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cũng sẽ có xu hướng giảm. Cuộc khủng hoảng còn tác động không nhỏ tới thị trường tài chính - tiền tệ, thị trường chứng khoán, bất động sản và cả vấn đề giải ngân vốn đầu tư trực tiếp nước

ngoài (FDI), vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), từ đó gây ảnh hưởng tới khả năng sản xuất và xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam.

2.2. ảnh hưởng của đại dịch cúm A H₁N₁ (swine flu)

Căn bệnh cúm lợn A H₁N₁ được cho là bùng phát vào ngày 13/4/2009 tại Mexico, sau đó nhanh chóng lan rộng ra trên phạm vi toàn thế giới. 86 người ở Mexico đã chết do nghi ngờ bị nhiễm cúm lợn chủng H1N1. Tổ chức Y tế thế giới (WHO) đã cảnh báo đại dịch cúm A nguy hiểm ở cấp độ 5. Tại Mỹ, tính đến ngày 26.4.2009, Mỹ đã công bố 20 phòng thí nghiệm khẳng định đã có các trường hợp bệnh nhân bị nhiễm cúm heo A/H1N1, trong đó có 8 trường hợp ở New York, 7 ở California, 2 ở Texas, 2 ở Kansas và 1 ở Ohio¹⁹. Căn bệnh này đang đe dọa cuộc sống, sức khỏe của người dân, đồng thời cũng ảnh hưởng không nhỏ tới tình hình kinh tế Mỹ. Bộ Giáo dục Mỹ đã ra lệnh đóng cửa hơn 430 trường học tại 18 bang nhằm ngăn chặn bệnh dịch lây lan giữa các học sinh. Những trường có người bị nhiễm phải đóng cửa ít nhất 14 ngày vì thời gian trẻ em phát bệnh sau 7-10 ngày nếu bị lây. Người dân hạn chế ra đường, do vậy, việc mua sắm, tiêu dùng bị thu hẹp lại. Mặt khác, tình hình này cũng khiến cho người dân Mỹ cảnh giác hơn với các loại thực phẩm, đặc biệt là thực phẩm nhập khẩu, Chính phủ Mỹ cũng tăng cường kiểm soát về mặt chất lượng đối với các mặt hàng thực phẩm nhập khẩu từ nước ngoài. Vì vậy, tình hình xuất khẩu hàng hóa sang Mỹ càng gặp nhiều khó khăn.

2.3. Chênh lệch về trình độ và quy mô sản xuất

Mỹ là một quốc gia có trình độ phát triển cao, quy mô sản xuất lớn, trong khi đó nền kinh tế Việt Nam lại đang trong giai đoạn phát triển, công

¹⁹ <http://vovnews.vn/Home/Tiep-tuc-canh-bao-dai-dich-cum-A-H1N1-o-muc-do-5/20095/111077.vov>

nghệ thấp kém, quản lý yếu. Do vậy, Việt Nam khó có thể đáp ứng được yêu cầu của thị trường Mỹ về số lượng và thời gian. Nhu cầu của thị trường Mỹ về một loại hàng hóa nào đó thường rất lớn và tập trung vào một thời kỳ nhất định. Vì vậy, muốn đáp ứng được nhu cầu này cần phải mở rộng sản xuất, tăng nhập khẩu máy móc, thiết bị, công nghệ, nhưng sau đó, nhà máy sẽ hoạt động tiếp theo như thế nào trong khi nhu cầu từ phía thị trường Mỹ không còn nhiều như trước nữa? Đây là một bài toán khó đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong hiện tại cũng như tương lai. Mặt khác, tiêu chuẩn của Mỹ đối với hàng hóa là rất cao, đặc biệt là hàng nông sản và thực phẩm - đó là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Hầu hết, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam hiện nay đều chưa thích hợp với nhu cầu đa dạng của thị trường Mỹ. Chính vì vậy, chúng ta đã gặp không ít các khó khăn khi thâm nhập vào thị trường này. Ví dụ như sự kiện tháng 5/2007 Cơ quan quản lý Thuốc và Thực phẩm Hoa Kỳ có công bố danh sách 28 nhà xuất khẩu thủy hải sản và thực phẩm Việt Nam có hơn 30 mặt hàng vi phạm các tiêu chuẩn vi sinh, kháng sinh, tạp chất,... và bị từ chối nhập khẩu.

2.2. Các doanh nghiệp Việt Nam không am hiểu luật pháp

Như chúng ta đã biết luật pháp của Mỹ rất đa dạng và phức tạp. Do chưa am hiểu nên các doanh nghiệp Việt Nam đã gặp không ít khó khăn trong sản xuất kinh doanh. Vụ kiện cá ba sa năm 2002 là một điển hình. Cũng vì chưa am hiểu luật pháp nên nhiều công ty Việt Nam đã sẵn sàng ký hợp đồng ngay sau khi đàm phán mà không cần xem xét lại. Điều này khác hẳn với các nhà kinh doanh người Mỹ. Mỗi khi đàm phán ký hợp đồng họ đều nhờ tới các luật sư xem xét và cho ý kiến trước. Chính vì vậy, họ đã tránh được các rủi ro khi thực hiện hợp đồng.

2.3. Khó khăn về địa lý

Khoảng cách địa lý cũng là một khó khăn lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Khoảng cách xa làm cho chi phí vận tải tăng, rủi ro với hàng hóa lớn. Điều đó đã làm cho sức cạnh tranh của hàng hóa giảm sút. Mặt khác, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam hiện nay là những mặt hàng nông sản thực phẩm chưa tinh chế nên khoảng cách xa càng bất lợi. Do vậy, hoạt động tuyên truyền, quảng cáo cũng gặp không ít khó khăn, người tiêu dùng Mỹ càng ít có cơ hội để làm quen với hàng hóa và con người Việt Nam.

2.4. Khác biệt về ngôn ngữ

Đây là một trở ngại lớn trong giao tiếp. Thế hệ người Việt Nam lớn tuổi hầu hết biết và sử dụng ngoại ngữ của các nước XHCN, tiếng Anh rất hạn chế. Việc đàm phán, ký kết hợp đồng với người Mỹ rất nhanh chóng vì người Mỹ đã có hợp đồng thảo sẵn, trong đó họ đã khéo léo gài các yếu tố ràng buộc chặt chẽ và các chi tiết có tính chất thủ đoạn pháp lý để khi cần có thể đưa doanh nghiệp nước ngoài ra tòa án mà tại đó họ dễ dàng thắng kiện. Do vậy, nếu không thông thạo tiếng Anh thì khó có thể phát hiện được.

2.5.Sức ép cạnh tranh lớn

Kinh doanh XNK trên thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam còn gặp phải sự cạnh tranh rất lớn từ phía các doanh nghiệp nước khác, đặc biệt là các doanh nghiệp Trung Quốc, những người có nguồn hàng tương tự nhưng lại có chất lượng tốt và giá cả rẻ hơn. Bên cạnh đó, chúng ta còn vấp phải sự cạnh tranh từ phía các nước ASEAN, Ấn Độ và các nước khác trên thế giới. Các nước này cũng đang lấy thị trường Mỹ làm thị trường trọng điểm, vì thế tạo sức ép cạnh tranh lớn đối với hàng xuất khẩu Việt Nam.

2.6. Quan hệ giữa hai nước còn nhiều phức tạp

Trong quá trình bình thường hóa quan hệ với Việt Nam, Mỹ thường là bên đưa ra các điều kiện và muốn áp đặt đối với Việt Nam, như về mặt chính sách Việt Nam là một nước đang phát triển nên vẫn muốn bảo hộ nền kinh tế còn yếu kém còn Mỹ lại có xu hướng áp đặt các nước phải tự do hoá thương mại hơn nữa. Như đã phân tích ở trên, đây sẽ là vật cản khá lớn trên con đường phát triển thương mại giữa hai quốc gia. Hiện nay, quan hệ giữa hai nước tuy đã được khai thông nhưng và phát triển nhưng bên cạnh đó, chúng ta đang gặp phải các thế lực thù địch có âm mưu tìm mọi cách ngăn trở sự phát triển quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước. Nhiều phần tử phản động người Việt hiện nay vẫn đang âm mưu chống cộng sản, tìm mọi cách để phá hoại đất nước, ngăn cản sự phát triển của một xã hội tươi đẹp trên quê hương họ.

CHƯƠNG III

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

I. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ

1. Định hướng chung về xuất khẩu

Tháng 3 năm 2006, Bộ Thương mại đã ban hành Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010. Theo đó:

1.1. *Mục tiêu tổng quát* của hoạt động xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 là phát triển xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GDP, giải quyết việc làm và chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động, trước hết là cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động trong nông nghiệp, nông thôn. Đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh, đồng thời tích cực phát triển các mặt hàng khác có tiềm năng thành những mặt hàng xuất khẩu chủ lực mới, theo hướng nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; tăng sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô. Để đạt được những mục tiêu trên, các quan điểm chủ đạo về phát triển xuất khẩu trong giai đoạn 2006-2010 cần được quán triệt thực hiện là:

(1) Tiếp tục kiên trì chủ trương dành ưu tiên cao cho xuất khẩu để tăng kim ngạch xuất khẩu nhằm thúc đẩy tăng trưởng GDP, phát triển sản xuất, thu hút lao động.

(2) Gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước; vừa chú trọng thị trường trong nước, vừa quan tâm mở rộng thị trường xuất khẩu.

(3) Giữ vững các thị trường lớn, trọng điểm đồng thời đa dạng hóa hơn

nữa thị trường xuất khẩu để tránh lệ thuộc, rủi ro trong xuất khẩu.

(4) Gắn thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu, thông qua đó giảm nhập siêu ở các thị trường hiện có mức nhập siêu lớn nhằm giảm nhập siêu của cả nước; xây dựng và thực hiện lộ trình giảm nhập siêu trong giai đoạn 2006 - 2010.

(5) Khuyến khích, tạo điều kiện và khai thác tối đa tiềm năng của mọi thành phần kinh tế trong hoạt động xuất - nhập khẩu nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp.

1.2. Các chỉ tiêu phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010

Đề án đã đề ra các mục tiêu chính cho phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 như sau :

- Phần đầu tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trung bình trong cả giai đoạn 2006 - 2010 đạt mức 17,5%.

- Về cơ cấu hàng xuất khẩu: Với mục tiêu “chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; tăng sản phẩm chế biến chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng thô. Theo đó, tỷ trọng của các nhóm hàng nông - lâm - thủy sản và nhiên liệu - khoáng sản sẽ có xu hướng giảm dần và nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ sẽ có xu hướng tăng dần”, Đề án xây dựng cơ cấu cụ thể cho từng nhóm hàng xuất khẩu như sau:

Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giảm dần tỷ trọng trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam từ 19,1% năm 2006 xuống còn 13,7% năm 2010. Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản với hai mặt hàng chủ yếu là dầu thô và than đá giảm mạnh từ 21,0% năm 2006 xuống còn 9,6% năm 2010. Riêng nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ tăng khá mạnh từ 45,9% năm 2006 lên 54,1% năm 2010.

- Về cơ cấu thị trường xuất khẩu: Dự kiến, khu vực thị trường châu Á giảm dần tỷ trọng từ 48,8% năm 2006 xuống 45,5% năm 2010 song vẫn chiếm ưu thế trong cơ cấu xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Âu tăng nhẹ tỷ trọng từ 18,2% năm 2006 lên 20% vào năm 2010. Xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng dần tỷ trọng từ 21,5% năm 2006 lên 24% vào năm 2010. Tỷ trọng xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Phi tăng khá từ 2,2% năm 2006 lên 2,8% năm 2010. Khu vực thị trường châu Đại Dương có tỷ trọng giảm không đáng kể từ 7,8% năm 2006 xuống 7,7% năm 2010.

- Đối với hoạt động xuất khẩu tại chỗ: Tập trung vào việc khai thác hoạt động chi tiêu và mua sắm hàng hoá của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và các nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Theo dự tính, đến năm 2010 lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam sẽ đạt trên 6 triệu người với mức chi tiêu bình quân 100 USD/người/ngày và thời gian lưu trú trung bình 6 ngày. Trên cơ sở này, phấn đấu đến năm 2010 doanh thu từ hoạt động xuất khẩu hàng hoá tại chỗ của Việt Nam đối với khách du lịch quốc tế sẽ đạt trên 1,2 tỷ USD. Dự kiến, tổng doanh thu xuất khẩu hàng hoá tại chỗ của Việt Nam đến năm 2010 sẽ có thể đạt khoảng 1,5 - 1,7 tỷ USD.

- Lộ trình giảm nhập siêu: trong thời gian tới, cùng với nhiệm vụ đẩy mạnh xuất khẩu cần phải có cơ chế kiểm soát nhập siêu hiệu quả, tiến tới cải thiện cán cân thương mại và nâng cao mức dự trữ ngoại tệ nhằm duy trì sự lành mạnh của các chỉ tiêu kinh tế vi mô.

Dự kiến, nhập siêu hàng hóa giảm dần trong giai đoạn 2006-2010 và đến năm 2010 sẽ xuất siêu khoảng 500 triệu USD. Tốc độ tăng nhập khẩu bình quân cả giai đoạn ở mức 14,3%/năm

- Về các mặt hàng xuất khẩu chủ lực bao gồm: Thủy sản, dệt may, giày dép, điện tử và linh kiện máy tính các sản phẩm từ gỗ.

+ Thủy sản: Phần đầu đến năm 2010 đạt kim ngạch 4-5 tỷ USD và mỗi năm tăng hơn 200 triệu USD, tiếp tục khai thác thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc. Cơ hội đa dạng hóa thị trường còn lại ở các thị trường ASEAN, Trung Quốc và các nước Đông Âu cũ.

+ Dệt may: Dự kiến, đến năm 2010 xuất khẩu hàng dệt may sẽ đạt kim ngạch 10 tỷ USD với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 15,8%/năm. Thị trường xuất khẩu đối với mặt hàng này cần hướng tới vẫn là các nước phát triển có sức mua lớn như Hoa Kỳ, EU, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia và các thị trường nhỏ lẻ nhưng đóng vai trò là trung tâm mua sắm của các khu vực như Hồng Kông, Singapore, Thụy Sĩ, Anh...

+ Giày dép: Dự kiến, đến năm 2010 mặt hàng này đạt kim ngạch 6,2 - 6,5 tỷ USD và tăng trưởng với tốc độ bình quân 16,7%/năm. Thị trường xuất khẩu tiềm năng của mặt hàng này trong những năm tới là các nước phát triển có sức mua lớn như Hoa Kỳ, EU, Canada, Nhật Bản, Hồng Kông, Hàn Quốc, Australia. Bên cạnh đó, còn có thể khai thác các thị trường có sức mua không lớn nhưng chấp nhận hàng hóa phù hợp với năng lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam như Indonesia, Malaysia, Trung Đông, châu Phi, Nam á, Nga và các nước Đông Âu cũ...

+ Linh kiện điện tử và máy tính. Theo định hướng chiến lược phát triển các sản phẩm công nghiệp của ngành công nghiệp thì mặt hàng điện tử và linh kiện máy tính được xếp vào nhóm trọng tâm ưu tiên phát triển trong giai đoạn 2006-2010 và phần đầu đạt kim ngạch xuất khẩu 4,7 tỷ USD vào năm 2010, tăng trưởng bình quân ở mức cao 27%/năm. Về thị trường xuất khẩu, hiện nay ta đang xuất khẩu mặt hàng này chủ yếu sang các nước ASEAN, Nhật Bản và Hàn Quốc, Hoa Kỳ. Trong thời gian tới có thể nhắm tới Trung Quốc, Hồng Kông, EU (nhất là Đức), và đặc biệt là các nước thành viên mới của EU như Hungary, Ba Lan, cộng hòa Séc và Slovakia...

+ Sản phẩm từ gỗ: Đây là mặt hàng đã khẳng định được vị trí tương đối vững chắc trong cơ cấu xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là kể từ năm 2004 với kim ngạch xuất khẩu vượt mức 1 tỷ USD và tăng trưởng bình quân đạt gần 40%/năm trong vòng 5 năm qua. Chỉ tiêu tăng trưởng xuất khẩu đặt ra cho mặt hàng này là đến năm 2010 xuất khẩu đạt giá trị 5,5 tỷ USD, tăng bình quân 28,9%/năm. Thị trường xuất khẩu là Nhật Bản, EU (Pháp, Đức).

- Các nhóm hàng có khả năng gia tăng xuất khẩu: Nhóm này về cơ bản bao gồm những mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp, trong đó trọng tâm là các mặt hàng: **sản phẩm nhựa, hàng thủ công mỹ nghệ, dây điện và cáp điện, xe đạp và phụ tùng xe đạp.**

+ Sản phẩm nhựa: Chỉ tiêu đặt ra cho mặt hàng này là đến năm 2010 xuất khẩu đạt mức 1,3 tỷ USD, tăng bình quân 30%/năm.

+ Hàng thủ công mỹ nghệ: Kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong những năm qua tuy không lớn nhưng có vai trò quan trọng trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn, và là mặt hàng xuất khẩu giúp xóa đói giảm nghèo do có khả năng thu hút nhiều lao động.

+ Dây điện và dây cáp điện: Khả năng gia tăng xuất khẩu của mặt hàng này là rất lớn do xu hướng đầu tư của các doanh nghiệp sản xuất trong nước và nước ngoài vào sản xuất mặt hàng này khá mạnh mẽ. Dự kiến kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng khoảng 31%/năm trong giai đoạn 2006-2010 và đạt 2.022 triệu USD vào năm 2010.

+ Xe đạp và phụ tùng xe đạp. Tính bình quân trong 5 năm qua vẫn đạt tốc độ tăng kim ngạch là 16%/năm (là nhóm hàng xuất khẩu có tốc độ tăng kim ngạch nhanh). Hiện tại, năng lực sản xuất xe đạp xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá cao, có khả năng cạnh tranh và đã khẳng định được chỗ đứng

trên nhiều thị trường. Dự kiến, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ đạt 617 triệu USD vào năm 2010.

- Nhóm hàng cần nâng cao giá trị gia tăng để tăng kim ngạch xuất khẩu: Nhóm hàng này về cơ bản bao gồm các mặt hàng nông, lâm, thủy sản, trong đó trọng tâm là: **gạo, cà phê, rau quả, cao su, hạt tiêu, hạt điều, chè...**

- Tiến tới cân bằng xuất khẩu - nhập khẩu vào những năm đầu sau năm 2010

2. Định hướng xuất khẩu vào thị trường Mỹ

Theo Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 của Bộ thương mại năm 2006 (nay là Bộ Công Thương), xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng dần tỷ trọng từ 21,5% năm 2006 lên 24% vào năm 2010. Trong đó, xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ tăng trưởng bình quân khoảng 19%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 16,7 tỷ USD. Dưới đây là định hướng xuất khẩu vào các thị trường cụ thể trong giai đoạn này.

Bảng 9: Cơ cấu thị trường xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2006 - 2010

Thị trường	Cơ cấu năm 2006	Tăng kim ngạch bình quân 2006-2010	Cơ cấu năm 2010
Châu á	48,7	14,1	45,5
ASEAN	16,5	12,0	11,5
Trung Quốc	9,7	14,5	10,7
Nhật Bản	14,2	9,2	12,4
Châu Âu	18,2	18,9	22,0
EU-25	16,9	15,0	20,5
Châu Mỹ	21,5	19,4	24,0

Hoa Kỳ	20,4	19,0	23,1
Châu Phi	2,2	23,3	2,8
Châu Đại Dương	7,8	15,7	7,7

Nguồn: Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 của Bộ thương mại

Theo đó, Hoa Kỳ vẫn là một trong những thị trường quan trọng nhất của Việt Nam xét tại thời điểm hiện nay lẫn tiềm năng trong tương lai, cần tích cực khai thác để có thể mở rộng qui mô xuất khẩu, đặc biệt là đối với một số mặt hàng như dệt may, giày dép, thủy sản, đồ gỗ, máy móc thiết bị điện, điện tử, hạt điều, cao su, đồ gốm sứ và đồ mũ nón, vali, túi xách. Định hướng cụ thể đối với từng mặt hàng như sau:

- Thủy sản: nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 10,6 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Hoa Kỳ chỉ chiếm 5,8% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 9,5% (đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD).

- Dệt may: nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 78 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Hoa Kỳ chỉ chiếm 3,3% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 5% (đạt kim ngạch trên 4 tỷ USD).

- Giày dép: nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 20 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Hoa Kỳ chỉ chiếm 3% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 5% (đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD).

- Gỗ: nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 30,7 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2005 vào Hoa Kỳ chỉ chiếm 1,8% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 3,5% (đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD).

II. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ.

Như đã phân tích ở Chương II, hiện nay, tình hình kinh tế Mỹ nói riêng và kinh tế thế giới nói chung đang gặp phải rất nhiều khó khăn, ảnh hưởng rất lớn đến khả năng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Mỹ. Chúng ta chỉ có rất ít thuận lợi trong khi khó khăn trước mắt là rất lớn. Trước tình hình đó, cần phải có các giải pháp tích cực với mục tiêu hoàn thiện chính sách ngoại thương Việt Nam nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Mỹ - Thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam hiện nay. Trong khuôn khổ đề tài Khóa luận tốt nghiệp này, em xin đề xuất một số giải pháp sau:

1. Điều chỉnh chính sách thuế quan nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu

Tháng 1 năm 2009, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong tình hình kinh tế khó khăn, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư 03, theo đó, các doanh nghiệp vừa và nhỏ được giảm 30% số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp trong quý IV của năm 2008 và cả năm 2009, tương đương hơn 3.100 tỷ đồng. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng sẽ được giãn thời gian nộp thuế đối với 70% tổng thuế thu nhập doanh nghiệp, thời gian giãn nộp thuế là 9 tháng.

Tuy nhiên, trước điều kiện kinh tế hiện nay, nhằm hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp, việc cần thiết là phải tiếp tục thực hiện giảm 30% số thuế thu nhập doanh nghiệp; giãn thời hạn nộp thuế thu nhập doanh nghiệp trong thời gian 9 tháng đối với số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp năm 2009 của một số đối tượng doanh nghiệp. Tạm hoàn 90% số thuế giá trị gia tăng đầu vào đối với hàng hoá thực xuất khẩu trong trường hợp doanh nghiệp chưa có chứng từ thanh toán qua ngân hàng và hoàn tiếp 10% khi có chứng từ

thanh

toán.

Bên cạnh đó, cần điều chỉnh thuế suất thuế xuất khẩu đối với một số loại tài nguyên, khoáng sản theo hướng hạn chế xuất khẩu, bảo đảm nguồn nguyên liệu cho sản xuất trong nước; giảm thuế suất thuế nhập khẩu đối với một số nhóm hàng là nguyên liệu đầu vào của sản xuất, trong nước chưa sản xuất được hoặc có sản xuất nhưng không đáp ứng đủ nhu cầu để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp giảm chi phí. Đồng thời giãn thời gian ân hạn nộp thuế đối với một số ngành hàng phù hợp với chu kỳ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm (đóng tàu, sản xuất cơ khí...). Thực hiện tốt chính sách về ân hạn thời hạn nộp thuế nhập khẩu (275 ngày) đối với vật tư, nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu.

2. Hoàn thiện các quy chế thương mại phi thuế quan nhằm phù hợp với các yêu cầu của BTA và WTO

Để hoàn thiện và từng bước tạo điều kiện cho nền kinh tế Việt Nam hòa nhập với kinh tế thế giới và khu vực, phục vụ công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, chúng ta cần hoàn thiện các cơ chế phi thuế quan phù hợp với các yêu cầu của BTA và WTO, đó là:

- Giảm dần các biện pháp phi thuế quan và đảm bảo các quy chế thương mại phi thuế quan luôn được công bố rõ ràng.
- Xem xét lợi ích của các đối tác, đồng thời của từng ngành sản xuất và từng sản phẩm cụ thể mà việc ưu tiên giảm các hàng rào phi thuế quan sẽ góp phần thúc đẩy thương mại và tăng trưởng kinh tế trong khu vực và bạn hàng.
- Đảm bảo không áp dụng các biện pháp vô lý gây phương hại cho tiến trình giảm hàng rào phi thuế.

3. Chính sách hỗ trợ xuất khẩu

3.1. Thành lập các cơ quan hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tại Mỹ

Nhằm xúc tiến hoạt động thương mại Việt Mỹ, việc thành lập các cơ quan hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tại Mỹ là rất quan trọng. Các cơ quan này được thành lập nhằm xúc tiến thương mại của doanh nghiệp Mỹ cũng như doanh nghiệp Việt Nam. Bởi lẽ có rất nhiều doanh nghiệp Mỹ muốn tìm kiếm doanh nghiệp Việt Nam và ngược lại, nhiều doanh nghiệp Việt Nam muốn thâm nhập thị trường Hoa Kỳ. Hoa Kỳ có rất nhiều loại hình doanh nghiệp, từ lớn cho đến nhỏ, từ đơn giản đến kỹ thuật cao. Họ cũng có rất nhiều nhu cầu khác nhau và quan tâm nhiều sản phẩm của Việt Nam như hàng thủ công mỹ nghệ, may mặc, giày dép, thực phẩm..., đặc biệt là hàng may mặc cho thú cưng do chất lượng và giá cả cạnh tranh hơn. Các cơ quan này giúp chuyển giao công nghệ, kỹ thuật từ các doanh nghiệp của Mỹ. Đây là điều doanh nghiệp Việt Nam rất cần. Tuy nhiên, vấn đề hiện nay của doanh nghiệp Việt Nam là thiếu thông tin và doanh nghiệp Mỹ cũng vậy. Họ chưa có nhiều thông tin về doanh nghiệp Việt Nam khi muốn đặt đơn hàng. Vì vậy mục tiêu của các cơ quan này là cung cấp càng nhiều thông tin cho doanh nghiệp Mỹ càng tốt. Thông qua thông tin này, doanh nghiệp Mỹ sẽ quyết định lựa chọn những đối tác họ cần.

Năm 2005, nhân sự kiện Việt Nam gia nhập WTO, Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam tại Mỹ (VBA) đã được thành lập với mục đích xúc tiến thương mại và hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam và Mỹ tìm kiếm các cơ hội làm ăn và hợp tác. Hiệp hội này có sự tham gia của doanh nghiệp Mỹ và luật sư của Mỹ. Có rất nhiều doanh nghiệp Mỹ muốn tìm kiếm doanh nghiệp Việt Nam và ngược lại, nhiều doanh nghiệp Việt Nam muốn thâm nhập thị trường Mỹ. Mô hình hoạt động của VBA tương tự như hiệp hội doanh nghiệp Hồng

Kông. VBA tìm kiếm các doanh nghiệp Việt Nam thuộc nhiều lĩnh vực ngành nghề và giới thiệu cho các đối tác Mỹ. Tại Mỹ có rất nhiều loại hình doanh nghiệp, từ lớn cho đến nhỏ, từ đơn giản đến kỹ thuật cao với nhiều nhu cầu khác nhau. Nhiều doanh nghiệp Mỹ không yêu cầu khả năng sản xuất với qui mô lớn từ đối tác Việt Nam, họ chỉ quan tâm xem đối tác có làm được những đơn hàng theo đúng yêu cầu của họ hay không? Tuy nhiên, do Hiệp hội này mới thành lập, chưa tạo được tiếng vang đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Mặt khác, trước tình hình kinh tế khó khăn như hiện nay, để thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường này cần phải giải quyết nhiều vấn đề. Do vậy, việc thành lập thêm nhiều các cơ quan hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tại Mỹ như VBA là rất quan trọng.

3.2. Thúc đẩy để sớm đạt được việc Hoa Kỳ áp dụng Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) đối với hàng hoá xuất khẩu vào thị trường này

Như chúng ta đã biết, GSP là chế độ ưu đãi mà Mỹ giành cho các nước đang phát triển được hưởng. Hàng hóa của các nước đang phát triển nếu được hưởng GSP thì thuế suất mà Mỹ đánh vào các hàng hóa đó khi nhập khẩu vào Mỹ là rất thấp, thậm chí bằng 0%. Thực chất, GSP không phải là vấn đề mới mẻ trong mối quan hệ giữa hai nước mà đã được các chuyên gia kinh tế quan tâm từ rất lâu, xem đây là bước phát triển tất yếu trong quan hệ thương mại song phương

Việt Nam là nước đang chuyển đổi cơ chế và là nước kém phát triển nên nếu dành được chế độ ưu đãi này của Mỹ sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Quan trọng hơn, việc Việt Nam tham gia chương trình là tín hiệu tích cực về việc tạo dựng lòng tin, là thông điệp cho thấy sự không ngừng mở rộng và phát triển tích cực của quan hệ kinh tế

thương mại - đầu tư Việt Mỹ. Tháng 2 năm 2007, Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ đã tổ chức giới thiệu những nội dung chủ yếu nhất nhằm đáp lại những quan tâm của Việt Nam tới chương trình. Ngày 12/5/2008, Việt Nam đã trao bản đề xuất về việc tham gia GSP với Hoa Kỳ, ngày 20/6/2008, phía Hoa Kỳ đã đọc thông báo đó để lấy ý kiến công luận Mỹ về vấn đề này.

Tuy nhiên, cho tới nay, Việt Nam vẫn chưa được hưởng GSP, trước mắt chúng ta còn rất nhiều khó khăn. Mặc dù trong Điều 3 chương I của Hiệp định có ghi: “ Hoa Kỳ sẽ xem xét khả năng dành cho Việt Nam Chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập” nhưng đó mới chỉ là ghi nhận. Mặt khác, khi gia nhập WTO, Việt Nam vẫn bị coi là nền kinh tế phi thị trường cho tới năm 2010. Vì vậy, để nhận được GSP của Mỹ đòi hỏi một mặt Nhà nước phải kiên trì, tích cực đàm phán, mặt khác các doanh nghiệp cũng phải chú ý tới khâu sản xuất, chế tạo hàng hóa và đòi hỏi hai bên phải tiếp tục hợp tác chặt chẽ để thúc đẩy tiến trình này.

3.3. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật Việt Nam cho tương ứng với hệ thống luật pháp quốc tế

Hoạt động kinh doanh XNK của các doanh nghiệp cần phải tuân theo các quy định của luật pháp Việt Nam và Mỹ. Hơn nữa, Việt Nam đã là thành viên của WTO, một yêu cầu đặt ra là hệ thống pháp luật của Việt Nam phải tương thích với các yêu cầu của WTO. Vì vậy, việc hoàn thiện hệ thống pháp luật Việt Nam sẽ là cơ sở để các doanh nghiệp xây dựng và hoàn thiện kỹ thuật nghiệp vụ kinh doanh của mình với các bạn hàng nước ngoài, trong đó có các doanh nghiệp Mỹ.

Năm 2005, Việt Nam đã tiến hành cải tổ hệ thống luật pháp chuẩn bị cho sự kiện gia nhập WTO. Rất nhiều các văn bản luật đã được sửa đổi, bổ

sung như Luật Thương mại, Luật Đầu tư... và ban hành rất nhiều văn bản pháp luật như Luật Phá sản, Luật Hải quan, Luật Chống độc quyền... Tuy nhiên, do xuất phát điểm thấp nên hệ thống luật pháp của chúng ta có một khoảng cách xa so với Mỹ. Vì vậy, để đáp ứng các quy định trong Điều 1 Chương I Hiệp định Thương mại song phương Việt Mỹ, chúng ta nên xem xét hoàn thiện hệ thống luật pháp theo hướng sau đây:

- Hoàn thiện hệ thống luật pháp phải hướng tới thông lệ quốc tế và các chuẩn mực quốc tế.
- Hệ thống luật pháp phải đồng bộ để mở đường cho xuất khẩu.
- Hệ thống luật pháp phải có tính ổn định trong một khoảng thời gian dài, tránh các thay đổi không cần thiết

3.4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền và phổ biến về thị trường Mỹ, chính sách nhập khẩu của Mỹ và Hiệp định Thương mại Việt Mỹ

Để có thể thâm nhập vào thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tìm hiểu rất nhiều luật và quy định về thương mại của Mỹ. Các doanh nghiệp phải nắm được những quy định điều chỉnh quan hệ hợp đồng mua bán giữa mình và các thương nhân Hoa Kỳ trong Luật Thương mại Hoa Kỳ cùng những đặc điểm khác biệt so với Luật Thương mại Việt Nam. Mặt khác, luật và các quy định về thuế, Hải quan của Hoa Kỳ cũng 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 tới quyền lợi và nghĩa vụ của doanh nghiệp khi xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ không thể thành công trên thị trường nếu không nghiên cứu hệ thống hàng rào phi thuế quan với những quy định chi tiết về danh mục hàng hóa hạn chế nhập khẩu, những quy định về vệ sinh dịch tễ đối với hàng hóa nhập khẩu... hay Luật chống bán phá giá, Luật thuế bù trừ của Mỹ.

Với một hệ thống các luật và quy định phức tạp như vậy, thậm chí mỗi bang lại có những luật hay quy định khác nhau, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ gặp khó khăn trong việc nghiên cứu và rất cần sự giúp đỡ từ phía Nhà nước. Để hỗ trợ doanh nghiệp trong lĩnh vực này, Nhà nước cần tổ chức các khóa học đào tạo, các lớp tập huấn hay hội nghị, hội thảo về hệ thống luật pháp thương mại của Mỹ nhằm nâng cao hiểu biết của các doanh nghiệp về khía cạnh pháp lý trong kinh doanh với Mỹ. 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 hay đĩa hình... nhằm tạo ra nguồn thông tin phong phú và chính xác cho các doanh nghiệp tham khảo. Mặt khác, Nhà nước cũng có thể hỗ trợ các doanh nghiệp thông qua việc cung cấp một số địa chỉ tư vấn pháp luật đáng tin cậy cho các doanh nghiệp.

Để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và các cơ quan quản lý nói chung phải có sự hiểu biết nhất định về thị trường Hoa Kỳ, về đặc điểm của pháp luật cũng như chính sách của Hoa Kỳ đối với việc quản lý nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài vào Hoa Kỳ. Đây không còn là công việc của doanh nghiệp nữa mà hiện nay nó đã là công việc quan trọng của Nhà nước, có ý nghĩa quy định giúp doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Do vậy, Nhà nước cần phải:

- Cho tuyên truyền, bằng nhiều phương tiện thông tin đại chúng, bằng nhiều hình thức, về thị trường Hoa Kỳ, về pháp luật, chính sách nhập khẩu của Hoa Kỳ cũng như tiêu chuẩn chất lượng và thị hiếu người tiêu dùng Hoa Kỳ.

- Thành lập Quỹ hỗ trợ xúc tiến việc tìm hiểu thị trường Hoa Kỳ và cử các doanh nghiệp Việt Nam có khả năng thâm nhập thị trường Hoa Kỳ đi khảo sát bằng nguồn kinh phí hỗ trợ của Nhà nước.

- Khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam tự bỏ kinh phí để tiếp cận, khảo sát thị trường Mỹ.

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

Hoa Kỳ là một thị trường rộng lớn với nhu cầu vô cùng đa dạng, phong phú nhưng cũng lại hết sức khó tính. Một thực trạng là các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc tìm hiểu thông tin về thị trường Mỹ cũng như việc thực hiện các hoạt động xúc tiến bán sản phẩm. Vì vậy, Nhà nước phải có sự hỗ trợ, giúp đỡ các doanh nghiệp trong vấn đề này.

Mới đây, văn phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã tổ chức chương trình “Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam thâm nhập vào thị trường Mỹ” vào tháng 3/2009. Với mục tiêu đánh giá những tác động của cuộc khủng hoảng tài chính Mỹ tới việc xuất khẩu của Việt Nam, cung cấp thông tin thị trường Mỹ theo những mặt hàng chủ đạo và hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam thâm nhập thị trường Mỹ thông qua việc ứng dụng CNTT. Đặc biệt, VCCI đã cung cấp dịch vụ “Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thâm nhập vào thị trường Mỹ” bằng dịch vụ tìm kiếm nhà nhập khẩu Mỹ thông qua hệ thống vận đơn trực tuyến trên Internet - Traderfax. Theo đó, mỗi doanh nghiệp sẽ được cung cấp một tài khoản để tìm kiếm các nhà nhập khẩu của Mỹ, các đối thủ cạnh tranh trực tuyến trên Internet. Đồng thời, trong khuôn khổ chương trình kéo dài 2 tháng, các doanh nghiệp sẽ được đào tạo về các kỹ năng thương mại điện tử, marketing

điện tử và tìm kiếm các đối tác quốc tế và đào tạo việc sử dụng dịch vụ Traderfax trực tuyến trên Internet²⁰. Đây là một trong những việc làm hết sức có ý nghĩa của VCCI nhằm hỗ trợ cho thông tin cho các doanh nghiệp xuất khẩu - Điều rất cần thiết đối với mỗi một doanh nghiệp nhưng doanh nghiệp thường không được cung cấp đầy đủ.

Do vậy, để hỗ trợ tích cực doanh nghiệp xuất khẩu trong vấn đề này, thông qua thương vụ của Việt Nam tại Hoa Kỳ, Bộ Thương mại phải thu thập và phổ biến thông tin về thị trường Hoa Kỳ cho các doanh nghiệp. Đồng thời với những thông tin về thị trường như nhu cầu, đặc điểm, tính chất... của hàng hóa. Bộ Thương mại và thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ cần xây dựng một chiến lược tổng thể về thị trường để giúp các doanh nghiệp trong việc định hướng sản xuất và xây dựng chiến lược xuất khẩu cho riêng mình. Các doanh nghiệp sẽ biết được mặt hàng nào nên sản xuất và với chất lượng ra sao, với mức giá là bao nhiêu để xâm nhập thị trường, đối thủ cạnh tranh trên thị trường cũng như phương thức cạnh tranh của các đối thủ.

3.6. Cải cách thủ tục xuất khẩu

Hiện nay, việc cải cách thủ tục hành chính đang là vấn đề mang tính toàn cầu, các nước phát triển xem cải cách hành chính như một thủ tục để thúc đẩy phát triển kinh tế. Trong lĩnh vực XNK ở Việt Nam, thủ tục XNK còn hết sức rườm rà, gây khó khăn cho các doanh nghiệp đặc biệt là khi xuất khẩu sang thị trường Mỹ bởi lẽ họ cần tranh thủ thời cơ để ký kết hợp đồng và thực hiện đúng điều khoản thời hạn giao hàng với đối tác Mỹ. Mặt khác, các doanh nghiệp Mỹ rất coi trọng tính nhanh nhạy, thông thoáng trong cơ chế XNK của các doanh nghiệp đối tác, đồng thời cũng rất khát khe với việc thực hiện hợp đồng. Do đó, việc rút ngắn thời gian thông quan hàng hoá, đơn giản

²⁰ <http://www.lefaso.org.vn/default.aspx?portalid=1&tabid=262&itemid=1276>

hoá thủ tục hoàn thuế, quyết toán thuế đối với nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất, gia công hàng xuất khẩu cũng rất quan trọng nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang Mỹ.

3.7 Cần có các biện pháp cụ thể để tăng cường khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng cho các doanh nghiệp. Theo đó, em xin đề xuất một số hướng như tiếp tục xem xét điều chỉnh giảm dự trữ bắt buộc của các tổ chức tín dụng; điều chỉnh giảm lãi suất cơ bản phù hợp để hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh. Nghiên cứu, hướng dẫn các tổ chức tín dụng thực hiện việc cho vay theo lãi suất thoả thuận; điều chỉnh linh hoạt tỷ giá ngoại tệ theo tín hiệu thị trường. Đồng thời, cũng nên xem xét điều chỉnh áp dụng lãi suất cho vay của các hợp đồng tín dụng xuống phù hợp theo mức lãi suất hiện hành; không phạt do quá hạn đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp khó khăn; thực hiện nhiệm vụ bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hỗ trợ các doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn vay để phát triển sản xuất, kinh doanh.

KẾT LUẬN

Ngày 3/2/94, Tổng thống Mỹ Bill Clinton đã tuyên bố xoá bỏ lệnh cấm vận với Việt Nam, tháng năm 2001, Hiệp định Thương mại Việt Mỹ bắt đầu có hiệu lực, tháng 4 năm 2003, Hiệp định Dệt may được ký kết... Đó là những mốc chính trị hết sức có ý nghĩa đối với Việt Nam, mở ra một thời kỳ cho kinh tế Việt Nam, cho mối quan hệ Việt Mỹ vốn đã phức tạp. Sau 15 được xoá bỏ cấm vận, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ ngày càng tăng nhanh với tốc độ khoảng 20%/năm. Mỹ đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, là nơi mà hàng hóa Việt Nam muốn hướng tới và chiếm lĩnh. Do vậy, làm thế nào để củng cố, mở rộng và phát triển mối quan hệ hữu nghị Việt Mỹ luôn là mục tiêu và mối quan tâm lớn của Đảng, Nhà nước.

Tuy nhiên, hiện nay, tình hình kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Mỹ nói riêng đang gặp phải khủng hoảng. Các doanh nghiệp Việt Nam đang đứng trước rất nhiều thử thách. Vấn đề đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Mỹ không còn là vấn đề của mỗi cá nhân doanh nghiệp nữa mà lúc này, nhiệm vụ đặt ra cho Chính phủ Việt Nam là phải xây dựng cho được một chính sách ngoại thương phù hợp. Đó là một chính sách theo phương châm “Biết người biết ta trăm trận trăm thắng”, làm sao để phát huy được tối đa các thế mạnh trong nước, khắc phục các hạn chế, sai sót trong công tác quản lý XNK hiện nay.

Trong phạm vi Khóa luận tốt nghiệp này, em đã phân tích thực trạng chính sách ngoại thương Việt Nam nói chung cũng như chính sách ngoại thương Việt Nam đối với một số mặt hàng nổi bật, có giá trị xuất khẩu sang Mỹ cao trong thời gian qua. Quá trình tìm hiểu đó đã giúp em nhận thức được

những thuận lợi và khó khăn của cá doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam trong tình hình hiện nay. Qua đó, em xin đề xuất một số giải pháp hoàn thiện chính sách ngoại thương nhằm thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Tuy nhiên do hạn chế về mặt thời gian và kiến thức nên nội dung Khóa luận của em không thể tránh khỏi những sai sót và hạn chế. Do vậy, em rất mong nhận được ý kiến đóng góp, sửa chữa từ phía các thầy cô và các bạn.

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM VÀ MỐI QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT MỸ	4
I. CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG	4
1. Khái niệm.....	4
2. Vai trò của chính sách ngoại thương.....	5
II. CÁC CÔNG CỤ CHỦ YẾU CỦA CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG	7
1. Chính sách thuế quan (Tariff)	7
2. Chính sách phi thuế quan (Non-tariff measures)	12
2.1. Các biện pháp hạn chế định lượng (Quantitative Restriction).....	13
2.2. Các chính sách tài chính tiền tệ	16
2.3. Rào cản kỹ thuật (Technical Barrier to Trade - TBT)	17
3. Các chính sách hỗ trợ xuất khẩu.	18
3.1. Nhà nước cấp tín dụng xuất khẩu.	18
3.2. Nhà nước bảo đảm tín dụng xuất khẩu.	19
3.3. Trợ cấp xuất khẩu.	20
3.4. Bán phá giá hàng hóa.(Dumping).....	21
3.5. Bán phá giá hối đoái (Exchange Dumping).....	21
III. QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ MỸ	22
1. Thực trạng thương mại hai chiều Việt Mỹ.....	23
2. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ.....	26
3. Thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ của Việt Nam.....	29
CHƯƠNG II. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ.	32

I.THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM.	32
1.Chính sách thuế quan.	32
<i>1.1. Chính sách thuế quan khuyến khích xuất khẩu</i>	<i>33</i>
<i>1.2. Chính sách thuế quan hạn chế nhập khẩu</i>	<i>34</i>
<i>1.3. Những cam kết thuế quan của Việt Nam</i>	<i>35</i>
2.Chính sách phi thuế quan	38
<i>2.1. Các biện pháp hạn chế định lượng</i>	<i>38</i>
<i>2.2.Các chính sách tài chính tiền tệ</i>	<i>45</i>
<i>2.3. Rào cản kỹ thuật</i>	<i>49</i>
3.Chính sách hỗ trợ xuất khẩu	53
<i>3.1.Tín dụng xuất khẩu</i>	<i>53</i>
<i>3.2.Trợ cấp xuất khẩu</i>	<i>55</i>
<i>3.3.Bán phá giá hàng hóa</i>	<i>56</i>
II.THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ	58
1. Gạo	58
2. Thủy sản	60
3. Dệt may	63
III.ĐÁNH GIÁ THỜI CƠ VÀ THÁCH THỨC XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ	65
1.Thời cơ	65
2.Thách thức	68
CHƯƠNG III GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ	74

I. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ	74
1. Định hướng chung về xuất khẩu	74
2. Định hướng xuất khẩu vào thị trường Mỹ	79
II. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG MỸ.	81
1. Điều chỉnh chính sách thuế quan nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu	81
2. Hoàn thiện các quy chế thương mại phi thuế quan nhằm phù hợp với các yêu cầu của BTA và WTO	82
3. Chính sách hỗ trợ xuất khẩu	83
KẾT LUẬN	91