

Quan hệ thương mại Việt – Mỹ kể từ sau Hiệp định Thương mại song phương

PGS.TS. NGÔ XUÂN BÌNH*
PHẠM VIỆT DŨNG**

Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu và rộng hơn vào nền kinh tế toàn cầu bằng việc thiết lập và xây dựng quan hệ kinh tế - thương mại với nhiều quốc gia trên thế giới. Trong số đó, Mỹ luôn được coi là một trong những đối tác kinh tế quan trọng nhất đối với Việt Nam. Từ khi hai nước bình thường hóa quan hệ năm 1994, trao đổi về thương mại, đầu tư đã có nhiều chuyển biến tích cực và đến năm 2000, Hiệp định Thương mại song phương (BTA) Việt Nam - Mỹ đã chính thức được ký kết, mở ra một trang mới với những tiềm năng không giới hạn dẫn đến hai bên khai thác.

Từ khóa: Quan hệ thương mại, Hiệp định, Việt Nam, Mỹ

1. Các thành tựu trong quan hệ thương mại song phương Việt - Mỹ

Kể từ khi BTA Việt - Mỹ chính thức có hiệu lực năm 2001, hàng năm, kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước liên tục tăng. Ngay trong năm đầu tiên kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ đã vượt qua mức 1 tỷ USD (1,0532 tỷ USD). Đặc biệt, cán cân thương mại luôn nghiêng hẳn về phía Việt Nam.

Có thể thấy, lượng hàng hóa được trao đổi, mua bán giữa hai nước đã có sự tăng trưởng đột biến, tổng kim ngạch thương mại của hai nước đã tăng gần gấp đôi, từ 1,5 tỷ USD năm 2001 lên 2,97 tỷ USD vào năm 2002, mức tăng được hình thành chủ yếu từ giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam. Trong 10 năm, kể từ năm

2002 đến năm 2012, tổng kim ngạch hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam - Mỹ đã tăng trên 100%, trong đó, giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ đã tăng 746%, từ 2,394 tỷ USD lên đến 20,265 tỷ USD. Tuy nhiên, quá trình phát triển của quan hệ thương mại giữa hai nước không phải không có những điểm trũng. Trong giai đoạn 2008 – 2009, kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng trầm trọng, gây ảnh hưởng tiêu cực lên tất cả các mặt của kinh tế các quốc gia. Năm 2009, giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ giảm xấp xỉ 2%, đạt 15,385 tỷ USD so với 15,690 tỷ USD của năm 2008. Mặc dù vậy, giai đoạn tiếp theo chứng kiến sự phục hồi đáng kể của kim ngạch thương mại hai chiều Việt – Mỹ, liên tiếp trong 3 năm từ 2010 đến 2012, hàng năm, tổng kim ngạch thương mại hai chiều tăng trên 3 tỷ USD. Đến năm 2012, tổng giá trị giao dịch

*,**Viện Nghiên cứu Ấn Độ và Tây Nam Á

Bảng 1: Kết quả hoạt động thương mại giữa Việt Nam và Mỹ giai đoạn 2001 - Quý I/2013

Đơn vị: triệu USD

Năm	Giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ	Giá trị hàng hóa Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ	Tổng kim ngạch
2001	460,4	1.053,2	1.513,6
2002	580	2.394,8	2.974,8
2003	1.323,8	4.554,8	5.878,6
2004	1.105,5	5.275,3	6.380,8
2005	1.193,2	6.631,2	7.824,4
2006	1.100,3	8.566,7	9.667
2007	1.903,1	10.632,8	12.535,9
2008	2.789,4	12.901,1	15.690,5
2009	3.097,2	12.287,8	15.385
2010	3.708,9	14.867,8	18.576,7
2011	4.309	17.487,2	21.796,2
2012	4.623,3	20.265,9	24.889,2
Q I/2013	1.412,7	5.346,4	6.759,1

Nguồn: Trade in Goods with Vietnam – <http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5520.html>.

thương mại giữa hai nước đã đạt con số 23,889 tỷ USD (xem Bảng 1).

1.1 Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ

Mỹ luôn là một trong những bạn hàng nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam cùng với EU và ASEAN. Trong số các mặt hàng được Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ, chiếm tỷ trọng cao nhất vẫn là các sản phẩm may mặc, thùy san, giấy dếp làm từ da/chất liệu tổng hợp, đồ gỗ gia đình, đồ chơi và dụng cụ thể thao. Trong các mặt hàng đã nêu, hàng dệt may chiếm tỷ trọng cao nhất, tiếp đó là đồ gỗ gia dụng, sau đó là giấy dếp và thùy san.

Có thể thấy, hàng dệt may là sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào thị trường Mỹ, đặc biệt là các mặt hàng may mặc sản xuất từ bông. Các sản phẩm may mặc luôn là mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam vào thị trường Mỹ kể từ khi quan hệ thương mại giữa hai nước được bình thường hóa và càng được đẩy mạnh sau khi BTA Việt – Mỹ chính thức có hiệu lực. Năm 2003, hàng dệt may là sản phẩm duy nhất có kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Mỹ đạt trên 1 tỷ USD.

Trong nhiều năm qua, Mỹ, EU, Nhật Bản là những thị trường truyền thống, chủ

lực trong xuất khẩu của hàng dệt may Việt Nam. Trong đó, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất, tiếp đến là EU và đứng thứ 3 là Nhật Bản. Tính đến cuối năm 2012, xuất khẩu hàng dệt may vào Mỹ đạt trên 7 tỷ USD chiếm 44,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành.

Giá trị xuất khẩu của hàng dệt may Việt Nam vào Mỹ liên tục tăng trong suốt giai đoạn 2003 – 2012, từ 2.379 triệu USD năm 2003 lên đến 7.114 triệu USD năm 2012. Trong các năm 2006 và 2007 mỗi năm giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vào Mỹ đều tăng trên 1 tỷ USD.

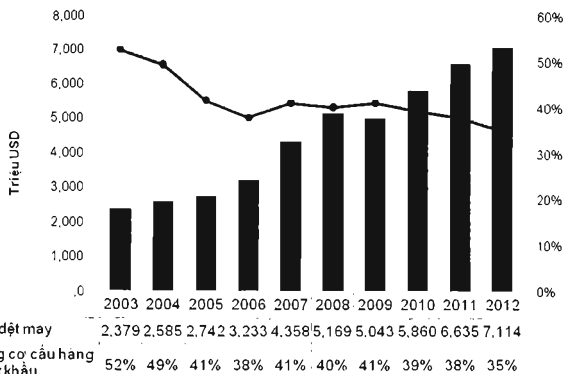
Bảng 2: Một số mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Mỹ giai đoạn 2003 - 2012

Đơn vị: Nghìn USD

Loại hàng hóa	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Thủy sản	732.490	568.947	631.901	653.435	697.581	766.338	680.728	873.156	1.071.390	1.123.935
Máy tính và linh kiện máy tính	61.218	48.697	107.320	186.967	231.741	278.793	305.467	425.745	458.729	704.901
Linh kiện viễn thông	297	882	6.011	13.062	50.646	64.892	88.188	125.398	246.251	357.830
Các loại linh kiện khác	18.422	24.672	32.363	66.420	132.181	180.062	159.709	231.399	303.879	523.863
Hàng dệt may từ vải bông	1.590.829	1.454.635	1.515.499	1.885.567	2.574.677	3.135.969	3.067.588	3.521.772	3.649.380	3.621.577
Hàng dệt may từ len	21.860	45.478	62.469	80.895	109.952	124.742	86.321	90.186	105.798	104.524
Hàng dệt may từ chất liệu khác	766.794	1.084.497	1.164.205	1.266.843	1.673.601	1.908.787	1.889.313	2.248.255	2.879.939	3.388.014
Giày dép làm từ da, cho nữ và các vật liệu khác	112.250	197.601	270.401	350.124	390.476	502.162	541.363	758.002	1.007.762	1.058.812
Giày thể thao, phụ kiện thể thao	280.758	359.574	533.073	717.870	789.155	896.326	930.828	1.077.423	1.303.212	1.616.847
Đồ gỗ gia dụng, dụng cụ gia đình khác	178.897	382.004	690.145	894.345	1.207.406	1.420.489	1.376.891	1.819.835	1.844.522	2.306.294
Các vật dụng gia đình khác	26.158	41.791	48.703	56.634	71.202	167.060	264.003	318.593	360.381	447.501
Đồ chơi, hàng thể thao	51.929	61.601	79.752	92.743	121.836	133.912	178.143	232.368	281.518	430.992

Nguồn: U.S. Exports to Vietnam by 5-digit End-Use Code 2003 2012; <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c5520.html>

Biểu đồ 1: Giá trị hàng dệt may xuất khẩu vào thị trường Mỹ và tỷ trọng trên tổng giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2003 – 2012



Nguồn: Tổng hợp theo số liệu từ Phòng Thương mại Mỹ - <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c5520.html>

Có thể thấy, về mặt giá trị, các sản phẩm dệt may của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ có sự tăng trưởng liên tục trong suốt giai đoạn 2003 – 2012. Đến hết năm 2012, giá trị hàng dệt may xuất khẩu vào Mỹ của Việt Nam đã tăng gấp hơn 3 lần so với mức của năm 2003. Về tỷ trọng trong cơ cấu hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ, hàng dệt may luôn chiếm vị trí cao nhất, năm 2003, giá trị hàng dệt may chiếm đến 52%. Tuy nhiên, tỷ lệ này đã giảm dần trong các năm tiếp theo do sự tăng trưởng của các mặt hàng xuất khẩu khác vào thị trường Mỹ. Đến năm 2012, tỷ trọng hàng dệt may trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu vào Mỹ của Việt Nam đã giảm về mức 35%. Dự báo trong khoảng thời gian từ 5 – 10 năm tới, hàng dệt may vẫn sẽ là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Tuy nhiên, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần nhanh chóng chuyển đổi từ gia công hàng sang chủ

động sản xuất toàn bộ từ nguyên liệu đến thành phẩm để gia tăng giá trị gia tăng trên từng sản phẩm, nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

Xếp sau hàng dệt may là các sản phẩm da giày, đồ gỗ và thủy sản, trong đó, các sản phẩm đồ gỗ nội thất và sản phẩm gia dụng có mức tăng trưởng rất đáng kể cả về giá trị và tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ. Trong khi đó, thủy sản là mặt hàng chiếm tỷ trọng cao và đạt giá trị tương đối lớn vào thời điểm năm 2003. Tuy nhiên, mức tăng trưởng về giá trị của sản phẩm này không thực sự tốt, về tỷ trọng, nếu như trong năm 2003, các sản phẩm cá và thủy sản chiếm đến 16% trong cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu vào Mỹ của Việt Nam thì đến năm 2004, tỷ lệ này giảm còn 11%, tỷ trọng hàng thủy sản tiếp tục giảm trong những năm sau đó, kể từ năm 2007, tỷ trọng hàng thủy sản xuất khẩu vào Mỹ được duy trì ở mức 6% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Bảng 3: Tình hình xuất khẩu các sản phẩm da giấy, thủy sản và đồ gỗ vào thị trường Mỹ giai đoạn 2003 – 2012

Năm	Giá trị hàng da giấy (nghìn USD)	Tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu (%)	Giá trị hàng thủy sản (nghìn USD)	Tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu (%)	Giá trị đồ gỗ nội thất và sản phẩm gia dụng (nghìn USD)	Tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu (%)
2003	393.008	9	732.490	16	178.897	4
2004	557.175	11	568.947	11	382.004	7
2005	803.474	12	631.901	10	690.145	10
2006	1.067.994	12	653.435	8	894.345	10
2007	1.179.631	11	697.581	7	1.207.406	11
2008	1.398.488	11	766.338	6	1.420.489	11
2009	1.472.191	12	680.728	6	1.376.891	11
2010	1.835.425	12	873.156	6	1.819.835	12
2011	2.310.974	13	1.071.390	6	1.844.522	11
2012	2.675.659	13	1.123.935	6	2.306.294	11

Nguồn: U.S. Exports to Vietnam by 5-digit End-Use Code 2003 – 2012; <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c.5520.html>

Đôi với các sản phẩm da giấy, đây là mặt hàng có mức tăng trưởng khá tốt về giá trị. Năm 2003, tổng giá trị các sản phẩm da giấy xuất khẩu vào Mỹ, gồm sản phẩm có nguồn gốc từ da và sản phẩm từ nguyên liệu tổng hợp, đạt trên 393 triệu USD, đến năm 2006, giá trị các sản phẩm da giấy đã vượt mốc 1 tỷ USD. Giai đoạn 2007 – 2012, giá trị xuất khẩu của ngành liên tục tăng và đến năm 2012, tổng giá trị các sản phẩm da giấy của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ đã đạt 2,67 tỷ USD. Về tỷ trọng, sản phẩm da giấy luôn duy trì trong khoảng từ 9 – 13% tổng kim ngạch xuất khẩu trong suốt giai đoạn 2003 – 2012

Nhóm hàng hóa linh kiện máy tính, thiết bị viễn thông là nhóm có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất xét về giá trị. Năm 2003, tổng giá trị các sản phẩm linh kiện điện tử viễn thông xuất khẩu vào Mỹ của Việt Nam chỉ đạt 61,5 triệu USD. Tuy nhiên, sau 3 năm, đến năm 2006, con số này đã tăng lên gấp trên 3 lần, đạt trên 200 triệu USD. Trong suốt giai đoạn 2007 – 2012, giá trị xuất khẩu của nhóm các mặt hàng linh kiện điện tử, máy tính vào thị trường Mỹ liên tục tăng,

đến năm 2012, con số này đã đạt trên 1 tỷ USD, tăng 1,782% so với năm 2003. Việc các sản phẩm có hàm lượng kỹ thuật, công nghệ cao được thị trường Mỹ chấp nhận là tín hiệu rất tích cực cho ngành sản xuất trong nước.

1.2. Cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ

Nhóm hàng hóa có giá trị nhập khẩu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu hàng hóa của Mỹ xuất khẩu sang Việt Nam là các sản phẩm nông sản và thực phẩm. Nguyên nhân là do đời sống người dân Việt Nam đang ngày càng được nâng cao, nhu cầu tiêu dùng các loại thực phẩm xuất xứ từ nước ngoài cũng ngày càng tăng lên. Ngoài ra có nhiều sản phẩm nông sản Việt Nam không sản xuất được do điều kiện tự nhiên không phù hợp. Với uy tín về xuất xứ, quy trình sản xuất đảm bảo và chất lượng sản phẩm đã được khẳng định, các loại nông sản từ Mỹ, trong đó đặc trưng như lúa mỳ, đậu nành, các loại thịt gia súc, gia cầm đã được nhiều doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu để phân phối trong nước.

Bảng 4: Cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ giai đoạn 2003 - 2012

Đơn vị: Nghìn USD

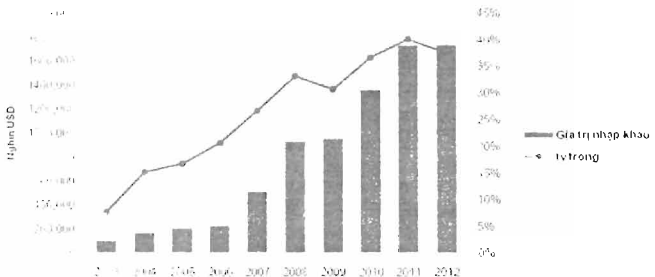
Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nhóm hàng nông sản, thực phẩm	102.088	166.882	198.800	225.698	506.349	923.559	948.365	1.353.168	1.721.695	1.727.220
Nhóm hàng nhiên liệu	1.796	989	8.596	1.557	6.293	6.129	5.729	11.860	8.790	9.825
Nhóm hàng nguyên vật liệu	185.559	273.222	270.901	330.044	573.417	700.077	812.160	962.794	1.023.358	1.052.530
Nhóm hàng máy công cụ, dụng cụ công nghiệp.	938.546	560.697	590.371	399.251	441.745	671.480	707.640	834.725	1.058.247	1.406.824
Nhóm hàng linh kiện và phương tiện chở khách, chở hàng	20.365	29.419	27.982	39.967	251.269	320.914	421.027	300.426	268.533	166.519
Nhóm hàng được phẩm, đồ gia dụng và hàng tiêu dùng khác	69.014	66.035	88.062	94.483	105.381	140.312	159.771	179.527	195.287	226.766
Nhóm hàng phục vụ quân sự	581	285	178	434	537	557	641	582	539	871
Các mặt hàng khác	5.840	7.936	8.260	8.854	18.070	26.425	41.856	62.460	53.136	33.728
Tổng giá trị nhập khẩu	1.323.782	1.105.471	1.193.152	1.100.284	1.903.057	2.789.449	3.097.194	3.705.549	4.309.588	4.624.332

Nguồn: Tổng hợp theo số liệu từ Phòng Thương mại Mỹ <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c5520.html>

Nông sản và thực phẩm cũng là nhóm hàng có mức tăng trưởng về giá trị nhập khẩu nhanh nhất so với các nhóm hàng hóa còn lại. Từ năm 2012, mức tăng so với năm 2011 là không đáng kể thì mỗi năm, trong giai đoạn từ năm 2003 đến năm 2011, giá trị hàng nông sản và thực phẩm nhập khẩu từ Mỹ vào Việt Nam tăng từ vài chục đến vài trăm triệu USD. Giá trị nhập khẩu nông sản và thực phẩm của năm 2012 đạt mức 1.727 triệu USD, tăng 28% so với mức của

năm 2010 và tăng gấp gần 17 lần so với mức của năm 2003. Tại thời điểm năm 2003, tỷ trọng các sản phẩm nông sản và thực phẩm trong cơ cấu hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ chỉ chiếm 8% thì đến năm 2006, tỷ lệ này đã tăng lên đạt 21%, ba năm sau đó, mức tỷ trọng tăng thêm 10%, đạt 31% vào năm 2009. Đến năm 2011, hàng nông sản và thực phẩm chiếm đến 40% trong tổng cơ cấu hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ.

Biểu đồ 2: Diễn biến giá trị nhập khẩu và tỷ trọng của nhóm hàng nông sản và thực phẩm trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ giai đoạn 2003 - 2012



Nguồn: Tổng hợp theo số liệu từ Phòng Thương mại Mỹ - <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c5520.html>

Chiếm vị trí cao thứ hai trong cơ cấu hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ là nhóm hàng máy công cụ, dụng cụ công nghiệp. Nhóm hàng này bao gồm tất các loại máy móc phục vụ sản xuất, máy công nghiệp nặng phục vụ khai khoáng, khai mỏ, máy nông nghiệp, các bộ phận, động cơ, các loại dụng cụ sản xuất, đo lường...

Các sản phẩm trên luôn được quan tâm bởi các doanh nghiệp sản xuất trong nước, vì vậy hàng năm, giá trị nhập khẩu của nhóm hàng máy công cụ, dụng cụ công nghiệp đều chiếm tỷ trọng tương đối cao trong tổng cơ cấu hàng nhập khẩu từ Mỹ, dù vậy về tổng thể, tỷ trọng nhóm hàng này cũng đang trong xu thế giảm.

Tiếp đến là nhóm hàng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất, chế tạo, gia công. Các sản phẩm này chủ yếu gồm nguyên liệu cho ngành sản xuất cơ khí (phôi sắt, thép, đồng, kẽm...); các loại vật liệu như cao su, gỗ, da chất lượng cao mà trong nước chưa đủ điều kiện công nghệ, kỹ thuật để sản xuất. Nhóm hàng này có mức tăng trưởng khá ấn tượng trong giai đoạn 2003 – 2012. Nguyên nhân có thể lý giải là bởi việc sản xuất, gia công của các doanh nghiệp trong nước ngày càng phát triển, yêu cầu đối với các loại nguyên vật liệu phức tạp cũng ngày càng được đa dạng hóa. Ngoài ra một số doanh nghiệp Mỹ đầu tư tại Việt Nam có những điều khoản yêu cầu nhập khẩu trực tiếp nguyên liệu từ công ty mẹ.

Nhìn chung, có thể nhận thấy sự tăng trưởng của giá trị nhập khẩu hàng hóa từ Mỹ của Việt Nam tỷ lệ thuận với sự tăng trưởng của quan hệ thương mại xuất nhập khẩu song phương, tuy nhiên, hợp tác thương mại theo chiều xuất khẩu từ Mỹ sang Việt Nam vẫn còn một số trở ngại cần khắc phục trong thời gian tới.

2. Các mặt hạn chế trong quan hệ thương mại song phương Việt – Mỹ

2.1. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam vào Mỹ

Trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào Mỹ hiện nay, chiếm tỷ trọng cao nhất là những nhóm hàng nông sản, dệt may, da giày. Tuy nhiên, những nhóm hàng này cũng là những nhóm tồn tại nhiều hạn chế mà Việt Nam cần nhanh chóng khắc phục để đạt hiệu quả xuất khẩu cao nhất vào thị trường Mỹ.

Đối với nông sản, thị trường Mỹ có những yêu cầu rất cao về tiêu chuẩn chất lượng, định lượng đối với nông sản nhập khẩu, trong khi đó, những người sản xuất nông sản Việt Nam lại chưa thực sự chú trọng đến việc sản xuất theo quy mô công nghiệp, áp dụng những tiêu chuẩn kỹ thuật đối với cây trồng để có sản phẩm đạt chất lượng đảm bảo cho xuất khẩu. Hệ quả tất yếu là nông sản Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ thường không đạt được mức giá như mong đợi.

Hàng hóa nông sản của Việt Nam cũng mới chỉ được xuất khẩu ở dạng thô mà chưa được đầu tư, xây dựng thành những thương hiệu đặc trưng của Việt Nam, khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng, nông sản Việt Nam lại được gắn mác của nhà nhập khẩu, nhà phân phối nước ngoài, giá trị gia tăng trên sản phẩm không được tận dụng triệt để.

Đối với hàng dệt may và da giày, Việt Nam không chủ động được nguồn nguyên vật liệu cho sản xuất, ví dụ như trong ngành dệt may, đến trên 90% tổng giá trị hàng dệt may xuất khẩu hàng năm là các mặt hàng gia công từ nguồn nguyên liệu nhập khẩu từ nước ngoài.

Việc phải phụ thuộc vào nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu từ nước ngoài, nhất là từ Trung Quốc, Thái Lan, trong khi doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam lại cạnh tranh chính với đối thủ đến từ Trung Quốc, Thái Lan... là một vấn đề hết sức đáng lo ngại bởi khi có áp lực cạnh tranh, các doanh nghiệp Việt Nam rất dễ rơi vào tình trạng không tự chủ được nguồn nguyên liệu để đáp ứng đơn hàng, mất đơn hàng vào tay các đối thủ.

Các doanh nghiệp trong nước hiện có quy mô sản xuất vẫn còn ở mức vừa và nhỏ, mặc dù chất lượng gia công rất tốt nhưng đối với những đơn hàng lớn, việc xoay sở của các doanh nghiệp Việt vẫn rất khó khăn.

Trong quan hệ, doanh nghiệp Việt Nam chưa chủ động tìm hiểu thị trường, thị hiếu, văn hóa tiêu dùng, đối tác kinh doanh của mình tại Mỹ.

2.2. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ Mỹ vào Việt Nam

Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ các thị trường trên thế giới nói chung và từ Mỹ nói riêng đang gặp phải một số vấn đề nghiêm trọng, xét về lâu dài, nếu như vấn đề trong cơ cấu nhập khẩu không được giải quyết, nền kinh tế Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn do sự mất cân bằng phát sinh.

Vấn đề dễ nhận thấy và đáng lo ngại nhất trong cơ cấu hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ Mỹ chính là sự mất cân bằng giữa hàng hóa thuộc nhóm tiêu dùng, nguyên vật liệu và hàng hóa thuộc nhóm máy móc, thiết bị. Trong những năm qua, giá trị nhập khẩu và tỷ trọng của nhóm hàng hóa tiêu dùng, nguyên vật liệu có xu hướng tăng nhanh cả về giá trị và tỷ trọng trong cơ cấu nhập khẩu, trong khi đó, nhóm hàng hóa máy móc, thiết bị tuy có tăng về giá trị nhập khẩu song mức tăng rất khiêm tốn, tỷ trọng trong tổng cơ cấu nhập khẩu cũng giảm dần. Qua Biểu đồ 2 có thể thấy, nhóm hàng thực phẩm, một mặt hàng tiêu dùng chủ yếu có mức tăng trưởng rất nhanh về giá trị và tỷ trọng. Sự mất cân đối này phản ánh những thực trạng: thứ nhất, tâm lý tiêu dùng "sinh ngoại" thường

thấy ở người Việt Nam mà nguyên nhân sâu xa là do ngành sản xuất hàng tiêu dùng trong nước chưa tạo được uy tín, mặt khác là do Nhà nước Việt Nam chưa có chính sách định hướng nhập khẩu hiệu quả, thứ hai là sự phụ thuộc của các ngành sản xuất trong nước vào các loại nguyên vật liệu nước ngoài, khả năng tự chủ về nguồn nguyên vật liệu còn rất hạn chế; thứ ba là, máy móc, trang thiết bị sản xuất trong nước chưa được chú trọng đầu tư mà hàng năm vẫn phải nhập khẩu một lượng lớn máy móc của nước ngoài.

2.3. Những hạn chế về chính sách thương mại

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mỹ liên tục phát triển với mức độ cao ngay sau khi hai nước chính thức bình thường hóa quan hệ và đặc biệt là sau khi Hiệp định Thương mại song phương Việt - Mỹ có hiệu lực. Tuy nhiên, trong mối quan hệ này cũng tồn tại không ít khó khăn với nguyên nhân là từ những chính sách hạn chế thương mại mà một trong hai bên áp dụng.

Mặc dù Mỹ được coi là một trong những nền kinh tế đạt được mức tự do hóa cao nhất. Song, vẫn luôn tồn tại những rào cản thương mại nhằm bảo hộ các nhóm lợi ích của các nhà sản xuất của Mỹ. Một vụ việc tiêu biểu như vụ kiện chống bán phá giá của Hiệp hội Chủ trại nuôi cá da trơn Mỹ (CFA) khởi kiện chống lại các doanh nghiệp xuất khẩu cá tra và cá basa của Việt Nam do việc gia tăng thị phần hai sản phẩm này làm tổn hại đến ngành nuôi cá da trơn của Mỹ. Trong vụ kiện này, CFA thậm chí đã đưa ra lập luận rằng, Việt Nam không phải là một nền kinh tế thị trường để làm căn cứ cho cáo buộc bán phá giá của họ đối với sản phẩm cá da trơn của Việt Nam. Mặc dù, các doanh nghiệp bị đơn phía Việt Nam đã đưa ra nhiều bằng chứng xác đáng về việc không có chuyên ngành nuôi cá da trơn ở Việt Nam nhận được các hỗ trợ để giảm giá bán sản phẩm dưới mức giá thành, song Bộ Thương mại Mỹ vẫn tiến hành áp thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng cá tra và cá basa của các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu vào Mỹ, mức thuế được áp

dụng từ 36,84 - 63,88%¹. Ngoài ra, còn có nhiều vụ việc tranh chấp thương mại khác trong đó chủ yếu là các vụ việc do Mỹ khởi xướng và bị đơn là phía Việt Nam, ví dụ như vụ kiện chống bán phá giá tôm, với phán quyết cuối cùng là mức thuế chống bán phá giá từ 4,13% - 25,7% được áp dụng².

Những vụ việc tranh chấp này không những gây tổn hại trực tiếp đến người sản xuất hàng hóa phía Việt Nam mà còn làm mất đi quyền được lựa chọn sản phẩm, hàng hóa phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng tại Mỹ.

3. Các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quan hệ thương mại Việt Nam - Mỹ

Theo nhiều chuyên gia, ít nhất có 4 nhóm giải pháp phía Việt Nam cần thực thi:

Thứ nhất, Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam

Trên thực tế, những mặt hàng nông sản và gia công sẽ có giá trị trao đổi trên thị trường quốc tế ngày càng giảm, còn những mặt hàng xuất khẩu có hàm lượng chất xám, công nghệ cao sẽ ngày càng tăng theo hiện tượng “giá cánh kéo”. Do đó, việc chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, giảm dần các mặt hàng nông sản thô, hàng dệt may, da giày gia công là hết sức cấp bách đối với Việt Nam.

Thứ hai, chuyên môn hóa sản xuất, xây dựng thương hiệu cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Áp dụng những tiêu chuẩn kỹ thuật mà phía Mỹ yêu cầu cho nông sản mà Việt Nam có thể mạnh khi xuất khẩu vào Mỹ như nấm, thanh long, cá tra, cá basa. Xây dựng thương hiệu sản phẩm Việt, để sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng dưới nhãn mác, chỉ dẫn địa lý, thương hiệu Việt Nam.

¹ <http://www.chongbanphagia.vn/thongtinvukien/20090106/cadatron>

² <http://www.chongbanphagia.vn/thongtinvukien/20061128/tom>

Thứ ba, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp trong quan hệ thương mại với đối tác Mỹ.

Tích cực khuyến khích các doanh nghiệp tìm hiểu kỹ thị trường, thị hiếu người tiêu dùng, tìm hiểu đối tác Mỹ để có phương án sản xuất kinh doanh phù hợp. Nâng cao ý thức người sản xuất, nhà phân phối, doanh nghiệp trong giao dịch, xây dựng uy tín trong hoạt động thương mại với phía Mỹ.

Thứ tư, tích cực trao đổi hợp tác, nâng cao quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Mỹ ở cấp cao.

Việt Nam và Mỹ cần tích cực trao đổi, hợp tác để hiểu nhau hơn và có những chính sách hỗ trợ tích cực cho các mối quan hệ về thương mại, đầu tư của hai quốc gia và tránh đưa ra những chủ trương không có lợi cho cả hai bên. Việt Nam vận động và đàm phán với Mỹ về việc ký kết Hiệp định Đối tác Kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP). Tăng cường hợp tác chống chủ nghĩa bảo hộ phi thương mại và các hiện tượng thương mại tiêu cực khác có ảnh

hưởng không tốt tới quan hệ thương mại giữa hai quốc gia.

*

Quan hệ thương mại Việt - Mỹ đang ngày càng phát triển vượt bậc cùng với sự đi lên trong quan hệ kinh tế - thương mại nói chung giữa hai nước. Kể từ sau khi Hiệp định Thương mại song phương Việt - Mỹ được ký kết, hoạt động thương mại hai chiều đã có những sự phát triển mạnh mẽ, tạo ra những tác động tích cực đến đời sống của nhân dân hai nước và đem lại lợi ích to lớn cho cả hai nước.

Dự báo trong thời gian tới, quan hệ thương mại Việt - Mỹ sẽ tiếp tục tăng trưởng ngoạn mục. Tuy nhiên, để mỗi quan hệ này có thể phát huy hết tiềm năng vốn có, hai bên cần tích cực trao đổi, tìm hiểu lẫn nhau nhằm đưa ra những định hướng, chính sách cần thiết nhằm xóa bỏ những điểm hạn chế, phát huy ưu điểm của mỗi bên để nâng cao hơn nữa hiệu quả hợp tác giữa hai nước♦

Tài liệu tham khảo:

1. Ngô Xuân Bình (2008): *Châu Á - Thái Bình Dương trong chính sách của Mỹ, Nhật Bản và Trung Quốc*. NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Nguyễn Xuân Thăng (2007): *Bình thường hoá và phát triển mối quan hệ hợp tác Việt Nam và Hoa Kỳ trong quá trình đổi mới đất nước*, Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị thế giới, Số 11(139), tháng 11, tr. 39.
3. Ban Vật giá Chính phủ (2002): *Tập quán thương mại quốc tế và việc nâng cao khu năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam*.
4. *Tóm lược diễn biến vụ kiện chống bán phá giá sản phẩm cá tra, cá basa, tôm đông lạnh của Việt Nam*. VCCI, <http://www.chongbanphanagia.vn/thongtinvukien>.
5. Trao đổi hàng hóa với Việt Nam: Cục thống kê - Bộ Thương mại Mỹ, <http://www.census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/exports/c5520.html>
6. *Quyết định 2471/QĐ-TTg năm 2011 Phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030*, Thủ tướng Chính phủ, 2011.
7. *Tổng quan quan hệ kinh tế Việt Nam - Hoa Kỳ*: <http://www.ustr.gov/countries-region/southeast-asia-pacific/vietnam>
8. *Việt Nam - Mỹ cam kết thúc đẩy hợp tác thương mại*, Đại sứ quán Việt Nam tại Mỹ, <http://www.vietnambossy-usa.org/vi/quan-he-viet-my/viet-nam-my-cam-ket-thuc-day-hop-tac-thuong-mai>