

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT TRONG LUẬN ÁN	iii
DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ, HỘP	viii
DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ, HỘP	viii
PHẦN MỞ ĐẦU	ix
1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	ix
2. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC	x
3. MỤC ĐÍCH VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI.....	x
4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	xi
5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	xii
6. ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN	xiii
7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN	xiv
CHƯƠNG 1.....	1
NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ	1
1. 1 Khái niệm và nội dung của hệ thống rào cản phi thuế quan.....	1
1.2 Các quy định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) về rào cản phi thuế quan.	15
1.3 Tác động của các rào cản phi thuế quan tới hoạt động xuất khẩu	23
1.4 Những nguồn lực chủ yếu đảm bảo cho doanh nghiệp vượt rào cản phi thuế quan	30
1.5 Kinh nghiệm của hàng dệt may xuất khẩu Trung Quốc trong việc vượt qua rào cản phi thuế quan của Hoa Kỳ	39
CHƯƠNG 2.....	48
PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HỆ THỐNG RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM.....	48
2.1 Hoạt động xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh gia nhập WTO.....	48
2.2 Tổng quan về thực trạng vượt rào cản phi thuế quan của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh gia nhập WTO	56
2.3 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của Hoa kỳ đối hàng dệt may Việt Nam	71
2.4 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của EU đối hàng giày dép Việt Nam.....	95

2.5 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của Nhật Bản đối với hàng thuỷ sản Việt Nam	116
2.6 Một số bài học kinh nghiệm từ thực tiễn hàng hoá xuất khẩu Việt Nam vượt rào cản phi thuế quan	132
CHƯƠNG 3.....	135
MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VÀ GIẢI PHÁP VƯỢT QUA CÁC RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ VIỆT NAM	135
3.1 Xu hướng và mục tiêu phát triển của xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam	135
3.2 Khả năng áp dụng các rào cản phi thuế quan của một số thị trường chủ yếu đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.....	147
3.3 Một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước	153
3.4 Một số giải pháp đối với các doanh nghiệp	167
3.5 Một số kiến nghị về xây dựng và sử dụng rào cản ở Việt Nam.....	180
3.6 Điều kiện thực hiện các giải pháp	182
KẾT LUẬN	185
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ	187
TÀI LIỆU THAM KHẢO	188
PHỤ LỤC	I

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT TRONG LUẬN ÁN

Viết Tắt	Viết đầy đủ Tiếng Anh	Viết đầy đủ Tiếng Việt
ACV	Agreement on Customs Values	Hiệp định xác định trị giá Hải quan
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Hiệp định Thương mại Tự do Châu Á
AICO	ASEAN Industrial Cooperation Scheme	Chương trình Hợp tác Công nghiệp ASEAN
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation (Conference)	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương
ASCM	Agreement on Subsidises and Countervailing Measures	Hiệp định về Trợ cấp và các Biện pháp Đối kháng
ASEAN	Association of South-East Asian Nations	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
ASEM	Asia Europe Meeting	Diễn đàn hợp tác Á - Âu
ATC	Agreement on Textiles and Clothing	Hiệp định về hàng Dệt May
CAPs	Common Action Plan	Kế hoạch Hành động chung
CE	European Conformity	Tiêu chuẩn Châu Âu
CEPT	Common Effective Preferential Tariff (ASEAN)	Chương trình Ưu đãi Thuế quan có hiệu lực chung cho Khu vực Thương mại tự do ASEAN
CITA	Committee for the Implementation of Textile Agreements	Ủy ban Thực hiện các Hiệp định Dệt may
CMT	Cutting-Making-Trimming	Gia công Xuất khẩu Ủy thác
CQXTTMQG		Cơ quan xúc tiến thương mại quốc gia
DOC	Department of Commerce	Bộ Thương mại Hoa Kỳ
DSB	Dispute Settlement Body	Cơ quan Giải quyết Tranh chấp

Viết Tắt	Viết đầy đủ Tiếng Anh	Viết đầy đủ Tiếng Việt
EC	European Commission	Ủy ban Châu Âu
EU	European Union	Liên minh châu Âu
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp định chung về Thuế quan và Mậu dịch
GSP	Generalized Systems Preferential	Chế độ Ưu đãi Thuế quan phổ cập
GTGT		Giá trị Gia tăng
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Point	Phân tích Môi nguy và Kiểm soát các điểm tới hạn
IAP	Individual Action Plan	Kế hoạch Hành động Riêng
LEFASO	Vietnam Leather & Footwear Association	Hiệp hội Da Giày Việt Nam
MFN	Most Favored Nation	Tối huệ Quốc
NAFTA	North American Free Trade Area	Khu vực Tự do Bắc Mỹ
NTB	Non-Tariff Barriers	Rào cản Phi Thuế quan
NTM	Non-Tariff Measures	Biện pháp Phi thuế quan
ODA	Official Development Assistance	Hỗ trợ Phát triển Chính thức
OECD	Organization for Economic Cooperation & Development	Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế.
PECC	Pacific Economic Cooperation Council (Washington, DC, USA)	Hội đồng Hợp tác Kinh tế Thái Bình Dương
PSI	Pre Shipping Inspection	Giám định Trước khi Giao hàng
SCM	Subsidies and Countervailing Measures Agreement	Hiệp định về các khoản Trợ cấp và các Biện pháp Đối kháng
SPS	Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures	Hiệp định về các Biện pháp Vệ sinh dịch tễ
TB	Tariff Barriers	Rào cản Thuế quan

Viết Tắt	Viết đầy đủ Tiếng Anh	Viết đầy đủ Tiếng Việt
TBT	T echnical B arriers to T rade	Hàng rào Kỹ thuật Thương mại
TMQT		Thương mại quốc tế
TNSP		Trách nhiệm sản phẩm
TRAINS	T hreat R eaction A nalysis I ndicator S ystem	Hệ thống Phân tích và Thông tin thương mại
TRIMS	T rade R elated I nterest M easures	Các biện pháp Đầu tư Liên quan đến Thương mại
UNCTAD	U nited N ations C onference on T rade & D evelopment	Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển
UNDP	U nited N ations D evelopment P rogram	Chương trình Phát triển Liên Hiệp Quốc
VASEP	V ietnam A ssociation of S eafood E xporters and P roducer	Hiệp Hội Thủy sản Việt Nam
WTO	W orld T rade O rganization	Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: Rào cản phi thuế quan theo tính chất của các biện pháp được áp dụng	9
Bảng 1.2 Phân biệt rào cản pháp lý và rào cản kỹ thuật.....	10
Bảng 1.3: Các nước xuất khẩu dệt may chính vào Hoa Kỳ.....	40
Bảng 2.1: Kết quả kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2001-2006.....	48
Bảng 2.2: Cơ cấu hàng xuất khẩu giai đoạn 2001-2006	49
Biểu đồ 2.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá các năm 2003-2007	54
Biểu đồ 2.2: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu năm 2007	55
Biểu đồ 2.3: Một số thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2007	56
Bảng 2.3. Các vụ kiện bán phá giá đối với hàng xuất khẩu Việt Nam.....	58
Bảng 2.4: Mức thuế chống bán phá giá đối với hàng cá da trơn của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ	59
Bảng 2.5: Biểu thuế tăng dần của EU đánh vào giày da của Việt Nam (%)	61
Bảng 2.6 : Kim ngạch xuất khẩu hàng da giày theo thị trường năm 2006	104
Bảng 2.7: Các nước nhập khẩu giày dép Việt Nam năm 2006.....	105
Bảng 2.8. Các nước xuất khẩu giày dép lớn nhất vào EU giai đoạn 2000-2004	106
Bảng 2.9: Năng lực sản xuất theo cơ cấu sản phẩm và theo thành phần kinh tế (Tính đến hết năm 2006)	112
Bảng 2.10: Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với từng nhóm mặt hàng thủy sản.....	118
Bảng 2.11: Các mặt hàng TS của VN xuất khẩu sang Nhật Bản, 1997-2005 ...	124
Bảng 3.1: Định hướng về kim ngạch và tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2006-2010	136
Bảng 3.2: Kim ngạch và cơ cấu của từng nhóm hàng đến 2010	138
Bảng 3.3: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản đến 2010	139

Bảng 3.4: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản đến 2010	140
Bảng 3.5: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng CN và thủ công mỹ nghệ đến 2010	141
Bảng 3.6: Kim ngạch theo từng khu vực thị trường đến 2010	142
Bảng 3.7: Kim ngạch theo loại hình doanh nghiệp 2006-2010	146

DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ, HỘP

Hình 1.1 Mô hình tác động của các NTB	29
Hình 1.2 Các nguồn lực chủ yếu cho doanh nghiệp	30
Hình 1.3 Nguồn lực nội tại của doanh nghiệp	32
Hình 1.4: Sự phối hợp trong hoạt động marketing giữa QXTTMQG và các doanh nghiệp xuất khẩu.....	36
Biểu đồ 2.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá các năm 2003-2007	54
Biểu đồ 2.2: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu năm 2007	55
Biểu đồ 2.3: Một số thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2007	56
Biểu đồ 2.4: Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam vào Thị trường Hoa Kỳ giai đoạn 2001 – 2007 (triệu USD)	81
Hộp 2.1: Một số yêu cầu của SA 8000	91
Hình 2.2: Nhãn CE (Tiêu chuẩn Châu Âu).....	99
Hình 2.3: Mẫu những bộ phận của giày dép cần phải được ghi rõ.....	101
Hình 2.4: Mẫu chất liệu sử dụng để sản xuất giày	101
Biểu đồ 2.5: Kim ngạch xuất khẩu giày dép theo chủng loại sản phẩm từ 2002- 2006	104
Biểu đồ 2.6: Giá trị và sản lượng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Nhật Bản 1996-2006.....	123
Hộp 2.2 Câu trả lời về chất lượng.....	128

PHẦN MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

Cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, việc Việt Nam gia nhập WTO đã mở ra những triển vọng to lớn cho hoạt động xuất nhập khẩu. Hiện tại, WTO đang tiếp tục Vòng đàm phán thiên niên kỷ với mục tiêu đẩy mạnh tự do hoá thương mại trên toàn thế giới. Tuy nhiên, tự do hoá thương mại là một quá trình lâu dài, gắn chặt với quá trình đàm phán để cắt giảm thuế quan và rào cản phi thuế quan. Các nước, đặc biệt là các nước công nghiệp phát triển, một mặt luôn đi đầu trong việc đòi hỏi phải đàm phán để mở cửa thị trường và thúc đẩy tự do hoá thương mại, mặt khác lại luôn tìm kiếm các rào cản tinh vi và phức tạp hơn thông qua các tiêu chuẩn kỹ thuật và các biện pháp hành chính nhằm bảo hộ sản xuất trong nước của họ. Khó khăn được nhân lên do các tiêu chuẩn và biện pháp này được mệnh danh nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng chứ không phải là các rào cản trong thương mại quốc tế.

Trong thời gian vừa qua, xuất khẩu Việt nam đã đạt được thành tựu đáng kể với kim ngạch năm 2007 là trên 48 tỷ đô la Mỹ. Song song với những thuận lợi, hoạt động xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam cũng gặp phải không ít các rào cản thương mại, đặc biệt là các rào cản phi thuế quan. Do tính chất phức tạp của các rào cản tại từng thị trường đối với từng mặt hàng, rất khó để có được một khuôn mẫu hành động chung cho mọi trường hợp. Làm thế nào để đối phó và vượt qua các rào cản phi thuế quan đang là vấn đề không mới mẻ nhưng vẫn hết sức khó khăn đối với các doanh nghiệp Việt nam.

Trước bối cảnh trên, để đảm bảo thực hiện mục tiêu chiến lược xuất khẩu, đòi hỏi phải có sự nghiên cứu một cách toàn diện các rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế để cung cấp luận cứ khoa học cho việc đàm phán, yêu cầu đối tác mở cửa thị trường và tìm ra các biện pháp thích hợp để vượt được các rào cản, qua đó đẩy mạnh xuất khẩu. Xuất phát từ những yêu cầu trên hai phương diện lý luận và thực tiễn, nghiên cứu sinh chọn đề tài: “Các biện pháp vượt rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt nam” làm luận án tiến sỹ kinh tế.

2. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

Ở nước ngoài, khái niệm rào cản phi thuế quan cũng như lý thuyết tính toán và đo lường mức độ tác động của nó đã được một số nhà nghiên cứu đề cập và phân tích như của Baldwin (1970) trong cuốn “Sự biến dạng phi thuế quan trong Thương mại quốc tế”, hay của Philippa Dee (2005) trong “Các phương pháp xác định ảnh hưởng của các biện pháp phi thuế quan...”. Các khái niệm và nội dung tổng quan về NTB cũng được trình bày một cách hết sức khái quát trong các tài liệu của các Tổ chức và Diễn đàn Kinh tế Quốc tế như WTO, OECD, PECC...Sâu hơn, một số bài viết cũng nghiên cứu hệ thống NTB riêng có đối với hàng hoá xuất khẩu của quốc gia mình và có những giải pháp đề xuất nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, như Rajesh Mehta (2003) với bài “NTB ảnh hưởng đến xuất khẩu Ấn Độ” hay Veronica (2003) với “Đo lường NTBs: Tình huống với Ukraine”.

Ở Việt Nam, nhiều nghiên cứu khoa học của các Bộ, Ngành, các nhà Khoa học đã nghiên cứu những vấn đề lớn về Rào cản phi thuế quan như của PGS.TS Đinh Văn Thành (2005) trong cuốn “Nghiên cứu các rào cản trong TMQT và đề xuất các giải pháp đối với Việt Nam”, hay “Cạnh tranh trong thương mại quốc tế ” của nhà xuất bản chính trị quốc gia, hay những nghiên cứu cụ thể về chống bán phá giá như cuốn “Chủ động ứng phó với các vụ kiện chống bán phá giá trong TMQT” của TS Đinh Thị Mỹ Loan (2006), về các mặt hàng cụ thể như “Các biện pháp phi thuế quan đối với hàng nông sản trong TMQT” của PGS.TS Đinh Văn Thành (2005)...

Tuy nhiên, các nghiên cứu trên còn hoặc là đi nghiên cứu chung về rào cản hoặc một loại rào cản cụ thể chứ không đi sâu nghiên cứu cho mặt hàng và thị trường cụ thể, vì vậy cho đến thời điểm hiện nay vẫn chưa có một đề tài nào nghiên cứu một cách hệ thống và đầy đủ về các rào cản phi thuế quan đối với hàng xuất khẩu Việt Nam.

3. MỤC ĐÍCH VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI

Luận án trước hết sẽ làm rõ những luận cứ khoa học về rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế từ bản chất tới phương thức tác động. Hiện nay có nhiều quan niệm khác nhau về rào cản phi thuế quan, Luận án sẽ đưa ra một định nghĩa và cách phân loại phù hợp làm cơ sở cho việc nhận thức rõ cơ chế tác động của hệ thống các rào cản phi thuế quan, từ đó phân tích vai trò của chính phủ trong nỗ lực hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua các rào cản tại các thị trường nhập khẩu.

Trên cơ sở phân tích hệ thống rào cản của một số thị trường chủ yếu đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, Luận án sẽ phân tích rõ những điểm hạn chế cơ bản của các doanh nghiệp Việt Nam khi vấp phải các hàng rào phi thuế quan tại các thị trường nhập khẩu. Qua đó cũng cho thấy những lúng túng của các cơ quan quản lý nhà nước trong việc chủ động xử lý các tình huống nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp vượt qua rào cản.

Sau khi nghiên cứu một số xu hướng cơ bản của hoạt động xuất khẩu của Việt Nam và những rào cản phi thuế quan mà các doanh nghiệp và hàng hoá xuất khẩu Việt Nam sẽ phải đối đầu, Luận án sẽ tập trung đề xuất các giải pháp đồng bộ đối với các doanh nghiệp cũng như các cơ quan quản lý nhà nước nhằm tăng cường năng lực vượt rào của các doanh nghiệp đi đôi với việc hạn chế thấp nhất mức độ xuất hiện và tác động của các rào cản này.

4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu chủ yếu là những vấn đề lý luận và thực tiễn về hệ thống các rào cản phi thuế quan đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam và các biện pháp vượt rào cản. Trong đó, tập trung phân tích năng lực vượt qua các rào cản của các doanh nghiệp xuất khẩu cũng như khả năng hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhà nước. Trên cơ sở đó, sẽ làm sáng tỏ những ưu thế và hạn chế, những giải pháp đối với các tổ chức này nhằm chinh phục những rào cản trong thương mại quốc tế.

4.2 Phạm vi nghiên cứu

Hệ thống các rào cản phi thuế quan đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam có nội dung rất phong phú và đa dạng. Hệ thống các rào cản này khác biệt rất lớn giữa các thị trường và các mặt hàng. Do vậy, để đảm bảo tính khoa học và thực tiễn, Luận án sẽ chỉ tập trung vào một phạm vi nghiên cứu phù hợp với yêu cầu và mục tiêu đề ra cho một đề tài luận án tiến sỹ kinh tế.

Trước hết, trong phạm vi của luận án sẽ tập trung vào hệ thống các rào cản phi thuế quan đối với ba (03) nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào các thị trường hiện đang và sẽ là các thị trường có các quy định cao nhất và tinh vi nhất về rào

cản phi thuế quan: *Dệt may sang Hoa Kỳ; Da giày sang EU và Thủy sản sang Nhật bản*. Đây là những nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với tổng số kim ngạch chiếm tới 50% kim ngạch (không kể dầu thô), các thị trường này cũng là những thị trường chủ yếu của Việt Nam với hơn 50% kim ngạch xuất khẩu. Hơn nữa, đây còn là các nhóm hàng xuất khẩu có sử dụng nhiều lao động, thường bị ràng buộc bởi các quy định kỹ thuật, các vấn đề liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ, đến môi trường và vệ sinh an toàn... Nghiên cứu đối với các nhóm hàng và thị trường này sẽ đáp ứng được đòi hỏi cấp bách và quan trọng của thực tiễn.

Thứ hai, do tính chất đa dạng và phức tạp của các rào cản phi thuế quan, luận án sẽ tập trung vào những rào cản phi thuế quan chủ yếu mà các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đang và sẽ phải đối đầu tại các thị trường nhập khẩu. Luận án sẽ đi sâu vào phân tích các rào cản đang là điểm yếu của các doanh nghiệp dệt may khi thâm nhập thị trường Hoa Kỳ, các doanh nghiệp giày dép tại EU và các doanh nghiệp thủy sản đối với thị trường Nhật Bản để tìm ra được các biện pháp vượt rào cản một cách cụ thể và hữu hiệu hơn.

Thứ ba, luận án sẽ tập trung chủ yếu vào khoảng thời gian từ năm 2000 trở lại đây và giải pháp cho những năm tiếp theo. Đây là quãng thời gian mà kinh tế Việt Nam thực sự hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và phải đối mặt nhiều hơn đối với các rào cản phi thuế quan.

Những giới hạn phạm vi nói trên sẽ không làm ảnh hưởng tới kết quả tổng thể và mục đích nghiên cứu của luận án. Các thị trường và các mặt hàng được lựa chọn đều mang tính tiêu biểu rất cao. Mặt khác, luận án cũng sẽ đưa ra những phân tích và nhận định có tính tổng quát cho từng vấn đề, những nhận định này sẽ được làm rõ hơn qua việc phân tích các mặt hàng xuất khẩu và các thị trường cụ thể.

5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp luận. Phương pháp duy vật biện chứng và lịch sử làm nền tảng trong quá trình phân tích và kết luận vấn đề nghiên cứu.

Phương pháp nghiên cứu lý thuyết và thu thập thông tin. Luận án sẽ dựa trên hệ thống lý luận về rào cản thương mại của các tổ chức quốc tế đặc biệt là các quy định trong khuôn khổ WTO.

Luận án sử dụng một các dữ liệu thông tin thứ cấp trên cơ sở số liệu thống kê của Việt Nam cũng như các nước (thị trường) nhập khẩu về tình hình thị trường, lượng hàng hoá xuất nhập khẩu, cũng như các dữ kiện thông tin thứ cấp được nghiên cứu và công bố để phân tích, so sánh, khái quát thực hiện các phán đoán suy luận. Ngoài ra, Nghiên cứu sinh sẽ tập trung vào 03 phương pháp chủ yếu để thu thập thông tin sơ cấp:

- ❖ Phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo và cán bộ thị trường của các doanh nghiệp, các hiệp hội ngành hàng, các cơ quan quản lý nhà nước
- ❖ Thông qua nguồn số liệu nội bộ của các doanh nghiệp
- ❖ Quan sát thị trường thông qua các diễn biến trên thị trường và kinh nghiệm của bản thân.

Phương pháp xử lý thông tin. Sử dụng các phương pháp thống kê, phân tích định lượng. Luận án cũng sẽ cố gắng tóm ra các mối quan hệ tương quan giữa các biến số được đề cập. Tuy nhiên, luận án sẽ tập trung vào phân tích định tính hơn là phân tích định lượng để phục vụ mục tiêu nghiên cứu.

6. ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

Luận án góp phần hoàn thiện hệ thống lý luận về rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế. Một cách nhìn nhận mới (cả tác động tiêu cực cũng như tích cực) đối với các rào cản phi thuế quan được khẳng định bởi một định nghĩa, một cách phân loại mới và mô hình phân tích tác động của các rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế.

Luận án cũng làm rõ những điểm nổi bật trong hệ thống các rào cản phi thuế quan đối với các mặt hàng chủ lực tại các thị trường chủ yếu của doanh nghiệp và hàng hoá xuất khẩu Việt Nam. Phân tích thực trạng hiện nay và xu hướng trong tương lai sẽ làm sáng tỏ những vấn đề cần được cải thiện trong năng lực của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước khi đối đầu với các rào cản phi thuế quan. Luận án cũng định vị

chính xác hơn sự phối hợp và hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Luận án cũng là tài liệu tham khảo cho các đối tượng có liên quan, các cán bộ quản lý nhà nước, các nhà quản lý doanh nghiệp, các cán bộ nghiên cứu và giảng dạy về kinh doanh quốc tế và các sinh viên thuộc chuyên ngành này.

7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, Luận án được kết cấu theo ba (03) chương như sau:

Chương 1: Những vấn đề lý luận về rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế

Chương 2: Phân tích thực trạng hệ thống rào cản phi thuế quan đối với xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Chương 3: Một số kiến nghị và giải pháp vượt rào cản phi thuế quan nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

1. 1 Khái niệm và nội dung của hệ thống rào cản phi thuế quan

1.1.1 Khái niệm

Rào cản phi thuế quan (Non-Tariff Barriers, NTB)

Khái niệm rào cản trong ngôn ngữ thương mại thường ngày được hiểu là tất cả những gì gây trở ngại, khó khăn cho hoạt động tiếp cận một đối tượng nào đó. Trong lĩnh vực kinh tế, người ta nói đến các rào cản thương mại như thuế quan, các tiêu chuẩn kỹ thuật (còn gọi là hàng rào hay rào cản kỹ thuật), rào cản pháp lý (những quy định của luật pháp hạn chế hoạt động thương mại)... Đây là những rào cản do nhà nước đặt ra với mục đích bảo hộ kinh tế trong nước và thường được nhìn nhận như là các bộ phận hay công cụ trong chính sách thương mại quốc tế của một quốc gia.

Kết quả các vòng đàm phán thương mại đa phương và song phương trong khuôn khổ của WTO và trước đây là Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT) về mở cửa thị trường và tự do hoá thương mại đã chỉ ra rằng: rào cản trong thương mại quốc tế (TMQT) xuất hiện trong hầu hết các lĩnh vực, với các biện pháp rất đa dạng và tinh vi. Chẳng hạn, có biện pháp được áp dụng ngay tại biên giới và có biện pháp áp dụng bên trong biên giới; có biện pháp thuế quan và phi thuế quan; có biện pháp môi trường và biện pháp vệ sinh dịch tễ; có biện pháp tự vệ đặc biệt và có biện pháp mang tính tạm thời; có biện pháp chung nhưng cũng có biện pháp mang tính chuyên ngành; có những biện pháp trực tiếp đối với hàng hoá xuất nhập khẩu và cũng có biện pháp gián tiếp như đầu tư liên quan đến thương mại. Chính vì tính đa dạng và phức tạp của các rào cản trong TMQT đã đặt ra yêu cầu phải nghiên cứu không chỉ bản chất và thực tiễn áp dụng chúng mà phải nắm rõ được vai trò và mục tiêu của các quốc gia khi xây dựng và áp dụng chúng.

Trong TMQT, rào cản nói chung được chia làm hai loại: rào cản thuế quan (Tariff Barriers - TB) và rào cản phi thuế quan (Non-Tariff Barriers -NTB)....Rào cản thuế quan là biện pháp mà WTO cho phép sử dụng để bảo hộ thị trường trong nước nhưng phải cam kết ràng buộc với một mức thuế trần nhất định và có lịch

trình cắt giảm. Trong khi đó rào cản phi thuế quan thì các nước đều cố gắng duy trì nhằm bảo hộ sản xuất cũng như người tiêu dùng nội địa [12].

Vì NTB rất phức tạp và nhiều loại nên rất khó để đưa ra một định nghĩa rõ ràng và chặt chẽ. Cho đến nay, vẫn chưa có một định nghĩa chính thức về rào cản phi thuế quan, và định nghĩa cũng như phạm vi của chúng phụ thuộc vào các nhà nghiên cứu, các quốc gia, và các tổ chức quốc tế. Về mặt lý thuyết, rào cản phi thuế quan là các rào cản ngoài thuế làm ảnh hưởng đến lưu chuyển hàng hoá quốc tế (trade flow). Trong thời gian gần đây, càng ngày phạm vi của các hàng rào phi thuế quan càng được mở rộng. Sau đây chúng ta sẽ đi nghiên cứu một số định nghĩa để có thể làm rõ hơn bản chất của rào cản phi thuế quan.

Các từ điển kinh tế định nghĩa rào cản phi thuế quan như là các chính sách ngoài thuế của chính phủ để hạn chế nhập khẩu thông qua việc phân biệt hàng nước ngoài và hàng nội địa. Những rào cản phi thuế quan điển hình là hạn chế nhập khẩu và hạn chế định lượng, các chính sách để bảo vệ và khuyến khích các ngành công nghiệp nội địa, hỗ trợ tài chính và giảm thuế cho xuất khẩu, và chống bán phá giá.

Trên quan điểm lợi ích chung của nền kinh tế thế giới, Baldwin (1970) đưa ra một định nghĩa về rào cản phi thuế quan:

Một sự biến dạng phi thuế quan là bất kì một biện pháp (thuộc khu vực nhà nước hay tư nhân) nào khiến các hàng hóa và dịch vụ trong mua bán quốc tế hoặc mọi nguồn lực dành cho việc sản xuất các hàng hóa và dịch vụ đó, sẽ được phân bổ theo cách như thế nào đó nhằm giảm thu nhập tiềm năng thực sự của thế giới [45].

Nghiên cứu của Hội đồng Hợp tác Kinh tế Thái Bình Dương (PECC) lại mô tả các rào cản phi thuế quan từ góc độ ảnh hưởng của nó tới nền kinh tế trong nước *“các hàng rào phi thuế quan là mọi công cụ phi thuế quan can thiệp vào thương mại, bằng cách này làm biến dạng sản xuất trong nước”* (PECC 1995).

Một cách tổng quát hơn, Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) năm 1997 đã định nghĩa: *“Các hàng rào 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”* [15]. Cách đề cập này chủ yếu dựa trên

phạm vi áp dụng (biên giới) của các biện pháp phi thuế quan. Tương tự như vậy, cơ sở dữ liệu của Hệ thống Phân tích và Thông tin Thương mại (TRAINS) thuộc Cơ quan liên hợp quốc về Hợp tác và Phát triển (UNCTAD) cũng chủ yếu chỉ tính đến các biện pháp biên giới, bỏ qua những biện pháp liên quan đến xuất khẩu và việc mua sắm nội bộ Chính phủ (như những nguyên tắc về hàm lượng trong nước, các khoản trợ cấp, giảm thuế, các biện pháp biên giới về phân biệt đối xử và biện pháp tư nhân chống cạnh tranh). Thực tế, phương pháp tiếp cận về những biện pháp biên giới được áp dụng nhiều hơn vì các lí do tình thế chứ không phải các tính toán có cơ sở.

Định nghĩa áp dụng của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) về các rào cản phi thuế quan bám sát hệ thống phân loại của UNCTAD. Tuy nhiên, có những sự bỏ sót đáng kể trong định nghĩa của ASEAN cần được nhấn mạnh. Một số biện pháp tài chính và kiểm soát giá đã được ASEAN loại bỏ, ví dụ như các biện pháp kiểm soát số lượng và chính sách trong nước. Việc không có những biện pháp kiểm soát số lượng có thể bắt nguồn từ sự nói lỏng chính trị để đón nhận cải cách trong lĩnh vực này. Việc không có những biện pháp trong nước, bao gồm cả những biện pháp phân biệt đối xử một cách rõ ràng đối với nhập khẩu cũng là sự bỏ sót nghiêm trọng.

Tại Việt Nam trong quá trình nghiên cứu, các nhà kinh tế thường sử dụng khái niệm về rào cản phi thuế quan của Bộ Thương Mại như sau: *ngoài thuế quan ra, tất cả các biện pháp khác, dù là theo quy định pháp lý hay tồn tại trên thực tế, ảnh hưởng đến mức độ và phương hướng nhập khẩu được gọi là các rào cản phi thuế quan* [15], [28]. Mỗi NTB có thể có một hoặc nhiều thuộc tính như áp dụng tại biên giới hay nội địa, được duy trì một cách chủ động hay bị động, phù hợp hoặc không phù hợp với thông lệ quốc tế, nhằm bảo hộ hay không bảo hộ... Trên trang Web của mình, Văn phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đưa ra khái niệm về hàng rào phi thuế quan như là những biện pháp nằm ngoài thuế quan, có liên quan hoặc ảnh hưởng trực tiếp đến sự luân chuyển hàng hoá giữa các nước, với mục tiêu cản trở đối với hàng hóa nhập khẩu mà không dựa trên cơ sở pháp lý khoa học hay bình đẳng. Cũng trên Internet, Tạp chí Công nghiệp Việt nam cho rằng rào cản phi thuế quan là những quy định ngoài thuế quan, hay một chính sách

phân biệt nào đó được một quốc gia (hay vùng lãnh thổ) áp dụng với mục đích hạn chế thương mại quốc tế, tiến tới ngăn cản việc hàng hóa nước khác thâm nhập vào thị trường trong nước. Các thủ tục này sẽ tạo thuận lợi cho hàng hóa trong nước giống như một hình thức bảo hộ. Những định nghĩa này đã nhấn mạnh tới mục đích phân biệt đối xử nhằm bảo hộ sản xuất trong nước của các rào cản phi thuế quan.

Trên cơ sở các phân tích trên đây, tác giả cho rằng rào cản phi thuế quan là rào cản không dùng thuế quan mà sử dụng các quy định pháp lý (thông qua các biện pháp hành chính) và các quy định kỹ thuật (dưới hình thức các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm và quy trình sản xuất, vận chuyển, vv) để phân biệt đối xử chống lại sự thâm nhập của hàng hoá nước ngoài, bảo vệ hàng hoá và người tiêu dùng trong nước. Mục tiêu chính thức của các rào cản phi thuế quan là bảo vệ sự an toàn và lợi ích của người tiêu dùng, bảo vệ môi trường trong nước. Tuy nhiên, phần lớn các nước công nghiệp phát triển thường dựa trên lý do này để đạt tới mục đích cuối cùng là giảm thiểu lượng hàng hoá nhập khẩu để bảo vệ sản xuất trong nước.

Với góc nhìn như vậy, rào cản phi thuế quan bao gồm hai bộ phận cơ bản. Trước hết đó là các rào cản pháp lý được hiểu là các chính sách, các quy định mang tính pháp lý của chính phủ đối với hàng hoá nhập khẩu. Các rào cản này được thể hiện chủ yếu thông qua các biện pháp can thiệp hành chính trực tiếp đối với hàng nhập khẩu như hạn ngạch, thuế chống bán phá giá, cơ chế giám sát, v.v. Các biện pháp này thường chỉ được áp dụng riêng cho hàng hoá nhập khẩu và chỉ trong một số điều kiện và hoàn cảnh đặc biệt và không liên quan gì đến hàng hoá sản xuất trong nước. Bộ phận thứ hai là các rào cản kỹ thuật chủ yếu là các tiêu chuẩn kỹ thuật như nguồn gốc xuất xứ, tiêu chuẩn vệ sinh, quy định đối với nguyên vật liệu, quy trình sản xuất, vận chuyển, tiêu chuẩn xã hội vv. Một điểm cần lưu ý là không phải bất cứ một tiêu chuẩn kỹ thuật nào cũng là rào cản kỹ thuật. Mặt khác các tiêu chuẩn này có thể được áp dụng đối với cả hàng hoá nhập khẩu cũng như hàng sản xuất trong nước.

Giữa rào cản pháp lý và rào cản kỹ thuật không có một ranh giới thực sự rõ ràng. Các tiêu chuẩn kỹ thuật cũng phải được các cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành, vì vậy chúng cũng có tính pháp lý. Các biện pháp hành chính cũng có thể mang nội dung kỹ thuật. Ví dụ như khi nước nhập khẩu yêu cầu cung cấp thông tin

chi tiết về tính năng kỹ thuật, thành phần hay quy trình sản xuất của sản phẩm thì rất khó có thể phân biệt rạch ròi đây là rào cản pháp lý hay kỹ thuật. Do vậy, sự phân loại trên đây cũng chỉ mang tính chất tương đối.

Rào cản kỹ thuật (Technical Barriers to Trade, TBT)

Hiện nay, trong các rào cản phi thuế quan, thì hàng rào kỹ thuật được các nước sử dụng nhiều nhất. Có rất nhiều cách nhìn nhận và định nghĩa khác nhau về thuật ngữ “rào cản” hay “hàng rào” kỹ thuật thương mại. Trước đây người ta cho rằng “rào cản kỹ thuật thương mại là những biện pháp, những chính sách kiểm dịch hàng hóa, thực phẩm và những biện pháp cấm hoặc ngăn chặn hàng hóa từ nước khác nhập khẩu vào một nước”. Trong nghiên cứu của mình, các nhà kinh tế học Thornsbusy, Robert và DeRemer đã đưa ra định nghĩa sau về rào cản kỹ thuật thương mại:

“Rào cản kỹ thuật thương mại là tất cả các quy định kỹ thuật (technical regulations), các tiêu chuẩn (standards) khác nhau trên thế giới quy định cho sản phẩm liên quan đến tất cả các quá trình từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng một sản phẩm nhằm mục đích ngăn chặn hàng hóa từ nước khác xâm nhập thị trường trong nước” [49].

Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế OECD năm 1997 cũng đưa ra định nghĩa riêng về rào cản thương mại kỹ thuật, đó là “các quy định mang tính chất xã hội, là các quy định do một nhà nước đưa ra nhằm đạt được các mục tiêu về sức khỏe, an toàn, chất lượng và đảm bảo môi trường; căn cứ vào rào cản kỹ thuật thương mại, người ta có thể nhận thấy các mục tiêu này thông qua việc một nước ngăn cản hàng hóa không đảm bảo chất lượng nhập khẩu vào nước mình.” Hiện tại, rào cản kỹ thuật thương mại là một trong ba biện pháp hạn chế thương mại được áp dụng rất hiệu quả tại các nước trên thế giới.

Mặc dù còn có rất nhiều cách định nghĩa khác nhau về rào cản kỹ thuật thương mại, song theo tác giả có thể hiểu một cách đơn giản về rào cản kỹ thuật thương mại “là một hình thức bảo hộ mậu dịch thông qua việc nước nhập khẩu đưa ra các yêu cầu về tiêu chuẩn hết sức khắt khe đối với hàng hóa nhập khẩu. Các tiêu chuẩn này có thể liên quan đến tất cả các quá trình của sản phẩm, từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng. Hàng hóa nếu không đạt được các tiêu chuẩn trên sẽ không được phép nhập khẩu vào lãnh thổ của nước nhập khẩu”.

1.1.2 Phân loại rào cản phi thuế quan

Hiện nay trên thế giới cũng chưa có một cách phân loại cố định về rào cản phi thuế quan và cũng không ai có thể thống kê được hiện có bao nhiêu loại rào cản phi thuế quan tồn tại trong thương mại quốc tế. Trong quá trình phát triển thương mại quốc tế, các quốc gia và vùng lãnh thổ liên tục nghiên cứu đưa ra các biện pháp mới một mặt bảo hộ thương mại trong nước mặt khác lại phù hợp với tình hình biến động chung của thương mại thế giới. Do đó hàng năm ban thư kí của GATT đều liệt kê, bổ sung và sửa đổi hàng trăm các rào cản phi thuế quan khác nhau. Do tính chất phức tạp của việc phân loại, chúng ta sẽ tìm hiểu một số phương thức phân loại phổ biến trên thế giới và tại Việt nam.

1.1.2.1 Phân loại NTB trên thế giới:

Baldwin đã xây dựng cách phân loại đầu tiên về các NTB [46]. Cách phân loại này không chỉ ra được các biện pháp cụ thể, nó chỉ đưa ra sự phân loại dựa trên các đặc điểm chung về chính sách có tác động ngăn cản việc hình thành một thị trường chung, bao gồm:

- Các chính sách về hạn ngạch và hạn chế thương mại quốc gia
- Trợ cấp xuất khẩu và thuế
- Các chính sách mua sắm đầu thầu của chính phủ và tư nhân có sự phân biệt
- Một số loại thuế trực thu có chọn lọc
- Một số hình thức trợ giá trong nước có chọn lọc
- Thủ tục hải quan nhằm hạn chế thương mại
- Các quy định về chống phá giá
- Các quy định về hành chính và kỹ thuật nhằm hạn chế thương mại
- Các thông lệ kinh doanh nhằm hạn chế thương mại
- Các biện pháp kiểm soát đối với đầu tư nước ngoài
- Các chính sách xuất nhập cảnh nhằm hạn chế thương mại
- Các biện pháp kiểm soát tiền tệ có chọn lọc và chính sách tỷ giá hối đoái có phân biệt đối xử.

Laird và Vossenaar đã xây dựng hệ thống phân loại dựa trên mục tiêu và tác động trực tiếp của từng biện pháp NTB [52], [55]. Chúng được chia thành 5 loại:

- Các biện pháp kiểm soát khối lượng nhập khẩu

- Các biện pháp kiểm soát giá cả hàng nhập khẩu
- các biện pháp giám sát, bao gồm điều tra và theo dõi về giá cả và khối lượng
- Các biện pháp về sản xuất và xuất khẩu
- Các hàng rào kỹ thuật

Deardorff và Stern (1997) [50] đưa ra cách phân loại mới nhất, dựa trên tác động và tính chất của các NTB như sau:

- Giảm khối lượng hàng nhập khẩu
- Tăng giá hàng nhập khẩu
- Thay đổi độ co giãn cầu của hàng nhập khẩu
- Khả năng biến đổi của NTB
- Mức độ không chắc chắn của NTB
- Chi phí về phúc lợi của NTB
- Chi phí về nguồn lực của NTB

Trên cơ sở đó, họ đưa ra một hệ thống phân loại NTB mà trọng tâm là giá cả (chứ không phải là thuế quan) và các biện pháp hạn chế định lượng tại cửa khẩu, thành 5 nhóm chính:

- Các biện pháp hạn chế định lượng hay các hạn chế cụ thể tương tự đối với hàng xuất nhập khẩu.
- Các khoản thu phí thuế quan và các chính sách tương tự tác động tới hàng nhập khẩu.
- Sự tham gia của Chính phủ vào thương mại; các thông lệ mang tính hạn chế; các chính sách chung.
- Các thủ tục hải quan và thông lệ về hành chính.
- Các TBT.

Hệ thống Mã các Biện pháp Kiểm soát Thương mại của UNCTAD đã đưa ra định nghĩa lớn nhất về NTB với hơn 100 các biện pháp khác nhau (chưa bao gồm các biện pháp về sản xuất và xuất khẩu) [25], chúng được phân loại thành:

- Các biện pháp gần giống thuế quan – phụ thu hải quan, thuế và phí bổ sung, định giá hải quan.
- Các biện pháp kiểm soát giá cả – định giá bằng hành chính, hạn chế xuất khẩu tự nguyện, áp dụng lệ phí tùy biến.

- Các biện pháp tài chính – các yêu cầu thanh toán trước, quy định về điều kiện thanh toán hàng nhập khẩu, làm chậm trễ khâu giao hàng.
- Các biện pháp kiểm soát định lượng – cấp phép phi-tự động, hạn ngạch, cấm, các thoả thuận hạn chế xuất khẩu, hạn chế cụ thể đối doanh nghiệp.
- Các biện pháp độc quyền – kênh nhập khẩu duy nhất, dịch vụ bắt buộc đối với quốc gia.
- Các biện pháp kỹ thuật – các quy định về kỹ thuật, thanh tra trước khi chuyển hàng, các thủ tục hải quan đặc biệt.

Nếu so sánh cách phân loại của Deardorff và Stern với UNCTAD, chúng ta có thể thấy trong 2 cách phân loại này, một số nhóm có tiêu đề khá giống nhau (ví dụ, nhóm các biện pháp ‘hạn chế định lượng’ so với ‘kiểm soát về số lượng’ hoặc ‘rào cản kỹ thuật trong thương mại’ so với ‘các biện pháp kỹ thuật’), tuy nhiên các biện pháp cụ thể trong mỗi nhóm lại khá khác nhau (McGuire và cộng sự 2002, tr 10). Bảng 1.1 cho thấy hệ thống các rào cản phi thuế quan được phân loại theo tính chất của các biện pháp được áp dụng.

1.1.2.2 Phân loại NTB tại Việt Nam

Theo cuốn “Cạnh tranh trong thương mại quốc tế” của nhà xuất bản chính trị quốc gia [15], toàn bộ hệ thống rào cản phi thuế quan trên thế giới nhìn chung có thể chia thành 5 nhóm sau:

- Nhóm 1: Những việc chính phủ thường tham gia để hạn chế thương mại;
- Nhóm 2: Các biện pháp hạn chế nhập khẩu có tính chất hành chính và do hải quan thực hiện;
- Nhóm 3: Hàng rào có tính chất kỹ thuật đối với thương mại;
- Nhóm 4: Hạn chế đặc thù, như hạn chế cấp phép nhập khẩu, hạn chế xuất khẩu, quy chế về giá trong nước;
- Nhóm 5: Lệ phí nhập khẩu, như tiền kỹ quỹ, thuế điều tiết nhập khẩu, hạn chế cho vay có tính chất phân biệt đối xử....

Trong cuốn sách “Thương mại quốc tế và an ninh lương thực” [15] của nhà xuất bản chính trị quốc gia lại đưa ra cách phân loại bằng cách ví dụ các rào cản phi thuế quan như sau:

- Hạn ngạch (quota) tức hạn chế số lượng một mặt hàng nhất định có thể cho phép nhập (có khi chỉ quy định đối với một nước nào đó, chẳng hạn xe ô tô của Nhật bán sang Mỹ)
- Quy định tiêu chuẩn hoặc dán nhãn trên mặt hàng mà nhà sản xuất nước ngoài không có tập quán làm như vậy
- Các chính sách yêu cầu công chức phải mua sắm hàng nội.
- Các chiến dịch vận động dân chúng tiêu dùng hàng trong nước....

Bảng 1.1: Rào cản phi thuế quan theo tính chất của các biện pháp được áp dụng

STT	1	2	3
Biện pháp	Các biện pháp hạn chế mang tính chất kinh tế	Các biện pháp hạn chế mang tính chất xã hội	Các biện pháp hạn chế mang tính chất hành chính.
Định nghĩa	Là các quy định có tác động đến giá cả, sức cạnh tranh của hàng hóa và khả năng xâm nhập thị trường.	Là các quy định nhằm bảo đảm lợi ích cộng đồng như sức khỏe, sự an toàn, môi trường.	Là các quy định yêu cầu tuân thủ các thủ tục hành chính, đảm bảo hồ sơ, giấy tờ cần thiết cho hàng hóa nhập khẩu.
Ví dụ	- Hạn ngạch - Các biện pháp bảo hộ tạm thời - Những yêu cầu về chất lượng của thị trường nước nhập khẩu	- Các biện pháp đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm - Các biện pháp đảm bảo môi trường sinh thái - Các biện pháp đảm bảo chất lượng sản phẩm	- Các thủ tục phân định trị giá hải quan - Các yêu cầu về cấp phép....

Nguồn: Vụ nghiên cứu KT, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ, căn cứ theo tài liệu của OECD

Bộ Thương Mại (nay là Bộ Công Thương) cũng đã đưa ra cách phân loại các hàng rào phi thuế quan thành 07 nhóm chủ yếu như sau:

Nhóm 1. Các biện pháp hạn chế định lượng (như cấm, hạn ngạch, giấy phép);

Nhóm 2. Các biện pháp quản lý giá (như trị giá tính thuế quan tối thiểu, giá nhập khẩu tối đa, phí thay đổi, phụ thu);

Nhóm 3. Các biện pháp quản lý đầu môi (như đầu môi xuất khẩu, nhập khẩu);

Nhóm 4. Các biện pháp kỹ thuật (như quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn, thủ tục xác định sự phù hợp, yêu cầu về nhãn mác, kiểm dịch động thực vật);

Nhóm 5. Các biện pháp bảo vệ thương mại tạm thời (như tự vệ, trợ cấp và các biện pháp đối kháng, biện pháp chống bán phá giá);

Nhóm 6. Các biện pháp liên quan tới đầu tư (như thuế suất thuế nhập khẩu phụ thuộc tỷ lệ nội địa hóa, hạn chế tiếp cận ngoại tệ, yêu cầu xuất khẩu, ưu đãi gắn với thành tích xuất khẩu);

Nhóm 7. Các biện pháp khác (như tem thuế, biểu thuế nhập khẩu hay thay đổi, yêu cầu đảm bảo thanh toán, yêu cầu kết hối, thủ tục hành chính, thủ tục hải quan, mua sắm chính phủ, quy tắc xuất xứ).

Ngoài ra trong quá trình nghiên cứu nhằm phục vụ cho mục đích nghiên cứu các nhà kinh tế cũng đưa ra các cách phân loại rào cản phi thuế quan khác nhau. Ví dụ như để phân tích các NTB có liên quan tới cạnh tranh và chính sách cạnh tranh, thì NTB có thể được chia làm 3 loại:

- Biện pháp của chính sách cạnh tranh thúc đẩy xuất khẩu
- Biện pháp của chính sách thay thế nhập khẩu
- Biện pháp kiểm soát xuất khẩu.....

Có thể nhận thấy dù áp dụng phương thức nào, sử dụng các công cụ NTB nào thì nhìn chung các NTB chính đều thuộc 7 nhóm NTB theo phân loại của Bộ Công Thương như trên. Do vậy, để nghiên cứu tác động của các rào cản phi thuế quan đối với hàng hóa xuất khẩu của một quốc gia đang phát triển như Việt Nam thì cách phân loại của Bộ Thương Mại tỏ ra là khá phù hợp. Trong khuôn khổ của luận án, các rào cản phi thuế quan sẽ được phân loại một cách tương đối tổng quát như đã nêu trên thành 02 nhóm là các rào cản pháp lý và các rào cản kỹ thuật. Những khác biệt cơ bản giữa rào cản pháp lý và rào cản kỹ thuật được thể hiện trong bảng 1.2.

Bảng 1.2 Phân biệt rào cản pháp lý và rào cản kỹ thuật.

Tiêu thức	Rào cản pháp lý	Rào cản kỹ thuật
Hình thức thể hiện	Các quy định hành chính	Các tiêu chuẩn kỹ thuật
Đối tượng áp dụng	Chỉ áp dụng đối với hàng nhập khẩu	Có thể được áp dụng cho cả hàng sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu
Cơ chế tác động	Tác động trực tiếp, tức thời đến lượng hàng nhập khẩu	Tác động chủ yếu về trung hạn và dài hạn
Thời hạn áp dụng	Có thời hạn nhất định	Có thể vô thời hạn

Nguồn: tác giả tự tổng hợp

Mặc dù sự phân biệt này chỉ mang tính tương đối, tuy vậy, nó cho phép nhìn nhận rõ hơn động cơ của nước nhập khẩu khi xây dựng hệ thống các rào cản phi thuế quan.

1.1.3 Xu hướng của rào cản phi thuế quan

Hiện nay, sự liên kết sâu rộng giữa các quốc gia trong nền kinh tế toàn cầu đã dẫn đến hàng rào thuế quan ngày càng bị cắt giảm, thay vào đó là các hàng rào phi thuế quan. Hơn nữa, do tính chất không rõ ràng, các rào cản phi thuế quan có tác dụng hạn chế nhập khẩu nhiều hơn. Chính vì thế, các rào cản phi thuế quan đang dần dần thay thế các rào cản thuế quan, trở thành công cụ chủ yếu để hạn chế nhập khẩu.

Mức thuế quan đối với hàng sản xuất đã giảm đáng kể sau 8 vòng đàm phán liên tiếp của WTO và tổ chức tiền nhiệm của nó là GAAT. Tại thời điểm năm 2005, theo số liệu của Ngân hàng Thế giới, mức thuế quan bình quân ở vào khoảng 3% ở các nước có thu nhập cao và 11% ở các nước đang phát triển, trong khi đó vào năm 1980, mức thuế quan đều cao gấp ít nhất 3 lần ở cả hai nhóm này. Trợ cấp xuất khẩu cũng hầu như đã biến mất, chỉ trừ một số ít thị trường nông sản. Hình thức hạn ngạch cũng trở nên kém quan trọng, bởi chúng đã được chuyển sang thành hình thức thuế quan 2 bậc mà có nhà nghiên cứu gọi là hạn ngạch theo mức thuế quan. Khi mà mức thuế quan buộc phải hạ thấp, nhu cầu bảo hộ đã khiến cho nhiều hình thức NTB mới ra đời, đặc biệt là các hàng rào kỹ thuật (TBT). Cơ quan LHQ về Thương mại và Phát triển (UNCTAD, 2005) ước tính việc sử dụng NTB thông qua các hình thức kiểm soát số lượng và giá cả và các biện pháp tài chính đã giảm đáng kể, từ khoảng 45% các dòng thuế năm 1994 xuống còn 15% năm 2004. Tuy nhiên, việc sử dụng các NTB ngoài các hình thức trên lại tăng từ 55% năm 1994 lên thành 85% năm 2004. Cũng trong thời gian này, các TBT đã tăng gần gấp đôi với số dòng thuế bị ảnh hưởng, từ 32% lên 59%. Việc sử dụng kết hợp các biện pháp kiểm soát số lượng với TBT cũng gia tăng chút ít, từ 21% lên 24%. Kee, Nicita và Olarreaga (2006) tính mức NTB tương đương khoảng 9% thuế quan, trong đó bao gồm cả các biện pháp tài chính hoặc kiểm soát số lượng và giá cả và TBT bình quân trên tất cả các loại hàng hoá. Mức tương đương với thuế quan này cho thấy 40% đối với các hàng hoá bị ảnh hưởng bởi các NTB [56].

Việc người tiêu dùng có ngày càng nhiều các yêu cầu về hàng hoá an toàn và thân thiện với môi trường cũng thể hiện ở việc ngày càng có nhiều các TBT hơn. Rất nhiều NTB bị điều chỉnh bởi các hiệp định của WTO sau vòng đàm phán Uruguay (như Hiệp định về TBT, Hiệp định về các Biện pháp Kiểm dịch SPS, Hiệp định Dệt May và các điều khoản của GAAT trước đó. Các NTB trong các ngành dịch vụ gần đây đang trở nên ngày càng quan trọng cùng với sự phát triển của thương mại dịch vụ [55].

Phần lớn các NTB về bản chất đều là nhằm mục đích bảo hộ hoặc khắc phục các khiếm khuyết của thị trường, như các yếu tố ngoại vi hay mất cân đối thông tin giữa khách hàng và các nhà sản xuất về những hàng hoá đang được mua bán. Các NTB nhằm mục đích này thường là các tiêu chuẩn an toàn hay các yêu cầu về nhãn mác. Một số NTB có lợi cho công chúng có thể gây ra hạn chế thương mại nếu có các yếu tố ngoại vi tiêu cực. Một số NTB khác lại có thể làm mở rộng thương mại vì chúng làm tăng cầu và thương mại hàng hoá nhờ có thông tin tốt hơn về hàng hoá đó hoặc bằng cách nâng cao thuộc tính của sản phẩm. Đôi khi cũng khó xác định liệu một NTB có phải là bảo hộ hay nhằm khắc phục những khiếm khuyết của thị trường. Nếu một biện pháp NTB mà tương đương với biện pháp được áp dụng với các đối tượng trong nước thì NTB đó được coi là không mang tính bảo hộ.

Hiện nay, các chuyên gia kinh tế cho rằng có 10 xu hướng rào cản kỹ thuật như sau¹:

- *Mở rộng từ lĩnh vực sản xuất và thương mại đến thương mại dịch vụ và đầu tư*: phạm vi TBT có khuynh hướng ngày càng rộng hơn, bắt nguồn từ lĩnh vực sản xuất và dần mở rộng sang thương mại. Hiện nay, TBT đã mở rộng từ thương mại hàng hoá đến các lĩnh vực khác như dịch vụ tài chính, thông tin, đầu tư và sở hữu trí tuệ...
- *Xu hướng chuyển đổi từ các biện pháp tự nguyện sang nguyên tắc bắt buộc*: trước đây nhiều tiêu chuẩn như ISO9000, ISO 14000, các chứng nhận về môi trường, HACCP, thực phẩm hữu cơ...được áp dụng trên cơ sở tự nguyện. Vài năm gần đây, một số biện pháp tự nguyện đã chuyển thành các nguyên tắc bắt buộc.

¹ ce.cn ngày 5/1/2006

- *Mở rộng từ các sản phẩm cụ thể đến toàn bộ quá trình sản xuất và hoạt động*: như hệ thống an toàn thực phẩm HACCP xuất phát từ Mỹ và sau hơn 40 năm đã được ứng dụng rộng rãi ở các nước phát triển khác như Canada và EU. HACCP kiểm soát các mối nguy đối với thực phẩm từ giai đoạn sản xuất, chế biến, bảo quản, vận chuyển và phân phối. Điều đó cũng xảy ra tương tự với hệ thống tiêu chuẩn xã hội SA 8000.
- *Tăng sức ảnh hưởng và hiệu ứng khuếch tán*: các biện pháp TBT luôn tạo ra phản ứng dây chuyền, mở rộng từ một sản phẩm đến tất cả các sản phẩm liên quan, từ một nước đến một số nước và thậm chí cả thế giới. Ví dụ như đầu năm 2002, EU cấm nhập khẩu tôm Trung quốc vì có dư lượng chloramphenicol. Sau đó lệnh cấm này đã được mở rộng tới hơn 100 sản phẩm có thịt động vật. Biện pháp này nhanh chóng được các nước khác như Mỹ, Hungary, Nga và Ả rập xê út áp dụng theo.
- *Phát triển cùng với tiến bộ khoa học - kỹ thuật và mức sống*: Với sự tiến bộ của Khoa học kỹ thuật, các tiêu chuẩn kỹ thuật mới sẽ được nâng lên. Điều này có thể thấy thông qua việc Bộ Y tế và Phúc lợi Xã hội Nhật bản hồi đầu năm 2002 đã quyết định thực hiện gần 200 tiêu chuẩn mới về giới hạn dư lượng tối đa (MRL) đối với thuốc trừ sâu.
- *Kết hợp rào cản kỹ thuật và vấn đề bằng sáng chế*: hiện EU và Mỹ một mặt yêu cầu các sản phẩm nhập khẩu phải đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật do họ đặt ra, mặt khác buộc các công ty nước ngoài trả chi phí bằng sáng chế rất cao nếu muốn xuất khẩu các sản phẩm đã được đăng ký các bản quyền.
- *Các nước đang phát triển đẩy mạnh thực hiện TBT*: từ năm 1999, số TBT của các nước đang phát triển đã ngày càng tăng và vượt qua các nước phát triển.
- *Tăng cường chấp nhận các tiêu chuẩn quốc tế*: để bảo vệ ngành thương mại khỏi các TBT bất hợp lý, WTO đã lập ra Luật về Thực hành tốt, yêu cầu tất cả các thành viên tuân thủ tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế.
- *Rào cản kỹ thuật về an toàn tiêu dùng ngày càng khắt khe*: Khi người tiêu dùng ngày càng ý thức hơn về sức khỏe và an toàn, các tiêu chuẩn kỹ thuật về tiêu dùng trở nên chặt chẽ, chủ yếu liên quan đến thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, điện gia dụng, đồ chơi và vật liệu xây dựng.

Kể từ tháng 6/2007, EU đã ban hành Luật Reach, quy định rõ về việc đăng kí, đánh giá và cấp phép đối với các hóa chất thông qua các tiêu chuẩn, chi tiết cụ thể quy định việc sử dụng hóa chất trong sản xuất. Thông qua những quy định của Reach, EU muốn nâng cao sức cạnh tranh cho ngành sản xuất hóa chất của mình thông qua các hoạt động nghiên cứu, đồng thời bảo vệ sức khỏe, bảo vệ môi trường sống cho cộng đồng người tiêu dùng châu Âu. Đầu năm 2008, các cơ quan quản lí hóa chất đã đi vào hoạt động, chính thức thực hiện việc đánh giá, cấp phép cho hóa chất. Vào cuối năm này, Cơ quan kiểm định, đánh giá hóa chất của EU sẽ được lập và đi vào hoạt động ở Phần Lan, đồng thời mạng lưới kiểm soát hóa chất ở các nước thành viên cũng được lập ra. Bằng việc áp dụng Luật Reach cho hành hóa trên thị trường, các nhà chức năng của EU tin tưởng rằng sẽ giảm được 10% các bệnh liên quan đến hóa chất ở các nước khu vực này. Vào tháng 6/2008, Ủy ban châu Âu sẽ xem xét và công bố danh sách các loại hóa chất được miễn đăng kí đối với những chất đã được biết rõ. Trong năm 2006, EU đã ban hành đạo luật “Nâng cao yêu cầu chất lượng với hàng hóa sử dụng năng lượng” (EuP) bao gồm một loạt tiêu chuẩn mới như quy định về hạn chế sử dụng chất độc hại trong các thiết bị điện tử (RoHS), quy định về vật phế thải điện tử (WEEE) và về hóa chất (Luật Reach nói trên). Đạo luật EuP được các chuyên gia đánh giá là “cửa ải khó vượt” ở thị trường EU đối với các sản phẩm sử dụng năng lượng (trừ xe hơi) như máy vi tính, ti vi, tủ lạnh, máy giặt... Cùng với đó, EuP có yêu cầu rất cao về thiết kế, chế tạo, sử dụng và chế độ hậu mãi đối với các sản phẩm điện, điện tử chiếu sáng văn phòng và đường phố.

- *Phối hợp các TBT, chống bán phá giá, biện pháp tự vệ và thuế quan*: toàn cầu hoá dẫn tới cạnh tranh khốc liệt trên thị trường thế giới khiến nhiều nước kết hợp nhiều rào cản để bảo hộ mậu dịch.

Cùng với hệ thống rào cản kỹ thuật, các biện pháp tự vệ, thuế chống phá giá, thuế đối kháng... cũng đang được các quốc gia đẩy mạnh thực hiện, mà một điển hình là Mỹ, nước được coi là đã áp dụng và vận dụng các quy định về tự vệ thương mại phức tạp và tinh vi nhất thế giới. Ngoài ra, các vấn đề về môi trường hiện nay cũng đang nổi lên như một công cụ hữu hiệu để một mặt bảo hộ thị trường trong nước và mặt khác là đảm bảo phát triển kinh tế đi đôi với phát triển bền vững, bảo

vệ môi trường.... Xu hướng này cũng được thể hiện rõ trong hệ thống tiêu chuẩn chất lượng của EU, tập trung vào các biện pháp bảo vệ môi trường, dân nhân sinh thái, nông nghiệp hữu cơ, các quy định về nhãn mác sản phẩm...nhằm phát triển bền vững và phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường.

Đứng trước xu thế chung này của thương mại thế giới, các quốc gia đang phát triển như Việt Nam phải nhận thức rõ ràng và đưa ra các nghiên cứu phù hợp để trước mắt tiếp tục duy trì được hoạt động xuất khẩu, không lúng túng trước những rào cản mới trong thương mại quốc tế và dần dần có những biện pháp linh hoạt để vượt qua hệ thống rào cản mới này.

1.2 Các quy định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) về rào cản phi thuế quan.

WTO ra đời trên cơ sở tiếp tục sự nghiệp của tổ chức tiền nhiệm là Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (The General Agreement on Tariffs and Trade – GATT). Đây là tổ chức quốc tế duy nhất đề ra những nguyên tắc thương mại giữa các quốc gia trên thế giới. Trọng tâm của WTO chính là các hiệp định đã và đang được các nước đàm phán và ký kết. Hiện nay WTO bao gồm 151 nền kinh tế thành viên chiếm 97% giá trị GDP và 95% giá trị thương mại toàn cầu. WTO là tổ chức kinh tế đa phương, nhằm thúc đẩy tự do hoá thương mại, hội nhập kinh tế trên phạm vi toàn cầu. Với một thiết chế tổ chức chặt chẽ, hoạt động của WTO được tuân thủ theo 5 nguyên tắc²:

- Thương mại không phân biệt đối xử.
- Tạo dựng một nền tảng ổn định cho phát triển thương mại.
- Đảm bảo thương mại ngày càng tự do thông qua đàm phán.
- Tạo môi trường cạnh tranh ngày càng bình đẳng.
- Dành điều kiện đặc biệt cho các nước đang phát triển.

Do vậy, việc tham gia WTO trở thành yêu cầu tất yếu đối với các quốc gia. Quan hệ thương mại giữa các nước bị chi phối chủ yếu bởi các quy định trong khuôn khổ của tổ chức thương mại toàn cầu này. Hệ thống các rào cản phi thuế quan cũng không phải là ngoại lệ, nó là một bộ phận có vị trí đặc biệt trong các quy định và hoạt động của WTO.

² Tác động của việc gia nhập WTO tới hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam, <http://www.moi.gov.vn/BForum/detail.asp?Cat=12&id=1664>

1.2.1 Quy định về chống bán phá giá

Điều VI của GATT- 1994 cho phép các thành viên áp dụng chống bán phá giá. Các biện pháp này có thể được áp dụng với việc nhập khẩu một hàng hóa có giá xuất khẩu thấp hơn so với giá bình thường (thông thường so sánh với giá hàng của sản phẩm tại thị trường nước xuất khẩu), nếu hàng nhập khẩu phá giá đó gây thiệt hại cho công nghiệp nội địa trên lãnh thổ của các nước thành viên nhập khẩu. Các quy định chi tiết điều chỉnh việc áp dụng các biện pháp như vậy hoặc có thể ở dạng thuế, hoặc cam kết về giá của người xuất khẩu đã được đàm phán tại Vòng đàm phán Tokyo và sau này Hiệp định đó được sử dụng trong Vòng Uruguay.

Hiệp định của WTO cung cấp sự rõ ràng hơn và các nguyên tắc chi tiết hơn liên quan đến phương pháp để xác định hàng đó có bị bán phá giá hay không, bao gồm cách tính giá thông thường “đã được xây dựng” nếu không có khả năng so sánh trực tiếp với giá nội địa. Một loạt tiêu chuẩn cũng được nêu ra để xem xét cách xác định rằng hàng nhập khẩu bán phá giá gây thiệt hại cho ngành công nghiệp trong nước và các thủ tục phải tuân thủ trong tổ chức và thực hiện các cuộc điều tra về phá giá. Các quy định về thực thi và thời hạn của các biện pháp chống bán phá giá cũng là một phần của Hiệp định. Ngoài ra, Hiệp định cũng làm rõ vai trò của Ủy ban giải quyết tranh chấp trong các vụ tranh chấp liên quan đến các hoạt động chống phá giá do các thành viên của WTO tiến hành. Hiệp định yêu cầu các nước nhập khẩu thiết lập mối quan hệ nhân quả rõ ràng giữa hàng hóa phá giá nhập khẩu và tổn thất đối với công nghiệp trong nước. Việc kiểm tra hàng hóa nhập khẩu phá giá đối với ngành công nghiệp liên quan phải bao gồm việc đánh giá tất cả các chỉ số kinh tế thích hợp gây ra cho ngành công nghiệp được xem xét.

Cần đề ra các thủ tục rõ ràng về việc xác định vụ việc, như phá giá xảy ra như thế nào, các cuộc điều tra như vậy đã được tiến hành ra sao với những điều kiện cần đảm bảo rằng tất cả các bên quan tâm đều có cơ hội trình bày các chứng cứ. Các biện pháp chống bán phá giá phải kết thúc trong vòng năm năm kể từ ngày đánh thuế, trừ phi có sự đánh giá rằng sự phá giá và thiệt hại gây ra vẫn tiếp diễn nếu chấm dứt các biện pháp đó. Các cuộc điều tra phá giá sẽ kết thúc ngay sau khi nhà chức trách xác định được mức độ phá giá tối thiểu là dưới 2%, theo tỷ lệ phần trăm của giá xuất khẩu sản phẩm hay khối lượng hàng nhập khẩu phá giá được coi là không đáng kể (thông thường hàng nhập khẩu phá giá từ nước đơn lẻ chiếm tới 3%

tổng số lượng hàng nhập khẩu đang xem xét vào nước nhập khẩu hoặc tùy thuộc vào các chỉ tiêu khác). Hiệp định kêu gọi thông báo chi tiết và nhanh chóng tất cả các hành động chống phá giá ban đầu và cuối cùng cho Ủy ban thực hiện chống phá giá. Hiệp định tạo cơ hội cho các nước thành viên tham khảo về bất cứ vấn đề nào liên quan đến hiệp định hoặc các mục tiêu tiếp theo và yêu cầu thành lập nhóm giải quyết tranh chấp.

1.2.2 Các quy định về trợ cấp và biện pháp đối kháng

Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp Đối kháng (Agreement on Subsidies & Countervailing Measures - ASCM) được xây dựng trên cơ sở hiệp định về diễn giải và áp dụng các điều 6, 16, 23 của GATT đã được thảo luận tại Vòng Tokyo. Hiệp định được áp dụng đối với các sản phẩm phi nông nghiệp và bao gồm ba loại trợ cấp: trợ cấp bị cấm hoàn toàn (trợ cấp đèn đỏ), trợ cấp có thể đối kháng (trợ cấp đèn vàng) và trợ cấp được phép áp dụng (trợ cấp đèn xanh). Trợ cấp là khoản đóng góp tài chính của chính phủ hoặc bất kỳ tổ chức công nào trong phạm vi lãnh thổ của thành viên mà mang đến lợi ích. Trợ cấp bị cấm hoàn toàn là các loại hình trợ cấp tạo ra sự bóp méo nhiều nhất đối với thương mại quốc tế và gây tổn hại cho các nước thành viên (ví dụ trợ cấp xuất khẩu trực tiếp). Các nước áp dụng trợ cấp đèn đỏ có thể bị kiện thẳng ra WTO mà không cần phải điều tra. Trợ cấp có thể đối kháng là các loại trợ cấp được áp dụng một cách riêng biệt, không bị cấm nhưng vẫn có thể bị kiện nếu có bằng chứng gây tổn hại đến lợi ích của các nước thành viên khác. Trợ cấp được phép áp dụng bao gồm các loại trợ cấp được áp dụng chung và 03 loại trợ cấp mang tính riêng biệt (áp dụng cho các hoạt động nghiên cứu triển khai, các khu vực địa lý khó khăn, cải tiến trang thiết bị hiện có nhằm bảo vệ môi trường). Tuy nhiên các loại trợ cấp đèn xanh cũng chỉ được thực hiện trước 31/12/1999.

Hiệp định còn có các điều khoản về việc sử dụng đối kháng - các loại thuế của nước nhập khẩu nhằm bù đắp trợ cấp hàng hóa đang bị kiện (điều tra). Do vậy, có hàng loạt nguyên tắc về việc khởi xướng các trường hợp bù trừ, các cuộc điều tra của các nhà chức trách quốc gia và các qui định về bằng chứng và lập luận. Các nguyên tắc tính toán trị giá trợ cấp được đề ra như một cơ sở cho việc xác định thiệt hại của công nghiệp trong nước. Hiệp định đòi hỏi các yếu tố kinh tế liên quan phải

được tính đến khi đánh giá tình trạng của ngành công nghiệp và mối quan hệ nhân quả giữa hàng nhập khẩu có trợ cấp và ngành công nghiệp bị hại phải được xác định. Tất cả thuế bù trừ sẽ được kết thúc trong vòng năm năm sau khi áp dụng, trừ phi các nhà chức trách quốc gia xác định có cơ sở thời hạn kết thúc của thuế sẽ dẫn tới việc tái diễn trợ cấp và thiệt hại.

1.2.3 Quy định về sự bảo vệ khẩn cấp chống hàng nhập khẩu

Các nước thành viên WTO có thể có hành động tự bảo vệ nhằm bảo vệ ngành công nghiệp cụ thể trước việc gia tăng hàng nhập khẩu nào đó mà nó sẽ gây ra hoặc sẽ gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho công nghiệp. Các biện pháp bảo vệ này đã được GATT đề ra. Hiệp định của WTO đề ra cơ sở mới nhằm thiết lập điều luật chống lại các biện pháp bảo vệ. Hiệp định quy định các thành viên không tìm kiếm, áp dụng hoặc duy trì bất kỳ sự kiểm chế xuất khẩu tự nguyện nào hoặc sử dụng bất cứ một biện pháp tương tự nào để dàn xếp thị trường một cách có trật tự. Các biện pháp này phải sửa cho phù hợp với Hiệp định và phải bị loại bỏ vào cuối năm 1998. Trong trường hợp có một số biện pháp bảo vệ đặc biệt cho từng nước thành viên nhập khẩu sẽ tùy thuộc vào thỏa thuận chung của các nước thành viên liên quan trực tiếp, song hạn cuối cùng để loại bỏ là 31/12/1999. Các biện pháp bảo vệ đã áp dụng theo điều khoản 19 của GATT- 1947 chấm dứt tám năm sau ngày bắt đầu áp dụng hiệp định WTO hoặc tới cuối năm 1999, tùy thuộc vào thời điểm nào muộn hơn.

Các công ty hay các ngành công nghiệp có thể yêu cầu chính phủ bảo vệ. Hiệp định của WTO có đề ra các yêu cầu đối với cuộc điều tra về sự bảo vệ của các nhà chức trách chính phủ, bao gồm các thông tin đại chúng tại phiên tòa và các phương tiện đại thích hợp khác cho các bên quan tâm được trình bày các chứng cứ cho dù biện pháp đó có vì lợi ích công cộng hay không. Hiệp định đề ra hàng loạt các tiêu chuẩn cho sự đánh giá thiệt hại nghiêm trọng với một mức độ cần thiết để ngăn chặn hay khắc phục những thiệt hại nghiêm trọng và tạo điều kiện thuận lợi điều chỉnh ngành công nghiệp liên quan... Khi áp dụng hạn chế bằng hạn ngạch, không được để số lượng hàng nhập khẩu thấp hơn số lượng hàng nhập khẩu trung bình hàng năm trong vòng ba năm bất kỳ có số liệu thống kê, trừ phi có sự phán xét

chỉ rõ ràng ra rằng là cần thiết để ngăn chặn hay khắc phục những thiệt hại nghiêm trọng.

Về nguyên tắc, các biện pháp bảo vệ phải được áp dụng không kể nguồn gốc của hàng hóa nhập khẩu. Tuy nhiên, Hiệp định đề ra các cách theo đó các qui định về phân bổ hạn ngạch được đề ra, bao gồm những tình huống ngoại lệ khi hàng nhập khẩu từ các nước thành viên WTO cụ thể phát triển lên một cách nhanh chóng không có tỷ lệ. Thời hạn của biện pháp bảo vệ này không được quá bốn năm, nó có thể kéo dài đến tám năm, tùy thuộc vào sự đánh giá của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, nếu biện pháp đó là cần thiết và có chứng cứ về ngành công nghiệp đang điều chỉnh. Các biện pháp có thể áp dụng quá một năm trong trường hợp khác cần phải nhanh chóng loại bỏ.

Hiệp định dành các tư vấn đền bù thương mại cho các nước xuất khẩu, khi có các biện pháp bảo vệ đang áp dụng đối với họ. Nếu tư vấn không thành công, các thành viên bị ảnh hưởng có thể rút bỏ các nhượng bộ tương đương, nâng thuế chống lại các thành viên có biện pháp bảo vệ, nếu các biện pháp này phù hợp với các điều khoản của hiệp định và được áp dụng khi có sự gia tăng thực sự của hàng nhập khẩu. Các biện pháp đảm bảo không áp dụng đối với hàng hóa từ các nước đang phát triển chừng nào tỷ trọng của nhập khẩu hàng hóa liên quan không vượt quá 3% và các nước thành viên đang phát triển có tỷ trọng không vượt quá 3% tổng trị giá nhập khẩu đó gộp lại, chiếm không quá 9% tổng hàng hóa nhập khẩu liên quan.

Ủy ban bảo vệ của WTO giám sát hoạt động của Hiệp định và có trách nhiệm kiểm soát các cam kết của các nước thành viên.

1.2.4 Các tiêu chuẩn và qui định kỹ thuật

Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại được xây dựng trên cơ sở Hiệp định đạt được tại Vòng Tokyo. Cũng giống như Hiệp định trước, hiệp định này đảm bảo cho các tiêu chuẩn và qui định kỹ thuật cũng như các thủ tục kiểm tra và cấp chứng chỉ không được tạo ra các trở ngại không cần thiết trong thương mại. Hiệp định công nhận quyền của các nước thực hiện các biện pháp mà họ cho là thích hợp, ví dụ như là đối với sự sống hay sức khỏe con người và vật nuôi hay cây trồng, đối với bảo vệ môi trường hay để đáp ứng các lợi ích của người tiêu dùng. Hơn nữa, các nước thành viên không bị ngăn cản trong việc áp dụng các biện pháp

cần thiết trong việc thỏa mãn các tiêu chuẩn bảo vệ. Hiệp định khuyến khích các chính phủ sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế nếu thấy phù hợp.

Hiệp định đề ra một loạt các tiêu chí cho việc chuẩn bị, phê chuẩn và áp dụng các tiêu chuẩn của các cơ quan tiêu chuẩn trung ương cũng như các điều khoản theo đó các cơ quan chính quyền cấp dưới và các tổ chức không thuộc chính phủ thiết lập và sử dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật. Nó đòi hỏi các các thủ tục để xác định tính tuân thủ của các sản phẩm đối với các tiêu chuẩn quốc gia phải công bằng và thích hợp, đặc biệt giữa hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu tương tự. Ngoài ra hiệp định cũng khuyến khích sự công nhận lẫn nhau về việc đánh giá mức độ tuân thủ. Nói cách khác, nếu nhà chức trách của nước xuất khẩu xác định hàng hóa đã tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật, các nhà chức trách nhập khẩu thông thường nên chấp nhận sự xác định này. Để đảm bảo cho các nhà xuất khẩu trên thế giới có thể tiếp cận được tất cả các thông tin cần thiết về các qui định kỹ thuật cũng như thủ tục đánh giá tính tuân thủ, tất cả chính phủ của các nước thành viên WTO được yêu cầu thành lập các cơ quan quốc gia chịu trách nhiệm cung cấp các thông tin

1.2.5 Quy định về Giấy phép nhập khẩu

Mặc dù ngày càng ít sử dụng so với trước, các hệ thống giấy phép nhập khẩu vẫn phụ thuộc vào các nguyên tắc của WTO. Hiệp định về các thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu đòi hỏi các hệ thống đó phải rõ ràng và dự đoán được. Ví dụ hiệp định qui định các bên phải công bố cho các thương nhân những thông tin đầy đủ về các loại giấy phép được cấp. Nó cũng gồm những nguyên tắc về việc thông báo việc lập hoặc thay đổi các thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu và cung cấp sự hướng dẫn về việc nộp đơn. Hiệp định qui định thời hạn tối đa là 60 ngày cho các cơ quan quốc gia xem xét đơn.

1.2.6 Các qui định về định giá hàng hóa của hải quan

Hiệp định của WTO về định giá hàng hóa của hải quan đề ra một hệ thống công bằng, thống nhất và trung lập để định giá hàng hóa nhằm mục đích hải quan, một hệ thống phù hợp với các tổ chức thương mại, và loại bỏ việc sử dụng các định giá hải quan không đúng hoặc không công bằng. Hiệp định đề ra một loạt qui định

về định giá mở rộng và chính xác hóa các điều khoản định giá hải quan tương tự của GATT- 1947.

Một quyết định cấp Bộ trưởng liên quan cho phép cơ quan hải quan yêu cầu cung cấp thêm thông tin trong các trường hợp mà họ nghi ngờ tính chính xác của sự khai báo giá trị hàng hóa nhập khẩu. Nếu các nhà chức trách có nghi ngờ phù hợp, mặc dù có các thông tin bổ sung, họ có quyền không sử dụng trị giá hàng hóa nhập khẩu trên cơ sở hàng hóa khai báo.

1.2.7 Các thủ tục giám định hàng hóa trước khi giao hàng

Giám định trước khi giao hàng (Pre-Shipping Inspection - PSI) là một thực tiễn thương mại áp dụng cho các công ty tư vấn dùng để kiểm tra các chi tiết chuyển hàng, đặc biệt là giá, số lượng, chất lượng được đặt mua từ nước ngoài. Biện pháp này được các nước đang phát triển sử dụng với mục đích đảm bảo an toàn cho các lợi ích tài chính quốc gia (ngăn chặn thất thoát tài chính và lừa gạt thương mại cũng như sự gian lận về thuế hải quan) và để khắc phục trong những thiếu sót trong hệ hành chính.

Hiệp định qui định rằng các nguyên tắc và nghĩa vụ của GATT sẽ được áp dụng cho các hoạt động của các đại diện giám định trước khi giao hàng. Trách nhiệm của các nước xuất khẩu thành viên đối với các chính phủ sử dụng PSI gồm có không phân biệt đối xử, rõ ràng, bảo vệ các thông tin thương mại bí mật, tránh sự chậm trễ vô lý, sử dụng các hướng dẫn cụ thể về việc kiểm tra giá và các mâu thuẫn. Trách nhiệm của các nước xuất khẩu thành viên đối với những người sử dụng giám định trước khi giao hàng gồm: không phân biệt đối xử trong việc áp dụng các luật và qui định trong nước, công bố nhanh chóng các luật và qui định về trợ giúp kỹ thuật khi cần thiết.

1.2.8 Các qui định về xuất xứ

Các qui tắc về xuất xứ có thể ảnh hưởng tới nhiều mặt khác nhau của hoạt động thương mại. Ví dụ điều hành hệ thống hạn ngạch, ưu đãi thuế, các loại thuế chống phá giá và bù trừ phụ thuộc rất nhiều vào việc xác định rõ ràng xuất xứ của hàng hóa. Hiệp định đầu tiên về các qui định xuất xứ yêu cầu các nước thành viên đảm bảo rằng các qui định về xuất xứ của họ phải rõ ràng, không có những tác động

hạn chế, bóp méo hoặc phá vỡ thương mại quốc tế, phải được điều chỉnh bằng phương pháp thích hợp và thống nhất, dựa trên tiêu chuẩn tích cực.

Về lâu dài, hiệp định nhằm hội nhập các qui tắc về xuất xứ. Hiệp định thiết lập một chương trình hội nhập sẽ được hoàn thiện trong vòng ba năm từ lúc bắt đầu, dựa trên cơ sở một loạt nguyên tắc gồm cả việc xác định mục đích, các nguyên tắc xuất xứ một cách ổn định và có thể phán đoán được. Công việc này được điều phối bởi Ủy ban về qui tắc xuất xứ của WTO và một uỷ ban kỹ thuật nằm trong sự bảo trợ của Tổ chức Hải quan Thế giới ở Brussels. Kết quả là, một loạt qui định xuất xứ sẽ được áp dụng trong các điều kiện thương mại không ưu đãi bởi tất cả các nước thành viên WTO trong mọi tình huống. Một phụ lục của hiệp định đề ra cách khai báo chung liên quan đến các qui tắc xuất xứ về hàng hóa là đối tượng của cách đối xử ưu tiên.

1.2.9 Quy định về Các biện pháp đầu tư

Hiệp định này chỉ áp dụng cho các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại hàng hóa. Hiệp định này thừa nhận rằng các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại cụ thể (TRIMs) có thể hạn chế hoặc bóp méo thương mại và không một thành viên nào được áp dụng TRIMs không phù hợp với điều 3 (đối xử quốc gia) và điều 9 (ng nghiêm cấm những hạn chế số lượng) của GATT. Một phụ lục của hiệp định bao gồm danh sách các biện pháp TRIMs không trung thành với các điều khoản này được xây dựng. Danh sách này bao gồm các biện pháp đòi hỏi các mức độ nhất định của công việc mua sắm trong nước của các xí nghiệp (“những yêu cầu về tỷ lệ nội địa hoá”) hoặc hạn chế về khối lượng hoặc trị giá nhập khẩu mà xí nghiệp có thể mua hoặc sử dụng tới một mức độ tương xứng với sản phẩm mà nó xuất khẩu (“những yêu cầu về kinh tế thương mại”).

Hiệp định yêu cầu thông báo tất cả các TRIMs không phù hợp và loại trừ chúng, trong vòng 2 năm đối với các nước phát triển, năm năm đối với các nước đang phát triển và trong vòng 7 năm đối với các nước kém phát triển. Hiệp định lập ra một Ủy ban về TRIMs có nhiệm vụ giám sát việc thực thi các cam kết. Hiệp định này cũng qui định vào ngày 01/01/2000 hiệp định phải hoàn thiện toàn bộ các điều khoản về chính sách đầu tư và chính sách cạnh tranh.

1.3 Tác động của các rào cản phi thuế quan tới hoạt động xuất khẩu

1.3.1 Một số nguyên tắc cơ bản

Tác động của các rào cản phi thuế quan tới hoạt động xuất khẩu nói riêng và thương mại quốc tế nói chung mang tính đa chiều và rất khó có thể khẳng định một cách chính xác mức độ tác động của chúng. Điều này xuất phát từ bản chất của các rào cản phi thuế quan và tính chất phức tạp của chúng như đã trình bày trong phần 1.1. Khi nghiên cứu về tác động của các rào cản phi thuế quan, đặc biệt là các rào cản kỹ thuật, các công trình nghiên cứu đã cho thấy tính hai mặt của chúng. Rào cản kỹ thuật được hiểu một cách đơn giản là các yêu cầu các sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ theo các tiêu chuẩn kỹ thuật về chất lượng, nguồn gốc và quy trình sản xuất đối với nguyên vật liệu cũng như sản phẩm (technical regulations, standards, and conformity assessment procedures). Một mặt, các tiêu chuẩn kỹ thuật này sẽ cho phép đạt tới một sự thống nhất về tiêu chuẩn trong mạng lưới sản xuất sản phẩm, đảm bảo chất lượng và uy tín đối với người tiêu dùng, nhằm tận dụng lợi thế quy mô. Như vậy, không phải bất cứ tiêu chuẩn kỹ thuật nào cũng đều trở thành rào cản kỹ thuật. Khi các tiêu chuẩn, quy định này tạo ra sự phân biệt đối xử đối với hàng nhập khẩu, thu hẹp tiêu dùng và làm méo mó thương mại quốc tế thì chúng được coi là rào cản kỹ thuật. Đây cũng chính là sự khác biệt cơ bản giữa rào cản phi thuế quan (NTB) và các biện pháp phi thuế quan (Non Tariff Measures, NTM). Không phải tất cả các biện pháp phi thuế quan đều là rào cản phi thuế quan. Trong một số điều kiện và hoàn cảnh cụ thể, một số các biện pháp phi thuế quan có thể trở thành các rào cản phi thuế quan khi chúng “được đặt ra quá mức cần thiết” và vi phạm nguyên tắc đối xử quốc gia, gây cản trở tới thương mại quốc tế. Chẳng hạn, hạn ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ hoặc EU chỉ là một biện pháp phi thuế quan cho tới thời điểm Hiệp định dệt may (ATC) của WTO còn hiệu lực, còn sau đó thì đây được coi là một rào cản phi thuế quan.

Tất cả các quốc gia thành viên WTO bị ràng buộc bởi Hiệp định về rào cản kỹ thuật (Agreement on Technical Barriers to Trade). Mặc dù WTO đã đề cập tới khái niệm “rào cản” trong tên gọi của Hiệp định này nhưng trong toàn bộ nội dung của Hiệp định lại không sử dụng tiếp thuật ngữ này. Hiệp định này nhằm đảm bảo rằng các tiêu chuẩn kỹ thuật được đưa ra sẽ không làm tổn hại đến thương mại quốc

tế. Hiệp định này cũng chỉ khuyến khích chứ không bắt buộc việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế. Vấn đề là ở chỗ rất khó để xác định một cách chính xác tuyệt đối liệu một tiêu chuẩn kỹ thuật đó có tạo ra một sự phân biệt đối xử hay ảnh hưởng xấu đến thương mại quốc tế.

Các tiêu chí để xem xét liệu một Tiêu chuẩn kỹ thuật có thực sự là một rào cản hay không bao gồm [61]:

- Liệu tiêu chuẩn có được đẩy cao hơn mức cần thiết nhằm đạt tới các mục tiêu chính sách?
- Liệu nó có giúp cho các doanh nghiệp nội địa có được mức lợi nhuận cao hơn nhờ những sụt giảm của các doanh nghiệp nước ngoài?
- Liệu nó có tạo ra sự phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài trong việc tiếp cận thị trường?
- Liệu nó có phải là giải pháp làm ảnh hưởng đến thương mại quốc tế nhiều nhất so với các giải pháp/ sự lựa chọn khác?
- Liệu nó có phải là giải pháp quá thận trọng?
- Liệu tiêu chuẩn này có phải chỉ được đưa ra khi hàng nhập khẩu bắt đầu chiếm lĩnh thị phần lớn hơn đáng kể hơn?

Do vậy, để đo lường ảnh hưởng của các TBT phải tính toán được tất cả các ảnh hưởng tiêu cực và tích cực của nó đối với các doanh nghiệp để từ đó xác định ảnh hưởng thuần (tổng thể) tới toàn bộ thị trường. Những ảnh hưởng tích cực của TBT bao gồm:

- Kích thích nhu cầu thông qua việc cung cấp thêm thông tin và loại bỏ các trở ngại về tâm lý đối với người tiêu dùng. Khi kênh thông tin giữa người sản xuất và người tiêu dùng được tăng cường, sản phẩm sẽ ngày càng hoàn thiện và đáp ứng nhu cầu tốt hơn. Từ đó, nhu cầu sẽ tăng lên.
- Thúc đẩy các lợi ích có được từ quy mô lớn (economies of scale).
- Đưa ra các chuẩn mực để so sánh và áp dụng, từ đó thúc đẩy việc hội nhập về thị trường cũng như kỹ thuật của các sản phẩm.
- Khắc phục các khiếm khuyết của thị trường về các sản phẩm công cộng như sức khỏe, bảo vệ môi trường.

Một số ý kiến đã cho rằng, lợi ích lớn nhất của các rào cản kỹ thuật với tư cách là các chuẩn mực là hỗ trợ phát triển thị trường và thúc đẩy các giao dịch. Bên

cạnh các tác động tích cực, thì ảnh hưởng của các TBT khi chúng thực sự trở thành các rào cản lại tạo ra các méo mó trong thương mại quốc tế. Do việc xác định các tác động tích cực như đã phân tích trên đây là rất khó khăn và không thể đo lường do cơ chế tác động quá phức tạp, nên khi phân tích ảnh hưởng của các TBT, thông thường các nhà phân tích chỉ tập trung vào tác động của chúng tới chi phí, giá cả và khối lượng (sản xuất – nhập khẩu).

Có bốn phương pháp chủ yếu được dùng để đo lường tác động của các TBT, bao gồm:

Phân tích kinh tế lượng (Econometric analyses) là các mô hình toán, tìm kiếm mối tương quan giữa kim ngạch xuất nhập khẩu với các yếu tố ảnh hưởng trên cơ sở các dữ liệu có được. Kết quả của các mô hình kinh tế lượng có thể được dùng làm đầu vào cho các loại phân tích khác. Tuy nhiên, mô hình kinh tế lượng có những hạn chế trong việc lựa chọn và thiết lập mối quan hệ các yếu tố ảnh hưởng.

Phương pháp cân bằng từng phần/bộ phận (Partial equilibrium approaches) cho phép tổng hợp các ảnh hưởng của các TBT đối với kim ngạch xuất nhập khẩu trong khuôn khổ một ngành hàng cụ thể. Chúng là cân bằng mang tính bộ phận vì không tính đến ảnh hưởng liên ngành của các TBT.

Phương pháp cân bằng tổng quát (Computable general equilibrium (CGE) approaches) có ưu điểm so với cân bằng từng phần khi cho phép tính toán các ảnh hưởng liên ngành của TBT. Tuy nhiên rất khó có thể lượng hoá các mối liên hệ này.

Điều tra (Surveys) thường sử dụng các công cụ thống kê để mô tả tác động của TBT dựa trên kết quả của các cuộc điều tra, khảo sát. Khó khăn lớn nhất của phương pháp này là phạm vi điều tra, phương thức chọn mẫu để khắc phục những sai sót (bias) với một nguồn kinh phí phù hợp [58].

Mỗi một phương pháp đo lường đều có những ưu điểm và hạn chế. Do vậy, trong một số trường hợp, để có kết luận một cách chính xác, các nhà hoạch định chính sách có thể tiến hành kết hợp giữa điều tra với các phương pháp khác.

1.3.2 Đề xuất mô hình lý thuyết cho việc xác định tác động của NTB đối với hoạt động xuất khẩu

Bản chất và tác động của các rào cản pháp lý (yêu cầu cung cấp thông tin, quy định về thủ tục hay cơ chế theo dõi giám sát, vv) cũng tương tự như đối với các rào cản kỹ thuật. Điểm khác biệt là các biện pháp hành chính nói trên có thể được áp dụng một cách phân biệt hơn giữa hàng hoá sản xuất trong nội địa và hàng hoá nhập khẩu. Những nguyên tắc áp dụng đo lường tác động của các TBT hoàn toàn có thể được khái quát hoá cho NTB. Do vậy, trong khuôn khổ phần này, chúng ta sẽ nghiên cứu tác động của các NTB (bao gồm các tiêu chuẩn kỹ thuật và các biện pháp hành chính) trong một mô hình thống nhất. Mô hình này sẽ xem xét tác động của các NTB tới 03 yếu tố cơ bản: chi phí sản xuất của các doanh nghiệp xuất khẩu, mức giá bán tại thị trường nhập khẩu và kim ngạch nhập khẩu/ số lượng sản phẩm tiêu thụ của thị trường [45]. Mô hình này chủ yếu mang tính định tính cho phép nhận dạng các xu hướng tác động của các NTB.

Ở cấp độ thứ nhất là các ***tác động đến chi phí***. Các NTB có xu hướng làm tăng chi phí hoạt động và giá thành sản phẩm của các doanh nghiệp (xuất khẩu) do sự phát sinh của các loại chi phí sau đây:

- ❖ Chi phí xây dựng quy trình sản xuất mới, bao gồm:
 - Nghiên cứu phát triển
 - Nhà xưởng và công cụ mới
 - Hệ thống phân phối mới
 - Đào tạo mới nhân viên
- ❖ Chi phí thực hiện quy trình và đáp ứng các yêu cầu mới
 - Tăng chi phí sản xuất (nguyên nhiên vật liệu)
 - Tăng chi phí nhân lực
 - Tăng chi phí hàng lưu kho
 - Các chi phí khác: quản lý, vốn, mức độ rủi ro cao hơn

Các chi phí này cũng có thể được phân chia thành chi phí một lần và chi phí thường xuyên, chi phí cố định và chi phí biến đổi của các doanh nghiệp. Trong khuôn khổ nghiên cứu này sẽ giới hạn ở cách phân loại như trên nhằm thấy rõ tác động của các NTB.

Một điểm cần được lưu ý là tính hiệu quả của các NTB có tác động không nhỏ đến mức chi phí mà các doanh nghiệp phải bỏ ra. Như đã phân tích trong phần trên, liệu các NTB đã là sự lựa chọn tốt nhất để đảm bảo các mục tiêu về môi trường và quyền lợi của người tiêu dùng? Hoặc các NTB có cao hơn nhiều so với các chuẩn mực quốc tế hay không? Phần lớn các sản phẩm xuất khẩu đều cố gắng tuân thủ theo các tiêu chuẩn quốc tế. Vì vậy, các NTB sẽ gây nhiều khó khăn hơn nếu chính phủ nước nhập khẩu đưa ra các NTB cao hơn tiêu chuẩn quốc tế.

Tại cấp độ thứ hai là ***tác động đến mức giá của sản phẩm trên thị trường nhập khẩu***. Mức giá của sản phẩm nhập khẩu trên thị trường phụ thuộc vào các yếu tố sau đây:

- ❖ Tính minh bạch (transparent) khi áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật
- ❖ Giá của sản phẩm nhập khẩu (quyết định bởi chi phí sản xuất như đã phân tích ở cấp độ thứ nhất)
- ❖ Giá của sản phẩm sản xuất trong nước

Nhìn chung khi các NTB phát huy tác động của chúng, giá của sản phẩm nhập khẩu sẽ tăng lên. Nếu tính minh bạch trong việc áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật được đảm bảo hay các doanh nghiệp xuất khẩu và các doanh nghiệp trong nước không bị phân biệt đối xử, giá của sản phẩm trong nước sẽ tăng lên. Trong trường hợp ngược lại, sản phẩm sản xuất trong nước sẽ có lợi thế so với các sản phẩm nhập khẩu, giá bán sản phẩm trong nước sẽ không tăng (hoặc tăng ít). Lượng hàng nhập khẩu sẽ giảm, thậm chí các doanh nghiệp xuất khẩu không còn đủ khả năng xuất khẩu hàng vào thị trường và phải rời bỏ thị trường.

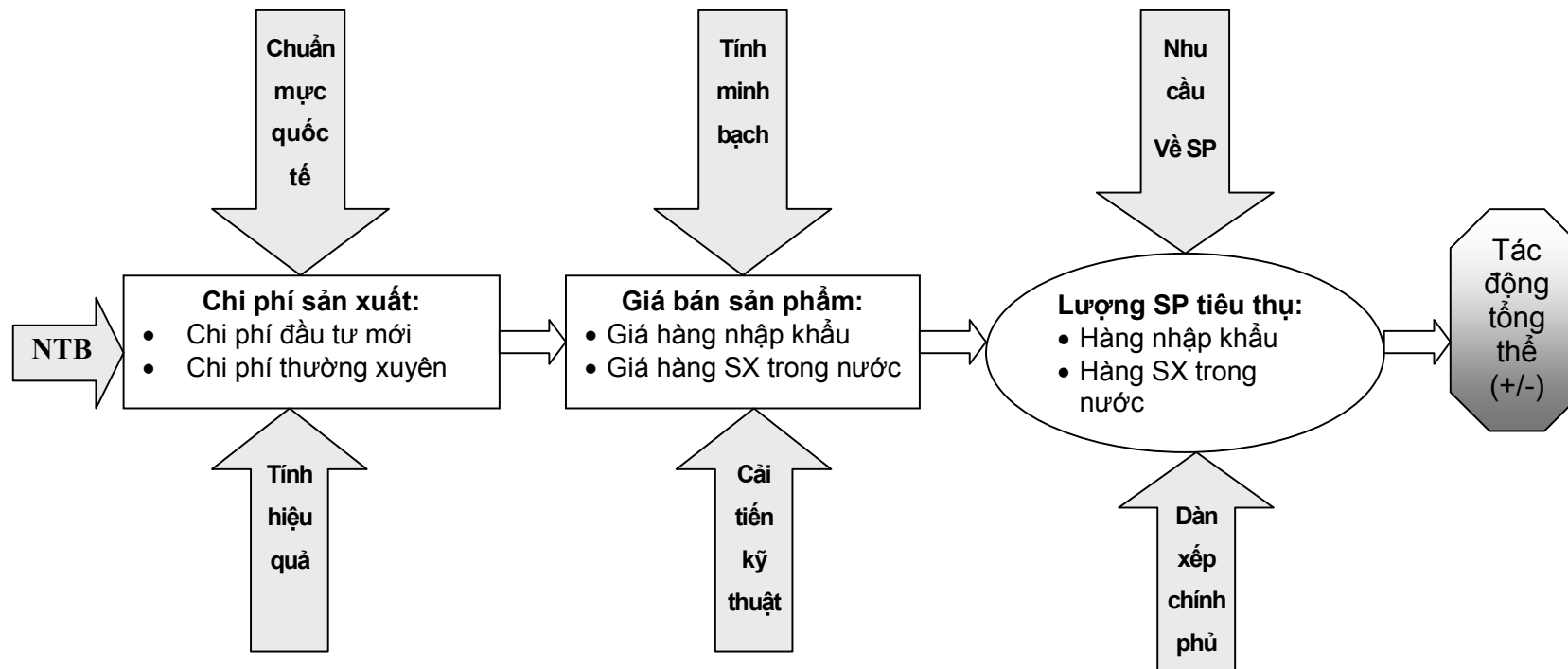
Tại cấp độ cuối cùng, ***tác động của các NTB tới lượng sản phẩm tiêu thụ và lượng hàng nhập khẩu tại thị trường***. Có rất nhiều các nhân tố tác động tới lượng sản phẩm được tiêu thụ trên thị trường như:

- Độ co giãn của cầu so với giá
- Mức độ sẵn sàng của các sản phẩm thay thế
- Lượng hàng nhập khẩu phụ thuộc chủ yếu vào mức độ chênh lệch giá giữa hàng sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu. Trong trường hợp hàng nhập khẩu có mức giá cao hơn, lượng hàng nhập khẩu sẽ bị giảm, các doanh nghiệp xuất khẩu có nhiều khả năng phải rời bỏ thị trường.

Tuy nhiên phần lớn những ảnh hưởng trên đây đều diễn ra trong ngắn hạn. Trong dài hạn, tác động của các NTB còn khó dự đoán hơn và có nhiều khả năng sẽ xảy ra. Các doanh nghiệp xuất khẩu có thể áp dụng các cải tiến kỹ thuật, giảm chi

phí và giá thành. Khi đó giá bán sản phẩm sẽ giảm xuống và lượng hàng tiêu thụ tại trường cũng như lượng hàng nhập khẩu sẽ tăng lên. Trong một bối cảnh khác, những can thiệp của chính phủ các nước xuất khẩu có thể làm cho hàng rào kỹ thuật bị dỡ bỏ hay giảm xuống. Mô hình tác động của các NTB được thể hiện trong Hình 1.1.

Hình 1.1 Mô hình tác động của các NTB

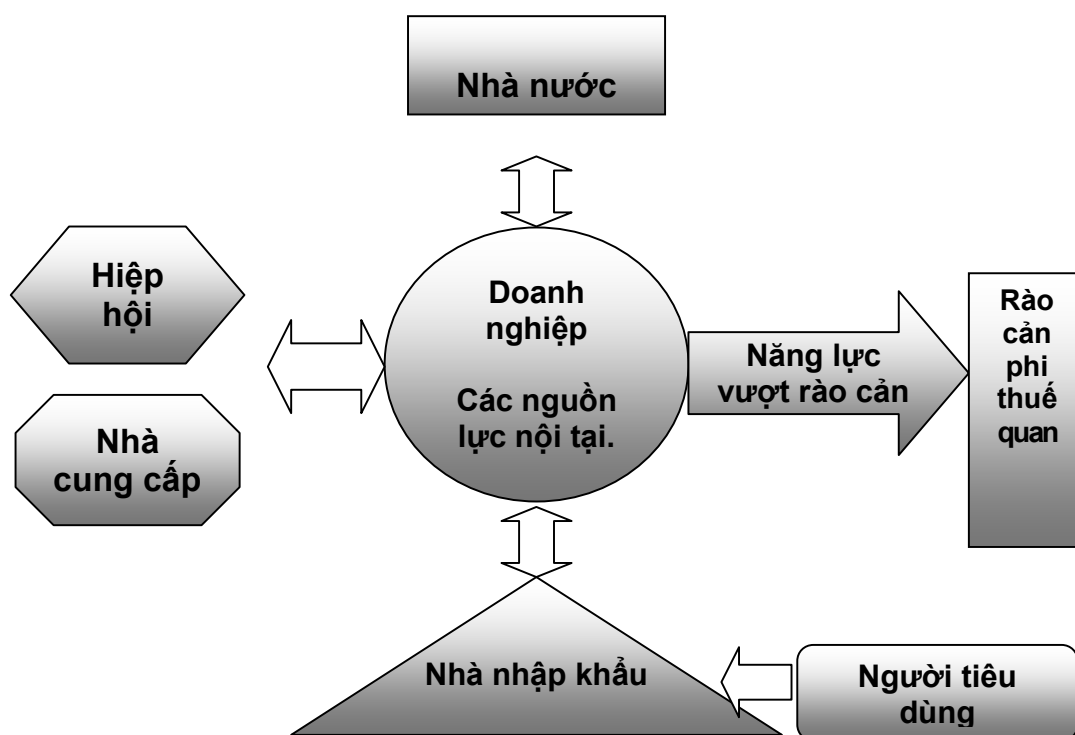


Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

1.4 Những nguồn lực chủ yếu đảm bảo cho doanh nghiệp vượt rào cản phi thuế quan

Các doanh nghiệp là người phải trực tiếp đối mặt với các rào cản, gánh chịu những hậu quả của nó và cũng chính là người phải vượt qua các rào cản trong thương mại để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của mình. Chính vì vậy, hơn ai hết, các doanh nghiệp phải chủ động tìm mọi phương cách khắc phục vấn đề này. Tuy nhiên thành công của các doanh nghiệp lại phụ thuộc rất nhiều vào môi trường và sự hỗ trợ của nhà nước. Doanh nghiệp rất khó có thể tự mình vượt qua mọi rào cản phi thuế quan, họ cần phải có được sức mạnh tổng hợp, kết hợp nhuần nhuyễn các nguồn lực bên trong với các nguồn lực bên ngoài doanh nghiệp như trong hình số 1.2.

Các nguồn lực liên kết của doanh nghiệp



Hình 1.2 Các nguồn lực chủ yếu cho doanh nghiệp

Nguồn: Thu thập của tác giả

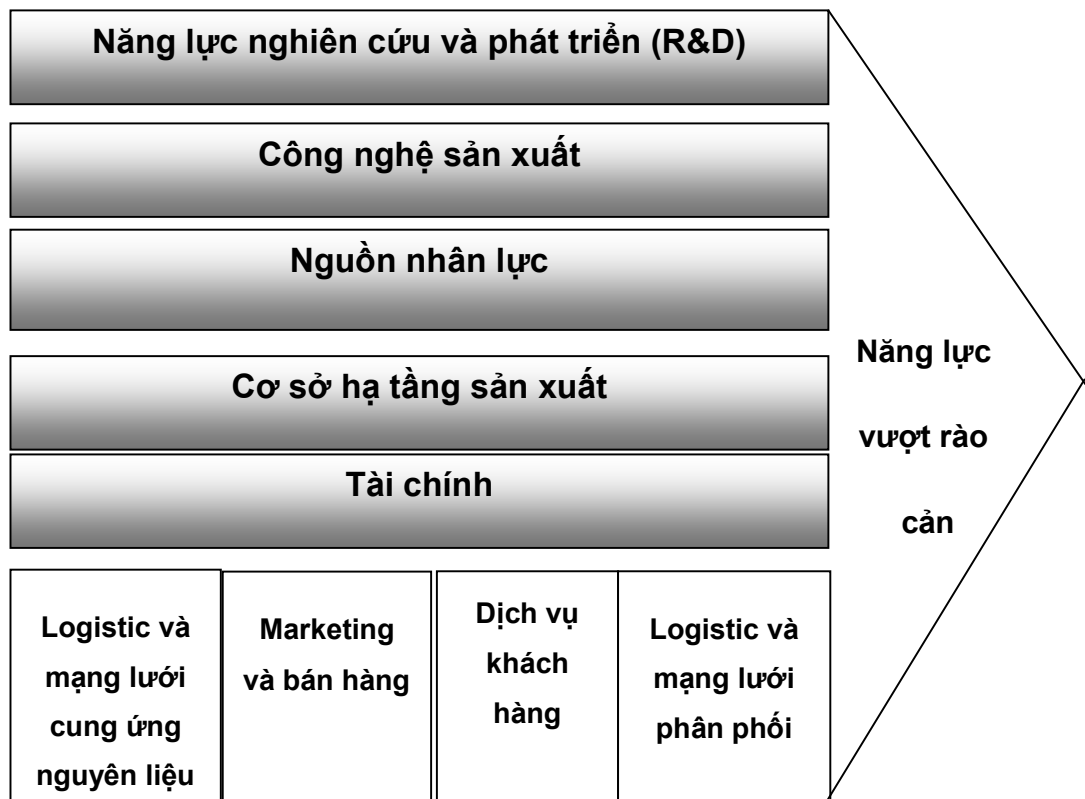
1.4.1 Các nguồn lực nội tại của doanh nghiệp

Các nguồn lực nội tại của doanh nghiệp thường được phân tích dựa trên mô hình chuỗi giá trị của Michael Porter được thể hiện trong Hình 1.3.

Việc sử dụng các nguồn lực bên trong giúp cho doanh nghiệp có phản ứng kịp thời trước các rào cản phi thuế quan. Mặt khác đây là những yếu tố dài hạn đảm bảo năng lực vượt rào nói riêng và cạnh tranh nói chung của doanh nghiệp. *Các nguồn lực nội tại cơ bản* được thể hiện qua các ô nằm ngang với các yếu tố mang tính cơ sở nền tảng của doanh nghiệp bao gồm:

- **Năng lực nghiên cứu và phát triển:** khả năng phát triển sản phẩm mới, cải tiến quy trình công nghệ...
- **Công nghệ sản xuất:** máy móc, thiết bị, quy trình công nghệ, mức độ tự động hóa...
- **Nguồn nhân lực:** đội ngũ cán bộ quản lý, điều hành sản xuất, công nhân, phục vụ...
- **Cơ sở hạ tầng:** mặt bằng sản xuất, nhà xưởng, giao thông nội bộ, điện nước, hệ thống xử lý chất thải...
- **Tài chính:** Nguồn vốn chủ sở hữu, cơ cấu vốn, khả năng huy động vốn...

Tùy thuộc vào từng lĩnh vực sản xuất cũng như chu kỳ kinh doanh của sản phẩm mà vai trò và tác động của các yếu tố này có thể khác nhau. Ví dụ như đối với các doanh nghiệp dệt may, khi tập trung phát triển thương hiệu/ mẫu mã mới thì năng lực nghiên cứu phát triển có ý nghĩa quyết định. Các yếu tố này tác động tương hỗ với nhau và tạo thành nền tảng cơ bản của doanh nghiệp. *Các nguồn lực hỗ trợ nội tại* thể hiện năng lực của doanh nghiệp trong việc tiếp cận và phát triển thị trường bao gồm các ô thẳng đứng trong hình 1.3.



Hình 1.3 Nguồn lực nội tại của doanh nghiệp

Nguồn: Tác giả tổng hợp dựa trên lý thuyết của Michael Porter

- **Logistic và cung ứng nguyên liệu:** mạng lưới các nhà cung cấp nguyên liệu, phụ kiện, vv), chu trình kiểm tra giám sát chất lượng nguyên liệu, hệ thống phương tiện vận chuyển, quy trình cung ứng nguyên liệu, quản lý hàng lưu kho, v.v
- **Marketing và bán hàng:** chất lượng sản phẩm, giá cả, hình ảnh của doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm, quan hệ công chúng, đóng gói sản phẩm, các chiến dịch quảng bá, khuyến khích, vv
- **Dịch vụ khách hàng:** dịch vụ chăm sóc khách hàng, chế độ và chất lượng bảo hành, đường dây nóng, cung cấp thông tin, cơ sở dữ liệu về khách hàng, chế độ ưu đãi đối với khách hàng thường xuyên, vv

- **Logistic và mạng lưới phân phối:** hệ thống các kênh phân phối, các đối tác chiến lược, chế độ kiểm tra giám sát chất lượng sản phẩm, phương tiện vận chuyển và khả năng cung cấp sản phẩm đúng thời hạn cho khách hàng, vv

Nếu như các nguồn lực nội tại cơ bản được coi là phần cứng của doanh nghiệp thì các nguồn lực hỗ trợ nội tại giống như phần mềm của doanh nghiệp. Chúng được xây dựng trên cơ sở phần cứng và có chức năng khai thác tốt nhất khả năng của phần cứng nhằm đem lại những giá trị sử dụng cao nhất. Khách hàng đánh giá và cảm nhận chủ yếu về doanh nghiệp và sản phẩm thông qua các nguồn lực hỗ trợ nội tại. Tuy nhiên, như đã phân tích thì doanh nghiệp không thể có các nguồn lực hỗ trợ nội tại tốt nếu như không có một nền tảng là các nguồn lực cơ bản đủ mạnh, đủ khả năng đảm bảo cho việc triển khai và thực hiện các nguồn lực hỗ trợ.

Năng lực vượt rào cản của doanh nghiệp được quyết định bởi các nguồn lực nội tại nhưng chúng được nhân lên (hoặc phân tán) bởi các nguồn lực liên kết của doanh nghiệp với môi trường kinh doanh.

1.4.2 Nguồn lực liên kết Nhà nước - doanh nghiệp

Đây là nguồn lực liên kết quan trọng bậc nhất, mang ý nghĩa sống còn đối với doanh nghiệp trong việc vượt qua các rào cản phi thuế quan, nhất là trong điều kiện của các nước đang phát triển như Việt Nam. Một trong những chức năng và mục tiêu cơ bản của nhà nước là tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi nhất cho doanh nghiệp để doanh nghiệp có thể vận dụng tối ưu các nguồn lực của mình nhằm vượt qua các rào cản kinh doanh. Để đạt được mục tiêu này, nhà nước cần có sự phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp trong các hoạt động chủ yếu sau đây:

- Xây dựng hình ảnh thâm nhập thị trường
- Tổ chức phối hợp giải quyết tranh chấp thương mại
- Xây dựng môi trường kinh doanh trong nước

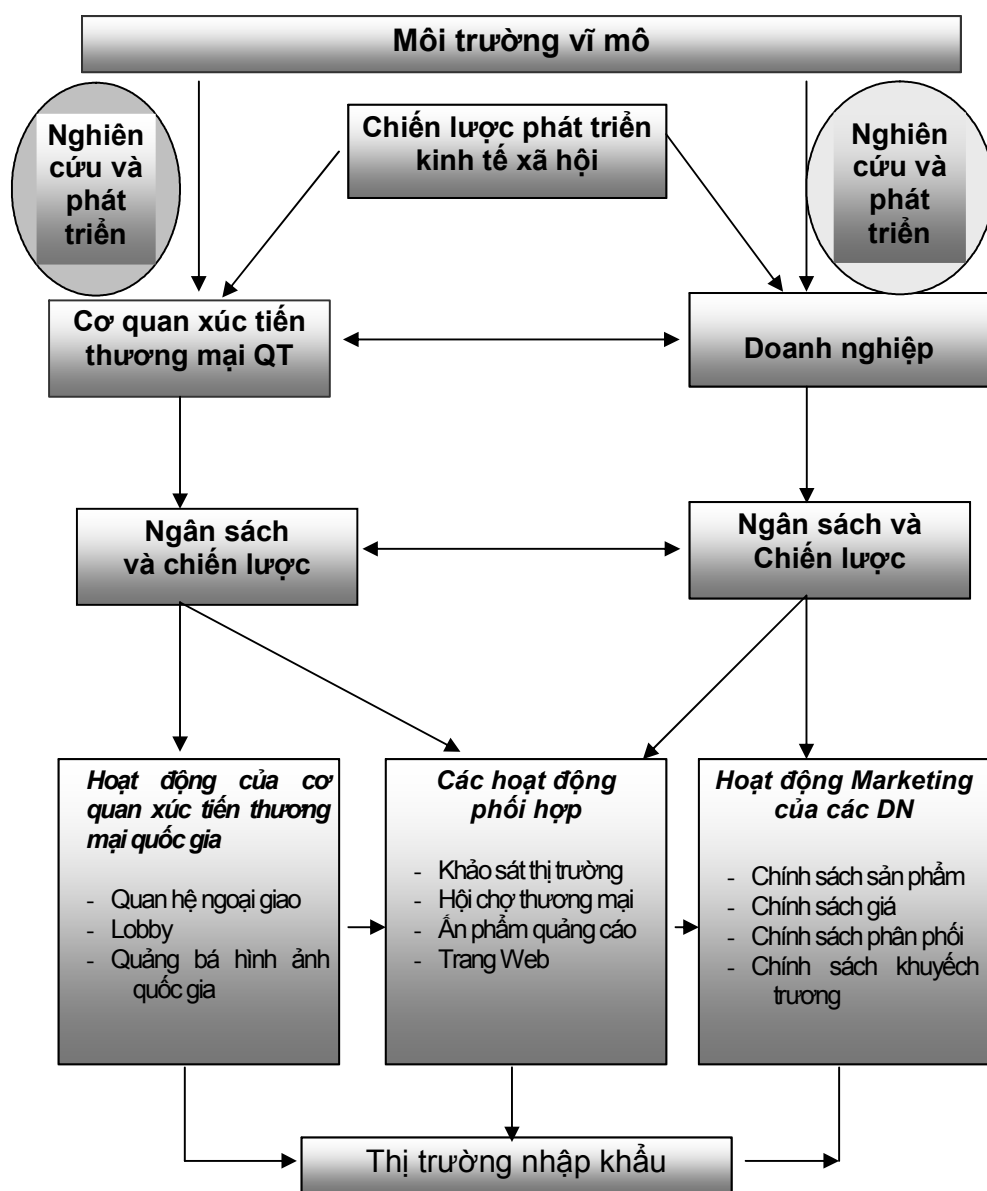
Trước hết, nhà nước cần chủ động và phối hợp với các doanh nghiệp nhằm xây dựng hình ảnh/ thương hiệu của quốc gia tại các thị trường trọng điểm. Các hoạt động chủ yếu bao gồm ngoại giao, hỗ trợ (lobby), các hoạt động marketing quảng bá hình ảnh. Ví dụ như việc xây dựng hình ảnh của hàng hoá sản xuất tại Việt Nam (Made in

Vietnam) với chất lượng tốt, an toàn, vv. sẽ đem lại lợi thế cạnh tranh không nhỏ cho các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường. Thông thường, cơ quan xúc tiến thương mại quốc gia (CQXTTMQG) chịu trách nhiệm về việc đề xuất và trực tiếp thực hiện các hoạt động nói trên. Trong quá trình thực hiện các hoạt động này, CQXTTMQG hành động trên cơ sở lợi ích của cả quốc gia chứ không phải vì lợi ích của một doanh nghiệp cụ thể nào. Sự phối hợp giữa các CQXTTMQG và các doanh nghiệp (chủ yếu là sự hỗ trợ của CQXTTMQG đối với các doanh nghiệp) thể hiện rõ nét qua hai cấp độ trong hoạt động marketing sản phẩm tới các thị trường nhập khẩu. Ở cấp độ thứ nhất các CQXTTMQG (có sự hợp tác của các doanh nghiệp) quảng bá và xây dựng hình ảnh của cả quốc gia như một đất nước thân thiện, nơi xuất xứ sản phẩm với chất lượng cao. Những hoạt động này sẽ tạo ra sự nhận thức về đất nước trong khách hàng tiềm năng, khơi dậy trong họ nhu cầu được tiêu dùng hay thưởng thức nền văn hoá. Một ví dụ điển hình là sự thâm nhập của văn hoá Trung Quốc bao giờ cũng đi trước một bước hoặc song hành với hàng hoá của các doanh nghiệp thuộc quốc gia này tới hầu hết các thị trường nhập khẩu trên toàn thế giới. Tại cấp độ thứ hai, các doanh nghiệp xuất khẩu marketing cho các sản phẩm cụ thể của chính họ cho khách hàng tiềm năng đã có nhận thức về hình ảnh của nguồn gốc xuất xứ. Khi mua sản phẩm, khách hàng của một doanh nghiệp xuất khẩu đã có một hình ảnh (nhận thức) về quốc gia như một nguồn gốc cung cấp hàng hoá đáng tin cậy. Nói cách khác, trong thương hiệu sản phẩm mà các doanh nghiệp xuất khẩu bán ra thị trường, thương hiệu (hình ảnh) của cả quốc gia có một vai trò hết sức quan trọng. Cần nhận thấy rằng, CQXTTMQG khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp chứ không thể làm thay các doanh nghiệp. CQXTTMQG tạo ra một sự phối hợp marketing (cây cầu marketing) giữa CQXTTMQG và các doanh nghiệp, đây chính là cây cầu nối hai cấp độ marketing sản phẩm như đã phân tích trên đây. CQXTTMQG cần phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp xuất khẩu trong mọi hoạt động của mình như thể hiện trên sơ đồ 1.4. Sự phối hợp này thể hiện trong hầu hết các quyết định và hoạt động quan trọng của CQDLGG, từ việc xây dựng ngân sách cho hoạt động marketing cho tới các hoạt động quảng bá. Do ngân sách của cả các CQXTTMQG và các doanh nghiệp đều không thể đủ cho tất cả các hoạt động marketing như mong muốn, để đảm bảo cho sự phối hợp có hiệu quả từ cả hai phía,

ngay từ khi xây dựng ngân sách cho các hoạt động marketing cả CQXTTMQG và các doanh nghiệp đã nên có sự phối hợp để xác định rõ những thứ tự ưu tiên trong việc phát triển và khuyến khích các sản phẩm trong các hoạt động marketing đối với từng thị trường. Tại ô “Các hoạt động marketing phối hợp” trong sơ đồ số 1.4 có liệt kê tương đối đầy đủ các hoạt động marketing phối hợp giữa CQXTTMQG và các doanh nghiệp. Các hoạt động này phải được thực hiện chủ yếu tại các thị trường nhập khẩu và nên phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp phân phối sản phẩm tại thị trường. Các hoạt động do CQXTTMQG tổ chức còn là cơ hội duy nhất cho một số doanh nghiệp nhỏ vươn ra thị trường quốc tế. Tuy vậy, mọi sự phối hợp phải dựa trên cơ sở tự nguyện. Vai trò của CQXTTMQG thay đổi tùy theo trình độ phát triển của nền kinh tế. Nếu hình ảnh của quốc gia còn hầu như chưa được biết đến, CQXTTMQG phải có vai trò chủ đạo. Trong trường hợp đó, phải có một ngân sách đủ lớn để tạo ra được một lượng khách hàng thực sự có tiềm năng và sự quan tâm của thị trường. Mặt khác, sự ủng hộ và hợp tác của các doanh nghiệp xuất khẩu là yếu tố quyết định thành công.

Thứ hai, Khi xảy ra các tranh chấp thương mại, vai trò của Chính phủ là tập hợp các doanh nghiệp để có các biện pháp nhằm giải quyết nhanh nhất các mâu thuẫn hoặc thỏa mãn các yêu cầu của thị trường nhập khẩu. Nhà nước có thể trực tiếp tham gia vào quá trình giải quyết theo các quy định của WTO hoặc thông qua các tổ chức phi chính phủ như các hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp, vv. Ví dụ như trong các vụ kiện chống bán phá giá, nhà nước phải tập hợp các doanh nghiệp để cung cấp đầy đủ các thông tin về quy trình và chi phí sản xuất để chứng tỏ tính minh bạch của sản phẩm. Mặt khác, trong quá trình giải quyết các tranh chấp, các nước đang phát triển (kể cả nhà nước và doanh nghiệp) gặp rất nhiều khó khăn, chủ yếu bắt nguồn từ việc không có đội ngũ chuyên gia pháp lý có chuyên môn và kinh nghiệm trong việc tham gia xử lý các tranh chấp thương mại quốc tế và cũng không có khả năng tài chính để đi thuê các chuyên gia từ các nước phát triển. Chính vì vậy mà vai trò của nhà nước càng trở nên thiết yếu hơn. Để có thể thực hiện tốt việc tổ chức phối hợp các doanh nghiệp giải quyết các xung đột thương mại quốc tế, các cơ quan của nhà nước cần nắm vững cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO nhằm sử dụng nó như một công cụ có hiệu quả để

giải quyết tranh chấp thương mại với các nước phát triển. Và xét về toàn cục thì Cơ chế này là một bước phát triển tiến bộ theo hướng công bằng hơn trong quan hệ thương mại quốc tế.



Hình 1.4: Sự phối hợp trong hoạt động marketing giữa QXTTMQG và các doanh nghiệp xuất khẩu

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Một ví dụ điển hình là khi đã xuất hiện các vụ tranh chấp về bán phá giá, Chính phủ cần chủ động vận động bằng nhiều con đường để các doanh nghiệp hoặc cơ quan có thẩm quyền của nước nhập khẩu không nộp đơn. Một khi đã có sự vận động nhưng phía đối tác vẫn nộp đơn thì cơ quan có thẩm quyền cần xem xét tính hợp lệ của đơn dựa trên 3 tiêu chí chủ yếu là đơn có đại diện cho ngành không, các nhà sản xuất ủng hộ đơn có lớn hơn các nhà sản xuất phản đối đơn không và sản phẩm của ngành có phải là sản phẩm tương tự với mặt hàng nhập khẩu đang bị coi là bán phá giá không. Ngoài ra, cần xem xét biên độ phá giá có cao hơn 2% giá xuất khẩu và kim ngạch nhập khẩu có cao hơn 3% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng đó hay không?

Khi cơ quan có thẩm quyền của nước nhập khẩu vẫn tiếp tục điều tra thì cần tiếp tục vận động họ không áp dụng biện pháp tạm thời (với lý do hàng nhập khẩu chưa gây thiệt hại vật chất cho ngành sản xuất trong nước). Trong trường hợp việc áp dụng thuế chống bán phá giá là khó tránh khỏi thì có thể chủ động đề xuất cam kết tăng giá xuất khẩu để nước nhập khẩu dừng điều tra và giải quyết tranh chấp theo biện pháp hoà giải nhằm giúp giải quyết ổn thoả các xung đột thương mại, xoa dịu hoặc hạn chế được các thiệt hại trong trường hợp bị áp đặt hình thức đối kháng. Cuối cùng, khi cam kết tăng giá xuất khẩu cũng không được chấp nhận thì khả năng áp dụng thuế chống bán phá giá là không thể tránh khỏi. Tuy nhiên, cần tiếp tục vận động để mức thuế chống bán phá giá càng thấp càng tốt.

Thứ ba, Nhà nước và doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ hơn trong việc xây dựng môi trường kinh doanh trong nước nhằm tạo dựng nền tảng cho các doanh nghiệp xây dựng năng lực cạnh tranh. Mặc dù với vai trò của mình, nhà nước cần phải nắm giữ vai trò chủ đạo trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng, cung cấp nguồn nhân lực và hoàn thiện môi trường thể chế nhưng sự tham gia và phối hợp tích cực của cộng đồng doanh nghiệp sẽ khiến cho các hoạt động này của nhà nước có hiệu quả hơn, thực hiện với tốc độ cao hơn. Những công trình hạ tầng nhà nước và doanh nghiệp cùng làm, những cơ sở chương trình đào tạo có sử dụng cơ sở vật chất và đội ngũ cán bộ của các doanh nghiệp là những ví dụ của mối liên kết này. Sự kết hợp không chỉ giúp cho các cơ sở đào tạo nâng cao được chất lượng đào tạo theo hướng đáp ứng ngày càng tốt hơn

các yêu cầu của thực tiễn mà còn giúp cho các doanh nghiệp có được nguồn nhân lực phù hợp với chi phí đào tạo thấp nhất. Trong điều kiện của các nước đang phát triển, khi các cơ sở đào tạo có nguy cơ xa rời hoặc tụt hậu so với yêu cầu của các doanh nghiệp, nhà nước không chỉ tạo dựng các cơ chế phù hợp mà còn trực tiếp làm cầu nối cho sự phối hợp giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp. Khi các doanh nghiệp chủ động kết hợp với các cơ quan nhà nước xây dựng và thực hiện những chính sách quản lý và phát triển kinh tế như các quy hoạch chiến lược phát triển ngành, vùng thì tính khả thi của các bản quy hoạch và chiến lược mới có thể được đảm bảo. Như vậy, liên kết nhà nước và doanh nghiệp sẽ thực sự có hiệu quả khi lợi ích chân chính của doanh nghiệp đồng hành với những mục tiêu lợi ích của đất nước mà nhà nước theo đuổi.

1.4.3 Các nguồn lực liên kết khác

Nếu như liên kết Nhà nước doanh nghiệp tạo dung môi cho các doanh nghiệp vượt khó thì các mối liên kết khác như chất xúc tác thúc đẩy hoạt động của các doanh nghiệp. Các nhà phân phối (nhập khẩu) tại thị trường có vai trò quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp và sản phẩm trên thị trường. Nhà nước cũng như doanh nghiệp phải coi các nhà phân phối như là một thành viên trong cộng đồng doanh nghiệp trong nước nhằm gắn kết chặt chẽ lợi ích của họ với lợi ích của các doanh nghiệp xuất khẩu. Với lợi thế là tiếng nói xuất phát từ thị trường nhập khẩu và đại diện cho người tiêu dùng, ý kiến của các nhà phân phối có ảnh hưởng lớn tới quyết định áp dụng các rào cản phi thuế quan của chính quyền sở tại. Việc tạo dựng liên minh với các nhà phân phối có thể được coi như một trong những ưu tiên hàng đầu của các doanh nghiệp xuất khẩu.

Các hiệp hội sẽ là chỗ dựa vững chắc cho các doanh nghiệp khi phải đối mặt với những rào cản phi thuế quan. Sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong hiệp hội cùng với các cơ quan chức năng của nhà nước, các nhà phân phối sẽ làm tăng trọng lượng của các ý kiến, đề nghị đối với chính quyền nước nhập khẩu. Sự chia sẻ thông tin, kinh nghiệm và các nguồn lực khác cũng sẽ tạo cho doanh nghiệp giảm thiểu những khó khăn của họ.

Việc phân tích các nguồn lực của doanh nghiệp sẽ cho thấy doanh nghiệp cần phải làm gì để vượt qua các rào cản phi thuế quan. Một mặt họ phải xây dựng nền tảng cơ sở kỹ thuật, tài chính, nhân lực của mình, mặt khác họ phải tăng cường liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp trong hiệp hội xuất khẩu cũng như các nhà phân phối.

1.5 Kinh nghiệm của hàng dệt may xuất khẩu Trung Quốc trong việc vượt qua rào cản phi thuế quan của Hoa Kỳ

Trong khuôn khổ của luận án, sẽ tập trung vào phân tích kinh nghiệm của hàng dệt may Trung Quốc vượt qua các rào cản vào thị trường Mỹ. Hàng dệt may Trung Quốc và hàng dệt may Việt Nam tại thị trường Mỹ có nhiều điểm tương đồng: tốc độ tăng trưởng nhanh, luôn có sự theo dõi sát sao của hải quan và các cơ quan hữu quan Hoa Kỳ. Hàng dệt may đã trở thành một điểm nóng trong quan hệ thương mại giữa Trung Quốc và Mỹ. Kinh nghiệm của Trung Quốc không chỉ có ý nghĩa đối với hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ. Những rào cản được áp dụng đối với Trung Quốc cũng như cũng như biện pháp mà Trung Quốc đã thực hiện để chống lại hoàn toàn có thể được vận dụng một cách linh hoạt cho các thị trường hay mặt hàng xuất khẩu khác của Việt Nam.

1.5.1 Tình hình xuất khẩu dệt may của Trung Quốc vào Hoa Kỳ

Căn cứ vào bảng số liệu “Các nước xuất khẩu dệt may chính vào Hoa Kỳ”, chúng ta có thể thấy các quốc gia chính xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ là Trung Quốc, Mêhicô, Ấn độ, Hồng Kông, Canada, Hàn Quốc, Indônêsi-a, Honduras, Việt Nam, và Italia.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Trung Quốc vào Hoa Kỳ không những lớn nhất mà còn có tốc độ tăng trưởng cao. Sau khi hạn ngạch nhập khẩu hàng dệt may được xóa bỏ giữa các nước thành viên WTO, xuất khẩu dệt may của Trung Quốc vào Hoa Kỳ đã tăng vọt. Năm 2005, Trung Quốc xuất vào Hoa Kỳ xấp xỉ 27 tỷ USD, tăng 42,5 % so với năm 2004 và chiếm xấp xỉ 27 % tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, sau khi Hoa Kỳ áp dụng trở lại hạn ngạch đối với Trung Quốc từ tháng 5/2005 thì tốc độ tăng nhập khẩu hàng dệt may từ nước này vào Hoa Kỳ đã chậm lại.

Trung Quốc hoàn toàn có thể thống trị thị trường dệt may thế giới nói chung và Hoa Kỳ nói riêng nếu không bị hạn chế bởi điều khoản tự vệ với Hoa Kỳ và EU. Sức mạnh cạnh tranh của Trung Quốc chủ yếu nhờ (1) chi phí lao động trên mỗi đơn vị

sản phẩm rất thấp do mức lương thấp và năng suất lao động cao; (2) Trung Quốc có thể sản xuất các loại vải, phụ kiện trang trí, bao bì, và hầu hết các phụ kiện khác dùng để sản xuất hàng dệt may và các sản phẩm dệt khác; (3) Trung Quốc được giới chuyên môn đánh giá là một nơi tốt nhất về sản xuất quần áo, và các sản phẩm dệt may khác với bất kỳ chất lượng nào hay với bất cứ mức giá nào; (4) Trung Quốc có khả năng cung cấp hàng dệt may với số lượng lớn trong thời gian ngắn³. Tuy nhiên, hiện tại, một số chủng loại dệt may Trung Quốc đã bị Hoa Kỳ hạn chế trở lại bằng hạn ngạch cho đến hết năm 2008. Trong số các nước ASEAN, chỉ có Việt Nam và ở chừng mực thấp hơn là Indônêxia được đánh giá là có khả năng cạnh tranh với Trung Quốc và Ấn Độ.

Bảng 1.3: Các nước xuất khẩu dệt may chính vào Hoa Kỳ

(Đơn vị: triệu USD)

	2001	2002	2003	2004	2005
Trung Quốc	6.536	8.744	11.609	14.558	22.405
Mêhicô	8.945	8.619	7.941	7.793	7.246
Ấn độ	2.633	2.993	3.212	3.633	4.617
Hồng Kông	4.403	4.032	3.818	3.959	3.607
Indônêxia	2.553	2.329	2.376	2.620	3.081
Việt Nam	49	952	2.484	2.720	2.881
Pakistan	1.924	1.983	2.215	2.546	2.904
Bangladesh	2.205	1.990	1.939	2.066	2.457
Canada	3.162	3.199	3.118	3.086	2.844
Honduras	2.348	2.444	2.507	2.678	2.629
Thái Lan	2.441	2.203	2.072	2.198	2.124
Philippines	2.248	2.042	2.040	1.938	1.921
Cộng	39.448	41.528	45.330	49.795	58.717
Các nước khác	30.792	30.655	32.104	33.516	30.489
Tổng cộng	70.240	72.183	77.434	83.310	89.205

Nguồn: Bài "Nhu cầu nhập khẩu của Hoa Kỳ trong một số lĩnh vực mà Việt Nam quan tâm"

- Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ - <http://www.vietnam-ustrade.org>

³ Nguyễn Xuân Nữ, 2005, *Đánh giá khả năng cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam có so sánh với hàng dệt may Trung Quốc*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học Kinh tế Ngoại thương – Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội.

1.5.2 Các biện pháp hạn chế của Hoa Kỳ

Đứng trước sự đe dọa của hàng dệt may nhập khẩu từ Trung Quốc, chính phủ Hoa Kỳ đã sử dụng hàng loạt các biện pháp bao gồm *tăng thuế, áp dụng hạn ngạch, tái áp dụng hạn ngạch xuất khẩu* để hạn chế luồng hàng dệt may nhập khẩu từ Trung Quốc vào thị trường.

Tháng 11/2003, Tổng thống Bush đưa ra quyết định trừng phạt hàng may mặc đến từ Trung Quốc và cho rằng, mũi tên này trúng ít nhất hai mục đích. Bên cạnh việc ngăn chặn hàng may mặc Trung Quốc, quyết định này còn có ý nghĩa trừng phạt Bắc Kinh không thả nổi đồng nhân dân tệ, dẫn tới sự thâm hụt cán cân thương mại mà bản thân Hoa Kỳ đang phải gánh chịu [27]. Ngoài ra, nhà Trắng cũng thông báo mặt hàng dệt may từ Trung Quốc vào Mỹ trong những năm tới sẽ tăng hàng năm không quá 7,5%. Với quyết định này, ông Bush tìm cách cứu việc làm cho 300.000 công nhân ngành dệt may của nước này bị sa thải từ hai năm nay. Từ đó, tranh thủ được phiếu tín nhiệm trong cuộc tranh cử nhiệm kỳ Tổng thống 2004.

Không dừng ở đó, tháng 04/2005, Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC – Department of Commerce) thông báo tiến hành điều tra hàng dệt may nhập khẩu từ Trung Quốc và có khả năng sẽ tái áp đặt hạn ngạch đối với một số chủng loại. Đây là một bước thay đổi chính sách đột ngột của chính quyền Bush chỉ hơn 3 tháng sau khi chế độ hạn ngạch hàng dệt may đối với các nước thành viên tổ chức thương mại thế giới (WTO) được bãi bỏ. Căn cứ trên số liệu sơ bộ của Bộ Thương mại Hoa Kỳ, trong quý I, sản phẩm dệt may từ Trung Quốc vào Mỹ tăng hơn 63% so với cùng kỳ năm 2004. Trong số này, áo sơ mi chất liệu cotton nhập khẩu từ Trung Quốc tăng hơn 1200%, quần cotton tăng 1500% và quần áo lót tăng gấp 3 lần. Tính cả năm 2004, giá trị nhập khẩu quần cotton, áo sơ mi và quần áo lót từ Trung Quốc là khoảng 625 triệu USD, nhưng riêng tháng 1 năm 2005, lượng nhập khẩu đã là 160 triệu USD. Quần cotton, áo sơ mi chất liệu cotton và quần áo lót nằm trong số ít chủng loại hàng dệt may hiện vẫn được sản xuất tại Hoa Kỳ. Và đây cũng chính là những chủng loại được bảo hộ bởi hệ thống hạn ngạch đã hết hiệu lực từ cuối năm 2004. Các chuyên gia phân tích từ lâu đã dự báo, một khi hệ thống hạn ngạch được bãi bỏ, Trung Quốc sẽ chi phối lĩnh vực thương

mại dệt may trị giá 495 tỷ USD của thế giới, làm tê liệt hoạt động sản xuất tại Hoa Kỳ, châu Âu và nhiều nơi khác. Tính năm 2004, hàng dệt may của Trung Quốc vào thị trường Hoa Kỳ đạt trị giá khoảng 15 tỷ USD chiếm xấp xỉ 20% giá trị nhập khẩu hàng dệt may của Hoa Kỳ. Và trên cơ sở của việc chiếm lĩnh thị trường Hoa Kỳ, hàng dệt may Trung Quốc đã khiến cho ngành công nghiệp dệt may Hoa Kỳ gặp nhiều khó khăn. Theo ý kiến của hầu hết các chuyên gia, hoạt động sản xuất dệt may tại Hoa Kỳ sẽ biến mất trong vài năm tới. Hội đồng quốc gia các tổ chức dệt may của Hoa Kỳ cho biết, tính tại thời điểm tháng 4/2005, đã có 17.000 lao động Hoa Kỳ mất việc làm sau khi 11 nhà máy sản xuất hàng dệt may phải đóng cửa vì không cạnh tranh nổi với hàng nhập khẩu.

Và cuối cùng, vào tháng 5/2005, Hoa Kỳ đã tái áp hạn ngạch đối với hàng dệt may Trung Quốc. Ủy ban thực thi Hiệp định hàng dệt may Hoa Kỳ (CITA) tuyên bố sẽ áp quota với 3 chủng loại hàng nhập khẩu từ Trung Quốc. Hoa Kỳ sẽ áp dụng biện pháp tự vệ nhập khẩu đối với hàng dệt may nhập khẩu từ Trung Quốc do những sản phẩm này đe dọa làm đảo lộn thị trường. Theo Hoa Kỳ thì hành động của CITA hoàn toàn tuân thủ theo cam kết trong các hiệp định thương mại đã ký kết. Và bản thân Hoa Kỳ sẽ cố gắng tìm tiếng nói chung với Trung Quốc nhằm tìm ra giải pháp phát triển trật tự thương mại trong môi trường phi quota. Theo CITA, những mặt hàng bị áp hạn ngạch do có sự tăng kim ngạch đột biến trong quý I năm 2005 đã làm đảo lộn thị trường Hoa Kỳ. Trên cơ bản, quá trình tái áp hạn ngạch đối với ba mặt hàng dệt may của Trung Quốc đã được Hoa Kỳ tiến hành theo đúng những bước cũng như thủ tục cần thiết : trong tháng 4/2005, CITA đã dành 30 ngày để lấy ý kiến về việc có áp dụng biện pháp tự vệ với ba mặt hàng này không. Cuộc thăm dò kết thúc vào ngày 9/5/2005 với kết quả thuận theo hướng tái áp hạn ngạch. Và trong khoảng thời gian từ ngày 10/5 cho đến cuối tháng 5, CITA cũng đã trưng cầu ý kiến của Bắc Kinh trong một nỗ lực nhằm ổn định trật tự thị trường dệt may. Bản thân CITA cũng dành 30 ngày để Trung Quốc có câu trả lời chính thức.

Những biện pháp mà Hoa Kỳ đã sử dụng đối với hàng dệt may từ Trung Quốc, cho thấy đây cũng chính là lời cảnh báo cho Việt Nam và cho những nước đang phát

triển mà dệt may là ngành sản xuất mũi nhọn. Bất kể một quốc gia nào cũng có thể gặp phải rào cản này nếu xuất khẩu một cách ồ ạt vào thị trường nước ngoài, đặc biệt khi các mặt hàng đó có khả năng cạnh tranh cao tại thị trường nhập khẩu, có khả năng đe dọa sản xuất nội địa.

1.5.3 Những biện pháp tự vệ của Trung Quốc

Trung Quốc đã chủ động áp dụng một số biện pháp phòng ngừa ngay từ trước ngày 9/5/2005 khi Hoa Kỳ đưa ra quyết định tái áp hạn ngạch đối với một số mặt hàng dệt may của Trung Quốc. Ngay khi có những dấu hiệu về khả năng xảy ra tranh chấp, bên cạnh việc tiến hành đàm phán với Hoa Kỳ, Bộ Thương mại Trung Quốc đã tăng thuế xuất khẩu đối với hàng dệt may của nước mình nhằm giảm bớt nhiệt tăng trưởng xuất khẩu trong thời gian tới [53]. Chính phủ Trung Quốc cũng rất khéo léo trong việc kết hợp giữa những biện pháp áp dụng với bên ngoài (cụ thể trong trường hợp này là Hoa Kỳ) cũng như những biện pháp áp dụng với bên trong (ngành công nghiệp dệt may Trung Quốc). Biện pháp này, sẽ giúp cho ngành dệt may Trung Quốc khi xuất khẩu sang thị trường nước ngoài tránh được tình trạng là xuất khẩu quá nhiều và dẫn tới việc bị áp hạn ngạch hay gặp phải những rào cản của nước nhập khẩu. Bên cạnh đó, bản thân Trung Quốc đưa ra biện pháp này cũng chính là cách để tránh sự trừng phạt của Hoa Kỳ và Liên minh Châu Âu- hai khối thị trường dệt may lớn nhất thế giới bị đe dọa bởi hàng dệt may giá rẻ của Trung Quốc- khi mà chế độ quota được bãi bỏ trong các nước thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) từ đầu năm 2005.

Bên cạnh mục đích là tránh sự trừng phạt của Hoa Kỳ và Liên minh Châu Âu, thì việc Bộ Thương mại Trung Quốc tăng thuế xuất khẩu một số mặt hàng dệt may cũng được xem là một trong số những biện pháp nhằm đảm bảo cho Trung Quốc có một giai đoạn hội nhập chuyển tiếp ôn hòa sau khi chế độ hạn ngạch dệt may chấm dứt. Theo thỏa thuận của WTO, hạn ngạch dệt may được áp dụng trong bốn thập kỷ qua đã chính thức chấm dứt ngày 1/1/2005, đánh dấu sự khởi đầu cho việc tự do hóa buôn bán dệt may toàn cầu. Và trong trường hợp này, thuế xuất khẩu được sử dụng để khuyến khích việc tăng xuất khẩu các sản phẩm dệt may có giá trị gia tăng cao và tối

ưu hóa các chủng loại sản phẩm dệt may của Trung Quốc. Và lúc này, thuế suất xuất khẩu sẽ được đặt ra trên cơ sở tính đến những điều kiện sản xuất mặt hàng dệt may.

Tuy nhiên, khi ghi gặp phải những biện pháp trừng phạt thương mại từ phía Hoa Kỳ, Trung Quốc cũng đưa ra một số biện pháp tự vệ.

Biện pháp đầu tiên, là *Trung Quốc sẽ trả đũa áp dụng đối với hàng nông sản của Hoa Kỳ* [65]. Ngay sau khi nhà Trắng có tình áp dụng hạn ngạch với hàng dệt may Trung Quốc, chính quyền Bắc Kinh đã có những phản ứng gay gắt. Đại sứ quán Mỹ ở Trung Quốc đã bị chính quyền sở tại triệu lên để phản đối. Một phái đoàn thương mại của Trung Quốc chuẩn bị sang Hoa Kỳ để đàm phán về vấn đề thương mại cũng đã đình chỉ chuyến đi. Trung Quốc lập tức trả đũa Hoa Kỳ bằng cách tập trung vào một số mặt hàng nông sản như: đậu tương, ngô, bông và một số sản phẩm nông nghiệp khác. Bị trả đũa như vậy, thì mặt hàng đậu nành của Hoa Kỳ sẽ bị thiệt hại nhiều nhất. Khi đó, hàng triệu nông dân quốc gia này cũng có nguy cơ phá sản. Trên thực tế, mặt hàng đậu nành của Hoa Kỳ đã bán tràn lan ở thị trường Trung Quốc với số lượng là khoảng 22 triệu tấn/1 năm, chiếm khoảng 1/3 tổng số đậu nành tiêu thụ tại Trung Quốc. Bên cạnh đó, giá bán của loại đậu này rất rẻ, chỉ từ 150 – 200 USD/1 tấn. Tuy nhiên, khi bị trả đũa thì giá của loại đậu này sẽ bị tăng lên và có khả năng tăng lên tới 300 USD/1 tấn. Bản thân phía Trung Quốc cũng đã cố gắng tìm mọi biện pháp để xoa dịu phía Hoa Kỳ bằng cách là Trung Quốc sẽ tăng cường mua một số mặt hàng công nghệ cao của Hoa Kỳ để giảm bớt thâm hụt thương mại. Khi Hoa Kỳ tác động tới ngành dệt may, một ngành được coi là mũi nhọn của Trung Quốc thì phản ứng của phía Trung Quốc là sẽ tìm ngay một biện pháp trả đũa ngược trở lại. Tuy nhiên, không phải quốc gia nào cũng có đủ lực cũng như thế mạnh như Trung Quốc để có thể tìm biện pháp trả đũa Hoa Kỳ.

Biện pháp thứ hai mà Trung Quốc sử dụng đó là, *huy động các nguồn nội lực bên trong từ phía các doanh nghiệp trong nước* tích cực đầu tư ra nước ngoài nhằm xây dựng thương hiệu cho hàng dệt may Trung Quốc, hỗ trợ cho ngành dệt may thông qua các biện pháp xúc tiến thương mại [65]. Các cơ quan nhà nước sẽ cung cấp những thông tin kịp thời về tình hình xuất khẩu và đầu tư trong ngành dệt may, đồng thời đưa

ra những cảnh báo về rủi ro đối với các nhà xuất khẩu và ngăn chặn tình trạng đầu tư quá mức, sản xuất trùng lặp trong ngành dệt may. Chính phủ Trung Quốc khuyến khích các công ty trong nước đầu tư ra nước ngoài với những chính sách ưu đãi. Chính phủ cũng hỗ trợ các công ty tăng mức đầu tư cho nghiên cứu phát triển, thiết kế để nhằm tăng sức cạnh tranh cho hàng dệt may Trung Quốc. Các công ty Trung Quốc luôn được chuẩn bị đối phó với việc bảo hộ thương mại chống hàng hóa Trung Quốc ngày càng tăng sau khi chấm dứt chế độ hạn ngạch dệt may. Mục tiêu hàng đầu của ngành dệt may Trung Quốc là tìm kiếm một sự thay đổi cơ bản về cách tăng trưởng xuất khẩu.

Biện pháp thứ ba là, *cắt giảm hoàn thuế xuất khẩu đối với mặt hàng dệt may* [65]. Việc giảm tỷ lệ hoàn thuế xuất khẩu là một trong những nỗ lực kiểm soát vĩ mô của chính phủ nhằm thay đổi mô hình tăng trưởng ngoại thương của Trung Quốc từ tập trung vào số lượng sang nâng cao chất lượng. Ngành dệt may Trung Quốc đã phải chịu thiệt hại không nhỏ khi mà chính phủ giảm tỷ lệ hoàn thuế xuất khẩu của ngành từ 13% xuống còn 11% vào ngày 15 tháng 9 năm 2006, với mức thiệt hại cụ thể là gần 8 tỷ Nhân dân tệ, tương đương với 1 tỷ USD. Hiện nay, kinh doanh xuất khẩu hàng dệt may ngày càng trở nên khó khăn do chi phí nhân công và nguyên liệu thô ngày càng tăng, bên cạnh đó đồng nhân dân tệ cũng tăng giá. Chính những yếu tố này sẽ góp phần làm hạn chế việc đầu tư quá mức vào lĩnh vực dệt may, xóa bỏ dần các phương thức sản xuất lỗi thời, giảm lượng tiêu thụ tài nguyên và cải thiện môi trường.

Biện pháp thứ tư là, *chính phủ Trung Quốc tiến hành bỏ thuế xuất khẩu đối với một số mặt hàng dệt may* [65]. Chúng ta có thể thấy, thời gian trước thì chính phủ Trung Quốc thông báo áp đặt thuế xuất khẩu, tăng thuế xuất khẩu đối với hàng dệt may. Tuy nhiên, sau một thời gian, khi mà Hoa Kỳ và EU liên tiếp có những động thái phản hồi và có chiều hướng tiêu cực đối với hàng dệt may thì vào tháng 5/2005, Bắc Kinh cũng đã ra tuyên bố sẽ bỏ thuế xuất khẩu đối với hơn 80 hạng mục hàng may mặc. Điều này sẽ làm cho các sản phẩm của Trung Quốc rẻ hơn nhiều trên thị trường thế giới. Đây được coi là hành động trả đũa của Trung Quốc đối với những động thái và biện pháp mà Hoa Kỳ dành cho hàng dệt may từ Trung Quốc. Trên thực tế, chính

quyền Trung Quốc cũng đã đưa ra cảnh báo rằng, họ sẽ tiến hành các biện pháp trả đũa nếu như Hoa Kỳ vẫn tiếp tục tìm cách hạn chế hàng dệt may nước này một cách bất công và đơn phương. Và chính quyền Trung Quốc cũng tuyên bố rằng việc họ sử dụng các biện pháp trả đũa ngoài việc chứng tỏ chủ nghĩa bảo hộ sai lầm của Hoa Kỳ mà còn để khẳng định quyền và lợi ích hợp pháp của Bắc Kinh trên trường quốc tế.

Thực tế, đối với Hoa Kỳ, họ cho rằng kể từ khi chế độ hạn ngạch đối với hàng dệt may được dỡ bỏ, thì mặt hàng dệt may Trung Quốc với ưu thế về giá đã dần chiếm lĩnh nhiều thị trường trong đó có Hoa Kỳ. Con lốc hàng may mặc Trung Quốc đã khiến cho Hoa Kỳ phải lo ngại. Còn Trung Quốc thì cho rằng chuyện gia tăng hàng xuất khẩu dệt may của họ gần đây chỉ là một hiện tượng ngắn hạn sau khi chế độ hạn ngạch không còn nữa. Họ cũng khẳng định sẽ cố gắng kiểm soát tốc độ tăng trưởng và không gây xáo trộn thị trường thế giới [30]. Cả hai phía đều đưa ra những lí lẽ nhằm biện minh cho những hành động của mình.

Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy trong quá trình thiết lập quan hệ buôn bán, thương mại với các quốc gia phát triển trên thế giới, chúng ta cần phải chủ động hơn nữa trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và điều tiết xuất khẩu. Việt Nam chưa đủ lớn, đủ mạnh như Trung Quốc để có những phản hồi hay biện pháp trả đũa lại các biện pháp của Hoa Kỳ. Và nếu bị trừng phạt như Trung Quốc, nền công nghiệp sản xuất hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam rõ ràng bị đe dọa và chắc chắn sẽ chịu nhiều thiệt thòi. Do vậy, việc chủ động phòng tránh các rào cản thương mại có ý nghĩa quyết định.

**

Như vậy, rào cản phi thuế quan bao gồm hai bộ phận cơ bản: đó là các **rào cản pháp lý** được hiểu là các chính sách, các quy định mang tính pháp lý của chính phủ đối với hàng hoá nhập khẩu và các **rào cản kỹ thuật** chủ yếu là các tiêu chuẩn kỹ thuật như nguồn gốc xuất xứ, tiêu chuẩn vệ sinh, quy định đối với nguyên vật liệu, quy trình sản xuất, vận chuyển, tiêu chuẩn xã hội vv.

Rào cản phi thuế quan, đặc biệt là các rào cản kỹ thuật, được áp dụng ngày càng rộng rãi trong thương mại quốc tế. Tác động của rào cản phi thuế quan mang tính đa chiều và rất khó có thể khẳng định một cách chính xác mức độ tác động của chúng. Ngoài những tác động hạn chế hàng nhập khẩu, các rào cản kỹ thuật cũng có khả năng buộc các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng sản phẩm và đời sống của người lao động. Đây chính là mặt tích cực của các rào cản kỹ thuật.

Để vượt qua các rào cản phi thuế quan, các doanh nghiệp phải vận dụng và kết hợp có hiệu quả các nguồn lực bên trong và các nguồn lực liên kết của doanh nghiệp. Liên kết Nhà nước – doanh nghiệp có một ý nghĩa quan trọng trong việc đảm bảo các doanh nghiệp vượt qua các rào cản. Chính phủ là nguồn cung cấp thông tin, tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi (hạ tầng và nguồn nhân lực), hỗ trợ pháp lý cho các doanh nghiệp. Chính phủ phải trở thành người tổ chức các hoạt động phối hợp với doanh nghiệp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của quốc gia và hàng hoá xuất khẩu.

Kinh nghiệm và thực tiễn quốc tế cho thấy để giải quyết các vấn đề về thương mại quốc tế, vận dụng một cách sáng tạo và hợp lý các quy định trong khuôn khổ WTO có ý nghĩa quyết định đối với các nước đang phát triển.

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HỆ THỐNG RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM

2.1 Hoạt động xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh gia nhập WTO

2.1.1 Quy mô và tốc độ tăng trưởng

Trong giai đoạn 2001-2005, qui mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam đều đạt và vượt các chỉ tiêu đặt ra cho giai đoạn 5 năm đầu của chiến lược xuất khẩu 2001 - 2010. Trong đó, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trung bình cả giai đoạn đạt 17,5%/năm. Năm 2006 tăng 22,1% so với năm 2005. Kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ 15 tỷ USD năm 2001 lên 48,3 tỷ USD năm 2007, tăng 3,2 lần. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá trong giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) tăng từ 44,7% năm 2000 lên 65% năm 2006, đây là tỷ lệ khá cao so với các quốc gia đang phát triển khác (đứng thứ tư trong khu vực ASEAN, thứ năm châu Á và thứ tám trên thế giới...).

Bảng 2.1: Kết quả kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2001-2006

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006		Giai đoạn 2001-2006	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng số	15.029	3,8	16.706	11,2	20.149	20,6	26.503	31,5	32.442	22,2	39,605	22.1	110.829	17,5
Tỷ trọng XK/GDP	46,2		47,6		51		58,3		61.3		66			
Tăng bình quân	7,4				24.7						22.1		17,5	
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	3.649	5,8	3.989	9,3	4.452	11,6	5.437	22,1	6.852	26,0	8.016	20.2	24.379	14,0
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	-9,9	3.426	5,8	4.005	16,9	6.026	50,5	8.042	33,5	9.409	23.8	24.738	17,5
- Nhóm công nghiệp và TCMN	5.102	2,9	6.340	24,3	8.164	28,8	10.697	31,0	12.459	16,5	15.449	39	42.761	20,0
- Nhóm hàng khác	3.039	22,4	2.952	-2,9	3.528	19,5	4.344	23,1	5.089	17,2	6.731	17	19.037	15,8

Nguồn: Đề án phát triển xuất khẩu 2006-2010, Bộ Thương mại và thu thập của tác giả

Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu diễn ra không đều trong giai đoạn 2001-2006. Trong 2 năm đầu, 2001 - 2002, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình chỉ đạt mức 7,4%/năm. Trong 3 năm cuối, 2003 - 2005, hoạt động xuất khẩu đã có sự bứt phá mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng đạt mức bình quân 24,7%/năm. Năm 2006 đã mở đầu

cho một giai đoạn tăng trưởng mới khi duy trì mức tăng trưởng tương đương những năm cuối của giai đoạn 2001 – 2005 (xem qua bảng 2.1)

2.1.2 Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Với chính sách ưu tiên phát triển các ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu nguyên liệu thô và sơ chế, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đã có sự chuyển biến trong những năm gần đây, tuy vẫn còn chậm và không ổn định. Trong đó, tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giảm dần từ 24,3% năm 2001 xuống còn 21,1% năm 2005; nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản giảm dần trong 3 năm đầu từ 24,3% năm 2001 xuống 22,1% năm 2003 nhưng đã tăng trở lại trong năm 2004 - 2005 và chiếm tỷ trọng 24,7% năm 2005; nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ có xu hướng tăng nhẹ nhưng không đều và chiếm tỷ trọng 38,4% trong cơ cấu hàng xuất khẩu năm 2005 (xem bảng 2.2).

Bảng 2.2: Cơ cấu hàng xuất khẩu giai đoạn 2001-2006

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006		Giai đoạn 2001-2006	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hoá	15.029	100	16.706	100	20.149	100	26,03	100	32.442	100	39.605	100	150.434	100
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	3.649	24,3	3.989	23,9	4.452	22,1	5.437	20,5	6.851	21,1	8.016	20,2	32.395	21,5
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	21,6	3.426	20,5	4.005	19,9	6.026	22,7	8.042	24,7	9.409	23,8	34.147	22,7
- Nhóm công nghiệp và TCMN	5.102	33,9	6.340	40,0	8.164	40,5	10.697	40,4	12.459	38,4	15.449	39	58.210	38,7
- Nhóm hàng khác	3.039	20,2	2.952	15,6	3.528	17,5	4.344	16,4	5.089	15,6	6.731	17	25.768	17,1

Nguồn: Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương Mại.

Số lượng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực cũng ngày càng được gia tăng, nếu như năm 1997, Việt nam chỉ có 6 mặt hàng, thì đến năm 2005 đã tăng lên 17 mặt hàng. Đặc biệt năm 2006 được ghi nhận là năm có nhiều kỷ lục về xuất khẩu với 9 mặt hàng đạt

kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, tăng 2 mặt hàng so với năm 2005, bao gồm dầu thô, dệt may, da giày, thủy sản, sản phẩm gỗ, điện tử vi tính, gạo, cao su và cà phê. Trong đó, xuất khẩu nhiều mặt hàng công nghiệp tăng trưởng khá so với năm 2005 như than đá (+65,6%), dệt may (+19,9%), da giày (+16,9%),. Một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông lâm thủy sản cũng đạt tốc độ tăng trưởng khá như thủy sản (+23,1%), cao su (tăng 18,7% về lượng và tăng 60% về kim ngạch), cà phê (tăng 0,5% về lượng và tăng 47% về kim ngạch). Cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu đang có xu hướng gia tăng của các mặt hàng công nghiệp trong khi nông lâm thủy sản đang giảm dần tỷ trọng của mình.

2.1.3 Thị trường xuất khẩu

Hiện nay, Việt nam đã mở rộng thị trường xuất khẩu sang hầu hết các quốc gia ở khắp các châu lục trên thế giới. Tính đến năm 2005, hàng hoá xuất khẩu Việt nam đã có mặt tại hơn 220 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó bao gồm nhiều trung tâm kinh tế lớn của thế giới. Những năm gần đây, thị trường xuất khẩu đang phát triển theo hướng mở rộng sang các thị trường Mỹ, các nước thuộc EU, thị trường các nước Đông Âu cũng đang được hồi phục.

Năm 2006, châu Á vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, trung bình chiếm tới gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2001-2006. Các thị trường xuất khẩu châu Á chủ yếu của Việt Nam bao gồm Nhật Bản: 5,2 tỷ USD (tăng 19% so với 2005, chiếm 13% kim ngạch); Trung Quốc 3,2 tỷ USD; khối Asean đạt 6,56 tỷ USD.

Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của thị trường Châu Mỹ tăng đều trong giai đoạn vừa qua, từ 8,9% (2001) lên 23,1% (2006). Tại khu vực này, Mỹ vẫn là đối tác chính của Việt nam với kim ngạch 2006 là 8 tỷ đô la Mỹ (tăng 35% so với 2005, chiếm 86,8% tổng kim ngạch xuất khẩu sang khu vực này). Hiện nay, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường châu Âu là 7,647 tỷ USD, trong đó các nước EU chiếm 6,8 tỷ USD; Tuy nhiên do tốc độ tăng trưởng của thị trường này thấp hơn các thị trường khác nên tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường châu Âu giảm dần, từ 23,4% năm 2001 xuống còn 19,2% năm 2006.

2.1.4 Tác động của việc Việt Nam gia nhập WTO đối với xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam

Tháng 11 năm 2006, Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO. Ngày 7 tháng 1 năm 2007, các thoả thuận của Việt Nam trong khuôn khổ WTO bắt đầu có hiệu lực. Việc trở thành thành viên của WTO sẽ tạo cho nền kinh tế Việt Nam có thế và lực trên trường quốc tế. Việt Nam sẽ có vị thế bình đẳng, được thụ hưởng các quyền lợi của một thành viên đang phát triển trong WTO, cùng các nước đang phát triển khác xây dựng quy định, luật lệ của WTO, hạn chế được sự áp đặt đơn phương bất bình đẳng của các nước đối với Việt nam về kinh tế, xã hội, lao động, môi trường... Ngoài ra, chúng ta còn cơ hội tiếp cận hệ thống giải quyết tranh chấp thương mại công bằng và hiệu quả của WTO. Việc gia nhập WTO có những tác động trực tiếp hoạt động xuất khẩu như sau:

Thuận lợi:

Thứ nhất, khi tham gia WTO Việt Nam có cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sẽ không bị bó hẹp trong các Hiệp định song phương và khu vực mà sẽ có sự hội nhập với thị trường toàn cầu. Các doanh nghiệp và hàng hoá của Việt nam sẽ không bị phân biệt đối xử so với doanh nghiệp và hàng hoá của các nước khác theo điều kiện đối xử tối huệ quốc (MFN) và đối xử quốc gia (NT). Có thể khẳng định, việc gia nhập WTO sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập thị trường thế giới một cách thuận lợi và bình đẳng hơn nhiều. Các doanh nghiệp có thể tập trung xuất khẩu các mặt hàng mà đất nước có thế mạnh, như nông sản, thủy sản, may mặc, giày dép, thủ công mỹ nghệ, các ngành hàng sử dụng nhiều lao động. Trong ngắn hạn, mặt hàng dệt may có thể đóng vai trò chủ lực. Khi chưa là thành viên của WTO, dệt may Việt Nam đã chịu nhiều thiệt thòi do bị bó buộc bởi cơ chế hạn ngạch. Do vậy, Việt Nam sẽ có cơ hội lớn gia tăng thị phần xuất khẩu dệt may khi chính thức là thành viên của WTO.

Thứ hai, những lợi thế pháp lý. Hệ thống kinh tế - thương mại của WTO được hoạt động dựa trên nguyên tắc, có cơ chế giải quyết tranh chấp tạo điều kiện để các nước nhỏ bảo vệ được lợi ích của mình hoặc có nhiều tiếng nói hơn. Vì vậy, nếu Việt Nam

đã là thành viên của WTO thì vụ kiện chống bán phá giá có thể kiện lên WTO để giải quyết; khi đó các phán quyết có thể công bằng hơn so với phán quyết đơn phương như vụ kiện đối với cá tra và cá ba sa sang Hoa Kỳ như vừa qua.

Thứ ba, tham gia WTO sẽ góp phần làm cho hệ thống chính sách, pháp luật của Việt Nam ngày càng hoàn thiện và phù hợp với thông lệ quốc tế hơn, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư, các đối tác kinh doanh yên tâm đầu tư và hợp tác kinh doanh với các doanh nghiệp Việt Nam. Qua đó sẽ tăng khả năng thu hút vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý và gia tăng thương mại, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Kinh nghiệm ở Trung Quốc cho thấy, sau khi gia nhập WTO, đầu tư nước ngoài đã tăng vọt lên 50 tỷ USD.

Như vậy, việc trở thành thành viên chính thức của WTO đã mở ra một thị trường rộng lớn hơn nhiều cho xuất khẩu Việt Nam, tạo một động lực buộc Việt Nam phải nâng cao năng lực điều hành kinh tế trên phạm vi vĩ mô và vi mô. Bên cạnh những thuận lợi, sẽ có không ít những thách thức mà chúng ta sẽ phải đối mặt.

Thách thức:

Thứ nhất, đó là các cam kết về cắt giảm Thuế và Trợ cấp: Khi gia nhập WTO, bên cạnh việc được hưởng các ưu đãi thuế quan từ các quốc gia thành viên, Việt Nam cũng phải có trách nhiệm và nghĩa vụ cắt giảm mức thuế quan của mình theo một lộ trình được vạch sẵn. Và hàng hoá nhập khẩu sẽ có điều kiện dễ dàng hơn khi vào thị trường Việt Nam. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam không chuẩn bị tốt, không nâng cao được sức cạnh tranh của doanh nghiệp, của sản phẩm thì doanh nghiệp Việt Nam có thể thất bại ngay trên chính sân nhà.

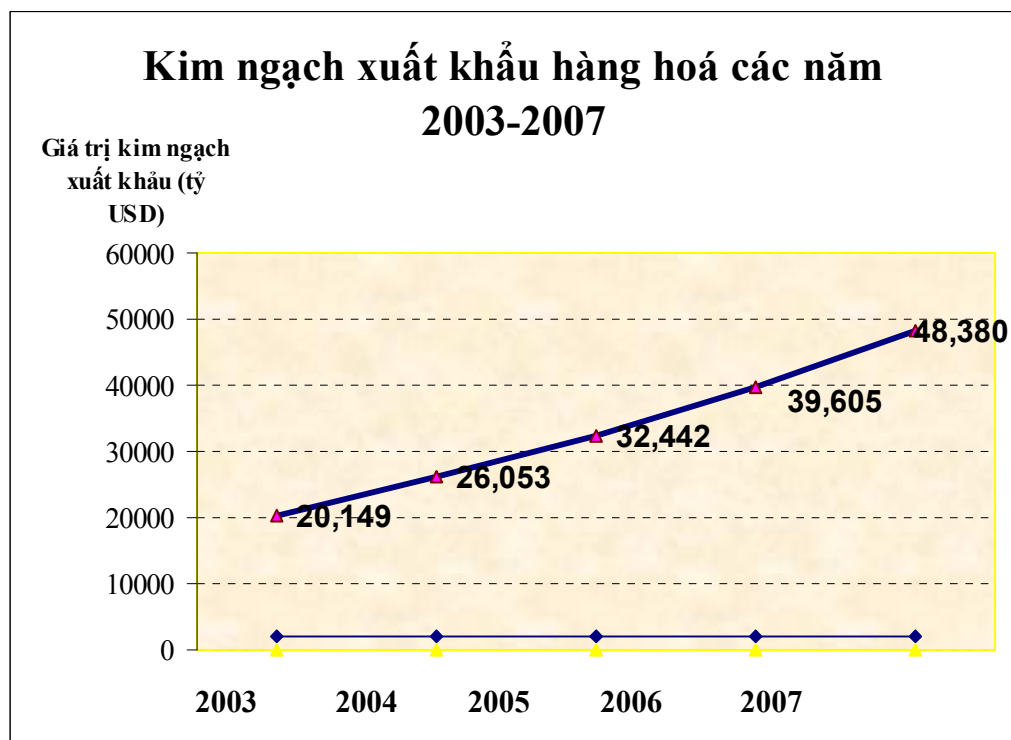
Nông nghiệp có thể là khu vực đầu tiên phải đối đầu với những khó khăn khi Việt Nam gia nhập WTO. Thị trường nông nghiệp của các nước phát triển vẫn được bảo hộ cao với sự duy trì các biện pháp trợ cấp được nguy trang khéo léo (các biện pháp trợ cấp được phép sử dụng); Các nước WTO sẽ áp dụng những quy định chặt chẽ hơn về trợ cấp xuất khẩu và tín dụng xuất khẩu với hàng nông sản. Điều này sẽ gây khó khăn không nhỏ cho Việt Nam, bởi nước ta đang trợ cấp xuất khẩu bốn mặt hàng là gạo, cà

phê, thịt lợn, rau quả đóng hộp, và đang chuẩn bị mở rộng sang những mặt hàng khác. Các mặt hàng nông sản nhập khẩu có thể tạo ra một sức ép đáng kể đối với sản xuất nông nghiệp trong nước và gián tiếp tác động đến xuất khẩu. Hệ thống thương mại thế giới dưới sự điều chỉnh của GATT trước đây và WTO hiện nay dường như thiên về thực hiện các thỏa thuận dựa trên cơ sở có đi có lại. Điều này hạn chế rất nhiều sự phát triển kinh tế của các thành viên đang phát triển như Việt Nam khi điều kiện kinh tế của họ còn kém nhiều so với các nước phát triển.

Thứ hai là nguy cơ gia tăng các vụ tranh chấp. Nguy cơ này bắt nguồn từ hai nguyên nhân cơ bản. Thứ nhất là sự gia tăng của kim ngạch xuất khẩu sẽ khiến các nước nhập khẩu đặt “chế độ theo dõi” đối với các hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam. Mọi biến động của hàng hoá nhập khẩu từ Việt Nam sẽ được đặt trong tầm ngắm của các cơ quan quản lý nhằm đưa ra các rào cản pháp lý. Thứ hai, hàng hóa Việt Nam sẽ phải đối mặt nhiều hơn với các rào cản kỹ thuật đặc biệt đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực hàng thủy sản, giày dép, dệt may... Hệ thống rào cản pháp lý và kỹ thuật này là ngòi nổ cho các vụ tranh chấp thương mại xảy ra trong năm 2006. *Nguy cơ này trở nên nghiêm trọng hơn bởi* Việt Nam chưa có được đội ngũ chuyên gia có đầy đủ trình độ và kinh nghiệm, có khả năng xử lý các vụ tranh chấp. Trong phần lớn trường hợp, chúng ta vẫn phải thuê luật sư và chuyên gia của chính các nước phát triển. Hơn nữa, do vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế còn chưa cao nên hiệu quả của các biện pháp trả đũa (nếu được thực hiện) cũng không được như mong muốn.

Thứ ba là nguy cơ mất thị phần, thị trường. Khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO, một số thị trường trước đây sẽ dỡ bỏ quota. Khi đó, hàng hoá Việt Nam sẽ phải cạnh tranh một cách bình đẳng và sòng phẳng hơn. Khách hàng sẽ có nhiều sự lựa chọn hơn. Mặt khác, các rào cản pháp lý và kỹ thuật có thể làm suy yếu khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam do tăng chi phí.

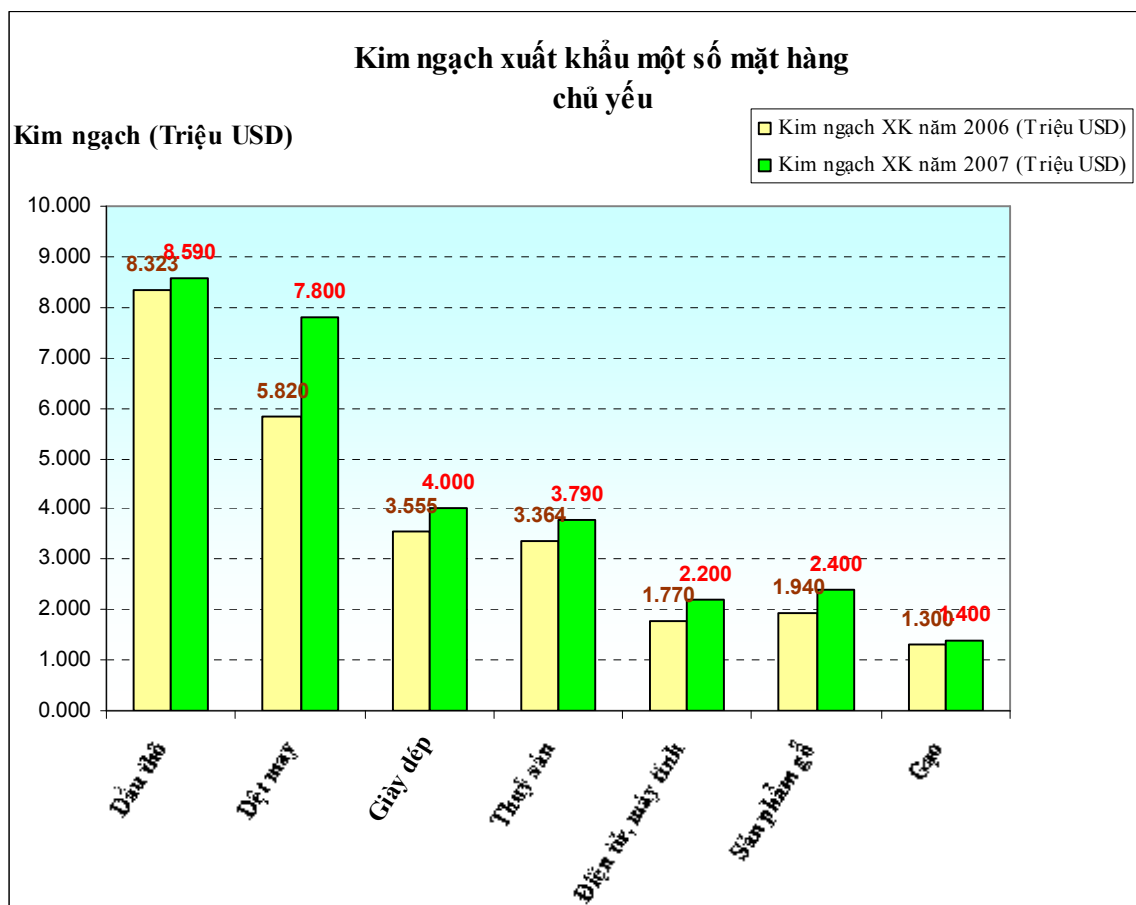
Với những khó khăn và thuận lợi như vậy, xuất khẩu Việt Nam trong năm 2007 đã có những bước tiến bộ vững chắc thể hiện qua bảng các bảng 2.3, 2.4, 2.5. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 đạt 48,38 tỷ USD, tăng 21,5% so với năm 2006.



Biểu đồ 2.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá các năm 2003-2007

Nguồn: tác giả tự tổng hợp từ số liệu của Bộ Công Thương

Phần lớn các mặt hàng xuất khẩu đều có tốc độ tăng trưởng cao. Trong năm 2007 đã có 9 mặt hàng đạt mức xuất khẩu trên 1 tỷ USD, đứng đầu là dầu thô, tiếp đến là dệt may, thủy sản, giày dép, sản phẩm gỗ, hàng điện tử và máy tính, cà phê và gạo. Vị trí dẫn đầu xuất khẩu của dầu thô trong suốt những năm qua đang bị đe dọa bởi dệt may khi khoảng cách giữa 02 mặt hàng này chỉ còn có chưa đầy 800 triệu USD. Dệt may có thể đoạt được vị trí dẫn đầu của dầu thô trong năm 2008 nhờ tiếp tục đà tăng trưởng cao sau khi gia nhập WTO, rào cản hạn ngạch xuất khẩu vào Mỹ được dỡ bỏ. Các mặt hàng nông sản thực phẩm, xuất khẩu năm 2007 cũng đã đạt kim ngạch trên 12,6 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2006.

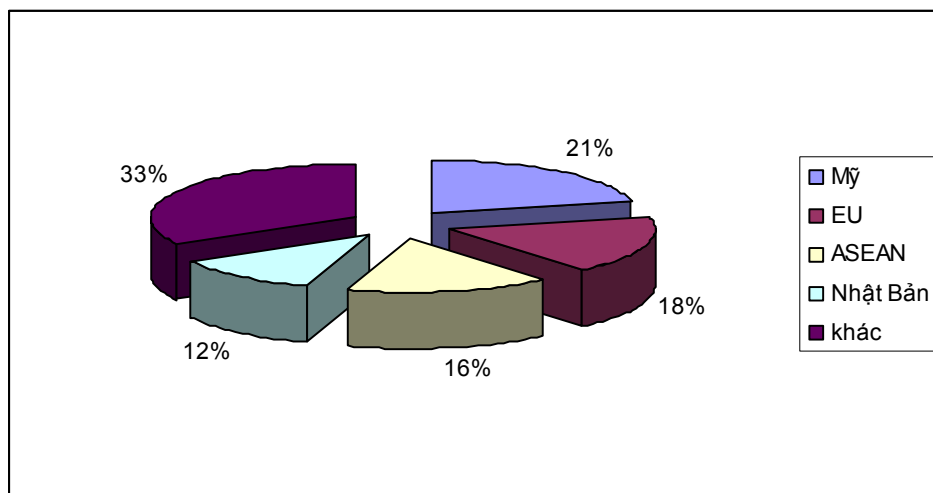


Biểu đồ 2.2: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu năm 2007

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Bộ Công Thương

Mỹ vẫn tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng hoá lớn nhất của Việt Nam, giá trị xuất khẩu đạt trên 10,2 tỷ USD, chiếm 21% tổng giá trị xuất khẩu năm 2007, tăng hơn 39% so với năm 2006. Tiếp đến là những thị trường truyền thống như EU, Nhật Bản, Trung Quốc, ASEAN. Mặc dù phần lớn các thị trường đều duy trì tốc độ tăng trưởng khá tốt như bảng 2.5, tại một số thị trường trọng điểm đã xuất hiện một số khó khăn. Mặt hàng thủy sản đang có vướng mắc tại thị trường Nhật Bản và Nga về dư lượng kháng sinh. Nhật Bản đã chính thức gửi thư yêu cầu Việt Nam cấp bách cải thiện chất lượng thủy sản và giải quyết các vấn đề tồn dư kháng sinh trong thủy sản xuất khẩu sang Nhật. Còn Nga, nước này sẽ cử một đoàn thanh tra sang Việt Nam để kiểm tra lần cuối các cơ sở chế biến thủy sản nhằm xem xét khả năng cho phép nhập khẩu trở lại. Trong khi đó, hàng dệt may vẫn bị đặt dưới cơ chế giám sát của Hoa Kỳ ngay

trong năm 2008. Mặt khác, EU cũng đang áp dụng thuế chống bán phá giá đối với da giày Việt nam.



Biểu đồ 2.3: Một số thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2007

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ số liệu của Bộ Công Thương

Mặc dù thời gian có hiệu lực của các cam kết của Việt Nam trong khuôn khổ WTO còn quá ngắn, nhưng những khó khăn trên đã cho thấy, bên cạnh những cơ hội phát triển, các doanh nghiệp Việt Nam ngay lập tức đã phải đối mặt với những thách thức đến từ hệ thống rào cản phi thuế quan của các nước phát triển. Vượt qua các rào cản này là một trong những ưu tiên hàng đầu trong thời gian tới.

2.2 Tổng quan về thực trạng vượt rào cản phi thuế quan của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh gia nhập WTO

Như đã phân tích trong các phần trên, hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo đà cho sự tăng trưởng mạnh mẽ của xuất khẩu từ Việt Nam, nâng cao vị thế của hàng hóa Việt Nam trên một số thị trường. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như thủy sản, dệt may, da giày đã có những vị trí đáng kể tại một số thị trường, kể cả các thị trường lớn như Mỹ, EU và Nhật Bản. Tuy nhiên cùng với việc gia tăng thị phần, hàng hóa Việt Nam cũng phải đối mặt ngày càng nhiều hơn với các rào cản phi thuế quan mà điển hình nhất là các vụ kiện bán phá giá và các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe.

2.2.1 Áp thuế chống bán phá giá - rào cản pháp lý lớn nhất đối với hàng hóa Việt Nam

Như đã trình bày ở chương I, để chống lại sự thôn tính của hàng hóa nhập khẩu, một số quốc gia đã có xu hướng tăng cường sử dụng các công cụ bảo hộ ngày càng tinh vi thông qua các biện pháp bảo đảm thương mại công bằng của WTO, trong đó có thuế chống bán phá giá. Chính vì vậy, các vụ kiện bán phá giá xảy ra trên thế giới ngày càng tăng về số lượng cũng như chủng loại hàng hoá. Theo số liệu của Ban Thư ký WTO, từ năm 1995 đến năm 2005 trên thế giới đã tiến hành 2.840 cuộc điều tra về chống bán phá giá trong đó có 1.804 cuộc điều tra đã đi đến kết luận là có bán phá giá (63,52%), đứng đầu danh sách là Ấn độ (425 vụ) Hoa Kỳ (366 vụ) và EU (327 vụ). Trong số 98 nước bị kiện, các nước đứng đầu là Trung Quốc (469 vụ), Hàn Quốc (218 vụ) Hoa Kỳ (162 vụ)... [10], [14]. Tính đến tháng 12/2007, theo số liệu thống kê của Bảng 2.3, Việt Nam đã phải đối phó với 24 vụ kiện chống bán phá giá và 05 vụ tự vệ liên quan đến một số sản phẩm như giày dép, hàng nông sản, thủy sản, một số sản phẩm cơ khí, sản phẩm công nghiệp, trong đó có 13 vụ Việt Nam phải chịu thuế chống bán phá giá [10]. EU là nước khởi kiện Việt Nam nhiều nhất (9 vụ) với mức thuế cao nhất lên đến 93% đối với mặt hàng Oxyde kẽm. Nếu trong giai đoạn 1994-2001, Việt Nam chỉ chịu 1-2 vụ kiện/năm thì đến năm 2004 phải đối phó với 7 vụ kiện liên tiếp liên quan đến nhiều mặt hàng công nghiệp xuất khẩu, các năm 2005 và 2006, mỗi năm có 03 vụ kiện. Tuy vậy, năm 2007, Việt Nam không nằm trong danh sách các nước bị khởi kiện bán phá giá. Một số các cuộc điều tra bán phá giá năm 2006 vẫn chưa có kết luận cuối cùng.

Có thể nói vụ kiện cá tra, cá ba sa năm 2002 là trường hợp đánh dấu giai đoạn bắt đầu Việt Nam đương đầu với các vụ kiện chống bán phá giá có quy mô lớn, và lần đầu tiên, một mặt hàng xuất khẩu chiến lược của Việt Nam bị kiện bán phá giá, thu hút sự chú ý của dư luận quốc tế vì quy mô và tính chất của nó, đặt ra thử thách mới cho các doanh nghiệp cũng như các cơ quan quản lý nhà nước.

Bảng 2.3. Các vụ kiện bán phá giá đối với hàng xuất khẩu Việt Nam

TT	Năm	Nước khởi kiện	Mặt hàng và kết quả
1	1994	Cô-lôm-b-ia	Gạo, phủ quyết vì việc bán phá giá không gây thiệt hại cho ngành công nghiệp trong nước
2	1998	EU	Gia vị, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD là 16,8%
3	1998	EU	Giày, phủ quyết vì việc bán phá giá không gây thiệt hại cho ngành công nghiệp trong nước
4	2000	Ba Lan	Bật lửa ga, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD là 0,09 euro/chiếc
5	2001	Ca-na-đa	Tỏi Việt Nam, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD là 1,48 đô-la Ca-na-đa/kg
6	2002	Ca-na-đa	Giày và đế giày, không bị áp đặt quy chế NME, phủ quyết vì việc bán phá giá không gây thiệt hại cho ngành công nghiệp trong nước
7	2002	EU	Bật lửa ga, bên khiếu nại rút lại đơn
8	2002	Hàn Quốc	Bật lửa ga, bên khiếu nại rút lại đơn
9	2002	Hoa Kỳ	Phi-lê cá đông lạnh, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD từ 36,84% tới 63,88%
10	2003	EU	Ô-xít kẽm (mở rộng từ ô-xít kẽm của Trung Quốc), kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD là 28%
11	2003	USA	Tôm nước ấm đông lạnh và đóng hộp, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD từ 4,13% tới 25,76%
12	2004	EU	Kẹp tài liệu (mở rộng từ Trung Quốc), kết luận khẳng định trốn tránh, thuế AD từ 51,2%-78,8%
13	2004	Thổ nhĩ kỳ	Săm lốp cao su, kết luận khẳng định bán phá giá thuế AD từ 29% tới 49%
14	2004	EU	Xe đạp, kết luận khẳng định bán phá giá thuế AD là 15,8% đối với công ty Always và thuế áp dụng chung cho cả nước là 34,5%
15	2004	EU	Một số thiết bị lắp ống, bên khiếu nại rút lại đơn
16	2004	EU	Chốt thép không gỉ và các bộ phận của chốt, kết luận khẳng định bán phá giá, thuế AD là 7,7%
17	2004	EU	Đèn huỳnh quang kiểu gọn tích hợp điện tử mở rộng, thuế xác định thuế AD là 66,1%
18	2004	Pê-ru	Ván lướt, kết luận khẳng định bán phá giá thuế AD là 5,2 USD một chiếc
19	2005	EU	Giày da, kết luận khẳng định bán phá giá thuế AD là 10%
20	2005	Âi cập	Đèn huỳnh quang kiểu gọn, kết luận khẳng định bán phá giá, mức thuế AD là 0,32 USD/chiếc
21	2005	Ác-hen-ti-na	Nan hoa xe đạp và xe máy
22	2006	Turkey	Dây an toàn
23	2006	Peru	Giày vải
24	2006	Mê-hi-cô	Giày thể thao

Khi mặt hàng cá tra và cá ba sa đông lạnh thâm nhập thị trường Hoa Kỳ được người tiêu dùng Hoa Kỳ ưa chuộng do chất lượng cao và giá rẻ (chỉ bằng 50% so với cá da trơn của Hoa Kỳ). Cá da trơn Việt Nam nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường. Giá cá da trơn sản xuất trong nước của Hoa Kỳ giảm từ 1,65 USD/kg xuống còn 1,25 USD/kg đối với cá nguyên con và từ 4,5 USD/kg xuống còn 3,8 USD/kg với phi-lê. Hiệp hội cá da trơn của Hoa Kỳ đã nộp đơn kiện phá giá vào ngày 28 tháng 06 năm 2002.

Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã tiến hành điều tra về vụ kiện này. Có quá nhiều điểm bất hợp lý trong phương pháp xác định chi phí, chọn mẫu cũng như tính biên độ phá giá (phương pháp quy không, zeroing). Kết quả là Hoa Kỳ đã kết luận Việt Nam bán phá giá cá da trơn và áp thuế chống bán phá giá đối với các sản phẩm này của Việt Nam vào tháng 08 năm 2003. Các mức thuế được thể hiện trong Bảng 2.7. Mức thuế trước khi có phán quyết về bán phá giá là không (0) phần trăm. Mức thuế chống bán phá giá chung cho Việt Nam là 63,88%.

Bảng 2.4: Mức thuế chống bán phá giá đối với hàng cá da trơn của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ

Đơn vị	Mức thuế	Đơn vị	Mức thuế
Toàn Việt Nam nói chung	63,88	Mekonimex	45,55
Afiex	45,55	Nam Việt	53,68
Agifish	47,05	QVD	45,55
CAFATQX	45,55	Việt Hải	45,55
CATACA	45,81	Vĩnh Hoan	36,84
Đà Nẵng	45,55	Vĩnh Long	45,5563

Nguồn: US ITA 2003

Phía Việt Nam đã không thực sự phản ứng một cách có hiệu quả trong thời gian điều tra. Hầu hết các đề nghị của Việt Nam đều bị từ chối hay bác bỏ, và mức thuế áp dụng đối với Việt Nam gần như là mức thuế cao nhất. Việc Hoa Kỳ áp thuế chống bán

phá giá đã khiến cho ngành nuôi cá tra và cá ba sa tại Đồng bằng sông Cửu long thiệt hại to lớn. Ba (03) tháng sau khi Hoa Kỳ tuyên bố áp thuế chống bán phá giá đối với các da trơn đông lạnh Việt Nam, ngành thủy sản Việt Nam lại phải đối mặt với vụ kiện phá giá của Ngành Tôm Hoa Kỳ vào ngày 31 tháng 12 năm 2003 cáo buộc một số tôm đông lạnh và tôm đóng hộp đang bị bán phá giá lên thị trường Hoa Kỳ. Việt Nam đã rút ra những bài học quý báu từ vụ cá da trơn. Các doanh nghiệp xuất khẩu và nuôi trồng tôm đã tăng cường hợp tác và cũng đã thuê được hãng luật tốt hơn. Các doanh nghiệp Việt Nam đã chứng tỏ thành công mặc dù không hề có sự kiểm soát của chính phủ đối với các hoạt động xuất khẩu của mình. Mặc dù vẫn có nhiều điểm bất lợi nhưng cuối cùng Việt Nam cũng có được mức thuế chống bán phá giá tốt hơn so với những mức thuế mà Bộ Thương mại Hoa Kỳ công bố khi mới bắt đầu điều tra. Mức thuế bị áp đặt là 25,76% so với dự kiến ban đầu là 93%. Mức thuế này cũng thấp hơn so với các quốc gia cùng bị kiện khác như Trung Quốc.

Bên cạnh Hoa Kỳ, EU là thị trường xuất khẩu chiến lược của Việt Nam nhưng đồng thời là nơi khởi kiện bán phá giá nhiều nhất đối với Việt Nam. Hai vụ kiện tiêu biểu là đối với xe đạp (2004) và da giày (2005). Hiệp hội Sản xuất Xe đạp châu Âu (EBMA) đã nộp đơn khiếu nại vào ngày 15 tháng 03 năm 2004 cáo buộc Việt Nam và Trung Quốc bán phá giá xe đạp trên thị trường EU. Trong 9 công ty Việt Nam bị EU đưa vào danh sách điều tra bán phá giá có 6 công ty 100% vốn nước ngoài và 3 công ty Việt Nam, 6 doanh nghiệp FDI bao gồm: A&J High Ride Bicycle (Bình Dương), Vietnam Sheng-Fa International (TP.HCM), Asama Yuh Jiun (Bình Dương), Dragon Bicycle Vietnam (Đồng Nai), Liyang Industrial (Đồng Nai) và Strongman (Đồng Nai). 3 công ty Việt Nam bị đưa vào danh sách gồm: Công ty Xe đạp Thống Nhất, Xuân Hoà và Lê Ngọc Hân, trong đó Công ty Xe đạp Thống nhất chưa từng xuất khẩu vào EU, và EU đã áp mức thuế chung cả nước là 34,5 phần trăm đối với tất cả các nhà sản xuất xe đạp của Việt Nam. Vụ kiện này đã làm sụt giảm mạnh xuất khẩu xe đạp của Việt Nam vào EU.

Ngày 23 tháng 02 năm 2006, Hội đồng châu Âu chính thức thông báo áp biểu thuế chống bán phá giá tăng dần tạm thời đối với giày da của Việt Nam như thể hiện trong bảng 2.5.

Bảng 2.5: Biểu thuế tăng dần của EU đánh vào giày da của Việt Nam (%)

Thời gian	07/ 4 – 01/6/2006	01/06/2006 – 13/07/2006	14/07/2006 – 14/09/2006	Từ ngày 15/9/2006
Thuế suất	4,2	8,4	12,6	16,8

Nguồn: Quy định Ủy ban (EC) số 553/2006 ngày 23/03/2006

Các vụ kiện bán phá giá của Hoa Kỳ và EU cho thấy Việt Nam dễ bị các nước tùy tiện cáo buộc về bán phá giá. Điểm yếu này cũng không thể khắc phục ngay lập tức với việc Việt Nam gia nhập WTO. Một phần do cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO là khá phức tạp và sẽ không đảm bảo cho việc tạo ra cơ hội để chống lại các quyết định chống bán phá giá mang tính phân biệt đối xử. Hơn nữa, do Việt Nam vẫn bị coi là nền kinh tế phi thị trường (NME) nên sự bất lợi lại càng lớn hơn. Các vụ kiện bán phá giá đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam sẽ có thể tiếp tục xảy ra không chỉ từ các nước phát triển mà còn từ các nước đang phát triển. Đối với các mặt hàng có mức tăng trưởng xuất khẩu cao vào một số thị trường cũng sẽ có nguy cơ đối đầu với các vụ kiện bán phá giá trong thời gian tới.

2.2.2 Một số các rào cản kỹ thuật chủ yếu: dư lượng hoá chất, tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm xã hội

Hệ thống các rào cản kỹ thuật được dựng lên chủ yếu bởi các mức tiêu chuẩn kỹ thuật quá cao đối với các sản phẩm nhập khẩu. Như đã trình bày ở chương 1 trên danh nghĩa, các tiêu chuẩn kỹ thuật này cũng có thể được áp dụng với cả sản phẩm sản xuất trong nước. Như vậy về hình thức thì các rào cản kỹ thuật ít mang tính phân biệt đối xử hơn các rào cản pháp lý. Tuy nhiên về bản chất thì không hoàn toàn như vậy. Các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe này thường nhằm vào những điểm yếu của hàng hoá nhập khẩu trong khi đó lại là thế mạnh của hàng hoá sản xuất trong nước. Một ví dụ điển

hình là Hệ thống tiêu chuẩn của Nhật Bản có hiệu lực kể từ tháng 5/2006. Hệ thống này có những yêu cầu khắt khe về các cặn bã hoá chất (có thể gây ảnh hưởng đến sức khoẻ con người) có trong các sản phẩm nông nghiệp. Ngay sau khi hệ thống tiêu chuẩn đó có hiệu lực, xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc sang Nhật Bản đã bị sụt giảm trầm trọng. Theo số liệu thống kê, xuất khẩu nông sản của Trung Quốc vào Nhật Bản đã giảm đi 18% tương đương 31 triệu USD so với cùng kỳ năm 2005. Chỉ riêng trong năm 2006, thiệt hại của 10 công ty xuất khẩu hàng đầu của Trung Quốc do các rào cản kỹ thuật ở nước ngoài đã lên tới 36 tỷ USD.

Đối với hàng xuất khẩu Việt Nam, EU là một trong những thị trường đầu tiên mà những mặt hàng này phải đối mặt với những rào cản kỹ thuật khắt khe. Ngày 19/9/2001, EU ra quyết định số 699/EU về tăng cường kiểm tra dư lượng kháng sinh trong tôm nhập khẩu từ Trung Quốc, Indonesia và Việt Nam. Tháng 1/2002, EU quy định chỉ cho phép nhập khẩu lô hàng thủy sản nào có dư lượng kháng sinh chloramphenicol từ 0,3 ppb (phần tỷ) trở xuống thấp hơn 5 lần so với quy định cũ là dưới 1,5 ppb. Quy định này là quá mức cần thiết vì nó giới hạn trong 10.000 tấn tôm chỉ được phép chứa không quá 3 gam chloramphenicol. Trong khi đó, loại kháng sinh này đang được phép lưu hành trong các hiệu thuốc. Nếu một người sử dụng 4 viên 250 mg/ ngày sẽ tương đương với ăn 1.000 tấn tôm/ngày.... Tháng 3/2002, EU chính thức thông báo phát hiện ra hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường này có hoá chất nitrofurantoin, do đó quyết định áp dụng các biện pháp kiểm tra nghiêm ngặt ở cả 2 chỉ tiêu là dư lượng kháng sinh chloramphenicol và hoá chất nitrofurantoin đối với 100% các lô hàng xuất khẩu từ Việt Nam. Tính đến cuối tháng 7/2002 đã có 66 lô hàng thủy sản các loại của Việt Nam bị phát hiện nhiễm các kháng sinh và hoá chất trên.

Quy định mới của EU đã gây ra những khó khăn lớn cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Trước đây, EU đã công nhận phương pháp và thiết bị kiểm tra dư lượng chloramphenicol của Việt Nam cũng như chấp nhận hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vào EU phải có hàm lượng chloramphenicol dưới 1,5 ppb. Các phòng kiểm nghiệm tại các chi nhánh của Trung tâm kiểm tra chất lượng và vệ sinh thủy sản (Nafiqacen) chỉ mới phân tích được chất chloramphenicol ở mức vừa đủ đáp ứng yêu

cầu của EU (1,5 ppb), còn về nitrofurantoin thì chưa có phòng thí nghiệm nào ở Việt Nam có khả năng phân tích được. Hơn nữa, công tác quản lý việc sử dụng các chất kháng sinh, hoá chất ở Việt Nam còn rất yếu kém, hầu hết nông dân nuôi trồng và đánh bắt thuỷ sản cũng như các đại lý thu gom nguyên liệu chưa được hướng dẫn về sử dụng kháng sinh và hoá chất, các doanh nghiệp thực hiện chưa nghiêm chỉnh các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm của ngành. Điều đó khiến cho khi gặp các tiêu chuẩn khắt khe của EU, thuỷ sản Việt Nam rất khó có khả năng đáp ứng.

Khi có lô hàng bị phát hiện có dư lượng kháng sinh và hoá chất cao hơn mức quy định, thiệt hại đầu tiên đối với doanh nghiệp xuất khẩu là mất trắng tiền hàng do lô hàng đó không bán được nữa. Đồng thời, EU đã thông báo sẽ tịch thu và tiêu huỷ những lô hàng đó thay vì trả về cho chủ hàng như trước đây, chủ hàng phải trả chi phí lưu kho và tiêu huỷ (khoảng 7.100 USD/container). Nghiêm trọng hơn đó là sự sút giảm uy tín đối với khách hàng, do tên doanh nghiệp bị đưa lên mạng cảnh báo nhanh cho toàn châu Âu. Nhiều doanh nghiệp sau khi hàng xuất khẩu bị phát hiện có dư lượng kháng sinh cao hơn quy định đã bị đối tác ở châu Âu ngưng đặt hàng. Tuy nhiên phản ứng của cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vào thời điểm đó là chuyển hướng xuất khẩu sang những thị trường “dễ tính” hơn như Mỹ, Nhật bản, Canada hay Hồng Kông. Hơn nữa, EU cũng không phải là thị trường số một của thuỷ sản Việt Nam, do vậy, vụ việc này đã không được quan tâm thích đáng. Chỉ đến năm 2007, khi Nhật Bản, thị trường xuất khẩu thuỷ sản số 1 của Việt Nam trả lại những lô hàng có dư lượng kháng sinh cao, dư luận, các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam mới có những động thái tích cực hơn. Trường hợp này sẽ được phân tích chi tiết hơn trong phần sau của luận án.

Các doanh nghiệp Việt Nam còn đối mặt với các rào cản liên quan đến toàn bộ quá trình sản xuất chủ yếu là các tiêu chuẩn về môi trường và trách nhiệm xã hội. Các rào cản này xuất phát chủ yếu từ việc các công ty đa quốc gia đặt hàng sản xuất tại các nước đang phát triển để tận dụng giá lao động thấp, luật pháp chưa chặt chẽ. Tuy nhiên, tại các nước nhập khẩu, chính quyền và người tiêu dùng đòi hỏi các sản phẩm đó phải được làm ra trong một môi trường trong sạch, đảm bảo các tiêu chuẩn về vệ

sinh, an toàn lao động và không có bóc lột v.v. Chính vì vậy, các công ty đa quốc gia/ các nhà nhập khẩu thường đưa ra những Bộ qui tắc ứng xử (Code of Conduct, COC) và yêu cầu các nhà cung cấp của mình tại các nước đang phát triển phải tuân thủ. Như vậy, các rào cản kỹ thuật thuộc loại này được Chính phủ các nước nhập khẩu đưa ra một cách gián tiếp thông qua các công ty đa quốc gia áp đặt lên các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu tại các nước đang phát triển. Mấu chốt của vấn đề là sự chênh lệch trong trình độ phát triển kinh tế xã hội giữa các nước nhập khẩu (các nước phát triển) và các nước xuất khẩu (đang phát triển) khiến cho các tiêu chuẩn kỹ thuật này thực sự trở thành bức tường khó vượt qua đối với hàng hoá xuất khẩu của các nước đang phát triển như Việt Nam. Mặc dù bản thân các tiêu chuẩn này mang ý nghĩa tích cực về tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường, chúng là quá cao đối với các nước đang phát triển, giống như bắt một người vừa ốm dậy chạy việt dã để tăng cường sức khoẻ.

Nội dung của các bộ qui tắc ứng xử thường khác nhau tùy theo lĩnh vực, qui mô, hoạt động của từng công ty, nhưng chúng đều dựa trên các công ước của Tổ Chức Lao động quốc tế (ILO) về quan hệ lao động, ATVSLĐ, lao động cưỡng bức, lao động trẻ em, thời gian làm việc, trả lương... Có 03 loại COC khác nhau:

- Loại COC thứ nhất là do các công ty đa quốc gia (bên mua) đưa ra cho các nhà cung cấp (bên bán) của mình. Bên mua sẽ cử người trực tiếp giám sát và yêu cầu bên bán thực hiện. Bên mua sẽ chịu chi phí giám sát, đánh giá còn bên bán chịu chi phí triển khai thực hiện. Đây là trường hợp thoả thuận tự nguyện giữa người mua hàng và người bán hàng và không cần phải có chứng chỉ. Hiện nay, đây là hình thức phổ biến nhất mà các doanh nghiệp đa quốc gia thực hiện đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

- Loại COC thứ hai là loại được cấp chứng chỉ khi áp dụng, như SA 8000, WRAP. Các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu phải làm việc với các công ty tư vấn để được cấp chứng chỉ. Các doanh nghiệp phải chịu hoàn toàn chi phí cho việc triển khai thực hiện và cấp chứng chỉ. Hiện nay, mặc dù đã có nhận thức đầy đủ, nhưng phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam cũng không đủ năng lực để có được chứng chỉ SA 8000.

- Loại COC thứ ba bao gồm Sáng Kiến về Đạo đức trong Kinh doanh (ETI), các công ước của ILO, bộ qui tắc Global Compact của Liên Hiệp Quốc... Các bộ qui tắc này chưa được phổ biến nhiều cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Bên cạnh trách nhiệm xã hội, cũng vì các lý do đã phân tích như trên, các nhà nhập khẩu đã đưa ra các tiêu chuẩn “xanh”, “sạch” đối với sản phẩm từ khâu nguyên liệu đến thành phẩm. Tiêu chuẩn thương mại “xanh” (Green Trade Barrier) trở thành rào cản thương mại “xanh”. Một số ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như dệt may, da giày và cả thủy sản đang phải đối mặt ngày càng nhiều hơn với những rào cản kỹ thuật này. Đối với sản phẩm dệt may, tiêu chuẩn này đòi hỏi các sản phẩm may mặc phải đáp ứng được các tiêu chuẩn sinh thái, an toàn về sức khỏe đối với người sử dụng, không gây ô nhiễm môi trường trong quá trình sản xuất. Tại Việt Nam, việc sản xuất các sản phẩm “xanh” của ngành dệt may vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Tình trạng các doanh nghiệp trong các dây chuyền nhuộm vẫn sử dụng một số hoá chất, chất phụ trợ, thuốc nhuộm gây ảnh hưởng không tốt đến môi trường sinh thái, sức khỏe người lao động và thậm chí đến cả người sử dụng sản phẩm. Nếu như tình hình ô nhiễm môi trường gia tăng, không được kiểm soát thì các doanh nghiệp sẽ phải đầu tư rất nhiều kinh phí cho việc xử lý môi trường để đáp ứng được các tiêu chuẩn về môi trường. Các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam còn gặp khó khăn khi có một số người lao động chưa đủ tuổi lao động nhưng khai man tuổi để được đi làm. Trong trường hợp này, sẽ rất nguy hiểm nếu các nhà nhập khẩu phát hiện ra. Khả năng họ sẽ dừng đơn hàng là rất cao.

Vượt qua các rào cản kỹ thuật là một cuộc chiến lâu dài đòi hỏi doanh nghiệp phải có một chiến lược phát triển dài hạn và tương đối toàn diện. Không thể giải quyết mọi vấn đề nếu chỉ bó hẹp trong phạm vi của doanh nghiệp. Các rào cản kỹ thuật này còn liên quan đến nguồn cung cấp nguyên liệu cũng như môi trường kinh tế xã hội của doanh nghiệp. Có nhiều vấn đề vượt ra khỏi phạm vi năng lực của doanh nghiệp. Phần tiếp theo sẽ minh chứng luận điểm này.

2.2.3 Nỗ lực của Việt Nam vượt qua các rào cản phi thuế quan

Rào cản phi thuế quan là những thử thách tương đối mới đối với các doanh nghiệp cũng như cơ quan quản lý nhà nước. Phần lớn những yếu kém đã được bộc lộ rõ nét trong vụ kiện bán phá giá của Hoa Kỳ đối với cá tra, cá ba sa đông lạnh của Việt Nam. Các doanh nghiệp thiếu thông tin và minh chứng để cung cấp cho các cơ quan hữu quan. Sự liên kết phối hợp giữa các doanh nghiệp còn khá lỏng lẻo. Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) cũng không thể hiện được vai trò kết nối và phát huy sức mạnh tổng hợp của mình. Phần lớn các cơ quan quản lý nhà nước đều lúng túng và không hỗ trợ được nhiều cho các doanh nghiệp.

Những yếu kém này đã được khắc phục nhanh chóng trong vụ kiện bán phá giá của Hoa Kỳ đối với sản phẩm tôm của Việt Nam. Các doanh nghiệp đã có nhiều cố gắng trong việc phối hợp với Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP). VASEP cho biết, trong quá trình thẩm tra vụ kiện, Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC) đã chấp nhận một phần các lý lẽ và số liệu thực tế, đã xem xét kỹ hơn những tư liệu đầy đủ và minh bạch do các doanh nghiệp Việt Nam và các nhà nhập khẩu tôm Mỹ cung cấp, và do vậy đã đưa ra được những kết luận phản ánh gần đúng hơn thực tế sản xuất tôm ở Việt Nam. Việt Nam cũng đã chủ động phối hợp vận động hành lang và “Liên minh hành động ngành thương mại công nghiệp tiêu dùng Mỹ” (CITAC), “Hiệp hội các nhà nhập khẩu và phân phối tôm Mỹ” (ASDA) đã đứng về phía các doanh nghiệp Việt Nam chống lại vụ kiện bán phá giá của Mỹ. Kết quả là mức thuế phá giá áp dụng chỉ bằng ¼ so với mức dự kiến ban đầu.

Tuy nhiên không phải tất cả các doanh nghiệp và các ngành đều có được những cố gắng và nỗ lực như vậy. Trong vụ kiện của EU đối với xe đạp Việt Nam, hầu hết các doanh nghiệp FDI đã không tham gia vào Hiệp hội Xe đạp - Xe máy Việt Nam (VBMA) và tự thuê các công ty nước ngoài đại diện cho họ. Kết quả là không có được tiếng nói thống nhất đối phó với vụ kiện nói trên.

Những khó khăn của các DN Việt Nam trong xử lý các vụ kiện chống bán phá giá có thể được tổng hợp như sau:

- Nhận thức chưa tốt về vấn đề chống bán phá giá

Trong các vụ kiện chống bán phá giá, vấn đề quan trọng và có tính quyết định lớn là những bằng chứng, phân tích về mặt kỹ thuật để chứng minh doanh nghiệp nước bị khiếu nại không bán phá giá. Những phân tích, tính toán này thường được dựa vào chính tài liệu, sổ sách kế toán do doanh nghiệp cung cấp. Như vậy, doanh nghiệp có một vai trò rất quan trọng và có nghĩa vụ chứng minh với cơ quan điều tra là mình không bán phá giá. Chính vì vậy, các doanh nghiệp cần chủ động, tự giác, nghiêm chỉnh và có trách nhiệm trong việc bảo vệ quyền và lợi ích của mình trong các vụ kiện.

Trước hết các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải nhận thức rõ về ý nghĩa tích cực của việc tham gia các vụ kiện vì doanh nghiệp đó sẽ được hưởng lợi thông qua việc có thể được hưởng thuế suất bằng không hoặc thuế chống bán phá giá thấp, hoặc được hưởng mức hạn ngạch xuất khẩu nhiều hơn, giữ được thị trường hoặc làm giảm thiểu thiệt hại.

Tuy đã có nhiều tiến bộ qua các vụ kiện chống bán phá giá, nhưng nhìn chung, nhận thức của các doanh nghiệp về vấn đề này vẫn còn rất hạn chế, thể hiện cụ thể như sau:

- Chưa chủ động nghiên cứu, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm về chống bán phá giá, còn thói quen ỷ lại vào các cơ quan Nhà nước và chưa xác định được vai trò chủ động phòng chống và kháng kiện.
- Tính liên kết giữa các doanh nghiệp với nhau và với hiệp hội ngành hàng còn yếu, ý thức cạnh tranh lành mạnh và thương mại công bằng trong nền kinh tế thị trường của doanh nghiệp chưa cao; ý thức tự bảo vệ và chủ động tham gia kháng kiện không thật sự mạnh mẽ;

- Hệ thống kế toán của doanh nghiệp còn yếu kém:

Trong quá trình kháng kiện chống bán phá giá, để tránh những trừng phạt đơn phương, các doanh nghiệp phải trung thực trong hồ sơ sổ sách kế toán. Nếu ngụy tạo chứng từ, tài liệu sẽ tạo ra sự thiếu thống nhất, không logic trong toàn bộ hồ sơ và rất dễ bị phát hiện, bác bỏ hoặc trừng phạt. Đây chính là một khó khăn lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ vì hồ sơ kế toán của họ thường không đầy đủ hoặc không minh bạch, thống nhất.

Trong một số vụ kiện chống bán phá giá của Việt Nam, có rất ít công ty của Việt Nam có được hệ thống kế toán và báo cáo kiểm toán phù hợp với tiêu chuẩn kế toán quốc tế, và thậm chí tiêu chuẩn kế toán của Việt Nam.

- **Khả năng trả lời Bảng câu hỏi và lưu giữ tài liệu để chứng minh chưa tốt**

Bảng câu hỏi là một trong những kênh chủ yếu để thu thập thông tin cho việc điều tra chống bán phá giá. Trên thực tế, trong các vụ kiện, các doanh nghiệp Việt Nam đều gặp khó khăn trong việc hiểu các câu hỏi phức tạp, chi tiết và mang nhiều tính kỹ thuật. Thêm vào đó, các tiêu chuẩn kế toán, cấu trúc doanh nghiệp và thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp nước ngoài cũng khác với Việt Nam. Vụ kiện chống bán phá giá Tôm sang Hoa Kỳ là một ví dụ, một trong những lý do mà nguyên đơn sử dụng để yêu cầu DOC không chấp nhận các thông tin của Công ty Agifish là công ty này đã không báo cáo một số yếu tố đầu vào của sản xuất như túi nilon và dây thun. Tuy nhiên, đối với vấn đề này, DOC đã xác nhận rằng theo thực tế kinh doanh của Agifish thì túi nilon và dây thun được tái sử dụng và được coi là một phần tài sản của công ty chứ không phải nguyên liệu đầu vào của sản xuất.

Còn một vấn đề khác nữa là việc các doanh nghiệp phải chứng minh (bằng các văn bản) không chịu sự kiểm soát của Chính phủ, ví dụ như trong vấn đề đàm phán các hợp đồng mua bán về giá cả, thời hạn giao hàng, khối lượng... Mặc dù trên thực tế, nhiều công ty đã đàm phán, giao dịch qua điện thoại hay bằng e-mail, nhưng sau đó lại không lưu giữ lại nên khi có tranh chấp xảy ra, họ không có bằng chứng để chứng minh rằng không có sự kiểm soát của Chính phủ.

- **Chưa hiểu rõ tầm quan trọng của việc điều tra tại chỗ (on-spot investigation)**

Việc doanh nghiệp hoàn tất Bản trả lời câu hỏi mới chỉ là công việc đầu tiên mà họ phải làm trong một vụ kháng kiện. Điều quan trọng là họ phải vượt qua được những thách thức của cuộc điều tra tại chỗ, khi mà các điều tra viên của cơ quan điều tra viên sẽ đến doanh nghiệp để thẩm tra toàn diện về các tài liệu về tổ chức, hoạt động của công ty, các báo cáo và các chứng từ kế toán... Chính vì số lượng thông tin và công việc

cần chuẩn bị cho quá trình thẩm tra tại doanh nghiệp là rất lớn và nặng nề, trong khoảng thời gian rất ngắn, các doanh nghiệp Việt Nam lại rất thiếu kinh nghiệm nên rất hạn chế.

Để đối phó có hiệu quả đối với các rào cản phi thuế quan trên phạm vi vi mô, các doanh nghiệp Việt Nam đã bước đầu thực hiện chiến lược đa dạng hoá sản phẩm và đa phương hoá thị trường xuất khẩu để phân tán rủi ro. Phần lớn các doanh nghiệp dệt may, da giày cũng như thủy sản đều tìm cách giữ vững các thị trường trọng điểm như Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, Nhật Bản... phát triển các thị trường mới nổi như Hàn Quốc, Úc và các thị trường khác như SNG, Trung Đông, Nam Phi... Thị trường nội địa cũng được các doanh nghiệp quan tâm ngày một nhiều hơn. Các biện pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu như chất lượng, uy tín, mẫu mã, dịch vụ đã dần thay thế cho cạnh tranh bằng giá thấp. Hệ thống sổ sách chứng từ kế toán của các doanh nghiệp đang dần được hoàn thiện theo hướng phù hợp với các chuẩn mực quốc tế, chuẩn bị sẵn sàng các chứng cứ minh bạch về hoạt động kinh doanh đối phó với các vụ kiện bán phá giá.

Để xây dựng năng lực vượt qua các rào cản kỹ thuật về tiêu chuẩn môi trường cũng như trách nhiệm xã hội, các doanh nghiệp Việt Nam đã bước đầu chú trọng đầu tư công nghệ và thiết bị sản xuất “thân thiện với môi trường”, sản xuất sạch hơn, sử dụng hợp lý, tiết kiệm và đạt hiệu quả cao. Đặc biệt các doanh nghiệp dệt may đã sớm có được những nỗ lực trong vấn đề này. Hộp 2.1 cho thấy những biện pháp mà Công ty May 10, một trong những doanh nghiệp tiêu biểu của Tập đoàn Dệt may Việt nam (VINATEX) thực hiện trong bối cảnh chưa đủ khả năng thực hiện toàn bộ các yêu cầu của SA 8000. Vấn đề này cũng sẽ được đề cập chi tiết hơn ở các phần tiếp theo của Luận án.

Các doanh nghiệp thủy sản cũng đang trong giai đoạn tìm kiếm đầu tư đổi mới công nghệ chế biến và bảo quản nhằm hạn chế ô nhiễm môi trường trong quá trình sản xuất, loại bỏ độc tố và dư lượng vi sinh trong sản phẩm; tuân thủ từng bước các quy trình vận chuyển, bảo quản, đóng gói để nâng cao yêu cầu vệ sinh thực phẩm; Từng bước áp dụng các phương pháp sản xuất sạch đi đôi với áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo ISO 9.000, ISO 14.000, HACCP; đào tạo nguồn nhân lực, tăng cường công

tác thông tin và tiếp thị nhằm nâng cao nhận thức của người lao động và yêu cầu về môi trường của nước nhập khẩu.

Hộp 2.1

May 10 sẵn sàng đối phó với các rào cản kỹ thuật

Bình quân, hàng năm, Công ty May 10 đón tiếp hàng chục đoàn của các đối tác nước ngoài đến kiểm tra tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động. Năm 2003, Công ty đón tiếp 40 đoàn, 10 tháng đầu năm 2004, đón tiếp 50 đoàn.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho các đoàn kiểm tra, Công ty đã đầu tư hàng trăm triệu đồng trang bị thẻ từ, bảng chấm công điện tử... giúp cho việc kiểm tra sổ giờ làm thêm của công nhân được dễ dàng và minh bạch. Để kiểm tra việc có sử dụng lao động vị thành niên hay không, trong hồ sơ tuyển dụng lao động, Công ty có đầy đủ các loại giấy tờ hợp lệ theo yêu cầu của đối tác nước ngoài như: chứng minh thư nhân dân, giấy khai sinh, sổ hộ khẩu, giấy kiểm tra sức khỏe...

Đối với các phân xưởng sản xuất, Công ty đã trang bị đầy đủ hệ thống chiếu sáng, thông gió, thiết bị y tế, phòng cháy chữa cháy, có cửa thoát hiểm cho người lao động khi có sự cố.

Về công tác an ninh doanh nghiệp, ngoài hệ thống bảo vệ chặt chẽ nghiêm ngặt, kiểm soát, kiểm tra tỉ mỉ những người ra vào, Công ty còn có các giải pháp kiểm tra, giám sát những người làm việc tại các bộ phận quan trọng như kiểm tra chất lượng hàng, đóng gói hàng, nhập-xuất hàng... kiên quyết không xảy ra những sai sót, dù nhỏ trong công tác giao nhận hàng.

Nguồn: công ty May 10

Không chỉ có các doanh nghiệp, các cơ quan quản lý nhà nước cũng đã có những bước chủ động trong việc hội nhập quốc tế và đối phó với các rào cản kỹ thuật. Ngày 26.5.2005, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 444/QĐ-TTg phê duyệt Đề án triển khai thực hiện Hiệp định TBT và Quyết định 114/2005/QĐ-TTg về việc thành lập và ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Mạng lưới TBT ở Việt Nam. Việc ban hành và thực hiện 2 Quyết định trên đã góp phần đẩy nhanh đàm phán gia nhập WTO liên quan đến hàng rào kỹ thuật trong thương mại, chứng tỏ quyết tâm của Việt Nam trong việc thực hiện các cam kết của mình đối với Hiệp định TBT trong khuôn khổ WTO.

Rất khó để có được những nhận định mang tính tổng quát nhưng thực trạng của việc vượt rào cản phi thuế quan của hàng hoá xuất khẩu Việt Nam trong những năm 2000 trở lại đây cho thấy mặc dù có nhiều cố gắng và nỗ lực, nhưng trong phần lớn các trường hợp, chúng ta đều ở thế bị động và phải chấp nhận những phán quyết mang tính phân biệt đối xử, đem lại nhiều thiệt thòi cho các doanh nghiệp Việt Nam. Những yếu kém căn bản trong năng lực cạnh tranh, trong khả năng phối hợp của các doanh nghiệp Việt Nam đã khiến cho các hàng rào kỹ thuật được các thị trường nhập khẩu dựng lên phát huy tác dụng. Sau đây chúng ta sẽ tiến hành nghiên cứu các rào cản này đối với 03 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt nam vào 03 thị trường xuất khẩu chủ yếu.

2.3 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của Hoa kỳ đối hàng dệt may Việt Nam

2.3.1 Khái quát về hệ thống rào cản phi thuế quan của Hoa kỳ đối với hàng dệt may nhập khẩu

2.3.1.1 Rào cản pháp lý

a) Chính sách nhập khẩu của Hoa Kỳ

Chính sách nhập khẩu của Hoa Kỳ nhằm phục vụ cho lợi ích quốc gia, cụ thể là phục vụ cho lợi ích tiêu dùng và phát triển các ngành kỹ thuật cao, từ đó tối ưu hoá cơ cấu kinh tế. Chính sách nhập khẩu Hoa Kỳ có năm mục đích chính như sau:

- Hàng hoá nhập khẩu nhằm mục đích đa dạng hoá nền kinh tế và tăng tính năng động cho mỗi ngành sản xuất cũng như từng doanh nghiệp Hoa Kỳ;
- Tăng cường cơ hội cũng như phạm vi lựa chọn cho người tiêu dùng Hoa Kỳ. Người tiêu dùng Hoa Kỳ sẽ được tiếp cận với những loại hàng hoá có chất lượng tốt nhất, mẫu mã đẹp nhất và giá cả cạnh tranh;
- Tăng cường cạnh tranh giữa các doanh nghiệp Hoa Kỳ với các doanh nghiệp nước ngoài, tiến tới cải thiện kỹ thuật công nghệ, năng lực quản lý và cuối cùng giảm giá bán cho người tiêu dùng;
- Tạo đối trọng nhằm gây sức ép để các nước đối tác mở cửa thị trường cho sản phẩm của Hoa Kỳ;

- Kết hợp chặt chẽ với các biện pháp kinh tế, quân sự và ngoại giao, tạo thành công cụ gây sức ép trong quan hệ đối ngoại, điển hình là các công cụ trừng phạt hoặc trợ giúp kinh tế.

Những quan điểm nêu trên trong mục đích của chính sách nhập khẩu Hoa Kỳ đều phù hợp với tinh thần và chiến lược khuyến khích thương tự do hoá thương mại và kinh tế của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, nếu nhìn từ góc độ của một nước có quan hệ thương mại với Hoa Kỳ, có thể thấy tính hai mặt trong chính sách nhập khẩu Hoa Kỳ. Trước hết, nếu muốn tiếp cận thị trường Hoa Kỳ thì quốc gia quan hệ với Hoa Kỳ phải mở cửa thị trường của mình. Chính sách thương mại Hoa Kỳ được cụ thể hoá bằng hệ thống pháp luật thương mại Hoa Kỳ. Các rào cản pháp lý đối với hoạt động thương mại sẽ được thể hiện rõ hơn khi đi sâu nghiên cứu một số luật điều chỉnh hoạt động nhập khẩu hàng hoá vào Hoa Kỳ.

b) Một số luật thương mại của Hoa Kỳ có tác động trực tiếp đến nhập khẩu hàng dệt may

Pháp luật thương mại Hoa Kỳ bao gồm một số luật quy định về việc bồi thường khi hàng hoá nước ngoài bị Hoa Kỳ coi là được hưởng lợi thế không công bằng trên thị trường Hoa Kỳ, khi hàng của Hoa Kỳ bị phân biệt đối xử trên thị trường nước ngoài, nhất là khi việc nhập khẩu hàng nước ngoài đe dọa gây thiệt hại về vật chất đối với các ngành công nghiệp Hoa Kỳ. Các luật này được gọi là luật bồi thường thương mại Hoa Kỳ và là luật chế tài thương mại đối với các nước xuất khẩu vào Hoa Kỳ.

Hai luật phổ biến nhất mang tính chất chế tài để bảo hộ các ngành công nghiệp Hoa Kỳ là Luật thuế bù giá, còn gọi là Luật thuế đối kháng (Countervailing Duty Law, viết tắt CVD) và Luật thuế chống phá giá (Antidumping Duty Law, viết tắt là AD). Hai luật thuế này quy định một khoản bồi thường dưới dạng thuế nhập khẩu phụ thu để bù vào phần giá bán thấp hơn giá trị thực hoặc phần giá trị trợ giá mà hàng hoá nhập khẩu được hưởng. Cả hai luật đều nêu những thủ tục tương tự về quy trình điều tra, đánh thuế, rà soát lại và có thể bãi bỏ thuế sau một thời gian nhất định. Ngoài ra, các điều từ 201-204 của Luật thương mại Hoa Kỳ cũng có tác dụng hạn chế nhập khẩu khi hàng

nhập vào Hoa Kỳ gây ảnh hưởng xấu đến kinh doanh một loại hàng hoá hay một ngành công nghiệp Hoa Kỳ.

- **Luật thuế bù giá:** Luật thuế bù giá quy định việc bảo vệ lợi ích cho ngành công nghiệp Hoa Kỳ bằng cách tăng thuế nhập khẩu trên cơ sở quyết định hàng hoá nhập khẩu có được trợ giá bất hợp pháp hay không, vì việc bán những sản phẩm được trợ cấp này ở Hoa Kỳ đã hoặc sẽ gây thiệt hại nghiêm trọng đối với ngành sản xuất tại Hoa Kỳ, đặc biệt là các doanh nghiệp Hoa Kỳ sản xuất các sản phẩm tương tự hoặc góp phần ngăn cản sự ra đời của một ngành sản xuất mới.

- **Luật thuế chống phá giá:** Luật thuế chống phá giá được sử dụng rộng rãi hơn luật thuế đối kháng. Xét về mặt kỹ thuật, thuế chống phá giá được đánh vào hàng nhập khẩu khi hàng nhập khẩu đó xác định bị bán phá giá, hoặc sẽ bị bán phá giá trên thị trường Hoa Kỳ, với mức giá thấp hơn giá trị thực của hàng hóa đó. Nguyên tắc tính mức phá giá rất phức tạp, đòi hỏi quy trình điều tra tỷ mỉ và chính xác. Mức phá giá chủ yếu được xác định dựa trên sự so sánh giá trị bình thường với giá xuất khẩu. Do vậy, việc xác định chính xác giá trị hai nhân tố trên sẽ quyết định hàng hoá có được bán phá giá hay không và phá giá bao nhiêu? Giá trị bình thường được dựa trên giá bán tại thị trường nội địa nước nhập khẩu, giá bán sang nước thứ ba hoặc giá tổng hợp theo ưu tiên từ trước đến sau. Thực tế cho thấy, Luật thuế chống phá giá của Hoa Kỳ thể hiện rõ chính sách bảo hộ của Chính phủ Hoa Kỳ cho nền công nghiệp nước này, đi ngược lại quan điểm tự do thương mại mà Hoa Kỳ là một trong những nước khởi xướng tại các vòng đàm phán của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO).

Để áp dụng Luật chống bán phá giá, Bộ Thương mại Hoa Kỳ sẽ phải điều tra xem liệu hiện tượng phá giá có xảy ra không. Sau đó, phải xác định liệu ngành công nghiệp của Hoa Kỳ có đang chịu thiệt hại nghiêm trọng hay bị đe dọa thiệt hại nghiêm trọng hay không. Hoặc, liệu việc thành lập một ngành công nghiệp nào đó của Hoa Kỳ có bị cản trở do hàng hóa nhập khẩu bị bán phá giá hay không. Nếu hai hay nhiều nước cùng bị điều tra để áp dụng thuế chống phá giá hoặc thuế đối kháng, thì luật quy định rằng Bộ Thương mại Hoa Kỳ phải đánh giá tổng cộng khối lượng và những ảnh hưởng

của hàng nhập khẩu tương tự từ các nước đó nếu những nước này cạnh tranh với nhau và với các sản phẩm tương tự trên thị trường Hoa Kỳ.

Luật pháp Hoa Kỳ cũng quy định mức trợ giá và phá giá có thể bỏ qua với ba giá trị 1%, 2%, 3% giá trị hàng nhập khẩu đang bị điều tra, tùy thuộc nước đó có tham gia Hiệp định hay không hoặc nước đó là nước đang phát triển hoặc kém phát triển nhất thì có thể được miễn trừ. Một số trường hợp miễn điều tra khác cũng được áp dụng cho các nước tham gia vào “Sáng kiến vùng lòng chảo Caribe” (CBI) và Israel. Luật chống phá giá của Hoa Kỳ cũng cho phép một ngành công nghiệp Hoa Kỳ khiếu nại về hiện tượng phá giá ở các nước thứ ba. Ngành công nghiệp đó của Hoa Kỳ sẽ đệ trình một khuyến nghị lên Cơ quan Đại diện thương mại Hoa Kỳ (USTR) trong đó giải thích rõ vì sao việc phá giá này gây thiệt hại đối với các công ty Hoa Kỳ, và yêu cầu USTR thực hiện các quyền lợi của Hoa Kỳ theo các quy định của WTO. Nếu USTR xác định khiếu nại có cơ sở hợp lý, cơ quan này sẽ thay mặt cho Hoa Kỳ yêu cầu cơ quan có thẩm quyền ở nước thứ ba có hành động chống lại việc phá giá giá trị thực của hàng hóa đó.

- Điều 201-204, Điều chỉnh hàng nhập khẩu của Luật Thương mại Hoa Kỳ:

Các điều nêu từ 201 đến 204 của Luật Thương mại Hoa Kỳ năm 1974 ủy quyền cho Tổng thống hành động khi một sản phẩm nhất định được nhập vào Hoa Kỳ với số lượng lớn gây những thiệt hại nghiêm trọng, hoặc đe dọa gây thiệt hại đối với ngành công nghiệp Hoa Kỳ. Quyền này của Tổng thống cũng được áp dụng đối với các hàng nhập khẩu được định giá gian lận.

Trong lịch sử quan hệ thương mại Hoa Kỳ, nước này đã nhiều lần áp dụng các luật chế tài thương mại đối với các nước đối tác thương mại lớn, có Hiệp định thương mại với Hoa Kỳ, và cũng đồng thời là nước thành viên của WTO như Hoa Kỳ. Việc áp dụng các luật chế tài thương mại này cũng chính là việc dựng nên các rào cản thương mại trá hình. Đồng thời, công cụ thuế quan sẽ được áp dụng ngay để đóng cửa thị trường Hoa Kỳ đối với hàng nước ngoài là đối tượng bị áp thuế theo quy định của các luật này.

Các luật thương mại của Hoa Kỳ hiện ngày càng được áp dụng phổ biến như một công cụ hạn chế nhập khẩu. Nói cách khác, các luật này thực chất là rào cản pháp lý và thường được áp dụng khi hàng hoá Hoa Kỳ hay một ngành công nghiệp Hoa Kỳ không thể cạnh tranh với hàng hoá nhập khẩu từ nước ngoài ngay trên thị trường Hoa Kỳ.

c) Biện pháp hạn chế định lượng

Nhóm biện pháp này bao gồm ba biện pháp là hạn ngạch nhập khẩu, giấy phép nhập khẩu và cấm nhập khẩu. Tuy nhiên, đối với hàng dệt may thì Hoa Kỳ không có quy định cấm nhập khẩu.

Hạn ngạch nhập khẩu: Hoa Kỳ không có giới hạn về hạn ngạch trừ phi trong một hiệp định hàng dệt may có quy định về hạn ngạch. Tuy nhiên, luật thương mại Hoa Kỳ cho phép chính phủ Hoa Kỳ đơn phương áp đặt các hạn ngạch mang tính hành chính đối với các loại hàng dệt may. Cụ thể, theo hạn ngạch hàng dệt may, hải quan Hoa Kỳ kiểm soát việc nhập khẩu bông len, sợi dệt, tơ lần loại và các loại hàng làm từ các sợi lấy từ cây hoặc được sản xuất từ một số nước. Việc kiểm soát hạn ngạch dệt may dựa trên những văn bản hướng dẫn của Chủ tịch ủy ban hải quan trong quá trình thực hiện các Hiệp định hàng dệt. Kể từ ngày 11/01/2007, khi Việt Nam chính thức là thành viên của WTO, hạn ngạch đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã được bãi bỏ, phù hợp với quy định trong thỏa thuận song phương về việc Việt Nam gia nhập WTO cũng như quy định tại điều 20(B) của Hiệp định dệt may.

Giấy phép nhập khẩu:

- *VISA dệt may*, visa dệt may là một ký hiệu dưới dạng tem/dấu do một chính phủ nước ngoài đóng trên hóa đơn hoặc trên giấy phép xuất khẩu. Visa được dùng để kiểm soát hoạt động nhập khẩu các sản phẩm dệt may vào Hoa Kỳ và ngăn cấm nhập khẩu hàng hóa trái phép vào Hoa Kỳ. Visa có thể dùng cho mặt hàng cần hạn ngạch hoặc không cần hạn ngạch. Ngược lại, mặt hàng cần hạn ngạch có thể cần hoặc không cần visa, tùy theo nước xuất xứ.

- ELVIS (Electronic transmission visa information) là visa điện tử đối với hàng dệt may nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Tùy theo thỏa thuận với từng nước, hầu hết hàng dệt may nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải có visa dệt may, trừ các hạng mục 300 – 369, nhằm chống chuyển tải bất hợp pháp và giao hàng sai với hạn ngạch.

2.3.1.2 Rào cản kỹ thuật

Tiêu chuẩn chống cháy của Ủy ban an toàn tiêu dùng (CPSC – Consumer product safety commission) theo đạo luật về vải dễ cháy. Luật này có quy định về tính dễ bén lửa đối với hàng dệt may và yêu cầu tất cả các sản phẩm may mặc hoặc các sản phẩm được làm bằng vải sẽ phải tuân thủ các tiêu chuẩn này. Tuy nhiên, cũng có một số sản phẩm được nhập vào Hoa Kỳ rồi sau đó được gia công lại để giảm tính chất dễ cháy cho đáp ứng được tiêu chuẩn. Trong trường hợp này, trên hóa đơn hay các giấy tờ liên quan đến lô hàng phải được ghi rõ lưu ý.

Quy định về nhãn mác theo luật về phân biệt các sản phẩm sợi dệt (Textile Fiber Products Identification Act) và các quy tắc về nhãn hiệu (Care Labeling Rule).

Luật hải quan Hoa Kỳ quy định mặt hàng do nước ngoài sản xuất phải được ghi ký mã hiệu ở những vị trí dễ thấy, rõ ràng, khó tẩy xóa, theo đúng nội dung của hàng hoá. Các quy định cụ thể về việc ghi nhãn mác hàng nhập khẩu như sau: nhãn hàng phải ghi rõ ràng trên bao bì hàng hoá tên người mua cuối cùng ở Hoa Kỳ, tên bằng tiếng Anh nước xuất xứ. Hàng tới tay người tiêu dùng cuối cùng thì trên các bao bì, vật dụng chứa đựng bao bì tiêu dùng của sản phẩm cũng phải ghi rõ nước xuất xứ của hàng hoá bên trong. Qua nhãn hiệu hàng hoá, người tiêu dùng Hoa Kỳ phải biết được nước xuất xứ của hàng hoá.

Luật pháp Hoa Kỳ quy định các nhãn hiệu hàng hoá phải được đăng ký tại Cục Hải quan Hoa Kỳ. Hàng hoá mang nhãn hiệu giả hoặc sao chép, bắt chước một nhãn hiệu đã đăng ký bản quyền của một công ty Hoa Kỳ hay một công ty nước ngoài đã đăng ký bản quyền đều bị cấm nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Bản sao đăng ký nhãn hiệu hàng hoá phải nộp cho Cục Hải quan Hoa Kỳ và được lưu giữ theo quy định. Hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ có nhãn hiệu giả sẽ bị tịch thu sung công.

Theo luật bản quyền của Hoa Kỳ (Copyright Revision Act), hàng hoá nhập khẩu vào Hoa Kỳ theo các bản sao chép các thương hiệu đã đăng ký mà không được phép của người có bản quyền là vi phạm luật bản quyền, sẽ bị bắt giữ và tịch thu, các bản sao các thương hiệu đó sẽ bị huỷ. Các chủ sở hữu bản quyền muốn được Cục Hải quan Hoa Kỳ bảo vệ quyền lợi thì cần nộp đơn khiếu nại bản quyền tại văn phòng bản quyền theo các thủ tục hiện hành. Một vấn đề cần lưu ý là các quy định về ghi nhãn mác hàng nhập khẩu vào Hoa Kỳ rất dễ chuyển thành rào cản phi thuế quan hay phương tiện để Hoa Kỳ thực hiện chính sách bảo hộ các ngành công nghiệp của mình.

Như vậy, những quy định rất chặt chẽ liên quan đến việc sử dụng thương hiệu và dán nhãn hàng hoá có nguy cơ trở thành các rào cản hạn chế hàng dệt may nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Theo luật pháp Hoa Kỳ, việc vi phạm các quyền liên quan đến nhãn hiệu hàng hoá có thể dẫn đến những chế tài và các khoản tiền phạt rất lớn. Hàng hoá bị coi là hàng giả sẽ bị thu giữ và tiêu huỷ tại biên giới, tiền phạt dân sự phải trả là gấp đôi giá trị hàng hoá. Việc không thực hiện đầy đủ các quy định này có thể sẽ trở thành rào cản thương mại đối với việc nhập khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ.

Quy định về nhãn mác hàng hóa: những thông tin bắt buộc phải có trên nhãn mác⁴:

- Tên của quốc gia nơi mà sản phẩm được gia công hoặc sản xuất: Trên sản phẩm nhập khẩu, tên nước xuất xứ phải ghi ở một nơi dễ nhận biết, dễ tiếp cận và dễ đọc, hàng cuối cùng viết tên nước xuất xứ, bằng tiếng Anh.
- Để thực hiện Luật xác định sản phẩm sợi dệt, ngoài các thông tin quy định, các thông tin sau phải được ghi trên một hóa đơn thương mại của chuyển hàng sợi dệt có giá trị trên 500USD và hàng đó phải theo các quy định về nhãn hàng hóa của Luật xác định sản phẩm sợi dệt: Chất liệu sợi hoặc tổng hợp các sợi, xác định theo tên chung loại cho mỗi loại sợi thiên nhiên hoặc sợi sản xuất nhân tạo theo thứ tự tỉ lệ trọng lượng từ thấp tới cao nếu loại sợi đó có trọng lượng từ 5% hoặc hơn trong tổng trọng lượng sản phẩm đó; Tỉ lệ trọng lượng của mỗi loại sợi có trong sản phẩm đó; Tên hoặc đặc điểm nhận dạng khác của nhà sản xuất hoặc của một hay nhiều người theo quy định của phần 3 Luật xác

⁴Những yêu cầu về nhãn hàng dệt may của 4 thị trường nhập khẩu chính, Tạp chí Thương mại 6/2007.

định sản phẩm sợi dệt, được cấp và đăng kí tại ủy ban thương mại liên bang; Tên của quốc gia gia công hay sản xuất. Sản phẩm len có quy định riêng về nhãn hàng hóa theo Luật nhãn sản phẩm len. Sản phẩm len theo Luật này phải bao gồm: + Tỷ lệ trọng lượng của tổng các sợi có trong sản phẩm len (không kể trọng lượng của các vật trang trí) không vượt quá 5% tổng trọng lượng của sợi len, len tái chế; + Tỷ lệ trọng lượng tối đa của sản phẩm len, của các chất liệu không phải sợi; + Tên nhà nhập khẩu : khi nhập khẩu sản phẩm len có giá trị trên 500USD và thuộc quy định của Luật nhãn sản phẩm len thì bắt buộc phải ghi tên nhà sản xuất.

- Tất cả các hóa đơn nhập hàng dệt sợi phải có thông tin về: + Trọng lượng sợi; + Sợi đơn hay sợi tào; + Sợi có dùng cho bán lẻ hay không; + Sợi có dùng làm chỉ may hay không; Nếu trọng lượng chủ yếu là tơ thì hóa đơn phải ghi rõ tơ đó được se lại hay là tơ sợi nhỏ. Có một số loại sản phẩm như hàng bông day, sợi tơ nhân tạo và sản phẩm sợi dệt cần phải đáp ứng những quy định thêm về nhãn hàng hóa. Nhà nhập khẩu cần tìm hiểu các quy định cụ thể cho từng loại hàng.

Quy định nước xuất xứ

- Những nguyên tắc chung:

+ Nước xuất xứ là nước sản xuất ra toàn bộ hàng hóa (trừ những ngoại lệ về nguyên liệu tối thiểu đã được quy định)

+ Đối với sợi (bao gồm cả sợi đơn và sợi đa), nước xuất xứ của sợi, chỉ, sợi bện, thừng, chảo, cáp, dây tết là nước sản xuất ra những loại hàng này.

+ Đối với vải, nước sản xuất là nước dệt ra vải.

+ Các sản phẩm dệt may khác, nước xuất xứ là nước lắp ráp ra thành phẩm.

- Những nguyên tắc đặc biệt

Nếu không xác định được xuất xứ của một sản phẩm dệt hay quần áo bằng một trong những nguyên tắc trên và do sản phẩm được sản xuất ở hai hay nhiều nước thì nước xuất xứ là :

+ Nước mà quá trình lắp ráp quan trọng nhất hay quá trình sản xuất quan trọng nhất diễn ra.

- + Nếu không xác định được quy trình nào là quan trọng nhất thì nước xuất xứ là nước mà cùng tại đó hoạt động lắp ráp hay sản xuất diễn ra.
- Tờ khai xuất xứ hàng hóa dùng cho ủy ban Hoa Kỳ phụ trách thực hiện Hiệp định hàng dệt may (US committee for implementation of textile agreement – CITA)

Tờ khai xuất xứ hàng hóa phải được đính kèm với bất kì lô hàng nhập khẩu nào. Sự hạn chế về hạn ngạch áp dụng riêng cho từng quốc gia và dựa trên nguồn gốc xuất xứ của hàng dệt may. Quốc gia cuối cùng nơi mà lô hàng dệt may được xuất khẩu qua Hoa Kỳ không nhất thiết được coi là quốc gia xuất xứ của hàng đó. Tờ khai xuất xứ hàng hóa được nộp cho hải quan ngay khi hàng vào cửa khẩu. Ngày xuất khẩu ghi trên tờ khai là ngày mà hãng vận chuyển rời cảng cuối cùng của quốc gia xuất xứ theo xác định của hải quan. Việc quá cảng hàng hóa trong suốt hành trình không ảnh hưởng đến ngày xuất khẩu. Hải quan sẽ xác định quốc gia xuất xứ hàng dựa trên các thông tin ghi trên mỗi tờ khai trừ khi những thông tin ấy không đầy đủ. Nếu thông tin không đầy đủ, hải quan sẽ yêu cầu cung cấp thêm thông tin. Lô hàng sẽ không được giải phóng cho đến khi việc xác định được thực hiện xong.

Khai báo mã số của nhà sản xuất

Kể từ ngày 05/10/2005, cơ quan hải quan và bảo vệ biên giới Hoa Kỳ quy định các nhà nhập khẩu hàng dệt may vào Hoa Kỳ phải khai báo mã số của nhà sản xuất. Đối tượng áp dụng là tất cả hàng dệt may nhập khẩu từ tất cả các nước bao gồm cả hàng may mặc bị áp dụng điều khoản tự vệ đặc biệt và các nước chưa là thành viên của WTO

2.3.2 Tình hình xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ

Trước khi quan hệ Việt nam - Hoa Kỳ bình thường hoá, hàng dệt may Việt nam chỉ chủ yếu được xuất khẩu sang thị trường các nước Đông Âu và Liên Xô cũ. Thị trường Hoa Kỳ gần như đóng cửa cho đến khi Hoa Kỳ bãi bỏ cấm vận năm 1994. Năm 2000, Việt Nam ký với Hoa Kỳ hiệp định thương mại song phương, gọi tắt là USBTA, cho phép Việt Nam thâm nhập thị trường với nhiều điều kiện thuận lợi hơn, giảm thuế

suất trung bình từ 35% xuống 5%. Trong đó, ngành may mặc đặc biệt có lợi thế với thuế suất giảm từ 60% xuống 5%. Nhờ hiệp định này và qui chế quan hệ thương mại bình thường (Normal Trading Relations - NTR) Việt Nam được hưởng thuế suất MFN. Kết quả là xuất khẩu hàng may mặc sang Hoa Kỳ tăng đột biến gấp 20 lần trong chỉ một năm 2002. Tăng trưởng của thị trường Hoa Kỳ là động lực chính thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu của toàn bộ hàng dệt may Việt Nam [35].

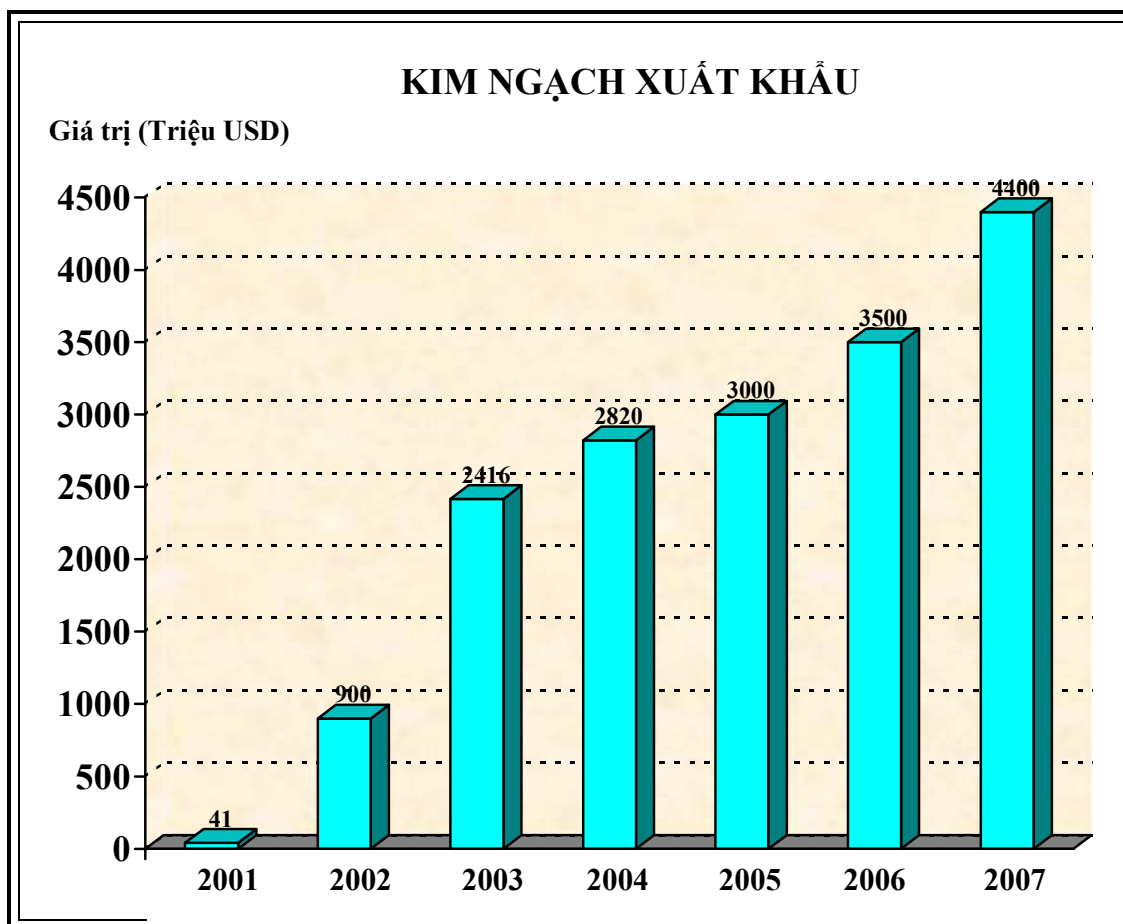
2.3.2.1 Kim ngạch xuất khẩu

Năm 1998, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Hoa Kỳ là 1,82% với kim ngạch xuất khẩu đạt 26,40 triệu USD. Năm 2000, Hiệp định thương mại Việt nam– Hoa Kỳ được ký kết, tình hình xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Hoa Kỳ bắt đầu có sự tiến triển với kim ngạch xuất khẩu đạt 49,87 triệu USD. Năm 2002, khi Hiệp định này bắt đầu thực sự phát huy tác động, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào Hoa Kỳ tăng đột biến đạt 900 triệu USD, vươn lên đứng đầu, vượt kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU (570 triệu USD) và thị trường Nhật (500 triệu USD). Dệt may trở thành mặt hàng thứ hai sau dầu thô về kim ngạch xuất khẩu.

Hàng dệt may vào Hoa Kỳ tiếp tục tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ trong các năm 2003, 2004. Năm 2005, hệ thống hạn ngạch đối với các nước thành viên WTO bị dỡ bỏ, nhưng Việt Nam vẫn nằm trong danh sách các nước phải chịu hạn ngạch khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Do vậy, tốc độ xuất khẩu hàng dệt may vào Hoa Kỳ có bị giảm trong giai đoạn 8 tháng đầu năm 2005, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 1 tỷ 74 triệu USD, giảm 10,03% so với cùng kì năm trước. Tuy vậy, những tháng cuối năm, tình hình đã được cải thiện. Năm 2005, Hoa Kỳ nhập của Việt Nam xấp xỉ 3 tỷ USD hàng dệt may, tăng khoảng 6% so với năm 2004. Năm 2006, kim ngạch này đạt khoảng 3,5 tỷ USD. Năm 2006, Việt Nam đứng thứ 6 sau Trung Quốc, Ấn Độ, Mêhicô, Pakistăng, Indonesia về kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ với thị phần chiếm khoảng hơn 3%. Trong 9 tháng đầu năm 2007, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Hoa Kỳ đạt 2,5 tỷ USD⁵, dự kiến cả năm 2007 có thể đạt 4,3 tỷ USD. Hiện

⁵ <http://www.vinanet.com.vn/EconomicDetail.aspx?NewsID=128109>: Xuất khẩu hàng dệt may năm 2007 sẽ đạt từ 7,3- 7,5 tỷ USD

nay, hàng dệt may vẫn là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu Việt nam vào Hoa Kỳ.



Biểu đồ 2.4: Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam vào Thị trường Hoa Kỳ giai đoạn 2001 – 2007 (triệu USD)

Nguồn: Báo cáo của Hiệp Hội Dệt may 2007

Với việc bãi bỏ hạn ngạch dệt may vào đầu năm 2007, xuất khẩu dệt may Việt Nam sẽ bước sang một giai đoạn mới với nhiều tiềm năng tăng trưởng vượt bậc. Tuy nhiên, do Hoa Kỳ đang áp dụng cơ chế giám sát nhập khẩu hàng dệt may Việt Nam và tuyên bố sẽ tự điều tra bán phá giá nếu thấy có dấu hiệu bán phá giá; cho nên, nguy cơ bị điều tra và áp thuế chống bán phá giá rất cao nếu Việt nam không có những biện pháp hữu hiệu để tránh tăng trưởng nóng về số lượng và sụt giảm mạnh về giá.

2.3.2.2 Phương thức xuất khẩu

Gia công xuất khẩu uỷ thác (CMT)

Phương thức xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam được thực hiện chủ yếu theo hình thức gia công, chiếm khoảng 60-70% tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành dệt may Việt Nam do nguồn nguyên phụ liệu ở trong nước không đủ để cung ứng cho may xuất khẩu, hơn nữa do chất lượng nguồn nguyên phụ liệu này cũng thấp nên không được khách hàng chấp nhận. Việc bị động về nguyên phụ liệu dẫn đến các doanh nghiệp Việt Nam bị động trong tổ chức sản xuất và làm giảm hiệu quả sản xuất, dẫn đến giá trị gia tăng tạo ra thấp và bị thất thoát nguồn nhân lực.

Hình thức gia công xuất khẩu uỷ thác (CMT – Cutting, Making, Trimming) cũng được áp dụng khá rộng rãi tại Việt Nam. Theo đó, các doanh nghiệp dệt may trong nước chỉ thực hiện ba công đoạn cắt, may và hoàn thiện với toàn bộ nguyên phụ liệu do phía đối tác nước ngoài cung cấp. Cụ thể, khách hàng nước ngoài sẽ cung cấp các nguyên liệu như vải chính, vải lót, các phụ liệu như khoá kéo, khuy, vải make,... Khách hàng còn cung cấp cả các thiết bị loại tốt để đo đạc những kích thước nhỏ nhất, cần thiết khi làm mẫu cứng và cắt trên vải. Không chỉ vậy, họ chỉ dẫn cụ thể về kỹ thuật cắt may theo mẫu thiết kế, những chi tiết thêu in từ nhỏ nhất đến cầu kỳ nhất. Sản phẩm may hoàn thiện sẽ được khách hàng nước ngoài mua lại và đơn vị gia công được thanh toán phí gia công (phí CMT). Gia công CMT là hình thức sản xuất lưu thông theo chế độ “bao tiêu”.

Xuất khẩu trực tiếp (xuất khẩu FOB)

Trái với hình thức gia công CMT, khi xuất khẩu FOB doanh nghiệp Việt Nam tự túc nguyên phụ liệu rồi bán sản phẩm cho khách hàng nước ngoài. Có 3 cấp sản xuất – xuất khẩu trực tiếp:

- Cấp cao nhất: doanh nghiệp chịu trách nhiệm trong tất cả các công đoạn, từ thiết kế mẫu, thu xếp nguồn nguyên phụ liệu, tiến hành sản xuất đến xây dựng thương hiệu và có được thị trường. Để làm được như vậy, doanh nghiệp cần phải rất vững vàng và ổn định trong kinh nghiệm sản xuất cũng như có tiềm lực kinh tế lớn, bởi mặc dù

lợi nhuận thu về từ hình thức này rất cao nhưng rủi ro cũng rất lớn. Cái được lớn nhất của doanh nghiệp trong hình thức này, bên cạnh lợi nhuận, là thương hiệu được thiết lập và được người tiêu dùng trên thị trường nước ngoài biết đến. Cho đến nay, điều đáng mừng là số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam áp dụng hình thức này đang tăng lên với những tên tuổi quen thuộc như Việt Tiến, Nhà Bè, May 10, ...

- Cấp trung bình: doanh nghiệp sử dụng thương hiệu, thiết kế và công nghệ của khách hàng, tự túc nguyên liệu và sản xuất hàng hoá, sau đó bán ở thị trường trong nước hay xuất khẩu sang nước ngoài dưới tên của khách hàng.
- Cấp thấp nhất: đơn vị sản xuất trong nước làm theo thiết kế của khách hàng, nguyên phụ liệu do khách hàng bán đứt cho đơn vị sản xuất, sau đó khách hàng sẽ mua lại. Doanh nghiệp trong nước chỉ được tính thêm vào giá 5-10%, và nếu như khách hàng không hài lòng với chất lượng hàng hay sản phẩm không theo đúng thiết kế thì nhà sản xuất sẽ phải chịu toàn bộ rủi ro.

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chủ yếu xuất khẩu dưới hình thức CMT. Theo thống kê của một cuộc điều tra năm 2004 với 23 doanh nghiệp, tính theo doanh thu, tỷ lệ bình quân xuất khẩu thì hình thức gia công chiếm 67% và tạo ra 95% lượng hàng xuất, còn lại 33% hàng được sản xuất theo hình thức FOB và chỉ tạo ra 5% tổng lượng hàng.

Theo sơ đồ phát triển chung của các doanh nghiệp dệt may, có 3 cấp độ phát triển dựa vào khả năng chủ động trong sản xuất và xuất khẩu hàng hoá.

Cấp độ 1: Xuất khẩu hàng may mặc theo yêu cầu của khách hàng – GTGT thấp

Cấp độ 2: Xây dựng thương hiệu tại thị trường nội địa – GTGT cao

Cấp độ 3: Xuất khẩu sản phẩm với thương hiệu Việt Nam – Đòi hỏi khả năng quản lý tiên tiến, và phải chịu mức độ rủi ro cao.

Hầu hết các doanh nghiệp nhà nước (lực lượng có khả năng hội nhập tốt) trong lĩnh vực may mặc của Việt Nam hiện đang ở cấp độ 1, tiệm cận cấp độ 2.

Ở cấp độ 1, các doanh nghiệp tham gia thương mại quốc tế thông qua sản xuất và xuất khẩu hàng hoá theo đơn đặt hàng của đối tác nước ngoài, mật độ rủi ro trong kinh doanh của các doanh nghiệp thấp nhưng giá trị gia tăng (GTGT) cũng rất thấp vì bản chất của hoạt động sản xuất là gia công hàng hoá cho đối tác. Các hoạt động được thực hiện theo kiểu bao tiêu sản phẩm, đối tác nước ngoài thiết kế mẫu mã và cung cấp nguyên phụ liệu sản xuất còn doanh nghiệp nội địa sử dụng nguồn nguyên liệu giá rẻ. Hiệu quả kèm theo như cải thiện kỹ năng quản lý khi tham gia thương mại quốc tế sẽ hạn chế do mức độ đòi hỏi về trình độ quản lý không cao.

Ở cấp độ 2, doanh nghiệp bước đầu xây dựng vị thế của mình trên thị trường, bước đầu là thị trường nội địa thông qua thương hiệu và hàng hoá do chính họ thiết kế theo nhu cầu thị trường. Mức độ GTGT cao hơn kèm theo mức độ rủi ro cũng cao hơn đối với doanh nghiệp do họ phải tự hạch toán và tự lập trong toàn bộ quá trình sản xuất và xuất khẩu.

Ở cấp độ 3, doanh nghiệp tham gia thị trường quốc tế một cách toàn diện trên cơ sở khả năng cạnh tranh của mình. Lúc này, lợi nhuận mà doanh nghiệp thu được sẽ là tối ưu do thị trường được mở rộng, nhưng doanh nghiệp lại phải đối mặt với mức độ cạnh tranh khốc liệt, vì vậy doanh nghiệp cần phải hoàn thiện những năng lực cần thiết, đặc biệt là năng lực quản lý.

Tóm lại, khi hàng dệt may của chúng ta thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ với số lượng lớn, chính phủ Hoa Kỳ chắc chắn sẽ có những biện pháp thích hợp để hạn chế để bảo vệ các doanh nghiệp sản xuất trong nước. Chính vì vậy, các doanh nghiệp Việt nam cần phải nhận thức đúng đắn và có sự chuẩn bị kỹ càng để có thể vượt qua các rào cản này.

2.3.3 Tác động của rào cản phi thuế quan của Hoa kỳ đối với hàng dệt may Việt Nam

2.3.3.1 Tác động của cơ chế giám sát và khả năng tái áp dụng hạn ngạch và thuế chống bán phá giá

Từ ngày 11 – 1 – 2007, sau thời điểm Việt nam gia nhập WTO, phía Hoa Kỳ đã công bố triển khai cơ chế giám sát chặt chẽ hàng dệt may Việt Nam. Hiện tại, phía Hoa

Kỳ đang trưng cầu ý kiến các bên liên quan để hoàn thiện cơ chế giám sát này⁶. Theo cơ chế này, việc rà soát sẽ được thực hiện 6 tháng một lần và trong trường hợp xấu nhất họ có thể tự khởi động điều tra chống bán phá giá và áp dụng thuế chống bán phá giá đối với một hoặc nhiều mặt hàng dệt may từ Việt Nam. Theo dự kiến của Hoa Kỳ, các mặt hàng dệt may sẽ bị giám sát thuộc 5 nhóm là áo sơ mi, quần dài, đồ bơi, đồ lót và áo len, bao gồm 14 Cat., giảm 9 Cat. so với 25 mặt hàng dệt may được áp dụng hạn ngạch từ trước ngày 11 – 1 – 2007. Chương trình giám sát này sẽ có hiệu lực kể từ thời điểm Việt Nam chính thức gia nhập WTO cho tới khi kết thúc nhiệm kỳ của Tổng thống G. Bush (tức ngày 19/1/2009). Tuy nhiên, chúng ta có thể nhận thấy cách làm của Chính phủ Hoa Kỳ là vi phạm luật của WTO và “không có sản phẩm nào mà cứ 6 tháng một lần lại bị xem xét như hàng dệt may”. Ngoài ra, còn có một điểm vô lý nữa, đó là 5 chủng loại mà phía Hoa Kỳ tập trung giám sát cao nhất lại là những sản phẩm mà phía Hoa Kỳ rất ít sản xuất (gần giống như trường hợp của Trung Quốc khi tái áp hạn ngạch với những sản phẩm mà khả năng sản xuất các sản phẩm này của Hoa Kỳ là rất yếu). Chính phủ Hoa Kỳ vẫn đang tìm mọi cách để bảo hộ ngành dệt may của mình.

Việc áp thuế chống bán phá giá sẽ có tác động không nhỏ tới việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài của Việt Nam. Hiện tại trong số 700 doanh nghiệp dệt may Việt Nam xuất khẩu, đã có gần 500 doanh nghiệp nước ngoài (FDI). Nếu việc áp thuế chống bán phá giá xảy ra, thì các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ sẽ dễ dàng chuyển đơn nhập hàng sang nước khác. Khả năng các nhà đầu tư ở Việt Nam cũng sẽ di chuyển theo. Như vậy, một khó khăn mà Việt Nam phải tiếp tục đối mặt là tình trạng thất nghiệp. So với ngành da giày khi bị EU áp thuế chống phá giá, tình trạng này sẽ tồi tệ hơn, bởi dệt may là lĩnh vực có lực lượng công nhân đông đảo nhất. Vì vậy, khi gia nhập WTO, bên cạnh những thuận lợi từ môi trường đầu tư, dỡ bỏ hạn ngạch thì ngành dệt may có nguy cơ bị ép nếu Mỹ đặt chế độ giám sát chống bán phá giá đặc biệt. Khi đó, khả năng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường này sẽ giảm và các doanh nghiệp dệt may Việt Nam bị phá sản là điều có thể xảy ra.

⁶ Cục Thương mại quốc tế (Bộ Thương mại Mỹ) đã có thông báo trên website của Bộ nhằm thu thập ý kiến đóng góp cho chương trình giám sát này.

Ngoài ra, Việt Nam và Hoa Kỳ cũng đạt được thỏa thuận về cơ chế giám sát việc tuân thủ các cam kết về trợ cấp của Việt Nam. Có thể nói, đây là trường hợp ngoại lệ chưa từng có đối với Hoa Kỳ khi đưa vào trong thỏa thuận song phương quy định về một cơ chế thực thi cho phép Hoa Kỳ được nhanh chóng tái áp dụng hạn ngạch đối với hàng dệt may Việt Nam nếu Việt Nam không tuân thủ nghĩa vụ xóa bỏ các trợ cấp bị WTO cấm ngay khi gia nhập.

Cơ chế giám sát thực thi này cụ thể như sau: nếu trong thời hạn 12 tháng sau khi Việt Nam gia nhập WTO, Việt Nam không tuân thủ các cam kết về trợ cấp dệt may... thì Hoa Kỳ sẽ thông báo cho Việt Nam và bắt đầu giai đoạn 60 ngày để tham vấn nhằm giải quyết vấn đề. Sau giai đoạn này, nếu các bên không thể đạt được một giải pháp đồng thuận thì Hoa Kỳ được phép yêu cầu xét xử trọng tài trong khuôn khổ WTO... Tổng thời gian để xét xử trọng tài là 120 ngày kể từ khi phía Hoa Kỳ đưa ra yêu cầu. Một trọng tài viên có kiến thức về Hiệp định WTO sẽ đưa ra quyết định mang tính ràng buộc về việc Việt Nam đã tuân thủ hay chưa các cam kết về trợ cấp dệt may... vào cuối giai đoạn 120 ngày này... Nếu trọng tài viên quyết định rằng Việt Nam đã tuân thủ các cam kết về trợ cấp dệt may... thì Hoa Kỳ sẽ không áp dụng hạn ngạch đối với hàng dệt may nhập khẩu từ Việt Nam. Nếu trọng tài viên quyết định rằng Việt Nam chưa tuân thủ đầy đủ các cam kết về trợ cấp dệt may... thì Hoa Kỳ được phép áp dụng hạn ngạch đối với các chủng loại hàng dệt may nhập khẩu từ Việt Nam thuộc phạm vi của Hiệp định Dệt may song phương ở mức hạn ngạch đang có hiệu lực trong toàn bộ năm cuối cùng mà Hiệp định Dệt may song phương có hiệu lực đối với mỗi chủng loại hàng dệt may. Nếu Hoa Kỳ áp dụng hạn ngạch thì các hạn ngạch này sẽ có hiệu lực trong thời hạn tối đa là 12 tháng kể từ ngày áp dụng hạn ngạch, hoặc có hiệu lực cho tới khi Việt Nam tuân thủ các cam kết về trợ cấp dệt may... tùy thời điểm nào diễn ra trước thì sẽ được áp dụng. Nếu trọng tài viên không đưa ra quyết định vào cuối giai đoạn 120 ngày xét xử trọng tài này thì Hoa Kỳ được phép áp dụng hạn ngạch như mô tả ở phần trên cho tới khi trọng tài viên đưa ra quyết định bằng văn bản. Nếu trọng tài viên quyết định rằng Việt Nam đã tuân thủ các cam kết về trợ cấp dệt may... thì Hoa Kỳ sẽ chấm dứt ngay lập tức việc áp dụng các hạn ngạch này. Nếu trọng tài viên quyết

định rằng Việt Nam chưa tuân thủ đầy đủ các cam kết về trợ cấp dệt may... thì các hạn ngạch vẫn tiếp tục có hiệu lực trong thời hạn tối đa là 12 tháng kể từ ngày áp dụng hạn ngạch, hoặc có hiệu lực cho tới khi Việt Nam tuân thủ các cam kết về trợ cấp dệt may như đã đề cập ở phần trên, tùy thời điểm nào diễn ra trước thì sẽ được áp dụng...Việt Nam đồng ý sẽ không khởi kiện việc Hoa Kỳ áp dụng hạn ngạch theo thỏa thuận này, bất kể các quyền mà Việt Nam có thể có để khởi kiện Hoa Kỳ theo Hiệp định WTO.

Ngày 26 tháng 10 năm 2007, Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC) đã ra thông báo, quyết định không tiến hành tự khởi động điều tra chống bán phá giá đối với đối với 5 nhóm hàng dệt may của Việt Nam (quần, áo sơ mi, đồ bơi, đồ lót và áo len) do không đủ cơ sở và chứng cứ, sau khi đánh giá lần thứ nhất số liệu giám sát nhập khẩu từ tháng 1-7/2007. Bộ Công Thương Việt Nam đánh giá cao quyết định đúng đắn và khách quan của Bộ Thương mại Hoa Kỳ vì đây là một quyết định phù hợp với thực tế là các doanh nghiệp Việt Nam không bán phá giá vào thị trường Hoa Kỳ cũng như không nhận được bất kỳ khoản trợ cấp nào vi phạm các quy định của WTO.

Tuy nhiên, quyết định này làm các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam rất thất vọng vì Bộ Thương mại Hoa Kỳ vẫn duy trì Chương trình Giám sát hàng dệt may nhập khẩu từ Việt Nam và tiếp tục đánh giá số liệu 6 tháng tiếp theo vào tháng 03 năm 2008. Trong quyết định lần này, Bộ Thương mại Hoa Kỳ chưa đưa ra bất kỳ một hành động cụ thể nào nhằm giảm bớt tác động tiêu cực của Chương trình giám sát đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam như không giảm bớt diện mặt hàng trong diện bị giám sát và cũng không nêu các tiêu chí, điều kiện cụ thể làm cơ sở tự khởi kiện điều tra chống bán phá giá hàng dệt may Việt Nam. Điều này vẫn tiếp tục gây lo lắng và không yên tâm cho nhà nhập khẩu Hoa Kỳ cũng như các nhà sản xuất dệt may Việt Nam đang chuẩn bị đơn hàng cho những tháng đầu năm 2008.

2.3.3.2 Tác động của hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật

Bên cạnh phải vượt qua các rào cản pháp lý như trên, hàng dệt may đang và sẽ tiếp tục vấp phải những rào cản mang tính kỹ thuật từ phía thị trường Hoa Kỳ. Đó là những yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng về tính năng sản phẩm. Những yêu cầu này

không chỉ xuất phát từ các quy định của các cơ quan chức năng mà còn do thái độ ngày càng khắt khe của người tiêu dùng đối với các sản phẩm may mặc.

Về tiêu chuẩn chất lượng, chất lượng sản phẩm dệt may thể hiện qua hệ thống tiêu chuẩn mà doanh nghiệp đạt được chẳng hạn như chứng chỉ ISO 9000. Những chứng chỉ này là điều kiện để xâm nhập và mở rộng thị trường. Nó chứng tỏ doanh nghiệp có hệ thống quản lý chất lượng đầy đủ theo tiêu chuẩn quốc tế. Hơn nữa, đối với một số thị trường, các chứng chỉ này là yêu cầu bắt buộc để được phép xuất khẩu. Vì vậy, chứng chỉ ISO đang ngày trở thành công cụ hiệu quả nhằm nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Thực tế cho thấy rằng các sản phẩm dệt may xuất khẩu đạt được chứng chỉ ISO 9000 như sản phẩm của May 10, May Việt Tiến, Việt Thắng, Thăng Long, Nhà Bè... đều dễ dàng được chấp nhận hơn là sản phẩm của những doanh nghiệp chưa có chứng chỉ. Tuy nhiên hiện nay, số lượng các doanh nghiệp dệt may có được các chứng chỉ này còn chưa nhiều. Theo thống kê chính thức của Tổng công ty Dệt May Việt Nam, trong số các doanh nghiệp xuất hàng sang EU chỉ có khoảng 37 (trên tổng số 150) doanh nghiệp đạt chứng chỉ ISO. Một trong các nguyên nhân do chi phí cho các chứng chỉ này khá cao, từ 200 – 250 triệu đồng cho mỗi chứng chỉ.

Các doanh nghiệp dệt may cũng đứng trước thách thức phải đáp ứng các yêu cầu về vấn đề sức khỏe và an toàn cho người sử dụng như tiêu chuẩn về chống cháy. Sản phẩm may mặc nếu không được quản lý tốt trong khâu sản xuất, các nguyên phụ liệu sử dụng cho sản phẩm may mặc không theo đúng tiêu chuẩn có thể ảnh hưởng không tốt đến sức khỏe của người tiêu dùng. Vấn đề an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng luôn được hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng và chính phủ Hoa Kỳ quan tâm. Họ đã và sẽ đưa ra các tiêu chuẩn, quy định về nguyên phụ liệu cho hàng may mặc rất cao nhằm bảo vệ người tiêu dùng, buộc nhà sản xuất và xuất khẩu buộc phải đầu tư vào những công nghệ tiên tiến, hiện đại trong sản xuất mới cho ra sản phẩm đạt tiêu chuẩn. Đây thực sự đang là một rào cản lớn đối với các nhà sản xuất và kinh doanh ở các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam đang thiếu vốn và công nghệ hiện đại.

Cũng như nhiều mặt hàng xuất khẩu khác của Việt Nam, hàng dệt may cũng cần phải đáp ứng các tiêu chí bảo vệ môi trường của Hoa Kỳ. Mấy năm gần đây nhiều sản phẩm dệt may của Trung Quốc bị khách hàng từ chối hoặc phải bồi thường do không phù hợp với những “tiêu chuẩn xanh”. Nếu như tình trạng trên đã xảy ra với hàng dệt may của Trung Quốc thì tất yếu sẽ xảy ra đối với ngành dệt may của Việt Nam. Như vậy là trong cuộc cạnh tranh quyết liệt sau khi hạn ngạch dệt may được dỡ bỏ và tiêu chuẩn “Eco friendly” được một số nước áp dụng thì “rào cản thương mại xanh” là một thách thức, một trở ngại không nhỏ đối với các nước xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường này.

Trong ngành dệt may Việt Nam, cho đến nay, việc sản xuất ra các sản phẩm xanh còn chưa được quan tâm đúng mức. Một số nhà quản lý, điều hành doanh nghiệp còn chưa được trang bị kiến thức hoặc có hiểu biết còn hạn chế về những yêu cầu “xanh” đối với hàng dệt may xuất khẩu. Ngoài ra phần lớn các công ty, xí nghiệp vẫn còn sử dụng một số hoá chất, thuốc nhuộm và công nghệ gây ô nhiễm môi trường. Chẳng hạn như trong hồ sợi, ngày càng sử dụng nhiều PVA làm tăng tải lượng COD (nhu cầu ô xi hoá học) trong nước thải và PVA khó xử lý vi sinh. Kỹ thuật “giảm trọng” polieste bằng kiềm được áp dụng phổ biến làm sản sinh một lượng lớn telephatalat và glycol trong nước thải sau sử dụng từ 5 đến 6 lần.

Như vậy, các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ tác động tới chi phí sản xuất của các doanh nghiệp dệt may, nhưng mặt khác, hàm nhu cầu có thể thay đổi theo hướng tăng lên khi có những đột phá về chất lượng sản phẩm.

2.3.3.3 Tác động của tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội và môi trường

Bộ Tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội SA 8000 được Tổ chức Trách nhiệm xã hội quốc tế SAI (Social Accountability International) thuộc Hội đồng Công nhận Quyền ưu tiên Kinh tế – CEPAA của Mỹ phát triển và ban hành năm 1997. Đây là một hệ thống các tiêu chuẩn quốc tế được xây dựng nhằm cung cấp hỗ trợ về kỹ thuật và nâng cao nhận thức để cải thiện điều kiện làm việc trên toàn cầu và được xây dựng dựa trên các Công ước của Tổ chức lao động Quốc tế, Công ước của Liên hiệp Quốc về quyền trẻ em và Tuyên bố Toàn cầu về Nhân quyền. SA 8000 có thể áp dụng cho tất cả các

doanh nghiệp trên toàn cầu không phụ thuộc vào quy mô, quốc gia hay lĩnh vực kinh doanh và thường tập trung cho các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày. Các mục tiêu chủ yếu của SA 8000 là: đảm bảo tính đạo đức của các hàng hoá và dịch vụ; cải thiện các điều kiện làm việc; cung cấp tiêu chuẩn chung cho mọi loại hình kinh doanh các lĩnh vực của đất nước. Trên cơ sở đó, SA8000 đặt ra những tiêu chuẩn cơ bản như: không sử dụng lao động trẻ em hoặc lao động vị thành niên, không sử dụng lao động cưỡng bức, phải đảm bảo các điều kiện sức khỏe và an toàn cho người lao động, cam kết không phân biệt đối xử với người lao động, tuân thủ quy định về số giờ làm việc, trả lương cho người lao động không thấp hơn quy định của pháp luật hoặc quy định của ngành. Trong đó, điều kiện làm việc của người lao động được coi là yêu cầu cơ bản của SA8000 để khẳng định giá trị đạo đức của sản phẩm. Hộp 2.1 cho thấy một số yêu cầu cơ bản của SA 8000.

Phần lớn các doanh nghiệp đều cho rằng yêu cầu của khách hàng Hoa Kỳ về hệ thống SA 8000 đang và sẽ là trở ngại lớn nhất đối với các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam. Việc cải thiện hay thay đổi điều kiện làm việc của cán bộ công nhân theo yêu cầu của SA 8000 đang vượt quá khả năng đáp ứng của phần lớn các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may. Do cạnh tranh gay gắt về giá, các doanh nghiệp Việt Nam luôn coi trọng mục tiêu cắt giảm tối đa chi phí để hạ giá thành sản phẩm trong khi việc cải thiện điều kiện theo yêu cầu của SA 8000 chắc chắn sẽ làm tăng nhanh chi phí kinh doanh. Chi phí cho việc xây dựng, tư vấn và thẩm định, giám sát thực hiện SA 8000 cũng tạo thêm gánh nặng cho doanh nghiệp. Một vấn đề khác là hiện nay các doanh nghiệp Việt Nam hầu như không muốn tiết lộ các thông tin tài chính của công ty mình, trong khi đó SA 8000 yêu cầu về công khai thông tin tài chính này. Các cơ quan điều tra phải rất khó khăn mới thu được những thông tin tài chính này. Nhìn chung, các doanh nghiệp dệt may nước ta hiện còn rất nhiều khó khăn trong việc thực hiện tiêu chuẩn SA8000 theo yêu cầu của Hoa Kỳ. Bên cạnh những khó khăn về tài chính như đã phân tích trên đây thì nhận thức về lợi ích của việc áp dụng SA 8000 vẫn chưa được các doanh nghiệp Việt Nam coi trọng.

Hộp 2.1: Một số yêu cầu của SA 8000

Sức khỏe và an toàn

- ❖ *Đảm bảo môi trường làm việc an toàn và lành mạnh và nên có những hành động thích đáng để ngăn ngừa tai nạn và bị thương khi làm việc.*
- ❖ *Cử một đại diện có kinh nghiệm để chịu trách nhiệm cho sức khỏe và an toàn của tất cả công nhân.*
- ❖ *Cung cấp những khoá đào tạo thường xuyên (ít nhất một lần trong một năm) về sức khỏe và an toàn cho công nhân; từ thường*
- ❖ *Thành lập hệ thống để phát hiện lỗi, ngăn ngừa và phản ứng tới những đe dọa tiềm ẩn cho công nhân.*
- ❖ *Cung cấp phương tiện vệ sinh sạch sẽ.*

Giờ làm việc

- ❖ *Công ty phải tuân thủ các quy định của luật hiện hành về giờ làm việc, giờ làm việc không được quá 60 giờ mỗi tuần. Một tuần làm việc bình thường không được quá 48 giờ, thời gian làm thêm ngoài giờ không được quá 12 tiếng mỗi tuần và phải được trả thù lao với tỷ lệ trả thêm.*
- ❖ *Công ty phải đảm bảo ít nhất mỗi ngày nghỉ mỗi tuần cho mỗi nhân viên.*
- ❖ *Làm việc ngoài giờ phải là tự nguyện và không được yêu cầu thường xuyên.*

Kiểm soát các nhà cung ứng và các nhà thầu phụ

- ❖ *Công ty phải thiết lập và duy trì những thủ tục qui trình thích hợp để đánh giá và chọn lựa nhà cung ứng dựa trên năng lực đáp ứng những yêu cầu của SA-8000..*
- ❖ *Công ty nên duy trì hồ sơ thoả đáng về cam kết xã hội của nhà cung ứng..*
- ❖ *Công ty phải duy trì bằng chứng thích hợp của các nhà cung ứng và thầu phụ để chứng minh họ đáp ứng đầy đủ các yêu cầu tiêu chuẩn này.*

Nguồn: Mekong Capital

Nếu không có được SA 8000, khả năng tiếp cận với những khách hàng lớn, có yêu cầu cao về SA 8000 của các doanh nghiệp dệt may sẽ bị hạn chế rất nhiều. Hậu quả là mạng lưới kinh doanh bị thu hẹp, năng lực cạnh tranh của hàng dệt may Việt nam sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Chương trình trách nhiệm toàn cầu (WRAP)

Ngành dệt may Hoa Kỳ đã đầu tư rất nhiều về tài chính và thời gian để phát

triển chương trình này. Nội dung của chương trình đề cập tới việc có một tổ chức thứ ba độc lập tiến hành cấp chứng chỉ cho nhà máy trong việc sản xuất đồng thời chứng nhận rằng nhà máy tuân thủ đúng pháp luật và các quy định của nước sở tại. Tổ chức cấp chứng chỉ này phải đảm bảo là một tổ chức độc lập, hợp pháp và đầy đủ giá trị. Hoa Kỳ không chỉ yêu cầu chứng chỉ này ở các doanh nghiệp sản xuất trong nước mà còn yêu cầu ở cả các chi nhánh ở nước ngoài hoặc các doanh nghiệp gia công hàng dệt may cho Hoa Kỳ.

Mặc dù được bãi bỏ hạn ngạch vào đầu năm 2007, ngành dệt may của Việt Nam cũng sẽ phải đối mặt với không ít khó khăn và thách thức, cả hiện tại và tiềm ẩn, mà các cam kết gia nhập WTO cũng như quy định thông qua PNTR mang đến⁷.

2.3.4 Những hạn chế cơ bản của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong nỗ lực vượt qua các rào cản phi thuế quan của Hoa Kỳ

2.3.4.1 Nguồn nhân lực yếu và thiếu

Mặc dù Việt Nam có nguồn lao động dồi dào nhưng số lượng lao động có tay nghề cao thì lại rất ít [37]. Tình trạng thiếu nhân công lành nghề như hiện nay là do trong suốt một thời gian dài, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chỉ chú trọng giảm giá thành sản phẩm, không chú ý tới việc đào tạo và bồi dưỡng, cũng như thu hút lao động có tay nghề. Hơn nữa, toàn bộ ngành công nghiệp dệt may chỉ có bốn trường đào tạo, mỗi năm có khoảng 2000 công nhân tốt nghiệp. Trong khi đó, hiện nay có khoảng 700 doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu dệt may trong cả nước, với tổng số lao động trong ngành là hơn 2 triệu người. Như vậy, nhu cầu về lao động trong ngành dệt may là rất lớn. Một lý do nữa là, ngành may đang có sự chuyển dịch lao động lớn, do mức tiền lương công nhân dệt may quá thấp.

2.3.4.2. Trang thiết bị công nghệ còn hạn chế

Mặc dù các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian gần đây đã chú trọng đầu tư trang thiết bị, máy móc hiện đại, song nhìn chung so với một số nước khác cùng khu

⁷ “Đánh đổi dệt may”, http://www.quangngai.gov.vn/quangngai/tiengviet/sbn_141/2006/15765/

vực thì trình độ công nghệ của nước ta vẫn còn chưa cao, phần lớn máy móc thiết bị thiếu đồng bộ, lạc hậu, cũ kỹ, không đảm bảo tiêu chuẩn khi sử dụng.

Đối với khu doanh nghiệp quốc doanh chỉ có khoảng 15% là máy móc thiết bị mới, còn lại đều là hàng lỗi thời hoặc đang dần thanh lý. Với hệ thống trang thiết bị đã cũ như vậy, chúng ta không thể đảm bảo sẽ sản xuất ra những sản phẩm có chất lượng cao sánh ngang với một số đối thủ cạnh tranh trên thị trường Hoa Kỳ, đặc biệt là sản phẩm của chúng ta phải đáp ứng nhu cầu, yêu cầu về mặt kỹ thuật do phía Hoa Kỳ đưa ra.

2.3.4.3 Phần lớn nguyên liệu đều phải nhập khẩu

Hiệu quả xuất khẩu hàng dệt may của ta chưa cao vì các doanh nghiệp hầu hết đều phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu từ thị trường nước ngoài, chủ yếu là từ Trung Quốc (khoảng 24%), tiếp theo là Hàn Quốc (chiếm 23%), Đài Loan (chiếm 20,28%), Hồng Kông (chiếm 13,99%), Nhật Bản (chiếm 8,89%)...

2.2.4.4 Thủ tục hành chính rườm rà

Thủ tục hành chính của nước ta hiện nay chưa thực sự khuyến khích các doanh nghiệp gia tăng kim ngạch xuất khẩu của mình. Để có thể thông quan hàng hóa, doanh nghiệp phải mất khá nhiều thời gian, mà trong kinh doanh vấn đề thời gian là rất quan trọng với các doanh nghiệp. Trước đây, các doanh nghiệp sau khi làm việc với Phòng xuất nhập khẩu thuộc Bộ Thương mại thì qua Phòng Thương mại công nghiệp (VCCI) lấy chứng nhận xuất xứ (C/O) chỉ trong thời hạn 1 ngày. Hiện nay, VCCI yêu cầu các doanh nghiệp phải photo toàn bộ hồ sơ đơn hàng xuất khẩu nên việc kiểm tra lại thực hiện từ đầu, mất ít nhất 2 đến 3 ngày cho một bộ hồ sơ. Hải quan cũng yêu cầu thủ tục tương tự như vậy. Do vậy, trước đây khi cần xuất thật nhanh thì ngay trong giờ hành chính có thể đưa hàng lên máy bay, bộ hồ sơ C/O phải theo hàng sẽ được gửi vào buổi tối. Hiện nay, không thể xác định được khi nào có chứng chỉ C/O để có thể thu xếp hàng lên máy bay, dù là hàng cần xuất khẩu gấp.

2.3.4.5 Xuất khẩu chủ yếu là theo hình thức gia công

Hình thức xuất khẩu chủ yếu của ngành dệt may là hình thức gia công xuất khẩu. Khi xuất khẩu theo hình thức này toàn bộ nguyên liệu, mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm đều do

nước ngoài cung cấp, phụ thuộc khá nhiều vào đối tác nước ngoài. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh trên thế giới cũng dẫn đến việc giảm giá gia công một cách rõ rệt, dẫn đến việc giá trị gia tăng của ngành dệt may thấp. Ngoài ra, hình thức gia công cũng làm cho các doanh nghiệp Việt Nam không có điều kiện tiếp xúc trực tiếp với thị trường tiêu thụ, không nắm bắt được thông tin về thị trường tiêu thụ. Nói một cách khác, với hình thức này chúng ta chỉ đơn thuần làm thuê cho các doanh nghiệp nước ngoài, và ngành dệt may không có điều kiện để phát triển.. Vì vậy, mục tiêu của ngành dệt may là phải tăng tỷ lệ hàng xuất khẩu trực tiếp để có thể thu được giá trị xuất khẩu cao...

2.3.4.6 Sự mất cân đối giữa ngành dệt và ngành may

Vấn đề này hiện đang làm đau đầu các cơ quan chức năng trong ngành dệt may. Ngành dệt hiện vẫn chưa thể cung cấp đủ nguyên liệu phục vụ cho ngành may. Trong khi ngành may phát triển khá mạnh và Việt Nam được coi là một quốc gia đứng thứ 4 trên thế giới về sản xuất may mặc thì ngành dệt lại được đánh giá là tụt hậu tới 20 năm so với các nước trong khu vực.

Sau 5 năm thực hiện Chiến lược tăng tốc dệt may (2001-2005), mục tiêu nội địa hoá (NDH) các sản phẩm xuất khẩu từ mức 25% năm 2000 lên 50% vào năm 2005 đã không đạt được do sản lượng bông xơ và vải dệt thoi tăng thấp khiến tỷ lệ nội địa hoá toàn ngành hiện mới đạt khoảng 30%.

Tổng công suất vải dệt thoi hiện có là 680 triệu m² và 38.000 tấn khăn/năm. Tuy nhiên, hầu hết lượng vải sản xuất trong nước đều chưa đáp ứng được yêu cầu làm hàng xuất khẩu. Sản lượng còn thấp, chủng loại mặt hàng chưa đa dạng, chất lượng thấp và không ổn định về độ đồng đều màu và độ bền màu của vải nhuộm, giá cả không cạnh tranh, khâu tiếp thị lưu thông, phân phối còn yếu kém là những trở ngại căn bản khiến vải dệt thoi phần lớn chỉ tiêu thụ được ở thị trường trong nước. Vải dệt thoi xuất khẩu và cung cấp cho may xuất khẩu chỉ mới chiếm khoảng 13- 14%.

Nguyên nhân chính là do ngành dệt của chúng ta nhận được ít sự đầu tư hơn từ phía các nhà đầu tư nước ngoài và đầu tư vào ngành may cần vốn ít, tỷ suất lợi nhuận cao, thông thường hấp dẫn hơn ngành dệt. Một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đầu tư vào lĩnh vực dệt thoi tại Việt Nam thường gặp thua lỗ bởi chi phí đầu tư

quá cao, khả năng thu hồi vốn thấp, sức cạnh tranh kém do giá vải trong nước ta hiện cao hơn giá vải nhập từ Trung Quốc từ 20 đến 30%. Hơn nữa, công tác quản lý của nước ta còn lỏng lẻo, chưa chặt chẽ, tình trạng nhập khẩu vải lậu vẫn tràn lan, gây nên tâm lý chán nản của nhà đầu tư.

2.3.4.7 Xuất hiện tình trạng gian lận thương mại trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa

Thêm một khó khăn cho dệt may Việt Nam là trên thị trường đã xuất hiện sự gian lận trong thương mại bằng hình thức làm giả giấy chứng nhận xuất xứ (C/O), Visa của Việt Nam. Có những thời điểm, tỷ lệ cấp Visa của Việt Nam đối với Cat. 342/642 mới chỉ đạt 88,98% nhưng theo thống kê của Hải quan Hoa Kỳ, tỷ lệ hàng nhập khẩu của Cat. này đã đạt 100%. Ngoài ra nhiều mặt hàng khác cũng trong tình trạng tương tự. Tình trạng này đã làm ảnh hưởng không nhỏ đến uy tín của ngành dệt may Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ.

Trên đây là những khó khăn đối với ngành công nghiệp dệt may Việt Nam trong quá trình xuất khẩu sản phẩm của mình vào thị trường Hoa Kỳ. Để có thể thâm nhập một cách dễ dàng vào thị trường khó tính này, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần phải tăng năng lực cạnh tranh và tìm hiểu rõ những quy định, tiêu chuẩn của thị trường để có thể vượt qua các rào cản, thực hiện thành công chiến lược thúc đẩy đẩy xuất khẩu.

2.4 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của EU đối hàng giày dép Việt Nam

2.4.1 Khái quát về hệ thống rào cản phi thuế quan của EU đối với hàng giày dép nhập khẩu

2.4.1.1 Rào cản pháp lý

a) Luật chống bán phá giá

Luật chống bán phá giá của Liên minh châu Âu (EU) ban hành ngày 22/12/1995 trên cơ sở pháp lý là Hiệp định về chống bán phá giá của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Dưới đây là trình tự của một vụ kiện bán phá giá:

Nhận và phân tích đơn kiện:

Đầu tiên, phải có đơn kiện gửi đến Ủy ban châu Âu (EC), đơn này do cá nhân, pháp nhân hoặc hiệp hội đứng đơn thay mặt cho ngành công nghiệp tại khối EU bị thiệt hại do bán phá giá. Bên nộp đơn kiện phải thỏa mãn hai quy tắc: tổng sản phẩm của những công ty đi kiện phải vượt 25% tổng sản lượng sản phẩm đó trong khối EU, và tổng sản lượng của những công ty đi kiện phải chiếm hơn 50% tổng sản lượng của những công ty không kiện (trong EU). Trong đơn kiện phải có đầy đủ thông tin về sản phẩm bị buộc tội bán phá giá, tên nước xuất xứ hay xuất khẩu có liên quan, danh sách các nhà xuất khẩu/nhà sản xuất và nhà nhập khẩu sản phẩm đó; thông tin về giá xuất khẩu và giá bán nội địa của sản phẩm đó, mức độ thiệt hại của ngành công nghiệp do sản phẩm bán phá giá gây ra...

EC sẽ xem xét đơn này trong 45 ngày, và sau khi thẩm định nếu thấy có đầy đủ chứng cứ thì EC sẽ bắt đầu tiến hành điều tra vụ kiện. Tuy nhiên EC sẽ bác đơn kiện nếu sản phẩm bán phá giá vào EU chỉ chiếm dưới 1% (sản phẩm của một nước) hoặc dưới 3% thị phần tại EU (nếu là sản phẩm do nhiều nước cùng xuất vào EU) [38].

Tiến hành điều tra:

Sau khi nhận đơn kiện, EC sẽ thông báo trên Công báo về vụ kiện: chỉ ra sản phẩm, những nước liên quan, thông tin nhận được, nêu thời gian cho các bên liên quan (gồm bên thưa kiện, nhà xuất khẩu bị kiện và chính phủ nước liên quan) tự giới thiệu về mình và cung cấp thông tin cho EC. EC cũng sẽ gửi bảng câu hỏi (có kèm tờ khai về quy chế nước có nền kinh tế thị trường) đến nhà xuất khẩu. Nội dung bảng câu hỏi này gồm thông tin về công ty, về sản phẩm đang bị điều tra, số liệu về hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh số bán sản phẩm trong nước và xuất khẩu, giá thành sản xuất...

Nhà xuất khẩu có 40 ngày để trả lời bảng này. Sau khi nhận được bảng câu hỏi, EC sẽ thẩm định thông tin và sẽ cử chuyên gia đến công ty xuất khẩu để xem xét thực địa, kiểm tra hồ sơ chứng từ, xem một vài giao dịch lớn... để so sánh thông tin thực tế với thông tin đã nhận. Từ những thông tin thu thập được, EC sẽ tính toán ra giá thành sản xuất của sản phẩm, giá bán sản phẩm trong nước (bao gồm các chi phí sản xuất,

khấu hao, lợi nhuận...), giá xuất khẩu (giá CIF) để xem có bán phá giá hay không và tính ra mức độ phá giá.

Nếu sản phẩm không bán trong nước hoặc bán trong nước nhưng chiếm sản lượng ít hơn 5% thì EC sẽ so sánh với giá bán của một công ty tương tự. Còn nếu doanh nghiệp tỏ ra bất hợp tác (từ chối tiếp cận, không cung cấp thông tin...) thì EC sẽ ban hành các phán quyết dựa trên các dữ liệu sẵn có.

Quy chế dành cho nước có nền kinh tế thị trường

Thông thường, nếu nhà xuất khẩu bị kiện bán phá giá mà đang hoạt động ở một nước có nền kinh tế thị trường thì EC sẽ trực tiếp sang điều tra. Nếu nhà xuất khẩu thuộc nước không có nền kinh tế thị trường thì EC sẽ chọn một nước thứ ba có nền kinh tế thị trường để tính toán mức giá của sản phẩm đó. Hội đồng châu Âu đã ban hành quy định xác định 5 nước tuy chưa được công nhận có nền kinh tế thị trường nhưng đã có các công ty hoạt động theo cơ chế thị trường, là: Nga, Trung Quốc, Việt Nam, Ukraine, Kazakhstan. Như vậy, các doanh nghiệp tại nước này sẽ được EC trực tiếp sang điều tra nếu có kiện tụng bán phá giá.

Việc xác minh cơ chế thị trường là nhằm chứng tỏ rằng công ty hoạt động theo đúng các điều kiện của thị trường và hệ thống sổ sách tài chính của họ là minh bạch. Quy chế về kinh tế thị trường có vai trò quan trọng ở khâu áp thuế chống bán phá giá: nếu công ty thuộc nước có nền kinh tế thị trường thì từng công ty sẽ chịu mức thuế khác nhau tùy thị phần/số lượng sản phẩm xuất vào EU, còn nếu thuộc nước có nền kinh tế phi thị trường thì tất cả công ty của nước này sẽ chịu chung một mức thuế.

b) Quy định về đảm bảo sức khỏe và độ an toàn của khách hàng

Trong thời gian gần đây, vấn đề về an toàn và sức khỏe của người tiêu dùng đã trở nên rất quan trọng trong thương mại quốc tế. Những nhà chức trách, người tiêu dùng châu Âu và ngay cả bản thân các doanh nghiệp cũng rất lưu ý đến các tác động tiêu cực của sản phẩm trong quá trình hay sau khi sử dụng chúng.

EU cũng đã đưa ra rất nhiều văn bản quy định để bảo vệ sức khỏe và an toàn cho người tiêu dùng. Nếu như trước kia, các văn bản hầu như chỉ liên quan đến yêu cầu

về sản phẩm cuối cùng, thì gần đây đã có xu hướng vào quy trình sản xuất trên cơ sở đó kiểm soát được hoàn toàn vòng đời sản phẩm. Trên thực tế, các quy định này của EU phần lớn liên quan đến ngành thực phẩm. Tuy nhiên có những quy định liên quan đến các vấn đề chung như việc sử dụng các chất hoá học cho phép, về nhãn mác sản phẩm.

Theo cách tiếp cận mới này thì hàng loạt các sản phẩm công nghiệp chế tạo buộc phải mang nhãn hiệu CE (European Conformity, Tiêu chuẩn châu Âu). Những sản phẩm không thuộc sự kiểm soát của các chỉ thị liên quan đến “Cách tiếp cận mới với hệ thống hài hoà kỹ thuật” hay các luật khác của liên minh sẽ phải tuân thủ theo Chỉ thị an toàn sản phẩm chung, đề ra tiêu chuẩn an toàn tối thiểu mà tất cả các sản phẩm được cung cấp trên thị trường EU phải đáp ứng.

Chỉ thị về An toàn sản phẩm chung 92/59/EC (thường được gọi là Chỉ thị an toàn sản phẩm) được thông qua Hội đồng Châu Âu ngày 29/6/1992. Tháng 6/1994 chỉ thị bắt đầu có hiệu lực và áp dụng cho an toàn của sản phẩm kể từ lần đầu tiên sản phẩm đó xuất hiện trên thị trường EU và kéo dài đến khi sản phẩm đó hết tác dụng. Với chỉ thị này, các nhà sản xuất và phân phối chỉ được phép kinh doanh các sản phẩm an toàn. Một sản phẩm an toàn được định nghĩa là “ một sản phẩm không cho thấy, nếu xét cụ thể về thiết kế, yếu tố cấu thành, chức năng vận hành, bao bì, điều kiện lắp ráp, bảo dưỡng hay phế bỏ, hướng dẫn điều khiển và sử dụng hay bất cứ một đặc tính nào khác của nó, một sự rủi ro không thể chấp nhận được đối với an toàn và sức khoẻ con người một cách trực tiếp hay gián tiếp, kể cả qua tác động của nó lên các sản phẩm khác hay sự kết hợp của chúng ”. Quy định này được áp dụng cho tất cả sản phẩm mới lần sản phẩm được tân trang phục chế. Chỉ thị yêu cầu các sản phẩm cho người tiêu dùng không được có bất kỳ rủi ro không thể chấp nhận nào và cũng yêu cầu những người sử dụng tiềm năng những sản phẩm này được cảnh báo đầy đủ các rủi ro có thể xảy ra. Chỉ thị về an toàn sản phẩm được đặt ra nhằm vào sản phẩm cho người sử dụng cuối cùng (thực phẩm hay phi thực phẩm) nếu như không có các quy định đặc biệt nào cho những sản phẩm này.

2.4.1.1 Rào cản kỹ thuật

a. Quy định về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm

Mỗi quốc gia châu Âu đều có Bộ tiêu chuẩn riêng về chất lượng sản phẩm, ví dụ NEN ở Hà lan, DIN ở Đức, BSI của Anh quốc hay AFNOR của Pháp. Tuy nhiên, EU đã tổng hợp và hài hoà hoá các bộ tiêu chuẩn này thành tiêu chuẩn chung của EU mà có thể áp dụng cho tất cả các thành viên.

b. Quy định về nhãn mác



Hình 2.2: Nhãn CE (Tiêu chuẩn Châu Âu)

CE (European Conformity) như hình 2.2 là nhãn hiệu bắt buộc đối với hàng hoá về mặt pháp lý và được coi là tấm hộ chiếu thương mại vào thị trường EU. CE- đó chính là nhãn hiệu tuân thủ theo tiêu chuẩn Châu Âu, và là tuyên bố của các nhà sản xuất rằng đã thực hiện theo đúng các quy định của Châu Âu, nhưng không phải là dấu hiệu phê duyệt hay chứng nhận về chất lượng, cũng không đơn thuần nhằm tạo ra một công cụ quảng bá, tiếp thị. CE chú trọng đến vấn đề an toàn cho người tiêu dùng và bảo vệ thiên nhiên hơn là đến chất lượng sản phẩm. Có tới 70% sản phẩm tiêu thụ tại thị trường EU -25 bắt buộc phải có dấu CE-dấu chứng nhận về độ an toàn cho người tiêu dùng, trừ một số nhóm sản phẩm mang tính rủi ro cao. Hiện nay có tới 23 nhóm hàng chính buộc phải mang nhãn hiệu CE bao gồm các sản phẩm công nghiệp như máy móc, thiết bị điện, đồ chơi, dụng cụ y tế.

Cũng cần lưu ý rằng nhãn hiệu CE không có hiệu lực đối với tất cả các sản phẩm công nghiệp mà chỉ bắt buộc đối với những sản phẩm có tên trong danh sách của quy định “Hướng dẫn cách tiếp cận mới”. Nếu một sản phẩm rơi vào bất kỳ nhóm sản phẩm nào trong danh sách “Chỉ thị nhãn CE”, thì nó bắt buộc phải tuân theo luật pháp quốc gia liên quan đến việc thực hiện chỉ thị cụ thể đó. Các chỉ thị được xây dựng cho từng nhóm sản phẩm. Mỗi chỉ thị mô tả các yếu tố căn bản đối với các sản phẩm và nguy cơ được quan tâm đến.

Nhãn mác là yêu cầu bắt buộc đối với giấy dép, được mô tả trong Chỉ thị về nhãn mác của EU số 94/11/EC. Đối với EU, những thông tin trên nhãn mác của sản

phẩm giày dép và da phải đảm bảo cung cấp đầy đủ những thông tin cần thiết cho người sử dụng. Nhãn hiệu này phải đầy đủ thông tin về các bộ phận của đôi giày như phần trên, lót, đế trong, đế ngoài và mô tả bằng hình ảnh hoặc câu chữ. Chỉ thị này đưa ra các yêu cầu về nhãn mác chủ yếu là liên quan đến các chất liệu sử dụng để sản xuất ra giày dép. Quy định này có hiệu lực thống nhất trên tất cả các quốc gia thành viên của EU. Nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu sẽ chịu trách nhiệm về nhãn mác của sản phẩm và tránh sự hiểu nhầm của người mua. Quy định này được áp dụng cho tất cả các loại sản phẩm giày dép trừ những trường hợp sau: Những giày dép bảo vệ sức khỏe chuyên dụng như ủng che mũi chân bằng sắt, đồ cũ hoặc bị rách, giày dép đồ chơi, và những sản phẩm chịu sự điều chỉnh của Chỉ thị 76/769 EEC như giày cao cổ có chất amiang⁸.

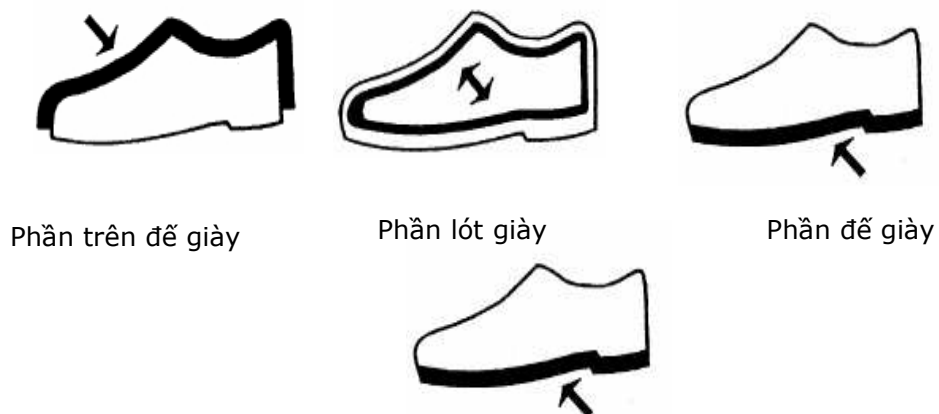
Nhãn mác phải được trình bày sao cho người sử dụng có thể nhìn thấy các thông tin về các chất liệu làm nên các phần khác nhau của một sản phẩm, những chất liệu mà đã được tạo nên ít nhất 80% các bộ phận của sản phẩm. Nếu không có chất liệu riêng biệt nào được sử dụng để tạo ra sản phẩm như tỷ lệ như trên thì nhãn mác phải chỉ ra hai chất liệu làm nên phần lớn sản phẩm đó. Hình 2.3 và 2.4 cho thấy những quy định của EU về nhãn mác.

c. Quy định về bao bì

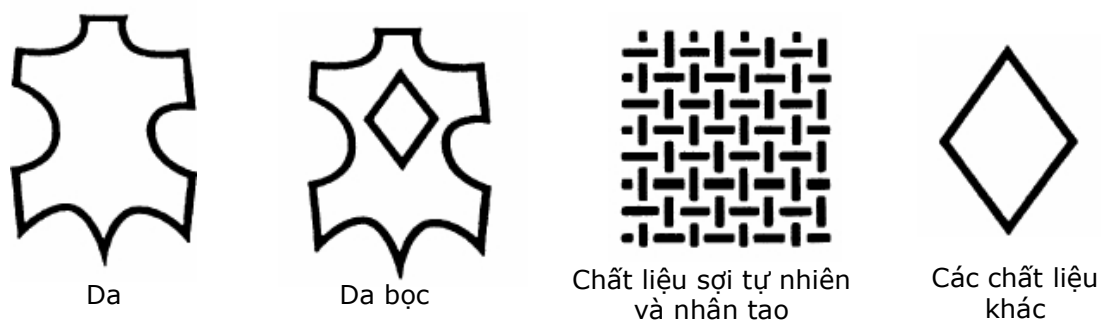
Giày da thường được đóng gói trong các hộp theo từng đôi và từ 12 tới 18 đôi trong một thùng. Giày nhựa hoặc vải rẻ tiền hơn thì thường được đóng gói trong túi ny-lon hoặc đóng chung. Một số nhà nhập khẩu có yêu cầu cụ thể về việc đóng gói, ví dụ in thông tin về đơn hàng trên hộp (số hợp đồng, số hộp, tên phòng ban hoặc người liên lạc,...) hoặc in một số thông tin quảng cáo cụ thể trên hộp.

Ngoài yêu cầu về an toàn và bảo vệ khỏi hư hại, việc đóng gói còn chú trọng đến các yêu cầu bảo vệ môi trường trong khi vận chuyển. Điều này có nghĩa là có thể cân nhắc để sử dụng hệ thống quay vòng nhiều hơn trước đây.

⁸ CBI Market information database: EU legislation – foodware labelling



Hình 2.3: Mẫu những bộ phận của giày dép cần phải được ghi rõ



Hình 2.4: Mẫu chất liệu sử dụng để sản xuất giày

d. Đánh số cỡ giày

Mặc dù ISO đã cố gắng chuẩn hoá về kích cỡ giày, gọi là Hệ thống cỡ giày Mondopoint, nhưng ngay trong EU hiện vẫn có 2 hệ thống cỡ giày:

- Hệ thống cỡ của Châu Âu lục địa, đây là hệ thống phổ biến hơn.
- Hệ thống của Anh.

Nhìn chung hàng giày nhựa và vải thường có cỡ theo đơn vị, còn hàng giày da hoặc chất liệu tổng hợp thì thường đánh đến số lẻ.

Các nhà nhập khẩu thường mua tối thiểu 12 tới 18 đôi cho mỗi kiểu. Mỗi bộ kích cỡ cho một đơn hàng 12 đôi (còn gọi là hệ thống cỡ giày Pirmazenser) thường bao gồm như sau:

Cỡ giày nữ	36	36½	37	37½	38	38½	39	39½	40	40½	41
Cỡ giày nam	40	40½	41	41½	42	42½	43	43½	44	44½	45
Số lượng đôi:											
Giày nữ số chẵn	1		2		3		3		2		1
Giày nữ số lẻ		1	1	1	2	2	2	1	1	1	
Giày nam số chẵn	1		2		3		3		2		1
Giày nam số lẻ			1	1	2	2	2	1	1	1	1

Đối với các nước EU, cỡ giày nữ thường là từ 36 tới 41 còn của nam từ 40 tới 45. Tuy nhiên, cũng có trường hợp đặc biệt cần lưu ý là người Bắc Âu và Hà Lan thường có cỡ giày to và dài hơn.

Các giày kích thước lớn thường ký hiệu bằng chữ viết hoa từ A tới K, trong đó A nhỏ hơn K và G là kích cỡ trung bình. Thường thì ít khi giày có chiều rộng khác nhau, trừ một số giày đắt tiền hoặc cho trẻ em.

2.4.2 Tình hình xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào thị trường EU

Da giày là một trong những ngành nghề truyền thống ở Việt Nam. Ngành thuộc da và làm giày ra đời tại Việt Nam cách đây 517 năm (đời nhà Lê). Bắt đầu từ Hoàng Diệu, Gia Lộc, Hải Dương. Sau đó nghề thủ công này đã lan rộng ra cả nước. Năm 1912, nhà máy thuộc da đầu tiên ở Đông Dương được chủ tư bản Pháp xây dựng tại 151 Thụy Khuê – Hà Nội. Vào khoảng thập kỷ 50, 60 tại Sài Gòn, các chủ tư bản gốc Pháp, Hoa cũng lập ra các nhà máy thuộc da, chế biến đồ da sản xuất giày, chủ yếu bằng thủ công kết hợp với cơ giới để phục vụ nhu cầu trang phục cho quân đội viễn chinh. Da giày thực sự trở thành ngành kinh tế độc lập vào năm 1987 [44]. Giai đoạn 1987 – 1993, ngành da giày Việt Nam thực hiện Hiệp định hợp tác phân công lao động giữa các nước trong hệ thống XHCN cũ. Sản lượng hàng năm khoảng 10 triệu đôi mũ giày các loại, nguyên phụ liệu do các nước bạn cung cấp. Các nhà máy của Việt Nam chỉ may thành mũ giày rồi xuất trả bạn. Thực chất đây là hình thức gia công xuất

khẩu. Trong giai đoạn này, Việt Nam làm gia công cho các nước thuộc khối XHCN cũ. Cho đến năm 1990, toàn ngành có hơn 50 đơn vị, với khoảng 25.000 lao động. Kết quả sản xuất kinh doanh trong thời kỳ này của các doanh nghiệp đạt ở mức khá tốt, một phần do chính sách kinh tế mở cửa của Nhà nước, một phần do hợp tác phân công lao động với các nước thuộc Liên Xô cũ. Tuy nhiên, khi Liên Xô tan rã vào năm 1991, hệ thống các nước XHCN sụp đổ trên phạm vi toàn thế giới, các ngành kinh tế thực hiện hợp tác phân công lao động với các nước này cũng bị ảnh hưởng nặng nề⁹.

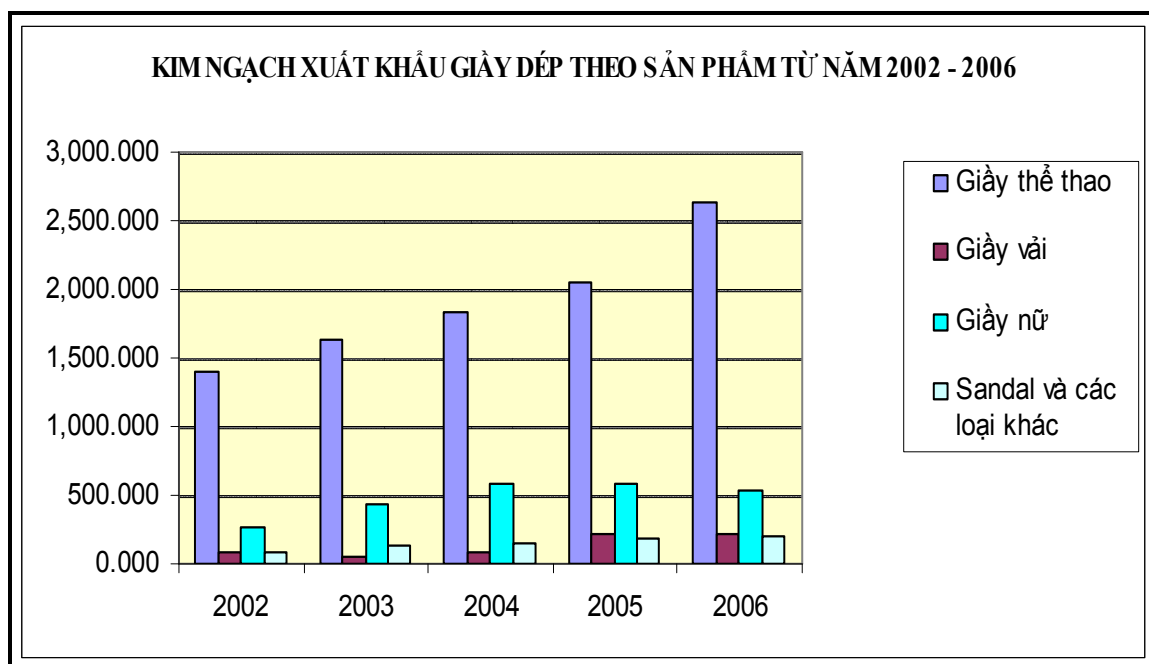
Từ năm 1993, nhờ đón nhận sự chuyển dịch công nghệ sản xuất giày da từ Hàn Quốc, Đài Loan... đồng thời thực hiện Luật đầu tư nước ngoài tại Việt Nam trên cơ sở phát huy mọi nguồn lực trong nước như nguồn lao động rẻ, dồi dào, giá thuê đất thấp... ngành da giày nước ta đã bước sang một giai đoạn mới với tốc độ tăng trưởng cao. Nhiều năm nay, ngành da giày Việt Nam luôn là một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn, bên cạnh ngành dầu thô và dệt may, đóng góp đáng kể vào ngân sách nhà nước.

Cần phải nhấn mạnh rằng khi nói đến ngành da giày Việt Nam, thì chủ yếu là nói đến giày dép, còn các sản phẩm khác chiếm tỷ trọng không đáng kể. Vì vậy số liệu tổng hợp về ngành da giày hiện nay là chủ yếu là đối với sản phẩm giày dép. Trong khuôn khổ của nghiên cứu này, “da giày” và “giày dép” được sử dụng tương đương.

2.4.2.1 Kim ngạch xuất khẩu

Hiện nay, mặt hàng da giày Việt Nam đã xuất khẩu sang được hơn 40 quốc gia. Trong thời gian từ năm 2002 đến 2006, giá trị kim ngạch xuất khẩu của giày dép Việt Nam tăng gấp đôi từ 1,846 tỷ đô la Mỹ năm 2002 lên đến 3,5 tỷ đô la năm 2006. Đây là một tốc độ tăng trưởng mang tính đột phá của ngành da giày Việt Nam. Trong các sản phẩm giày dép xuất khẩu, mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất là giày thể thao với giá trị xuất khẩu lớn nhất là 2,6 tỷ đô la năm 2006, chiếm hơn 73%. Tiếp theo là các mặt hàng như giày nữ (15%), giày vải (6%), sandal và các loại khác (6%). Hình 2.5 cho thấy điều đó.

⁹ Công nghiệp da giày Việt Nam (6/2005), *Tiềm năng xuất khẩu của ngành công nghiệp da giày Việt Nam*, LEFASO



Biểu đồ 2.5: Kim ngạch xuất khẩu giày dép theo chủng loại sản phẩm từ 2002-2006

Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội Da-giày Việt Nam -10/2007

Trong giai đoạn trước khi EU kiện và áp thuế chống bán phá giá vào năm 2006, EU đã áp dụng một cơ chế thuế quan ưu đãi đối với đối với hàng giày dép Việt Nam. Với bối cảnh khách quan thuận lợi cộng với năng lực sản xuất được tăng cường nhanh chóng, kim ngạch xuất khẩu của giày dép Việt Nam vào EU không ngừng tăng lên. EU là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của da giày Việt Nam, chiếm tới hơn 56% kim ngạch xuất khẩu, tiếp theo là thị trường châu Mỹ (25%) như Bảng 2.6 cho thấy.

Bảng 2.6 : Kim ngạch xuất khẩu hàng da giày theo thị trường năm 2006

STT	Kim ngạch XK theo thị trường chính	Trị giá (triệu USD)	%
1	Châu Âu	2023	56,33
2	Châu Mỹ	927,1	25,81
3	Châu Á	326	9,07
4	Châu Úc	45,15	1,26
5	Các thị trường khác	270,75	7,63
	Tổng số	3592	100

Nguồn: Tổng cục hải quan 2007

Mặc dù Hoa Kỳ là nước nhập khẩu lớn nhất của da giày Việt nam với kim ngạch năm 2006 là hơn 800 triệu USD, chiếm tỷ trọng 22%, nhưng từ vị trí số 2 đến vị trí thứ 7 thuộc về các quốc gia EU. Trong 12 thị trường hàng đầu thì có tới 10 nước thuộc EU như bảng số 2.7 cho thấy. Như vậy, EU thực sự là thị trường xuất khẩu lớn nhất của da giày Việt Nam.

Bảng 2.7: Các nước nhập khẩu giày dép Việt Nam năm 2006

STT	Tên nước	Trị giá (triệu USD)
1	Mỹ	802,8
2	Anh	517,3
3	Đức	339,4
4	Bỉ	232,2
5	Hà Lan	212,1
6	Pháp	195,3
7	Italia	193,0
8	Nhật Bản	113,1
9	Tây Ban Nha	104,8
10	Canada	86,80
11	Thụy Điển	53,35
12	Áo	42,37
13	Trung Quốc	42,05
14	Đài Loan	38,94
15	Úc	38,87
16	Hàn Quốc	37,15
17	Hồng Kông	34,89
18	Braxin	25,57
	Tổng số	3109,99

Nguồn: Tổng cục hải quan 2007

EU là một thị trường hiện tại cũng như trong tương lai có nhu cầu rất lớn đối với các sản phẩm da giày từ Việt Nam. Tại EU có 5 quốc gia nhập khẩu phần lớn các sản phẩm da là Anh, Đức, Bỉ, Hà Lan và Pháp. Và nếu tính riêng về giày, ở EU, trung bình một người dân sử dụng 4 đôi/năm. Lượng giày dép tiêu thụ của EU hàng năm chiếm đến 29,3% tổng lượng giày dép tiêu thụ trên thế giới. Nhu cầu sử dụng sản phẩm giày dép của EU tăng đều trong các năm từ 2000 đến 2004. Năm 2004, thị trường này nhập khẩu trên 2600 triệu đôi¹⁰ như bảng 2.8.

¹⁰ TTXVN (số 6 ngày 21 – 28/2/2006), *Thực trạng và giải pháp xuất khẩu giày dép vào thị trường EU thời gian tới*, Tạp chí ngoại thương, Hà Nội.

Mặc dù là một quốc gia phát triển sau nhưng Việt Nam đã nhanh chóng chiếm được vị trí thứ hai sau Trung Quốc về xuất khẩu mặt hàng giày dép vào EU. Tính bình quân, lượng giày dép của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU tăng bình quân gần 8% hàng năm trong giai đoạn 2000 – 2004. Đây là thành công của ngành da giày Việt Nam nhưng đồng thời là ngòi nổ gián tiếp cho việc EU khởi kiện năm 2005 và áp thuế chống bán phá giá đối với giày dép Việt Nam vào năm 2006.

Bảng 2.8. Các nước xuất khẩu giày dép lớn nhất vào EU giai đoạn 2000-2004

Đơn vị tính: 1000 đôi

Quốc gia và lãnh thổ	2000	2001	2002	2003	2004
<i>Trung Quốc</i>	434.568	474.275	541.143	566.632	788.186
Việt Nam	217.608	234.700	264.421	268.701	294.212
<i>Romania</i>	50.267	59.917	64.810	70.179	70.626
<i>Indonesia</i>	65.850	64.991	60.116	53.460	59.146
<i>Ấn Độ</i>	29.108	32.018	35.131	41.104	51.214
<i>Malaysia</i>	9.406	12.984	14.810	20.449	41.821
<i>Thái Lan</i>	36.472	35.591	36.468	34.451	31.992
<i>Macao</i>	14.557	15.850	16.504	22.387	29.710
<i>Nước khác</i>	137.935	119.050	105.431	255.671	261.232
Tổng số	995.161	1.049.304	1.140.833	1.333.034	2.628.139

Nguồn: Shoeinfont.com, www.thanhnien.com.vn/Kinhte/2006/6/22/153116.tno

2.4.2.2 Phương thức xuất khẩu

Cũng giống như trường hợp của dệt may, ngành giày dép có hàm lượng nội địa tương đối thấp với 80% nguyên vật liệu nhập khẩu từ nước ngoài. Các nhà sản xuất giày dép chủ yếu hoạt động ở khâu lắp ráp với tư cách nhà thầu phụ cho các công ty đa quốc gia lớn hơn từ nước ngoài. Điều này đã dẫn đến việc phụ thuộc cao vào nhập khẩu từ máy móc, thiết bị, công nghệ đến nguyên vật liệu từ nước ngoài, giá trị gia tăng trong sản xuất thấp và mức độ chuyển giao công nghệ rất nhỏ. Theo Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Thương mại, hiện trên 95% lượng giày dép mà các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu ra nước ngoài đều mang nhãn mác của khách hàng, như Nike, Adidas hoặc thương hiệu của các tập đoàn bán lẻ như Famous Footwear, K, Shoes... do các đối

tác nước ngoài cung cấp cho các doanh nghiệp theo các mẫu thiết kế. Thậm chí, một số lô hàng không có nhãn mác gì vì công đoạn này sẽ được thực hiện ở một địa điểm khác ngoài Việt Nam.

Với phần GTGT được tạo ra tại Việt Nam rất thấp, ngành da giày Việt Nam càng trở nên dễ bị tổn thương hơn trước các biện pháp đối kháng hay trừng phạt thương mại của các nước nhập khẩu. Khả năng vượt qua các rào cản phi thuế quan của các doanh nghiệp da giày Việt Nam không chỉ phụ thuộc vào nỗ lực cố gắng của chính bản thân họ mà còn là các biện pháp hỗ trợ của Nhà nước.

2.4.3 Tác động của hàng rào phi thuế quan của EU đối với hàng giày dép Việt Nam

2.4.3.1 Chế độ thuế quan ưu đãi trước giai đoạn 2005 - 2006

Cho đến trước khi EU áp thuế chống bán phá giá vào năm 2006, da giày Việt Nam được hưởng mức thuế quan ưu đãi GSP của EU.

Trong khoảng thời gian trước khi bị áp thuế chống bán phá giá vào năm 2006, mặt hàng da giày Việt Nam là một trong những mặt hàng được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP (The Generalized Systems Preferential)¹¹. Đây là chế độ ưu đãi mà các nước phát triển dành cho các nước đang phát triển mà cụ thể trong trường hợp này là EU dành cho Việt Nam. Nếu sản phẩm có 40% nguyên liệu được sản xuất từ Việt Nam (giấy chứng nhận xuất xứ form A), thì mức thuế được tính dao động từ là 13,58% đến 14%, trong khi nếu không được hưởng ưu đãi thì mức thuế suất sẽ là 30%. Ngoài ra, theo nguyên tắc cộng gộp (commutation system) của EU, các nguyên phụ liệu nhập khẩu từ một nước thành viên của một khối kinh tế để tiếp tục gia công sẽ được coi là có xuất xứ tại nước gia công, đáp ứng tiêu chuẩn về xuất xứ. Việt Nam gia nhập ASEAN từ năm 1995, nên sản phẩm giày dép của Việt Nam khi xuất sang EU cũng được tính theo tiêu chuẩn cộng gộp nói trên. Bởi vậy, trong các mặt hàng da giày từ giày thể thao làm gia công cho các hãng lớn, các đôi giày da, đôi dép đi trong nhà từ Việt Nam có giá khá thấp so với mức thu nhập trung bình của người dân EU (sau Trung Quốc). Trong bối cảnh đó, từ năm 2001 đến năm 2005, trước khi bị kiện phá

¹¹ Báo cáo về hoạt động xuất khẩu da giày của Việt Nam sang EU, Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam VCCI

giá, giá các sản phẩm giày dép của Việt Nam giảm 20%, của Trung Quốc giảm tới 31%. Việt Nam và Trung Quốc là hai nước có giá bán thấp nhất trong số các nước xuất khẩu mặt hàng này vào thị trường EU. Giá nhân công rẻ cùng với sự ưu đãi từ quy chế GSP đã giúp tạo ra lợi thế cho mặt hàng giày dép của Việt Nam tại EU. Tuy nhiên, có một số điểm cần lưu ý để các doanh nghiệp Việt Nam thực sự được hưởng quy chế GSP đó là phải đảm bảo các quy định về tiêu chuẩn gia công và tiêu chuẩn tỷ trọng¹². Đảm bảo được hai tiêu chuẩn này thì mặt hàng Việt Nam mới thực sự được coi là hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam – nước được hưởng GSP.

Tiêu chuẩn gia công: Nguồn nguyên liệu mà các nước được hưởng GSP nhập từ một nước khác để làm ra giày dép xuất khẩu sang EU không được phép nằm trong hạng mục thuế quan 6406. Hạng mục này bao gồm có các bộ phận của giày dép như: đế giày, gót giày, mũi giày, đệm gót giày... và một số bộ phận của chúng. Riêng dây giày, các bộ phận bảo vệ thêm tại gót sau, mũi giày bằng kim loại, nhãn mác, các loại khóa, các vật liệu giữ form giày dép trước khi sử dụng đều không tính vào bộ phận của giày dép tức là không có trong hạng mục 6406. Bởi vậy, nếu doanh nghiệp da giày nào của Việt Nam nhập nguyên liệu để sản xuất mà nằm trong hạng mục 6406 thì sản phẩm của doanh nghiệp đó sẽ không được coi là có xuất xứ từ Việt Nam hay nói cách khác là không được coi là sản phẩm thực sự sản xuất ở Việt Nam. Do đó, sản phẩm sẽ không được hưởng GSP.

Tiêu chuẩn tỷ trọng: EU có quy định về tỷ lệ % tối đa đối với nguyên vật liệu nhập khẩu để các nước được hưởng GSP làm hàng xuất khẩu sang EU. Tỷ lệ này là 50%. Vì vậy, nếu doanh nghiệp da giày của Việt Nam có lượng nhập khẩu nguyên vật liệu để sản xuất trên 50% cũng không được hưởng GSP.

Tuy nhiên, do được hưởng quy tắc cộng gộp (như đã trình bày ở phía trên) và quy tắc bảo trợ (Donor system) nên Việt Nam cũng được hưởng một số ngoại lệ. Đối với quy tắc cộng gộp theo khu vực, EU và ASEAN đã ký với nhau một thỏa thuận dựa trên nguyên tắc này. Theo đó, khi làm hàng xuất khẩu sang EU, các doanh nghiệp Việt

¹² Bình Vũ, *Xuất khẩu sang thị trường EU: Những thuận lợi và khó khăn*, Thời báo tài chính Việt Nam.- Hà Nội: Bộ Tài chính, 28/6/2002, Số 77.- tr.10

Nam có quyền sử dụng nguyên liệu nhập khẩu từ bất cứ nước nào trong khối ASEAN mà vẫn được coi như là nguyên liệu của Việt Nam. Còn đối với quy tắc bảo trợ, những nguyên vật liệu nào nhập khẩu từ nước bảo trợ cho hưởng GSP sẽ được coi như là xuất xứ từ nước được bảo trợ hưởng GSP với điều kiện là sản phẩm sản xuất ra xuất trở lại nước bảo trợ. Chính vì thế, những doanh nghiệp da giày của Việt Nam khi mua nguyên vật liệu từ các nước Đông Nam Á hay làm gia công cho các hãng giày của EU thì sẽ không cần phải quan tâm đến tiêu chuẩn tỷ trọng cũng như tiêu chuẩn gia công.

Nhìn chung, các quy chế mà EU dành cho Việt Nam là khá nghiêm ngặt. Điều này góp phần chống lại các gian lận thương mại nhưng không hề gây cản trở mà còn góp phần hướng dẫn rất chi tiết cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thực hiện. Ngoài ra, chính sách nhập khẩu mà cụ thể là hệ thống thuế quan ưu đãi GSP cùng với nhiều tiêu chuẩn và các thỏa thuận khác có liên quan đã tạo thuận lợi cho các hoạt động xuất khẩu da giày của Việt Nam tăng mạnh cho đến trước khi bị kiện bán phá giá.

2.4.3.2 Tác động của thuế chống bán phá giá

Tình hình xuất khẩu da giày Việt Nam vào EU đã đột ngột trở nên xấu đi khi quý III năm 2005, EU kiện Việt Nam và Trung Quốc bán phá giá các sản phẩm làm bằng da tự nhiên vào thị trường này. Số giày xuất khẩu của Trung Quốc năm 2005 là đối tượng của cuộc điều tra là 206 triệu đôi, trong đó, số giày chịu tác động của các biện pháp thuế là 145 triệu đôi. Số giày là đối tượng của cuộc điều tra của Việt Nam xuất khẩu sang EU năm 2005 là 119 triệu đôi, trong đó số lượng chịu tác động của các biện pháp thuế là 80 triệu đôi. Danh sách các doanh nghiệp Việt Nam bị kiện bán phá giá bao gồm 60 đơn vị, với 33 mã sản phẩm giày mũ da. Việc EC kiện Việt Nam bán phá giá giày là hoàn toàn vô lý. Không chỉ có phía Việt Nam mà bản thân các nhà nhập khẩu châu Âu cũng đã có phản ứng mạnh mẽ và cho rằng đây là biện pháp nhằm bảo hộ mậu dịch đối với các nhà sản xuất giày ở Đông và Nam Âu. Bất luận phía EC đưa ra những kết luận điều tra mà họ cho là khoa học, cáo buộc của họ cho rằng Chính phủ Việt Nam có những hành động bảo hộ mậu dịch đối với mặt hàng giày mũ da của Việt Nam là hoàn toàn vô căn cứ. Giải thích cáo buộc của phía EU cho rằng Chính phủ Việt Nam có những biện pháp ưu đãi cho thuê đất rẻ, cho vay vốn ưu đãi... đối với các

doanh nghiệp giày da, đại diện Bộ Thương mại Việt Nam khẳng định đó chỉ là những chính sách nhằm khuyến khích đầu tư thông thường mà phần lớn các quốc gia đang trong quá trình chuyển đổi và thậm chí cả các quốc gia phát triển trong EU cũng phải áp dụng để thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Theo LEFASO (Hiệp hội da giày Việt Nam), đa số các doanh nghiệp giày da Việt Nam tham gia xuất khẩu trực tiếp chủ yếu là làm gia công cho các hãng lớn nước ngoài, nên không thể nói là ngành giày da Việt Nam đang đe dọa ngành sản xuất giày da ở các nước châu Âu. Theo thông tin từ LEFASO, việc áp dụng thuế chống bán phá giá đối với giày da Việt Nam được tiến hành theo lộ trình 4 giai đoạn, bắt đầu từ 7/4/2006 với 4,2% và kết thúc vào khoảng tháng 9 ở mức 16,8%. Ngày 30/8/2006, EU đã chính thức đề nghị kế hoạch áp thuế 16,5% cho sản phẩm giày da nhập khẩu từ Trung Quốc và 10% đối với Việt Nam trong 5 năm. Theo ông Nguyễn Hữu Khánh, Chánh văn phòng Hiệp hội da giày Thành phố Hồ Chí Minh (SLA), việc EU áp dụng thuế chống bán phá giá như trên làm sản phẩm giày da của Việt Nam rất khó cạnh tranh được với sản phẩm của nhiều nước khác trên thị trường EU chứ không riêng gì sản phẩm giày da Trung Quốc. Trong đó, đáng chú ý là hàng của Indonesia, Ấn Độ và Thái Lan. Hiện mức thuế nhập khẩu da giày Việt Nam vào EU ngang bằng với các quốc gia này. Tuy nhiên, nếu EU áp dụng mức thuế chống bán phá giá như trên, chắc chắn sản phẩm của Việt Nam không thể cạnh tranh được bởi các nước trên có lợi thế là nguyên liệu chất lượng cao hơn và giá rẻ hơn. Thực tế, trong 5 tháng đầu năm 2006, sản lượng giày da Việt Nam xuất khẩu sang EU giảm mạnh. Tuy nhiên, nhu cầu các loại giày dép nhựa và giày thể thao ở thị trường này đang gia tăng đã giúp ổn định kim ngạch xuất khẩu giày dép Việt Nam.

Việc đánh thuế này ảnh hưởng không đồng đều lên các nhà xuất khẩu và sản xuất Việt Nam. Trên thực tế, thuế đánh trực tiếp lên các nhà nhập khẩu của châu Âu mà đơn đặt hàng lại do các nhà nhập khẩu quyết định cho nên điều này sẽ dẫn tới việc nếu một doanh nghiệp Việt Nam muốn xuất khẩu tiếp tục sang EU thì họ phải chia sẻ mức thuế này với các nhà nhập khẩu châu Âu. Bên cạnh đó, mức thuế mới này cũng tạo ra một khoảng cách giữa các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng da giày Việt Nam. Với những doanh nghiệp lớn, nhờ nhận được những đơn đặt hàng lớn, có thương

hiệu, lợi nhuận cao nên họ hoàn toàn đủ sức để cùng chia sẻ một phần thuế chống bán phá giá với nhà nhập khẩu EU. Việc họ gánh bao nhiêu thuế còn tùy thuộc vào khả năng đàm phán của từng doanh nghiệp. Mục tiêu chính của những doanh nghiệp này là giữ được đơn đặt hàng và thị trường là hoàn toàn có thể làm được. Còn về phần các doanh nghiệp nhỏ, chỉ chuyên gia công hay xuất khẩu với số lượng ít, lãi ít sẽ không đủ sức để duy trì sản xuất nếu phải gánh cả thuế và có thể mất đơn đặt hàng. Điều này đã được thấy rõ, giai đoạn cuối năm 2006 đầu năm 2007, các doanh nghiệp sản xuất da giày Việt Nam luôn phải đối mặt với tình hình thiếu đơn đặt hàng và bị ép giá. Trước khi bị áp thuế, kim ngạch xuất khẩu của ngành chiếm khoảng 70% kim ngạch xuất khẩu sang EU thì đến năm 2006 chỉ còn 50%¹³. Các doanh nghiệp da giày Việt Nam thiếu đơn đặt hàng, lợi nhuận giảm nên rơi vào tình cảnh khó khăn. Việc công nhân trong ngành mất việc là không thể tránh khỏi. Việc áp thuế của EU đã tạo nên một gánh nặng cho toàn bộ xã hội và gián tiếp góp phần làm tăng tỉ lệ đói nghèo ở Việt Nam đẩy người lao động rơi vào cảnh thất nghiệp ‘ngồi không chờ việc’. Mặt khác, chính những người lao động của EU trong các lĩnh vực phân phối cũng bị ảnh hưởng về thu nhập, thậm chí mất việc. Chính điều này đã dẫn đến việc một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã cân nhắc để chuyển nhà máy ra khỏi Việt Nam để tìm cơ hội hợp tác mới tại các nước khác trong khu vực nhằm tránh tác động của việc áp thuế. Bản thân một số doanh nghiệp nhập khẩu của EU cũng chuyển đơn đặt hàng của mình sang các nước khác như là Indonesia, Thái Lan hay Ấn Độ.

Tuy nhiên tình hình này đã được cải thiện. Trong khuôn khổ chuyến thăm chính thức Việt Nam tháng 11 năm 2007, Chủ tịch Ủy ban Châu Âu (EC) Jose Manuel Barroso trong cuộc hội đàm với Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng cho biết sẽ không có bất kỳ cuộc điều tra nào tiếp về chống bán phá giá các mặt hàng của VN và sớm chấm dứt áp dụng thuế chống bán phá giá một số mặt hàng của VN. Đây thực sự là một tin tốt lành đối với các doanh nghiệp giày da Việt Nam. Vấn đề là làm thế nào để các sự việc tương tự không xảy ra trong tương lai ở EU hay các thị trường khác đối với hàng giày dép Việt Nam.

¹³ Bộ Thương mại, 2007, Báo cáo thương mại Việt Nam 2006

2.4.3.3 Tác động của hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật

Hàng hoá trên thị trường EU vốn có những yêu cầu rất khắt khe về chất lượng, độ an toàn, vv. Do vậy, các sản phẩm da giày khi xuất khẩu sang thị trường EU phải tuân thủ theo những tiêu chuẩn kỹ thuật rất cao. Tương tự như thị trường Mỹ, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng sang thị trường EU cũng cần phải đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn quốc tế như ISO 9000, ISO 14000, các yêu cầu cấm và hạn chế sử dụng các chất độc hại, tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội.

Những hàng rào kỹ thuật như đã được trình bày trong phần 2.3.1.1 cũng được EU áp dụng đối với Việt Nam. Các doanh nghiệp da giày Việt nam đã tích lũy kinh nghiệm và khả năng trong việc đạt các tiêu chuẩn kỹ thuật hiện nay. Tuy nhiên với việc áp dụng thuế chống bán phá giá vào năm 2006, chắc chắn trong thời gian tới, EU sẽ có những rào cản kỹ thuật tinh vi hơn, có thể gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu mặt hàng da giày Việt Nam vào thị trường này. Mặt hàng này cũng có khả năng sớm bị loại khỏi danh mục các hàng hóa được hưởng GSP.

2.4.4 Những hạn chế cơ bản của các doanh nghiệp giày dép Việt Nam trong nỗ lực vượt rào cản phi thuế quan của EU

2.4.4.1 Năng lực cạnh tranh còn nhiều hạn chế

Bảng 2.9: Năng lực sản xuất theo cơ cấu sản phẩm và theo thành phần kinh tế (Tính đến hết năm 2006)

<i>Chủng loại Sản phẩm</i>	<i>DN QD</i>	<i>DN Ngoài QD</i>	<i>DN 100% vốn Nước ngoài</i>	<i>DN Liên doanh</i>	<i>Tổng sản lượng</i>
Giày dép Các loại (Tr. Đôi)		286,000	357,500	71,500	715,000
Cặp, túi xách các loại (Tr. chiếc)	8,000	40,000		32,000	80,000
Đa thuộc thành phẩm (Tr. Sqft) *	-	48,000		72,000	120,000

*10 Sqft = 1m²

Tính đến hết tháng 1/2006, nước ta có 474 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu giày dép. Tuy nhiên, chỉ có gần 150 doanh nghiệp xuất khẩu thường xuyên và đạt kim

ngạch trên 100 nghìn USD/tháng. Có một số doanh nghiệp như Công ty Cổ phần An Phát và Công ty giày Rieker Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu trên dưới 1 triệu USD/tháng. Các doanh nghiệp còn lại có quy mô nhỏ, ít vốn nên việc mở rộng thị trường và tìm kiếm thị trường mới gặp nhiều khó khăn. Bảng 2.9 cũng cho thấy, các doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài và các doanh nghiệp liên doanh chiếm gần 2/3 năng lực sản xuất giày dép của toàn ngành và 50% năng lực thuộc da. Các doanh nghiệp này cũng đóng vai trò chủ lực trong xuất khẩu giày dép vào EU. Đây cũng là một đặc điểm khác biệt của ngành da giày so với ngành dệt may.

Ngoại trừ một số doanh nghiệp lớn, có tên tuổi trên thị trường, các doanh nghiệp liên doanh hoặc 100% vốn nước ngoài đã đầu tư hoàn chỉnh hệ thống tự động hoá thiết kế, các dây chuyền sản xuất thử nghiệm phục vụ công tác ra mẫu chào hàng đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng, các nhà nhập khẩu, các doanh nghiệp da giày Việt Nam vẫn chưa thể đầu tư vào việc thiết kế mẫu mã sản phẩm và chủ yếu dừng lại ở việc làm gia công một cách đơn thuần.

Một yếu điểm cố hữu khác của các doanh nghiệp da giày Việt Nam là chưa có được hình ảnh và vị thế xứng đáng trên thị trường giày dép thế giới. Hiện tại vấn đề tiếp thị của da giày Việt Nam còn quá ít ỏi, gần như thế giới chưa biết đến. Da giày Việt Nam chưa có các văn phòng đại diện, trung tâm thương mại nước ngoài, do đó, các doanh nghiệp Việt Nam gặp nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm đối tác, phát triển hệ thống kênh phân phối. Các doanh nghiệp đều cho rằng, hội chợ là công tác tiếp thị rất cần thiết, nhưng mãi đến giờ phút này, da giày Việt Nam vẫn chưa có một hội chợ tầm cỡ để giới thiệu và quảng bá hình ảnh da giày Việt Nam với thế giới. Sản phẩm của da giày Việt Nam phần lớn được sản xuất theo phương thức gia công cho các đối tác nước ngoài trên cơ sở đối tác cung cấp đơn hàng, mẫu hàng, nguyên phụ liệu, còn các doanh nghiệp Việt Nam chỉ thực hiện khâu sản xuất, giao hàng và nhận tiền công. Chính vì lý do này, các doanh nghiệp Việt Nam ít có cơ hội tiếp cận trực tiếp với nhà nhập khẩu và người tiêu dùng tại những thị trường lớn như EU, Mỹ.

Thách thức của ngành da giày ngày càng lớn khi thâm nhập sâu hơn vào thị trường EU do khả năng cạnh tranh còn yếu khi hạ tầng dịch vụ còn hạn chế kết hợp với giá dịch vụ vận chuyển khá cao.

2.4.4.2 Khó khăn về nguồn nguyên liệu

Cũng tương tự như dệt may, mặt hàng giày da thời trang và giày thể thao hiện đang bị động về nguồn nguyên phụ liệu. Các loại phụ liệu như vải pha kim tuyến, khuy đính giày, móc trang trí... mới có một số ít doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài của Đài Loan, Hàn Quốc đầu tư sản xuất, nhưng sản lượng chỉ đủ để cung cấp cho một số công ty lớn. Còn các doanh nghiệp khác hầu hết đều phải nhập khẩu loại phụ liệu này. Mặt khác, nguồn da thuộc - nguyên liệu chính của mặt hàng da giày thì sản xuất trong nước mới đáp ứng được 10% nhu cầu (khoảng 1 triệu m²/năm). Hơn nữa, lượng da chất lượng cao chưa nhiều do chưa có nguồn cung ổn định từ chăn nuôi tập trung, công nghệ nghèo nàn, lạc hậu, đơn điệu về chất liệu và màu sắc... Phần lớn nguồn nguyên liệu da đều phải nhập khẩu thông qua các hợp đồng gia công với nước ngoài hoặc dưới hình thức nhập nguyên liệu để sản xuất hàng xuất khẩu, mỗi năm nhập khẩu khoảng 70-80 triệu sqft (10 sqft=1m²), trị giá xấp xỉ 100 triệu USD.

Trước thực trạng đó, ngành da giày đã có hướng ưu tiên phát triển các cơ sở sản xuất nguyên phụ liệu, nhưng vẫn còn nhiều trở ngại, nhất là đối với nguồn da nguyên liệu trong nước. Theo số liệu thống kê, hàng năm, đàn trâu bò của cả nước đạt trên 7 triệu con, nhưng số trâu bò giết thịt chỉ trên dưới 3 triệu con, sản lượng da tươi thu hồi khoảng 6.700 tấn. Khu vực có khả năng thu gom da lớn nhất tập trung ở Hà Nội, Hải Phòng, Đồng Nai và Thành phố Hồ Chí Minh. Riêng Thành phố Hồ Chí Minh thu từ 12-15 tấn da tươi/ngày. Một trở ngại nữa của ngành giày là hiện nay mũi giày may sẵn của Trung Quốc với giá rẻ được nhập về tràn ngập thị trường trong nước. Hiệp Hội da giày Việt Nam cho biết, hiện có khoảng 300 ngàn lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp sản xuất giày, trong đó số người làm công đoạn cắt may để sản xuất ra sản phẩm chính là mũi giày chiếm tới 2/3 tổng số lao động. Tình trạng nhập khẩu mũi giày Trung Quốc đã gây ảnh hưởng lớn đến các cơ sở sản xuất giày Việt Nam.

2.4.4.3 Khó khăn về nguồn nhân lực

Hiện nay, lực lượng lao động trong ngành da giày là gần 600.000 lao động, chiếm 6,5% lực lượng lao động công nghiệp, trong đó có hơn 85% là lao động nữ¹⁴.

¹⁴ Theo Báo cáo của Hiệp hội Da giày Việt nam -10/2007

Nhiều doanh nghiệp có tỷ lệ nữ chiếm đến 95 – 98%. Nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp chủ yếu là lao động thủ công, trình độ tay nghề thấp, rất thiếu công nhân lành nghề, đặc biệt là đội ngũ thiết kế, chăm sóc khách hàng. Đây cũng là yếu tố ảnh hưởng lớn tới năng suất lao động của toàn ngành. Ước tính, với hơn 400 doanh nghiệp trong ngành (không kể các cơ sở sản xuất vừa và nhỏ, các hộ gia đình), hàng năm cần bổ sung hàng nghìn cán bộ quản lý, 150- 200 kỹ sư (thuộc da, công nghệ sản xuất giày, thiết kế giày và các sản phẩm thời trang) và hàng chục nghìn công nhân kỹ thuật¹⁵. Tuy nhiên khả năng cung ứng của các cơ sở đào tạo còn chưa theo kịp nhu cầu: vừa yếu về chất lượng vừa thiếu về số lượng.

Đây là nguyên nhân cơ bản dẫn đến một vấn đề nổi cộm là lao động trong ngành da giày thường xuyên biến động, không mang tính ổn định và lâu dài, đặc biệt từ năm 2005 mức biến động rất lớn, có doanh nghiệp lên tới 40%. Phần lớn lao động được đào tạo trực tiếp tại dây chuyền sản xuất. Theo một chuyên gia đã từng nhiều năm giữ vị trí lãnh đạo của một đơn vị ngành da giày ở Việt nam: “Trong ngành da giày, gần như 100% công nhân mới tuyển dụng đều phải đào tạo lại từ 1-2 tháng do các trung tâm dạy nghề chỉ hướng dẫn học viên những thao tác đơn giản. Trong khi ngành này đòi hỏi công nhân phải thuần thục những đường may khá lắt léo”. Thời gian đào tạo công nhân ngành da giày dài gấp đôi, gấp ba so với ngành may, nhưng điều khá trớ trêu là sau khi lành nghề, hầu hết những công nhân này lại chuyển đi nơi khác hay sang làm việc tại các xí nghiệp... may. “Giữ lại được 30% so với số tuyển ban đầu là xem như đã thành công”, ông nói.

Nếu không có những biện pháp đột phá trong đào tạo nguồn nhân lực, da giày Việt Nam khó có đủ năng lực vượt qua những rào cản tại EU cũng như một số thị trường chủ yếu khác như Hoa Kỳ và Nhật Bản.

¹⁵ Chiến lược mới của giày da Việt Nam - Thời báo kinh tế Việt nam – 12/04/2007

2.5 Thực trạng và tác động của rào cản phi thuế quan của Nhật Bản đối với hàng thủy sản Việt Nam

2.5.1 Khái quát về hệ thống rào cản phi thuế quan của Nhật Bản đối với hàng thủy sản nhập khẩu

Trong ngoại thương, giá cả thường đóng vai trò rất quan trọng. Tuy nhiên thị trường Nhật Bản có một số điểm khác biệt mang tính đặc trưng so với các thị trường khác. Tại Nhật Bản, chất lượng lại được quan tâm hàng đầu. Ngay cả khi mua hàng giá rẻ người Nhật cũng rất quan tâm đến chất lượng của mặt hàng đó. Thực tiễn ở Nhật Bản đã chứng tỏ tiêu chuẩn chất lượng và độ an toàn của hàng hóa Nhật Bản cao hơn và chặt chẽ hơn so với yêu cầu thông thường và tiêu chuẩn quốc tế. Sự tràn ngập hàng hóa Nhật Bản trên các thị trường của các nước khác chủ yếu là do các sản phẩm này có chất lượng cao. Và hàng hóa của nước ngoài muốn vào thị trường Nhật Bản trước tiên phải đáp ứng được những tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa của nước này¹⁶.

2.5.1.1 Rào cản pháp lý

Luật phòng chống biểu thị thông tin không đúng

Hàng hoá bán trên thị trường Nhật Bản không được phép phóng đại nội dung quảng cáo hoặc phản ánh sai sự thật nhằm gây ngộ nhận là sản phẩm tốt. Trường hợp biểu thị thông tin không rõ ràng khiến khách hàng không nhận biết được nước sản xuất cũng bị Nhật Bản cấm.

Luật chống bán phá giá

Là khoản thuế bổ sung bên cạnh thuế nhập khẩu thông thường, đánh vào sản phẩm nước ngoài bị bán phá giá vào Nhật Bản. Đây là loại thuế nhằm chống lại việc bán phá giá và loại bỏ những thiệt hại không đáng có cho các ngành sản xuất của Nhật Bản. Trên thực tế, thuế chống bán phá giá được Nhật Bản nói riêng và các nước khác

¹⁶ Nguyễn Hữu Khai, Vũ Thị Hiền và Đào Ngọc Tiến, 2007, *Quản lý hoạt động nhập khẩu – Cơ chế, chính sách và biện pháp*, NXB Thống kê.

trên thế giới nói chung sử dụng như một hình thức "bảo hộ hợp pháp" đối với sản xuất nội địa của mình.

Luật thủy sản

Là luật khung liên quan đến tất cả các lĩnh vực hoạt động có liên quan đến thủy sản. Tại mỗi lĩnh vực là những luật điều chỉnh riêng, ví dụ: Luật cảng cá, chợ cá; Luật sản xuất, nuôi trồng thủy sản bền vững; Luật về hợp tác xã nghề cá... Bộ Luật thủy sản Nhật Bản được ban hành năm 1963 và sửa đổi, bổ sung ngày 22/6/2002. Mục tiêu của Bộ Luật thủy sản là bảo đảm sử dụng nguồn lợi thủy sản bền vững, phát triển bền vững ngành thủy sản nhằm cung cấp ổn định sản phẩm cho nhân dân. Đối tượng chịu sự điều chỉnh của bộ luật này là toàn bộ các hoạt động thủy sản như khai thác, nuôi trồng, chế biến và lưu thông, phân phối (nghề câu cá giải trí tại Nhật Bản cũng được coi là đối tượng quản lý). Những yêu cầu đối với người kinh doanh thủy sản là phải coi trọng phát triển bền vững, có chính sách thu hút và đào tạo nhân lực hoạt động trong lĩnh vực thủy sản. Yêu cầu đối với khâu chế biến, tiêu thụ bao gồm phải có chính sách coi trọng người tiêu dùng, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng bằng những mặt hàng thủy sản có chất lượng cao, đảm bảo an toàn, vệ sinh thực phẩm. Các làng cá của Nhật Bản phải có chính sách nâng cao điều kiện sống, đẩy mạnh hoạt động làng nghề. Nhật Bản triển khai chính sách hoàn thiện đồng bộ cơ sở hạ tầng thủy sản từ khâu sản xuất đến khâu lưu thông. Ngoài Luật, các văn bản dưới Luật luôn được điều chỉnh để phù hợp với yêu cầu thực tế của thị trường và xã hội

Luật khuyến khích sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên

Luật này áp dụng cho các trường hợp sử dụng bao bì đóng gói/dụng cụ chứa. Chất liệu của bao bì và dụng cụ chứa phải ghi rõ ràng, xúc tiến việc thu hồi có phân loại để tái sử dụng hoặc tái chế nhằm sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên. Kể từ tháng 4/2000, các bao bì/dụng cụ chứa làm bằng giấy và nhựa sẽ chịu sự chi phối của Luật này.

2.5.1.2 Rào cản kỹ thuật

Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm

Nhật Bản là nước có nhiều quy định khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với từng nhóm mặt hàng thủy sản, Nhật Bản đều đề ra các quy định pháp lý tương ứng như trong bảng 2.10.

Bảng 2.10: Quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với từng nhóm mặt hàng thủy sản

Mã HS	Nhóm mặt hàng	Quy định tương ứng
0301	Cá sống * ¹	
0302	Cá tươi/ ướp lạnh	Luật vệ sinh thực phẩm
0303	Cá đông lạnh	Luật kiểm dịch
0304	Philê và thịt cá tươi/ ướp lạnh/ đông lạnh	
0305	Cá khô/ ướp muối/ ngâm nước muối/ xông khói; Bột cá	Luật vệ sinh thực phẩm
0306	Giáp xác sống/ tươi / ướp lạnh/ đông lạnh/ khô/ ướp muối/ ngâm nước muối/ hấp/ luộc * ²	Luật vệ sinh thực phẩm
0307	Nhuuyễn thể sống/ tươi / ướp lạnh/ đông lạnh/ khô/ ướp muối/ xông khói	Luật kiểm dịch
1603	Chất chiết xuất từ cá/ giáp xác/ nhuyễn thể	
1604	Cá chế biến; Trứng cá muối/ chế biến	Luật vệ sinh thực phẩm
1605	Giáp xác/ nhuyễn thể chế biến	
1212	Rong, tảo	Luật vệ sinh thực phẩm Luật bảo vệ thực vật

Nguồn : “Cẩm nang thị trường xuất khẩu- Thị trường Nhật Bản” (Viện Nghiên cứu Thương mại, 2003); “Hướng dẫn marketing một số sản phẩm thủy hải sản nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản” (JETRO, 2005); “Jetro Marketing Guidebook for Major Imported Products” (JETRO, 2004).

*¹ Tuân theo Công ước Oa-sinh-ton (xem công báo ngày 31/3/1998 của Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản)

*² Tuân thủ Luật JAS, Luật đo lường, Luật khuyến khích sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, Luật tái sử dụng bao bì/dụng cụ chứa, Luật phòng chống quà khuyến mãi bất hợp pháp và biểu thị thông tin không đúng

Luật vệ sinh thực phẩm của Nhật Bản ra đời năm 1947 và được sửa đổi, bổ sung lần gần đây nhất là ngày 30/5/2003. Mục đích của Luật vệ sinh thực phẩm là ngăn chặn những thực phẩm nguy hại cho sức khỏe của người tiêu dùng. Luật vệ sinh thực phẩm cho phép những trường hợp nhập khẩu thực phẩm ≤ 10 kg để tiêu dùng cá nhân được miễn thủ tục kiểm dịch.

Trước đây, đối với các sản phẩm thủy sản, Nhật Bản chỉ quan tâm đến tiêu chuẩn vi sinh (khuẩn *Escherichia Coli*). Nhưng do tình trạng hiện nay nhiều nước sản xuất đã sử dụng quá nhiều hoá chất trong nuôi trồng thủy sản, chế biến thực phẩm và bảo quản sản phẩm, dẫn tới dư lượng hoá chất, kháng sinh khá cao, gây ảnh hưởng không tốt cho sức khỏe người tiêu dùng, Nhật Bản đã đưa ra các quy định mới, cụ thể đối với từng mặt hàng thủy sản nhập khẩu; lập danh sách các hoá chất, kháng sinh bị cấm, định lượng cụ thể cho những hoá chất và kháng sinh được phép sử dụng; lên danh sách hoá chất/kháng sinh/phụ gia được phép/không được phép có trong thực phẩm

Quy định về kiểm dịch thực phẩm

Việc kiểm định chất lượng hàng hoá, nhất là thực phẩm tươi sống được Nhật Bản thực hiện rất nghiêm ngặt. Nhật Bản quy định các trường hợp xây kho và kinh doanh thủy sản tươi sống phải xin giấy phép kinh doanh do Chủ tịch tỉnh/thành phố cấp. Các sản phẩm chứa độc tố hay chất nào đó có hại cho sức khỏe con người đều bị cấm kinh doanh.

Thủy sản đông lạnh, mực, nhuyễn thể vỏ cứng là những mặt hàng bắt buộc phải kiểm soát; Chất tẩy trắng và chất kháng sinh có trong thực phẩm nhập khẩu bắt buộc phải kiểm định hàm lượng, *Oxytetracycline* - loại kháng sinh được sử dụng nhiều trong nuôi trồng thủy sản, lượng tối đa được phép có trong thực phẩm là 0,1/1.000.000.

Quy định về dán nhãn thực phẩm

Tại Nhật Bản, việc đóng gói và dán nhãn hàng hoá đúng quy định có ý nghĩa rất quan trọng, nó giúp việc thông quan được tiến hành suôn sẻ. Nhật Bản cấm sử dụng rơm rạ để đóng gói sản phẩm. Tất cả các sản phẩm thực phẩm phải dán nhãn xuất xứ -

ghi rõ tên nước xuất xứ, nếu chỉ ghi tên khu vực thay cho tên nước xuất xứ sẽ không được chấp nhận.

Luật Đo lường của Nhật Bản quy định: Trên nhãn các sản phẩm nhập khẩu và trên các chứng từ có liên quan tới lô hàng nhập khẩu đều phải ghi rõ khối lượng (tổng khối lượng và khối lượng tịnh của mỗi kiện hàng) và ghi kích thước theo hệ thống mét.

Từ tháng 4/2002, Luật vệ sinh thực phẩm đã quy định: Tất cả các thực phẩm mà trong thành phần của nó có một số loài hải sản gây dị ứng (như: mực nang, bào ngư, tôm, cua, cá thu, cá ngừ) đều phải dán nhãn biểu thị.

Luật Tiêu chuẩn Nông nghiệp Nhật Bản (*Japanese Agricultural Standard, JAS*) qui định các tiêu chuẩn về chất lượng, các quy tắc ghi nhãn chất lượng và đóng dấu chất lượng đối với sản phẩm nông nghiệp. Luật đã được sửa đổi, bổ sung vào tháng 5 năm 1970. Các quy định áp dụng đối với các sản phẩm được phát hành định kỳ. Do chủng loại sản phẩm sản xuất trong nước và nhập khẩu từ nước ngoài ngày càng nhiều nên phạm vi bao quát của Luật JAS ngày càng mở rộng [16]. Luật này quy định các tiêu chuẩn về chất lượng và đóng dấu chất lượng tiêu chuẩn JAS. Danh sách các sản phẩm được điều chỉnh bởi Luật JAS bao gồm: đồ uống, thực phẩm chế biến, dầu ăn và mỡ, nông, lâm, thủy sản chế biến. Các tiêu chuẩn JAS bao quát cả các sản phẩm được sản xuất trong nước và các sản phẩm nhập khẩu. Chính vì vậy, các hàng hóa hay sản phẩm thủy sản của Việt Nam hay Thái Lan khi xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản cũng chịu sự điều chỉnh của luật này cũng như là các sản phẩm ấy phải được đóng dấu tiêu chuẩn JAS. Ngày nay, hệ thống JAS đã trở thành cơ sở cho người tiêu dùng lựa chọn thực phẩm chế biến. Người Nhật Bản rất tin tưởng chất lượng của các sản phẩm được đóng dấu JAS. Tuy nhiên, vẫn có nhiều sản phẩm không được đóng dấu JAS. Đối với các sản phẩm này, trên nhãn sản phẩm cần ghi rõ ràng, cụ thể các thông tin như sau:

- Tên sản phẩm
- Tên nước xuất xứ
- Nguyên liệu cấu thành sản phẩm
- Khối lượng tịnh

- Danh mục các chất phụ gia sử dụng trong sản phẩm
- Thời hạn sử dụng
- Phương pháp chế biến
- Phương pháp bảo quản
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất
- Tên và địa chỉ của nhà nhập khẩu/phân phối

Đối với sản phẩm khai thác phải ghi phương pháp khai thác; đối với sản phẩm nuôi trồng phải mô tả phương pháp nuôi trồng. Riêng sản phẩm đông lạnh thì phải có chữ “rã đông”.

Quy định về nguồn gốc sản phẩm và trách nhiệm sản phẩm

Các vụ ngộ độc thực phẩm khiến cho người tiêu dùng rất coi trọng vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm. Đối với các mặt hàng thủy sản sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu từ nước ngoài, Nhật Bản yêu cầu phải dán nhãn ghi rõ thành phần nguyên liệu, tên và địa chỉ của nhà sản xuất/nhập khẩu/phân phối... để trong trường hợp cần thiết có cơ sở kiểm tra và truy cứu trách nhiệm. Đầu năm 2003, hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm của Nhật Bản được thiết lập. Đến cuối năm 2003, Nhật Bản đã thử nghiệm hệ thống này trên 5 sản phẩm nông nghiệp và 2 sản phẩm thủy sản. Để thực hiện tốt việc truy xuất nguồn gốc thủy sản, Nhật Bản đã có những quy định về nhãn mác rất khắt khe đối với các mặt hàng thủy sản nhập khẩu. Ngoài ra, Nhật Bản còn yêu cầu các nước sản xuất thực phẩm để xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản phải thực hiện hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm phù hợp với Nhật Bản.

Nguồn gốc sản phẩm là bước khởi đầu cho việc quy định về trách nhiệm sản phẩm. Luật trách nhiệm sản phẩm (TNSP) ra đời, quy định trách nhiệm của nhà sản xuất/kinh doanh/nhập khẩu sản phẩm phải bồi thường cho người tiêu dùng vì những thiệt hại do sử dụng sản phẩm bị lỗi. Luật có hiệu lực kể từ tháng 7 năm 1995. Nhìn chung, số vụ kiện về trách nhiệm sản phẩm đang có chiều hướng gia tăng. *Điều 1* của Luật TNSP quy định: Nếu một sản phẩm có khuyết tật, gây thương tích cho người hoặc gây thiệt hại về tài sản thì nạn nhân có quyền đòi nhà sản xuất bồi thường nếu chứng minh được sản phẩm có khuyết tật, thiệt hại đã xảy ra và quan hệ nhân quả giữa khuyết tật của sản phẩm với thiệt hại đã xảy ra. Khái niệm “khuyết tật” có thể hiểu một cách đơn giản là những thiếu sót về tính an toàn dẫn tới thiệt hại về người và của. Vì vậy, muốn biết một sản phẩm có khuyết tật hay không, người ta xem xét độ an toàn của nó trong điều kiện bình thường.

Quy định về bảo vệ môi trường

Nhật Bản rất coi trọng vấn đề môi trường. Năm 1989, Cục môi trường khuyến khích người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm không làm hại sinh thái (kể cả các sản phẩm sản xuất trong nước cũng như sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài), các sản phẩm này được đóng dấu “*Ecomark*”. Để được đóng dấu này, sản phẩm phải đạt ít nhất một trong các tiêu chuẩn sau:

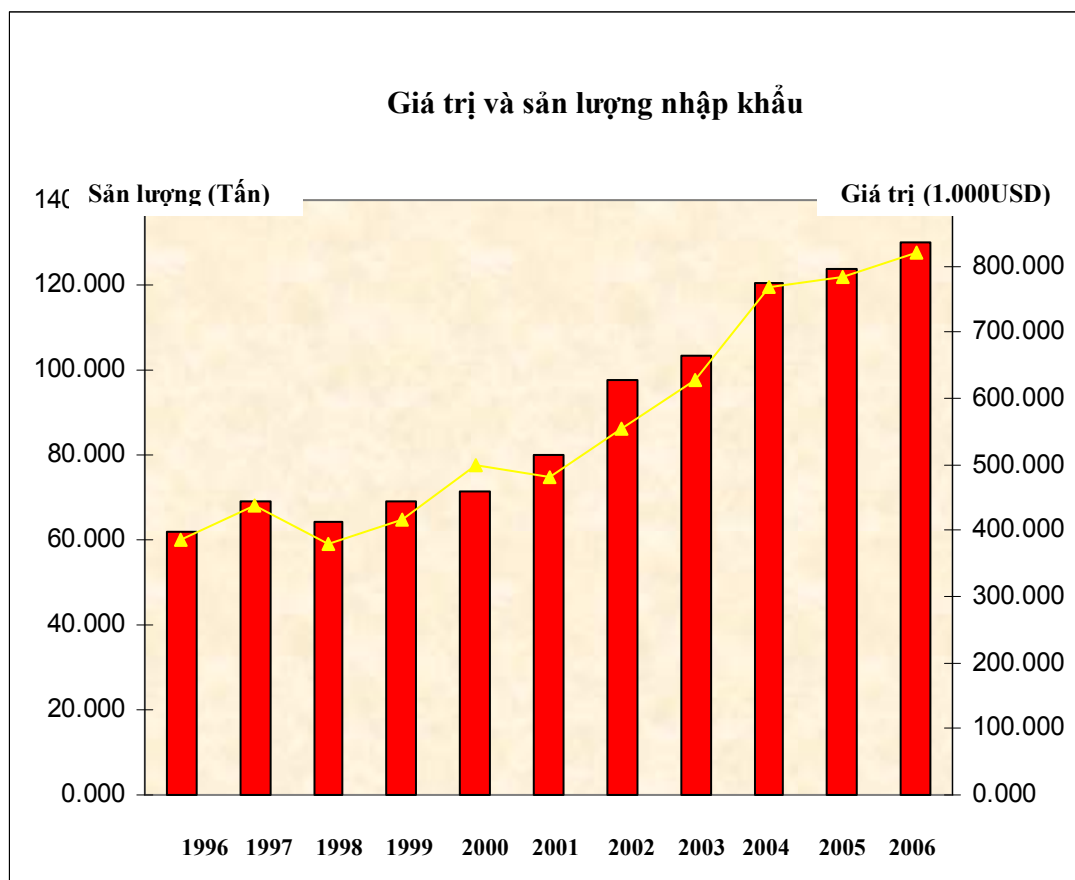
- (1) Việc sử dụng sản phẩm đó không gây ô nhiễm môi trường (hoặc gây ô nhiễm không đáng kể)
- (2) Việc sử dụng sản phẩm đó mang lại nhiều lợi ích cho môi trường
- (3) Chất thải sau khi sử dụng sản phẩm đó không gây hại cho môi trường (hoặc gây hại rất ít)
- (4) Sản phẩm có đóng góp đáng kể vào việc bảo vệ môi trường theo bất cứ cách thức nào khác

Hệ thống các yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật của Nhật Bản đối với hàng thủy sản nhập khẩu là rất cao và khắt khe. Trong nhiều trường hợp, chúng đã trở thành rào cản đối với hàng thủy sản nhập khẩu từ các nước đang phát triển.

2.5.2 Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản

2.5.2.1 Kim ngạch xuất khẩu

Nhật Bản là bạn hàng truyền thống và hiện là thị trường chính của hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam trong suốt thời gian qua. Như trên Biểu đồ 2.6, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản năm 2000 đạt giá trị 488 triệu USD, gấp 2,2 lần so với năm 1996. Năm 2001, đạt 474,8 triệu USD, giảm nhẹ so với năm 2000 chủ yếu là do những bất ổn về kinh tế Nhật Bản sau thảm họa khủng bố ngày 11/9 ở Mỹ. Trong khoảng thời gian từ năm 2001 đến năm 2003, Nhật Bản đã nhường vị trí đứng đầu cho Mỹ về kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Việt Nam. Nhưng đến năm 2004, thị trường Nhật Bản đã phục hồi và đòi lại vị trí số một đối với thủy sản Việt Nam với kim ngạch 770 triệu USD, chiếm 32% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của nước ta. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào Nhật tiếp tục tăng cao trong năm 2005. Bắt đầu từ cuối năm 2006, Nhật Bản bắt đầu áp dụng các biện pháp kiểm tra an toàn thực phẩm đối với hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam một cách khắt khe hơn. Do vậy kim ngạch năm 2006 chỉ đạt khoảng 850 triệu USD. Không tăng nhiều so với năm 2005.



Biểu đồ 2.6: Giá trị và sản lượng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Nhật Bản 1996-2006

Nguồn : - Bộ Thương mại ; Tạp chí thương mại thủy sản số 1/2002, 8/2002
 - Trang web vasep.com.vn

10 tháng đầu năm 2007, kim ngạch xuất khẩu có dấu hiệu chững lại khi chỉ đạt 605,467 triệu USD, Chiếm vị trí số 2 trong các thị trường xuất khẩu thủy sản xếp trên Mỹ (594,219 triệu USD) và sau EU (749,876 triệu USD). Việt Nam đã có nhiều biện pháp tích cực để giải quyết vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm với Nhật Bản nhằm tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp. Dự kiến đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu thủy sản vào Nhật Bản sẽ đạt trên 1 tỷ USD.

2.5.2.2 Cơ cấu hàng xuất khẩu

Các mặt hàng thủy sản xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản được thể hiện trong bảng 2.11. Sau đây là một số phân tích về các mặt hàng chủ yếu.

Bảng 2.11: Các mặt hàng TS của VN xuất khẩu sang Nhật Bản, 1997-2005

Đơn vị: 1000 USD

Tên mặt hàng	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tôm ĐL	221.390	215.261	240.133	291.035	289.606	345.394	388.541	521.427	517.831
Cá ĐL (trừ cá ngừ)	35.083	24.610	19.868	26.348	25.330	33.575	43.288	50.527	53.621
Mực ĐL	45.786	45.350	39.453	41.958	46.368	46.438	35.534	46.173	50.573
Bạch tuộc ĐL	22.246	12.151	15.996	12.046	14.667	18.228	20.421	29.295	27.247
Mực khô	21.922	17.121	14.997	15.369	13.198	17.326	10.766	20.255	17.225
Cá khô	3.993	3.304	2.415	2.537	2.304	3.526	1.609	4.315	7.537
Ruốc khô	2.684	3.253	2.853	2.893	2.520	2.389	2.005	2.582	1.865
Cá ngừ ĐL	2.614	8.345	9.685	11.700	21.258	21.737	10.778	8.630	13.027
Mặt hàng khác	27.058	28.142	37.673	65.587	50.650	48.846	69.896	88.991	111.842
Tổng cộng	382.776	357.537	383.073	469.473	465.901	537.459	582.838	772.195	785.876

Nguồn : Trung tâm Tin học - Bộ Thủy sản

Tôm

Hiện nay, Nhật Bản là thị trường tiêu thụ tôm lớn nhất trên thế giới. Do những năm qua, sản lượng tôm đánh bắt của Nhật Bản đã giảm đi, chỉ đạt khoảng 7.000 tấn/năm, tương đương với 2/3 mức sản lượng của thập niên trước nên hàng năm, Nhật Bản vẫn phải nhập khẩu một khối lượng tôm lớn để đáp ứng nhu cầu nội địa. Hàng nhập khẩu chiếm tới 90% tổng lượng tôm tiêu thụ trên thị trường Nhật Bản. Đặc điểm cơ bản của thị trường này là sử dụng nhiều tôm tươi nguyên con. Trung bình một năm, Nhật Bản tiêu thụ khoảng 200.000 tấn tôm tươi nguyên con. Thêm vào đó, người Nhật cũng thích dùng tôm còn đuôi, dù là tôm vỏ còn đầu, tôm vỏ bóc đầu hay tôm bóc vỏ

xẻ lưng. Vì người Nhật cho rằng, đuôi tôm thể hiện sự trường tồn, chính vì vậy, tôm còn đuôi được tiêu thụ mạnh trong các dịp lễ tết. Ngoài ra, thị trường Nhật Bản còn có nhu cầu đối với tôm sú và tôm hùm. Nhu cầu đối với hai loại tôm này khá ổn định. Chúng được nhập khẩu dưới nhiều hình thức như đông lạnh, tươi sống, ướp đá, muối hay đã chế biến, nhưng chiếm phần lớn là tôm đông lạnh. Những sản phẩm đã qua chế biến, một nửa được hấp chín trong nước hoặc nước muối sau đó đem đông lạnh hoặc ướp đá. Phần còn lại là tôm được sấy khô thích hợp cho việc lưu trữ.

Tôm là mặt hàng đạt giá trị cao nhất, chiếm 67,5% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản. Trong mấy năm gần đây (2001-2004), nhập khẩu tôm của Nhật Bản từ Việt Nam có xu hướng tăng. Năm 2004, nhập khẩu tôm đông lạnh của Nhật Bản từ Việt Nam đạt khối lượng 62.451 tấn, giá trị trên 521,42 triệu USD, tăng 22% về khối lượng, 34,2% về giá trị so với năm 2003 và tăng 26,9% về khối lượng, 50,9% về giá trị so với năm 2002. Nhưng năm 2005 chỉ đạt 61.963 tấn, giá trị 517,83 triệu USD, giảm nhẹ khoảng 0,8% về khối lượng và 0,7% về giá trị so với năm 2004. Tuy nhiên, đặc biệt trong năm 2004, Việt Nam đã vượt lên vị trí dẫn đầu về thị phần tôm nhập khẩu của Nhật Bản, đẩy Ấn Độ, nước luôn giữ vị trí này trong nhiều năm nay xuống vị trí thứ hai. Có 3 yếu tố chính hấp dẫn giới kinh doanh Nhật Bản tăng cường nhập khẩu tôm của Việt Nam là: thứ nhất là giá tôm nhập khẩu rẻ so với giá tôm của Ấn Độ (giá tôm của Việt Nam thường thấp hơn từ 5 đến 10%). Thứ hai là luôn đáp ứng được yêu cầu về kích cỡ cũng như số lượng cho các nhà nhập khẩu. Thứ ba, tôm được nuôi trồng trong môi trường đảm bảo, đáp ứng được tiêu chuẩn khắt khe về an toàn vệ sinh thực phẩm của người tiêu dùng Nhật.

Cá ngừ

Cá ngừ là mặt hàng lớn thứ 2 trong tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản. Năm 2004, cá ngừ của Việt Nam sang thị trường này chiếm 19% tổng giá trị xuất khẩu cá ngừ của VN, đạt giá trị 13,02 triệu USD, đứng thứ 2 sau Mỹ (37%) trong danh sách thị trường xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam. Xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam vào Nhật Bản chỉ chiếm được một lượng nhỏ trong tổng cá ngừ nhập khẩu của Nhật Bản (2.819,9 tấn), (trong đó chiếm 3,5% tổng nhập khẩu cá ngừ mắt to tươi của Nhật

Bản và 4,8% tổng nhập khẩu cá ngừ vây vàng tươi của Nhật Bản). Mặt hàng cá ngừ của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản luôn phải đương đầu với sự cạnh tranh gay gắt. Ngoài ra, việc xuất khẩu cá ngừ còn chịu ảnh hưởng của các rào cản về vệ sinh an toàn thực phẩm, như quy định về hàm lượng thủy ngân trong cá ngừ nhập khẩu.

Nhuận thế chân đầu

Nhuận thế, đặc biệt là nhuận thế chân đầu (chủ yếu là mực ống, mực nang, bạch tuộc) được nhiều người Nhật ưa thích, chế biến theo nhiều dạng tươi như sushi, sashimi đến các dạng rán, xông khói, sấy nướng, tẩm gia vị, thậm chí đến cả dạng sơ chế nguyên con, phi lê, cắt mỏng, thái miếng, cắt khoanh và các món ăn từ các sản phẩm khô, ướp đông lạnh... Nhật Bản có những yêu cầu nghiêm ngặt đối với hàng ăn sống như sushi, sashimi và hàng luộc. Nhật Bản là thị trường tiêu thụ mực, bạch tuộc lớn nhất của Việt Nam. Tuy vậy, Việt Nam chỉ chiếm khoảng 5,5% đến 7% lượng hàng mực và bạch tuộc nhập khẩu của Nhật. So với các thị trường khác, Nhật Bản trả giá cao nhất cho mặt hàng mực, bạch tuộc của nước ta.

Ngoài ra còn có một số sản phẩm thủy sản nữa cũng được thị trường Nhật Bản nhập khẩu song chiếm tỷ trọng không cao, số lượng nhỏ, lẻ.

2.5.3 Tác động của rào cản phi thuế quan của Nhật Bản đối với hàng thủy sản Việt Nam

Nhật Bản là một thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Việt Nam trong nhiều năm qua. Cho đến trước năm 2006, trên thực tế hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam không gặp trở ngại lớn khi sang thị trường Nhật Bản. Chỉ có một số ít doanh nghiệp gặp phải khó khăn khi còn có những sơ suất trong quá trình đóng gói thủy sản xuất khẩu. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, các lô hàng thủy sản, đặc biệt là tôm được xuất khẩu sang Nhật Bản đã gặp rất nhiều khó khăn. Tôm là mặt hàng chủ lực, trong hai năm gần đây, mặt hàng tôm bán sang Nhật mỗi năm trị giá gần 500 triệu đô la. Mặt hàng mực hoặc sản phẩm chế biến cũng vương kháng sinh hóa chất cấm, nhưng lượng xuất không đáng kể.

Tháng 11/2005, Quốc hội và chính phủ Nhật mới ban hành Luật thực phẩm sửa đổi trong đó thay đổi mức quy định cấm đối với 17 loại kháng sinh tương đương với các loại kháng sinh hoá chất bị cấm tại Mỹ và EU, và thậm chí còn cao hơn cả mức quy định tại thị trường Mỹ và EU. Nhật Bản bắt đầu kiểm soát chặt chẽ hơn hàng thủy sản nhập khẩu. Vào thời điểm tháng 5/2006, khi Luật Thực phẩm sửa đổi bắt đầu được áp dụng thì 31 nước xuất khẩu thủy sản sang Nhật bị phát hiện dư lượng kháng sinh cấm, trong đó có Việt Nam¹⁷.

Từ thời điểm đó đến nay, các lô hàng xuất khẩu của Việt nam vào Nhật luôn bị phát hiện vượt quá dư lượng kháng sinh cho phép. Điều này đã dẫn đến việc phía Nhật đã ngày càng tăng tỷ lệ kiểm tra hàng nhập khẩu Việt nam, đặc biệt là mặt hàng tôm từ 5%, 10%, 50 và cuối cùng là 100%. Từ tháng 6 đến tháng 10/2006, đã có 16 trường hợp các công ty xuất khẩu thủy sản Việt nam vi phạm Luật Vệ sinh an toàn Thực phẩm. Nguyên nhân dẫn đến các lô hải sản bị nhiễm dư lượng kháng sinh cấm là do ngư dân, đại lý thu mua, cơ sở sơ chế hải sản sử dụng hoá chất không rõ nguồn gốc, thành phần để bảo quản.

Vấn đề xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Nhật thật sự trở nên nghiêm trọng từ ngày 25/6/2007, Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Nhật Bản tại Việt Nam đã gửi thư cho Bộ Thủy sản liên quan đến hàng thủy sản Việt Nam khi hàng thủy sản của Việt Nam vào Nhật Bản liên tục phát hiện có kháng sinh. Bức thư nhấn mạnh: “Nếu trong thời gian tới nếu phía Việt Nam vẫn tiếp tục phát sinh các trường hợp vi phạm thì cơ quan phụ trách kiểm dịch của Nhật Bản bắt buộc phải xem xét áp dụng biện pháp cấm nhập khẩu và không chỉ là cấm nhập khẩu, mà ấn tượng về toàn bộ hàng hoá của Việt Nam không chỉ riêng hàng thủy hải sản sẽ không tránh khỏi bị giảm sút”. Nguyên nhân là do hàng thủy sản Việt Nam bị nhiễm kháng sinh CAP nhiều nhất¹⁸.

Theo số liệu từ cơ quan Hải quan, từ tháng 1 đến cuối tháng 4/2007, Việt Nam đã xuất khẩu sang Nhật khoảng 30.000 tấn sản phẩm với khoảng 3.000 lô hàng. Số lô hàng phát hiện có kháng sinh bị cảnh báo là 52 lô. Ước tính đến tháng 6/2007, tổng số

¹⁷ http://www.rfa.org/vietnamese/in_depth/2007/07/07/ReviewOfDomesticPressOnline_NNguyen/

¹⁸ Báo điện tử - Thời báo kinh tế Việt Nam, 2007, *Chữa cháy cho thủy sản sang Nhật*, http://www.vneconomy.vn/?home=detail&page=category&cat_name=10&id=1f8e2adf5d372f

lô hàng vào Nhật có thể đạt 6.000 lô với số lô hàng bị cảnh báo là 94 lô. Nếu phân loại theo kháng sinh bị phát hiện, 94 lô trên cụ thể gồm: CAP (55 lô), AOZ (17 lô), SEM (6 lô), Coliform (7 lô), TPC cao (1 lô), E.Coli (6 lô), Sulfure Dioxide (2 lô). Như vậy, kháng sinh bị phát hiện nhiều nhất là CAP.

Hộp 2.2 Cầu thủ về chất lượng

Theo Vụ Châu Á - Thái Bình Dương (Bộ Thương mại), tháng 7/2006, Nhật Bản đã phát hiện mặt hàng cá tươi đông lạnh của Việt Nam xuất khẩu sang Nhật liên tục vi phạm Luật Vệ sinh An toàn thực phẩm.

Bộ Y tế và Lao động Nhật Bản cho biết đã phát hiện nhóm vi trùng đường ruột có kết quả dương tính trong sản phẩm của Công ty TNHH Chế biến thủy sản và thực phẩm Thành Hải; dư lượng chloramphenicol trong sản phẩm của Công ty cổ phần sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu Bình Thạnh và nhóm vi trùng đường ruột có kết quả dương tính trong sản phẩm của Công ty TNHH thực phẩm Anh Đào.

Do vậy, toàn bộ lô hàng của ba công ty trên đã bị phía Nhật yêu cầu trả lại nhà xuất khẩu. Nếu không, phía Nhật sẽ hủy tại chỗ và không dùng làm thực phẩm cho người. Tuy lần này Nhật Bản chưa thông báo về việc tăng cường kiểm tra mặt hàng trên đối với tất cả các công ty Việt Nam khi xuất khẩu vào Nhật, song, với tốc độ vi phạm này nguy cơ bị áp dụng lệnh tăng cường kiểm tra là rất lớn. Trước đó, Nhật Bản đã quyết định từ tháng 7 tất cả các lô hàng mực Việt Nam nhập khẩu vào Nhật Bản đều bị kiểm tra 50% mỗi lô hàng. Thông báo này đưa ra sau khi phát hiện thấy dư lượng chất chloramphenicol 0,0017 ppm trong sản phẩm của Công ty TNHH Trung Vĩnh.

Thương vụ Việt Nam tại Nhật cũng thông báo, Nhật Bản sẽ chính thức kiểm tra 100% đối với 3 nhóm mặt hàng của Việt Nam là lợn nuôi (kể cả sơ chế) có dư lượng AOZ; lúa miến (sorghum) và những sản phẩm đã chế biến có thành phần chủ yếu là lúa miến có dư lượng Aflatoxin cũng như các mặt hàng thực phẩm của 5 doanh nghiệp: Công ty cổ phần XNK thủy sản Bà Rịa - Vũng Tàu; Cơ sở Đại Thuận; Công ty TNHH Hưng Lợi; Công ty TNHH Hương Thanh; Công ty TNHH thương mại và chế biến thủy sản Vĩnh Lộc.

Các nhóm hàng bị nhiễm CAP là tôm PUD gồm các loại tôm biển cỡ nhỏ, các loại thủy sản có sử dụng tôm biển PUD và các mặt hàng từ biển như mực ống, mực nang. Nguyên nhân nhiễm CAP chủ yếu từ việc bảo quản nguyên liệu trong quá trình khai thác. Các lô nhiễm AOZ có thể từ tôm sú cỡ nhỏ đã bị nhiễm trong quá trình trị bệnh cho tôm của nông dân tại ao, tôm thẻ chân trắng và tôm sú nhập khẩu; đồng thời không loại trừ khả năng do người nuôi sử dụng AOZ thay thế CAP mà không biết nguồn gốc để trộn vào thức ăn. Nhật Bản là thị trường truyền thống và quan trọng của thủy sản Việt Nam. Trước tình hình phát hiện kháng sinh, một trong những biện pháp phía Nhật Bản yêu cầu là tăng cường công tác kiểm tra trước xuất khẩu cho tất cả các lô hàng thủy sản xuất khẩu vào Nhật. Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) cho rằng tình hình hết sức nghiêm trọng và cần có những biện pháp tích cực để ổn định tình hình và giữ vững thị trường Nhật. Hiệp hội đề nghị tiến hành kiểm soát dư lượng kháng sinh (chủ yếu là CAP và AOZ), tất cả các lô hàng xuất khẩu vào Nhật của doanh nghiệp chưa kiểm soát được tình hình nhiễm kháng sinh. Đến tháng 7/2007, theo báo cáo của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), lại có thêm 14 doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu thủy sản vào Nhật Bản tiếp tục bị phát hiện sản phẩm nhiễm dư lượng kháng sinh cấm tại thị trường này. Đây là nguyên nhân khiến Nhật Bản chính thức áp dụng biện pháp kiểm tra 100% các lô hàng thủy sản nhập khẩu tại Việt Nam. Nếu không có những biện pháp cải tiến đáng kể, thủy sản Việt Nam sẽ đứng trước nguy cơ mất thị trường truyền thống lớn này. Rất nhiều lô hàng của Việt Nam bị trả về, các sản phẩm luôn nằm trong sự cảnh báo ở mức cao. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản bị giảm sút nghiêm trọng. Chỉ trong 8 tháng đầu năm 2007, xuất khẩu tôm sang thị trường này chỉ đạt 32.471 tấn, trị giá 280,4 triệu USD, giảm 22,6% về lượng và 21% về giá trị. Theo VASEP, thị trường Nhật Bản chiếm 40% tổng kim ngạch xuất khẩu tôm của nước ta mỗi năm, nhưng trong những tháng đầu năm 2007, con số này dự báo chỉ còn khoảng 29% và khả năng sẽ còn giảm tiếp.

Đồng thời, VASEP đề nghị tạm ngưng xuất khẩu đối với doanh nghiệp có nhiều lô hàng liên tiếp bị phát hiện nhiễm kháng sinh tại Nhật để doanh nghiệp giải trình chi

tiết nguyên nhân và có biện pháp khắc phục mới cho phép xuất trở lại [3]. Thời gian tạm ngưng có thể từ 1 đến tháng 6 tháng tùy theo trường hợp, việc giải trình được thực hiện với sự giám sát của Hiệp hội và Cục Quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh và thú y thủy sản- Naviqaved. Theo đó, trước mắt, doanh nghiệp chưa có lô hàng bị cảnh báo trong 6 tháng đầu năm nếu bị 3 lô sẽ phải tạm ngưng và giải trình. Doanh nghiệp có từ 1 đến 3 lô hàng nhiễm kháng sinh đã bị cảnh báo trong sáu tháng đầu năm nếu bị tiếp hai lô nữa sẽ phải tạm ngưng và giải trình. Doanh nghiệp có 4 lô hàng nhiễm kháng sinh trở lên đã bị cảnh báo trong 6 tháng đầu năm nếu bị tiếp 1 lô nữa sẽ phải tạm ngưng và giải trình... Hiện nay, Bộ Thủy sản Việt Nam cũng đã có quy định bắt buộc kiểm tra 100% các lô hàng xuất khẩu thủy sản vào Nhật bản. Chỉ có những lô hàng đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh mới được phép xuất khẩu.

Theo các doanh nghiệp, đây chỉ là những biện pháp mang tính chất “chữa cháy” tạm thời mà cần có giải pháp về lâu dài. Cốt lõi của vấn đề là từ khâu nguyên liệu mà các doanh nghiệp đang phải đương đầu. Hiện tại, để đảm bảo thị trường Nhật, có doanh nghiệp “chữa cháy” bằng cách xuống tàu đánh bắt mua hàng trực tiếp để kiểm soát nguồn nguyên liệu đầu vào.

Như vậy, có thể khẳng định hệ thống rào cản kỹ thuật mà cụ thể là các tiêu chuẩn liên quan đến dư lượng kháng sinh trong sản phẩm đang là thách thức lớn nhất đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường Nhật Bản. Hiện nay, vẫn chưa có các dấu hiệu cho thấy việc kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng thủy sản nhập khẩu từ Việt nam sẽ được giảm bớt. Bên cạnh đó, để có một bước tiến vững chắc hơn trong tương lai, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng cần phải lường trước những rào cản về môi trường có thể sẽ được áp dụng triệt để hơn như trong trường hợp của các doanh nghiệp dệt may.

2.5.4. Những hạn chế cơ bản của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong nỗ lực vượt qua rào cản phi thuế quan vào thị trường Nhật Bản

Khác biệt lớn nhất của các doanh nghiệp thủy sản so với các doanh nghiệp dệt may hay da giày là hầu hết các công đoạn sản xuất được thực hiện tại Việt Nam và phần lớn giá trị gia tăng của sản phẩm cũng được tạo ra tại đây. Nói cách khác, sự chủ

động của các doanh nghiệp thủy sản trong việc đối phó với các rào cản kỹ thuật là cao hơn nhiều so với các đồng nghiệp của họ tại các ngành khác.

Mặc dù vậy, các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam vẫn mang những yếu kém mang tính truyền thống của các doanh nghiệp Việt Nam như trình độ quản lý còn khá thấp. Phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ. Khả năng tiếp cận với công nghệ sản xuất tiên tiến, đặc biệt là công nghệ sinh học ứng dụng trong nuôi trồng thủy sản, còn hạn chế. Thương hiệu của thủy sản Việt Nam chưa có được vị trí xứng đáng trên thị trường, đặc biệt là tới người tiêu dùng Nhật Bản nói riêng cũng như thế giới nói chung. Hiện nay, các mặt hàng thủy sản của Việt Nam được xuất khẩu thông qua các nhà nhập khẩu Nhật Bản và được phân phối dưới nhiều thương hiệu khác nhau. Mặc dù đã có một số sản phẩm có chất lượng cao đã bắt đầu xuất hiện trên thị trường với thương hiệu của riêng mình, nhưng số đó vẫn còn rất ít.

Hai khó khăn cơ bản của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam hiện nay là nguồn nguyên liệu còn hạn chế và sự mất cân đối giữa khu vực sản xuất nguyên liệu và khu vực chế biến xuất khẩu. Phần lớn các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đều cho rằng vấn đề nghiêm trọng nhất hiện nay của họ là nguồn nguyên liệu không đảm bảo cả về số lượng và chất lượng. Điểm này càng được thể hiện rõ hơn khi thủy sản Việt Nam vấp phải những thị trường khó tính với những đòi hỏi khắt khe như Nhật Bản. Do những cơ sở nuôi trồng thủy sản chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của các vấn đề vệ sinh an toàn trong chăn nuôi thủy sản dẫn đến chất lượng nguồn nguyên liệu thủy sản đã không đáp ứng được yêu cầu của thị trường nhập khẩu. Những hạn chế cố hữu của người sản xuất nhỏ, tập trung vào lợi ích trước mắt đã khiến cho nuôi trồng thủy sản Việt Nam chưa phát huy hết được thế mạnh của mình. Những yếu kém trong vấn đề quy hoạch và thực hiện quy hoạch đã khiến cho các vùng nguyên liệu của thủy sản Việt Nam tương đối phân tán, không tận dụng được lợi thế quy mô và quan trọng nhất là không đảm bảo được các yêu cầu về bảo vệ môi trường. Không chỉ chất lượng sản phẩm mà cả tính bền vững của sản xuất và nuôi trồng thủy sản Việt Nam cũng luôn phải đương đầu với những khó khăn xuất phát từ điểm yếu này. Trong trường hợp này,

chỉ riêng sự cố gắng nỗ lực của bản thân các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu là chưa đủ.

Hạn chế thứ hai như là hệ quả của hạn chế thứ nhất. Khu vực sản xuất nguyên liệu chưa đáp ứng được nhu cầu và chưa theo kịp được khu vực chế biến xuất khẩu. Từ một phương diện, công suất chế biến lớn hơn công suất cung cấp nguyên liệu đã dẫn đến hiện tượng tranh mua tranh bán không chỉ làm ảnh hưởng đến giá cả năng lực cạnh tranh mà còn làm cho chất lượng giảm sút. Hơn nữa, nguồn nguyên liệu để đưa vào chế biến đem đi xuất khẩu là từ các nhà sản xuất nhỏ lẻ, mua bán qua trung gian, nên khó hình thành được chuỗi giá trị chuyên nghiệp. Đây là một trong những nỗi lo lắng của các doanh nghiệp xuất khẩu tôm vào thị trường Nhật Bản.

2.6 Một số bài học kinh nghiệm từ thực tiễn hàng hoá xuất khẩu Việt Nam vượt rào cản phi thuế quan

Những phân tích trong chương hai về hệ thống các rào cản phi thuế quan tại 03 thị trường chủ yếu (Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản) đối với 03 mặt hàng xuất khẩu chiến lược (dệt may, da giày, thuỷ sản) của Việt Nam đã cho thấy ảnh hưởng to lớn của các rào cản này với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Việc khái quát một số bài học kinh nghiệm sẽ tạo cơ sở cho các doanh nghiệp vượt qua các rào cản phi thuế quan một cách có hiệu quả hơn.

Thứ nhất, các rào cản phi thuế quan thường được áp dụng khi lượng hàng hoá nhập khẩu có khối lượng lớn, có vị trí quan trọng trên thị trường, có khả năng tác động đến hàng sản xuất nội địa. Các cơ quan hữu quan sẽ đặt các hàng hoá trên vào trong sự theo dõi đặc biệt và có thể khởi động các rào cản vào thời điểm thích hợp. Từ các mặt hàng dệt may cho tới da giày và thuỷ sản, Việt Nam đều nằm trong các nhà xuất khẩu hàng đầu vào thị trường. Và khi lượng hàng hoá nhập khẩu lớn thì sẽ bị chú ý nhiều hơn, Do vậy, việc kiểm soát lượng hàng xuất khẩu có ý nghĩa rất quan trọng.

Thứ hai, các rào cản phi thuế quan thường đa dạng và đánh trúng vào điểm yếu của hàng nhập khẩu. Tùy thuộc vào từng thị trường và mặt hàng, các cơ quan quản lý tại thị trường nhập khẩu sẽ áp dụng các rào cản kỹ thuật hoặc các biện pháp hành chính nhằm hạn chế sự gia tăng của lượng hàng nhập khẩu. Mặc dù hệ thống các rào cản phi thuế quan là khá đa dạng và phức tạp nhưng cũng có thể dự đoán trước các rào cản sẽ

được áp dụng do các biện pháp này sẽ tập trung vào các điểm yếu nhất của hàng hoá nhập khẩu. Nếu hàng nhập khẩu có mức giá quá thấp, thuế chống bán phá giá sẽ được áp dụng. Nếu quy trình sản xuất có vấn đề thì các tiêu chuẩn về môi trường và trách nhiệm xã hội sẽ được áp dụng.

Thứ ba, Chất lượng sản phẩm là yếu tố quyết định trong việc vượt rào cản. Khả năng cạnh tranh về giá có ý nghĩa sống còn trong việc xác định vị thế của hàng nhập khẩu trên thị trường nhưng chất lượng sản phẩm mới là yếu tố quan trọng nhất trong việc duy trì khả năng cạnh tranh cũng như vượt qua các rào cản. Điểm mới ở đây là chất lượng phải được hiểu theo một nội dung rộng lớn hơn từ chất lượng nguồn nguyên liệu, chất lượng của quy trình sản xuất tới chất lượng của sản phẩm cuối cùng. Áp dụng các bộ tiêu chuẩn quốc tế như ISO, SA trở thành yêu cầu tất yếu đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Thứ tư, vai trò đặc biệt của Chính phủ và sự phối hợp công – tư. Các doanh nghiệp không đủ khả năng để tự giải quyết mọi vấn đề khi vấp phải các rào cản phi thuế quan. Các hoạt động ngoại giao, đàm phán ở cấp chính phủ sẽ giải quyết được các vướng mắc không chỉ về pháp lý mà còn tạo ra sự hiểu biết và tôn trọng lẫn nhau cao hơn, mở đường cho việc dỡ bỏ các rào cản phi thuế quan. Các doanh nghiệp và Chính phủ phải có cùng một quyết tâm và chủ trương hành động để thoả mãn những yêu cầu của thị trường như trong trường hợp của xuất khẩu thuỷ sản vào Nhật Bản. Điểm yếu lớn nhất hiện nay là vai trò của các hiệp hội còn khá mờ nhạt.

Thứ năm, Phòng hơn chống. Kinh nghiệm cho thấy việc thoả mãn các yêu cầu của thị trường và tìm các biện pháp tháo gỡ vướng mắc sẽ đỡ tốn kém hơn nhiều so với việc dỡ bỏ các rào cản một khi chúng đã được thực hiện. Nếu các doanh nghiệp thuỷ sản Việt Nam quan tâm đến chất lượng nguồn nguyên liệu tốt hơn thì có lẽ kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản đã không bị chững lại trong năm 2006 và năm 2007.

Tóm lại, hoạt động xuất khẩu Việt Nam, đặc biệt là sau khi Việt Nam gia nhập WTO đã tăng trưởng vượt bậc trong thời gian gần đây. Đó cũng là một trong những

nguyên nhân dẫn đến việc các mặt hàng xuất khẩu Việt Nam bị các nước nhập khẩu chú ý và đưa ra các rào cản phi thuế quan.

Phần lớn các rào cản tập trung vào điểm yếu của hàng hoá nhập khẩu. Đối với dệt may là tiêu chuẩn xã hội, đối với da dày là mức giá thấp và với thủy sản là dư lượng kháng sinh. Nhìn chung các nước nhập khẩu đều tìm hiểu và phân tích rất sâu sắc hàng hoá nhập khẩu nói chung và Việt Nam nói riêng trước khi đưa ra các rào cản kỹ thuật.

Các doanh nghiệp Việt nam đã gặp nhiều khó khăn khi đối mặt với hệ thống rào cản phi thuế quan. Mặc dù đã có nhiều cố gắng, nhưng do những khó khăn về nguồn nguyên liệu, nhân lực, công nghệ, khả năng cạnh tranh cũng như thị phần của các doanh nghiệp và hàng hoá Việt Nam đã bị ảnh hưởng. Việc tổ chức phối hợp để nâng cao thương hiệu quốc gia, chất lượng sản phẩm giữa các doanh nghiệp, các Hiệp hội và các Cơ quan Chính phủ chưa thực sự hiệu quả, cũng là một nguyên nhân hạn chế khả năng vượt rào của hàng hoá và các doanh nghiệp Việt Nam.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VÀ GIẢI PHÁP VƯỢT QUA CÁC RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ VIỆT NAM

3.1 Xu hướng và mục tiêu phát triển của xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam

Trong Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương) đã đệ trình lên Chính Phủ Việt Nam xem xét và quyết định ban hành vào tháng 03/2006 đã nhấn mạnh các thành tựu và kết quả thu được của xuất khẩu Việt Nam những năm 2001-2005 và các đề xuất định hướng cơ cấu ngành hàng xuất khẩu cùng thị trường xuất khẩu trong năm 2006-2010.

Mục tiêu tổng quát của hoạt động xuất 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; 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; gắn thị trường với sản xuất; 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) 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.

Các chỉ tiêu cụ thể được thể hiện như sau:

3.1.1 Về qui mô và tốc độ tăng trưởng

Trên cơ sở các đánh giá, dự báo về khả năng sản xuất, diễn biến giá cả xuất khẩu, thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn tới, Đề án đưa ra các chỉ tiêu về quy mô và tốc độ tăng trưởng các nhóm hàng xuất khẩu của Việt Nam như sau: Phấn đấu tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trung bình cả giai đoạn 2006-2010 đạt mức 17,5%/năm (xem bảng 3.1).

Bảng 3.1: Định hướng về kim ngạch và tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2006-2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng số	45.312	17,8	53.411	17,9	62.022	16,1	72.547	17,0	271.735	17,5
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	7.928	8,0	8.533	7,6	9.223	8,1	9.917	7,5	42.942	7,7
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	8.192	2,1	8.613	5,2	7.077	-17,8	6.988	-1,3	38.891	-3,1
- Nhóm công nghiệp và TCMN	21.629	22,5	26.451	22,3	32.415	22,6	39.231	21,0	137.375	22,1
- Nhóm hàng khác	7.564	39,3	9.830	30,0	13.370	36,0	16.503	23,4	52.697	30,4

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương)

Những chỉ tiêu trên thể hiện rõ quan điểm “Coi việc tập trung đầu tư vào nhóm hàng công nghiệp để mở rộng sản xuất, khai thác thêm những mặt hàng mới, thị trường mới và đổi mới công nghệ chế biến, nâng cao giá trị gia tăng của nhóm hàng nông sản là hai khâu trọng tâm để đẩy mạnh tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2006-2010”. Quan điểm này dựa trên những nhận định quan trọng sau:

Thứ nhất, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng nguyên, nhiên liệu sẽ có xu hướng giảm dần do tác động của sự sụt giảm khối lượng xuất khẩu dầu thô và than đá theo kế hoạch đã được đề ra trong những năm tiếp theo; đặc biệt là kể từ năm 2009, khi Nhà máy lọc dầu số 1 dự kiến bắt đầu đi vào hoạt động và sẽ sử dụng nguồn dầu thô trong nước.

Thứ hai, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản sẽ có xu hướng tăng dần nhưng với biên độ thấp do gặp phải nhiều hạn chế về khả năng mở rộng qui mô nuôi, trồng và chủ yếu phải dựa vào gia tăng hàm lượng chế biến để nâng cao giá trị xuất khẩu.

Thứ ba, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ sẽ có xu hướng tăng mạnh do có nhiều điều kiện để mở rộng qui mô sản xuất (đặc biệt là thông qua hoạt động của các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ bắt đầu đi vào hoạt động trong giai đoạn này), phát triển thị trường mới, mặt hàng mới, đồng thời nâng cao giá trị gia tăng nhờ đổi mới công nghệ.

Trên thực tế, kim ngạch xuất khẩu năm 2007 đạt 48,38 tỷ USD, vượt 8% so với kế hoạch và 21.5% so với năm 2006. Điều này cho thấy tốc độ tăng trưởng thực tế trong cả giai đoạn có nhiều khả năng cao hơn mức dự báo.

3.1.2 Về cơ cấu hàng hoá 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 theo hướng nhóm hàng nông, lâm, thủy sản sẽ 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 như trong bảng 3.2. 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.

Bảng 3.2: Kim ngạch và cơ cấu của từng nhóm hàng đến 2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hoá	45.312	100	53.411	100	62.022	100	72.547	100	271.735	100
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	7.928	17,5	8.533	16,0	9.223	14,9	9.917	13,7	42.942	15,8
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	8.192	18,1	8.613	16,1	7.077	11,4	6.988	9,6	38.891	14,3
- Nhóm công nghiệp và TCMN	21.629	47,7	26.451	49,5	32.415	52,3	39.231	54,1	137.375	50,6
- Nhóm hàng khác	7.564	16,7	9.830	18,4	13.370	21,6	16.503	22,7	52.697	19,4

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương)

Đề án cũng đưa ra chỉ tiêu xuất khẩu cụ thể của từng mặt hàng trong từng nhóm hàng theo cả giai đoạn (bảng 3.3) như sau:

♦ **Nhóm nhiên liệu, khoáng sản:**

- Dầu thô: Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ bắt đầu giảm mạnh từ năm 2009 trở đi do sản lượng khai thác được sẽ dành một phần để phục vụ cho hoạt động của nhà máy lọc dầu trong nước. Theo kế hoạch dự kiến, lượng dầu thô xuất khẩu năm 2006 là 18,7 triệu tấn, năm 2007 là 19 triệu tấn, năm 2008 là 20 triệu tấn và bắt đầu giảm từ năm 2009 xuống còn 16 triệu tấn, năm 2010 còn 15,6 triệu tấn. Mức giá dự tính sẽ vẫn dao động ở mức cao, trung bình khoảng 54 USD/thùng (tương đương với khoảng 400 USD/tấn). Tuy nhiên, trên thực tế lượng dầu thô xuất khẩu năm 2006 đạt hơn 16,3 triệu tấn và năm 2007 chỉ còn 15,2 triệu tấn, giảm 7,4%. Tuy nhiên do mức

giá dầu tăng cao tới 90 - 100 USD/ thùng nên kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này không giảm mà vẫn tăng nhẹ.

- Than đá: Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này cũng sẽ giảm dần do chủ trương hạn chế xuất khẩu tài nguyên của Nhà nước. Theo kế hoạch dự kiến, xuất khẩu than sẽ duy trì ở mức 11 triệu tấn trong năm 2006 - 2007 và năm 2008 giảm xuống còn 10 triệu tấn, năm 2009 còn 9 triệu tấn và năm 2010 còn 8 triệu tấn. Mức giá bình quân dự tính đạt 35 - 40 USD/tấn.

- Quặng và các loại khoáng sản chế biến khác: Hiện tại, nhóm hàng này đang có qui mô xuất khẩu khoảng 145 triệu USD và tăng mạnh trong một số năm gần đây, chủ yếu bao gồm các loại quặng sắt, đồng, bôxít nhôm. Dự kiến xuất khẩu của nhóm khoáng sản này trong giai đoạn 2006-2010 tăng bình quân 28,1%/năm và đạt khoảng 500 triệu USD vào năm 2010.

Bảng 3.3: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản đến 2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng cả nhóm	8.192	2,1	8.613	5,2	7.077	-17,8	6.988	-1,3	38.891	-3,1
Tỷ trọng trong tổng KNXX	18,1		16,1		11,4		9,6		14,3	
- Dầu thô	7.506	1,6	7.901	5,3	6.321	-20,0	6.163	-2,5	35.280	-3,5
- Than đá	447	0,0	407	-9,1	366	-10,0	325	-11,1	1.993	-13,4
- Khoáng sản khác	238	28,1	305	28,1	390	28,1	500	28,1	1.619	28,1

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương)

Kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản năm 2007 chỉ tăng nhẹ 0,2 tỷ USD so với năm 2006. Kết quả là tỷ trọng của nhóm hàng này trong kim ngạch xuất khẩu tiếp tục giảm theo đúng kế hoạch.

♦ Nhóm nông, lâm, thủy sản:

Trong cả giai đoạn 2006-2010, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sẽ tăng trưởng bình quân 7,7%/năm; tỷ trọng có xu hướng giảm dần nhưng không đáng kể, từ

19,1% năm 2006 xuống 13,7% năm 2010. Việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu của hầu hết các mặt hàng trong nhóm hàng này, đều chủ yếu dựa trên yếu tố nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu. Năm 2007 đánh dấu một năm thành công của xuất khẩu nông lâm thủy sản với kim ngạch xuất khẩu đạt 12,5 tỷ USD, tăng 20,6% so với năm 2006. Trong đó, xuất khẩu nông lâm sản đạt 8,7 tỷ USD, xuất khẩu thủy sản đạt 3,8 tỷ USD.

Bảng 3.4: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản đến 2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng cả nhóm	7.928	8,0	8.533	7,6	9.223	8,1	9.917	7,5	42.942	7,7
Tỷ trọng trong tổng KNXX	17,5		16,0		14,9		13,7		15,8	
- Thủy sản	3.323	7,3	3.547	6,8	3.772	6,3	3.997	6,0	17.737	7,9
- Gạo	1.226	1,3	1.272	3,7	1.312	3,2	1.363	3,8	6.384	-0,6
- Cà phê	821	6,6	862	4,9	912	5,9	958	5,0	4.324	5,4
- Rau quả	363	24,5	452	24,6	562	24,4	703	25,0	2.371	24,5
- Cao su	882	5,3	909	3,1	935	2,8	980	4,8	4.543	4,0
- Hạt tiêu	202	13,9	227	12,2	257	13,0	296	15,4	1.160	14,6
- Nhân điều	728	17,5	826	13,5	971	17,5	1.068	10,0	4.213	16,3
- Chè các loại	133	14,0	155	17,0	182	17,2	189	4,0	775	14,3
- Lạc nhân	49	11,1	49	0	49	0	49	0	238	8,0
- Sản các loại (sản lát, tinh bột và bột vo viên)	202	16,0	234	16,0	272	16,0	315	16,0	1.197	16,0

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương)

Hầu hết các mặt hàng nông, lâm sản xuất khẩu chủ lực đều tăng cả về sản lượng và giá trị xuất khẩu, trong đó cà phê đạt 1,2 triệu tấn, đạt kim ngạch 1,86 tỷ USD, tăng 50% so với năm 2006; cao su đạt 719.000 tấn, kim ngạch là 1,4 tỷ USD, tăng 10%; hạt điều đạt 153.000 tấn, kim ngạch ước 649 triệu USD; chè đạt 114.000 tấn, kim ngạch khoảng 131 triệu USD. Một số mặt hàng đã có sự tiến bộ vượt bậc về đơn giá xuất

khẩu nhờ cả hai yếu tố là nâng cao chất lượng và tình hình thị trường thuận lợi như hạt tiêu, chè, gạo, vv.

- ♦ Nhóm sản phẩm công nghiệp và thủ công mỹ nghệ:

Bảng 3.5: Kim ngạch và tỷ trọng của nhóm hàng CN và thủ công mỹ nghệ đến 2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng cả nhóm	21.629	22,5	26.451	22,3	32.415	22,6	39.231	21,0	137.375	22,1
Tỷ trọng trong tổng KN XK	47,7		49,5		52,3		54,1		50,6	
- Dệt may	6.527	20,1	7.557	15,8	8.750	15,8	10.067	15,1	38.336	15,8
- Giày dép	4.139	16,7	4.830	16,7	5.635	16,7	6.576	16,7	24.727	16,7
- Điện tử, linh kiện máy tính	2.276	21,1	2.870	26,1	3.662	27,6	4.651	27,0	15.339	26,7
- Thủ công mỹ nghệ	821	24,0	997	21,5	1.214	21,7	1.511	24,5	5.204	21,6
- Sản phẩm gỗ	2.782	28,6	3.555	27,8	4.482	26,1	5.564	24,1	18.546	28,9
- Sản phẩm nhựa	650	30,0	845	30,0	1.099	30,0	1.300	18,3	4.394	30,0
- Xe đạp và phụ tùng	324	26,0	406	25,4	509	25,3	617	21,2	2.112	32,8
- Dây điện, cáp điện	875	31,8	1.137	29,9	1.509	32,7	2.022	34,0	6.206	31,1
- Thép và các sản phẩm từ gang thép	620	24,0	770	24,2	955	24,0	1.220	27,7	4.065	25,0
- Máy biến thế và động cơ điện	435	24,3	545	25,3	680	24,8	850	25,0	2.860	24,9
- Giấy bìa và sản phẩm từ giấy bìa	200	33,3	266	33,0	332	24,8	415	25,0	1.363	29,3
- Túi xách, vali, mũ, ô dù	590	13,5	675	14,4	770	14,1	880	14,3	3.435	13,6
- Hoá mỹ phẩm và chất tẩy rửa	390	30,0	485	24,4	570	17,5	680	19,3	2.425	25,3
- Săm lốp ô tô xe máy	380	22,6	460	21,1	550	19,6	650	18,2	2.350	20,6
- Dụng cụ cầm tay	140	40,0	195	39,3	250	28,2	320	28,0	1.005	35,5
- Vật liệu xây dựng	80	33,3	110	37,5	150	36,4	210	40,0	610	36,1
- Đóng tàu	400	60,0	750	87,5	1.300	73,3	1.700	30,8	4.400	62,5

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công thương)

Giai đoạn 2006-2010, nhóm sản phẩm công nghiệp và thủ công mỹ nghệ dự kiến sẽ là nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất đạt 36,3%/năm, chiếm 50,6% tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 của cả nước. Tỷ trọng của nhóm hàng này sẽ có thể tăng khá mạnh qua các năm với nhiều mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn như dệt may, giày dép, sản phẩm gỗ, điện tử và linh kiện máy tính đạt tốc độ tăng khá. Dự kiến tỷ trọng của nhóm này tăng lên 54,1% vào năm 2010 với kim ngạch đạt được trên 39 tỷ USD.

Số liệu tại bảng 2.4 về kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu năm 2007 cho thấy phần lớn các mặt hàng thuộc nhóm này đều có tốc độ tăng trưởng cao, đóng góp 3,7 tỷ USD (tương đương gần 40%) vào giá trị tăng thêm của kim ngạch xuất khẩu năm 2007. Trong nhóm hàng này, việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu của hầu hết các mặt hàng đều tập trung vào yếu tố gia tăng qui mô xuất khẩu, trong đó bao gồm cả các mặt hàng mới nổi có nhiều tiềm năng phát triển.

3.1.3 Về thị trường xuất khẩu

Bảng 3.6: Kim ngạch theo từng khu vực thị trường đến 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, Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương) Việt Nam.

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 khu vực thị trường châu Á:

Giai đoạn 2006-2010, phần đầu xuất khẩu vào khu vực châu Á tăng trưởng bình quân 14,1%/năm và đến năm 2010 đạt khoảng 33 tỷ USD, tỷ trọng giảm xuống còn khoảng 45,5%. Trong đó, định hướng một số thị trường - mặt hàng xuất khẩu trọng tâm trong khu vực này như sau:

ASEAN vẫn là thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam do có gần gũi về mặt địa lý cũng như có nhiều thuận lợi về hợp tác thương mại nội khối. Các mặt hàng trọng tâm xuất khẩu vào thị trường này vẫn tiếp tục là các loại hàng hoá tiêu dùng, gạo, thực phẩm, nông sản chế biến và một số loại sản phẩm điện, điện tử.

Nhật Bản, thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam sau Hoa Kỳ, đang có tốc độ tăng cao. Đối với thị trường Nhật Bản cần chú trọng vào các mặt hàng xuất khẩu gồm: thủy sản, dệt may, dây điện và cáp điện, điện tử và linh kiện, sản phẩm gỗ, giày dép, hàng thủ công mỹ nghệ và một số mặt hàng nông sản như cà phê, rau quả, cao su.

Trung Quốc, thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam và còn rất nhiều tiềm năng để khai thác, đặc biệt là sau các chuyến thăm giữa lãnh đạo cấp cao hai nước trong thời gian gần đây. Cơ cấu nhập khẩu hàng Việt Nam của Trung Quốc khá đa dạng song vẫn tập trung vào một số nhóm hàng chủ yếu là cao su, thủy sản, hạt điều, rau quả và các loại khoáng sản thô.

Đối với khu vực thị trường châu Âu:

Phần đầu xuất khẩu vào khu vực châu Âu tăng trưởng bình quân 18,9%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 15,9 tỷ USD và tỷ trọng giữ ở mức khoảng 22%. Trong đó,

định hướng một số thị trường - mặt hàng xuất khẩu trọng tâm trong khu vực này như sau:

EU, với 25 quốc gia thành viên, sẽ là thị trường đầy tiềm năng để xuất khẩu các các mặt hàng nông - thủy sản chế biến, các mặt hàng công nghiệp nhẹ như dệt may, giày dép và các sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Tuy nhiên, yếu tố tiêu chuẩn chất lượng cần được đặt lên hàng đầu khi xuất khẩu vào thị trường khó tính này.

Nga và các nước Đông Âu là những thị trường lớn và không quá khó tính. Việc mở rộng khai thác các thị trường này trong giai đoạn 2006-2010 cần được đẩy mạnh và cần được coi là một nội dung cơ bản trong chiến lược phát triển thị trường. Các mặt hàng chủ yếu đưa vào thị trường này là cao su, chè, thực phẩm, rau quả, hoá mỹ phẩm, dệt may, giày dép.

Đối với khu vực thị trường châu Mỹ:

Phần đầu xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng trưởng bình quân 19,4%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 17,4 tỷ USD và tỷ trọng ở mức 24%, 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.

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.

Đối với khu vực thị trường châu Phi:

Phần đầu tăng trưởng xuất khẩu vào khu vực thị trường này đạt mức 23,3%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 2,8 tỷ USD và chiếm tỷ trọng khoảng 2,8%. Tập trung ưu tiên phát triển một số thị trường trọng điểm có sự ổn định cao và còn nhiều tiềm năng như Nam Phi, Ai Cập, Maroc, Tanzania. Trong đó, Nam Phi vẫn là thị trường trọng tâm của khu vực này để từ đây xâm nhập sang các quốc gia khác.

Một số mặt hàng cần tập trung khai thác trong thời gian tới là thủy sản, đồ gỗ, hàng cơ khí, máy móc động cơ điện, thủ công mỹ nghệ hoá mỹ phẩm, nông sản, cà phê, hạt tiêu... Những khó khăn về vận chuyển và thanh toán vẫn là rào cản lớn nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam vào khu vực thị trường này.

Đối với khu vực thị trường châu Đại Dương:

Trọng tâm vẫn là thị trường Australia và New Zealand. Phần đầu duy trì mức tăng trưởng khá ở khu vực thị trường này, ổn định tăng trưởng ở mức khoảng 15,7%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 5,6 tỷ USD và chiếm tỷ trọng khoảng 7,7%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính cần tập trung khai thác ở khu vực thị trường này là dệt may, giày dép, thủy sản, xe đạp, đồ nội thất, hàng thủ công mỹ nghệ, gốm sứ, cà phê, hạt điều.

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, phần đầu 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.

Số liệu bảng 2.5 về kim ngạch xuất khẩu cho các thị trường trọng điểm năm 2007 cho thấy một số thị trường chủ lực như Hoa Kỳ, ASEAN, EU tăng khá cao thì một số thị trường quan trọng khác tăng chậm hoặc giảm như Trung Quốc, Nhật Bản và Australia. Cần phải có những biện pháp tích cực hơn nhằm thúc đẩy xuất khẩu vào các thị trường này.

3.1.4 Về các chủ thể tham gia xuất khẩu

Cùng với định hướng chung là tiếp tục thu hút sự tham gia mạnh mẽ đầu tư của khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài để nâng cao năng lực sản xuất và chuyển giao công nghệ cho các ngành sản xuất hàng hoá xuất khẩu trong nước, khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sẽ tiếp tục nâng dần tỷ trọng đóng góp trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2006-2010. Năm 2007, kim ngạch của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 56,9% kim ngạch xuất khẩu của cả nước, đạt 27,3 tỷ USD, tăng 18,6% so với năm 2006; khu vực doanh nghiệp 100% vốn trong nước tăng 23,1% so với năm 2006. Dự kiến, đến năm 2010 khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sẽ đóng góp khoảng 67%, khu vực doanh nghiệp 100% vốn đầu tư trong nước đóng góp 33% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Bảng 3.7: Kim ngạch theo loại hình doanh nghiệp 2006-2010

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Giai đoạn 2006-2010	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hoá	45.312	100	53.411	100	62.022	100	72.547	100	271.735	100
Doanh nghiệp 100% vốn trong nước	18.261	40,3	18.694	35,0	20.963	33,8	23.940	33,0	98.096	36,1
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	27.051	59,7	34.717	65,0	41.058	66,2	48.606	67,0	173.639	63,9

Nguồn: Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương) Việt Nam.

Kết quả xuất khẩu năm 2007 tiếp tục khẳng định những xu thế cơ bản đã được xác định trong Đề án Phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương) Việt Nam. Những định hướng này sẽ làm cơ sở cho các nghiên cứu về xu thế của các rào cản phi thuế quan đối với hàng xuất khẩu Việt Nam.

Từ đó đề xuất các giải pháp đối với các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước trong nỗ lực vượt qua các rào cản này.

Những biến động của nền kinh tế thế giới (khủng hoảng tài chính tại Mỹ, giá dầu tăng cao, lạm phát trên phạm vi toàn cầu) và của Việt Nam (nhập siêu, biến động tỷ giá, lạm phát cao) trong nửa đầu năm 2008 có những tác động sâu sắc tới hoạt động xuất khẩu nói chung và năng lực vượt rào cản nói riêng. Tuy nhiên những tác động này mang tính dài hạn và đòi hỏi có thời gian để tiếp tục nghiên cứu.

3.2 Khả năng áp dụng các rào cản phi thuế quan của một số thị trường chủ yếu đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

Như đã trình bày ở chương 1, sự liên kết sâu rộng giữa các quốc gia trong nền kinh tế toàn cầu đã dẫn đến hàng rào thuế quan ngày càng bị cắt giảm, thay vào đó là các hàng rào phi thuế quan. Hơn nữa, do tính chất không rõ ràng, các rào cản phi thuế quan có tác dụng hạn chế nhập khẩu nhiều hơn. Tuy nhiên, tùy theo đặc điểm và tập quán tiêu dùng cũng như hệ thống pháp luật của từng thị trường, thì các rào cản phi thuế quan đối với từng nhóm hàng cũng khác nhau. Trong phạm vi phần này sẽ tập trung làm rõ một số xu hướng chủ yếu của hệ thống rào cản phi thuế quan đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tại những khu vực thị trường lớn đã được khẳng định trong định hướng xuất khẩu (phần 3.1) cũng như những phân tích tại chương 2.

Thứ nhất, Các nền kinh tế lớn luôn sẵn sàng áp dụng các rào cản pháp lý chống lại hàng hóa nhập khẩu khi cần thiết

Tuy có những biến động theo tình hình thực tiễn của thị trường thế giới nhưng nhìn chung cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam luôn ở trong khoảng: Hoa Kỳ chiếm 20%; EU chiếm 20%; Nhật Bản chiếm 15%; ASEAN chiếm 15%; Trung Quốc chiếm 10%. Rõ ràng là thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam chủ yếu tập trung vào các nước công nghiệp phát triển và các nước đã là thành viên chính thức của WTO. Thực tiễn trong những năm vừa qua cũng như những diễn biến gần đây cho

thấy các nền kinh tế này không ngăn ngại khởi động các biện pháp hành chính, phân biệt đối xử hay trừng phạt hàng nhập khẩu khi sản xuất nội địa của họ bị đe dọa.

Trong Báo cáo về chính sách thương mại năm 2006 và định hướng năm 2007 của Hoa Kỳ, Tổng thống Bush khẳng định cam kết của chính quyền Mỹ tiếp tục theo đuổi mục tiêu thương mại tự do và công bằng trên phạm vi toàn cầu thông qua những nỗ lực tự do hóa thương mại khu vực, song phương và đa phương và đảm nhiệm trọng trách nặng nề của “đầu tàu kinh tế thế giới”, “nhạc trưởng trong đàm phán thương mại đa biên”. Chính quyền Mỹ cam kết tiếp tục củng cố và mở rộng quan hệ thương mại với các nước, các khu vực trên thế giới trên cơ sở bảo đảm các quy tắc, luật lệ thương mại công bằng và được áp dụng đồng nhất. Nhận thức rõ lợi ích mà Vòng đàm phán Doha sẽ mang lại cho không chỉ nước Mỹ mà cả thế giới, chính phủ Mỹ quyết tâm cùng các Thành viên WTO sớm giải quyết những vướng mắc, bất đồng quan điểm để đi đến một thỏa thuận tổng thể và cân bằng quyền lợi, nghĩa vụ giữa các nước tham gia. Cuối cùng, Mỹ kiên định quan điểm về một hệ thống thương mại toàn cầu dựa trên nền tảng luật lệ thương mại công bằng và sẽ tiếp tục đẩy mạnh công tác giám sát, giải quyết tranh chấp để bảo đảm rằng các đối tác thương mại tuân thủ nghiêm túc các quy tắc và cam kết thương mại. Trong bối cảnh đó, một mặt, Hoa Kỳ, kiên quyết yêu cầu các đối tác thương mại tôn trọng các cam kết WTO và cam kết song phương, mặt khác, chính quyền Bush đã đẩy mạnh hoạt động giám sát và bảo đảm các bạn hàng thực thi cam kết thương mại thông qua kênh chính thức và phi chính thức.

Dựa trên những quy định hiện hành trong hệ thống pháp luật, Hoa Kỳ tương đối dễ dàng thông qua một đạo luật nhằm bảo vệ quyền lợi cho một ngành công nghiệp nội địa nào đó. Chính quyền Mỹ thường xuyên áp dụng công cụ bảo hộ thương mại thông qua các biện pháp trừng phạt đối với hàng nhập khẩu như áp thuế chống bán phá giá đối với các hàng nhập khẩu, tái áp dụng hạn ngạch hay áp dụng cơ chế theo dõi giám sát. Thậm chí, nhiều điều khoản của Luật chống bán phá giá Hoa Kỳ đi ngược lại tinh thần tự do hoá thương mại như các doanh nghiệp đi kiện bán phá giá sẽ được Chính phủ bồi thường thiệt hại trích từ khoản thuế chống bán phá giá mà Chính phủ áp đặt lên nước bán phá giá.

Không chỉ có Hoa Kỳ, EU cũng thường xuyên sử dụng rào cản pháp lý đối với hàng nhập khẩu đối với những mặt hàng mang tính “nhạy cảm” sử dụng nhiều lao động địa phương như dệt may, da giày hay nông sản. Nhìn từ phương diện tổng thể, EU hiện nay vẫn có thậm chí hạn chế thương mại lớn với Trung Quốc và trong một chừng mực khiêm tốn hơn là Việt Nam. Chính vì vậy, EU có vị thế và lợi thế trong việc triển khai các biện pháp hành chính như thuế chống bán phá giá, tái áp dụng hạn ngạch như đã làm với dệt may Trung Quốc, da giày Việt Nam và Trung Quốc. Không chỉ có EU, một số nền kinh tế lớn khác trên thế giới như Nga, Canada cũng có thể khởi động những biện pháp này ngay khi lợi ích của các nhà sản xuất trong nước bị đe dọa.

Như đã phân tích trong chương 1, các biện pháp hành chính thường chỉ tập trung áp dụng đối với hàng nhập khẩu, như vậy, chúng tác động trực tiếp và mạnh mẽ tới lượng hàng nhập khẩu. Tạo cơ hội cho sản xuất nội địa trong thời gian ngắn. Hơn nữa, các thủ tục cho việc khởi động các biện pháp này cũng không quá khó khăn ngay cả trong khuôn khổ của WTO. Các quá trình giải quyết cũng mang tính phức tạp và phụ thuộc khá nhiều vào ý chí chủ quan. Do vậy, trong bối cảnh phức tạp như hiện nay, các nền kinh tế lớn sẽ áp dụng các biện pháp này thường xuyên hơn như là các giải pháp tình thế trong ngắn hạn.

Thứ hai, Các rào cản kỹ thuật tập trung vào các yếu tố môi trường và xã hội đối với toàn bộ quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Khác với các rào cản pháp lý, các rào cản kỹ thuật thường mang tính dài hạn và nó có thể được áp dụng với cả các nhà sản xuất nội địa. Tuy nhiên do sự chênh lệch về trình độ phát triển kinh tế xã hội, sản xuất ở các nước phát triển dễ dàng đạt được các tiêu chuẩn này hơn so với các nước đang phát triển. Hơn nữa, các tiêu chuẩn này được xây dựng cho những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của các nước đang phát triển. Chính vì những lý do đó, các tiêu chuẩn này trở thành rào cản kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước đang phát triển. Điểm mới trong hệ thống các rào cản kỹ thuật là các tiêu chuẩn này không chỉ tập trung vào sản phẩm cuối cùng mà còn gắn với toàn bộ quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, từ các nguồn nguyên vật liệu tới quy

trình sản xuất, vận chuyển, tiêu thụ và người lao động tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm.

Bên cạnh những yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm xã hội như đã phân tích chi tiết tại các phần của chương 2, các thị trường nhập khẩu lớn như EU và Hoa Kỳ, Nhật Bản vẫn tiếp tục xây dựng các rào cản kỹ thuật ngày càng tinh vi và khắt khe hơn theo hướng chú trọng tới các tác động đến môi trường của sản phẩm và cũng như những đòi hỏi về trách nhiệm của các nhà sản xuất đối với công nhân của họ.

Ngay từ năm 2000, các nước thuộc khối Liên minh châu Âu (EU) đã chuẩn bị và thống nhất soạn thảo Luật về đăng kí, đánh giá và cấp phép các loại hóa chất (Reach). Trong suốt 6 năm, các nước thành viên EU đã bàn thảo và thống nhất quy định. Kể từ tháng 6/2007, Luật Reach đã bắt đầu có hiệu lực. Reach quy định rõ về việc đăng kí, đánh giá và cấp phép đối với các hóa chất thông qua các tiêu chuẩn, chi tiết cụ thể quy định việc sử dụng hóa chất trong sản xuất. Thông qua những quy định của Reach, EU muốn nâng cao sức cạnh tranh cho ngành sản xuất hóa chất của mình thông qua các hoạt động nghiên cứu, đồng thời bảo vệ sức khỏe, bảo vệ môi trường sống cho cộng đồng người tiêu dùng châu Âu. Và từ đầu năm 2008, các cơ quan quản lí hóa chất đã đi vào hoạt động, chính thức thực hiện việc đánh giá, cấp phép cho hóa chất. Bằng việc áp dụng Luật Reach cho hàng hóa trên thị trường, các nhà chức năng của EU tin tưởng rằng sẽ giảm được 10% các bệnh liên quan đến hóa chất ở các nước khu vực này. Vào tháng 6/2008, Ủy ban châu Âu sẽ xem xét và công bố danh sách các loại hóa chất được miễn đăng kí đối với những chất đã được biết rõ. Trong năm 2006, EU đã ban hành đạo luật “Nâng cao yêu cầu chất lượng với hàng hóa sử dụng năng lượng” (EuP) bao gồm một loạt tiêu chuẩn mới như quy định về hạn chế sử dụng chất độc hại trong các thiết bị điện tử (RoHS), quy định về vật phế thải điện tử (WEEE) và về hóa chất (Luật Reach nói trên). Đạo luật EuP được các chuyên gia đánh giá là “cửa ải khó vượt” ở thị trường EU đối với các sản phẩm sử dụng năng lượng (trừ xe hơi) như máy vi tính, ti vi, tủ lạnh, máy giặt... Cùng với đó, EuP có yêu cầu rất cao về thiết kế, chế tạo, sử dụng và chế độ hậu mãi đối với các sản phẩm điện, điện tử chiếu sáng văn phòng và đường phố. Theo quy định mới, kể từ ngày 11/8/2007 các nhà xuất khẩu

các sản phẩm sử dụng năng lượng sẽ phải thực thi quy định bảo vệ môi trường mới của EU. Chỉ thị EuP sẽ làm ảnh hưởng tới toàn bộ các khâu trong chuỗi ngành này- từ thiết kế, sản xuất, vận chuyển tới thải bỏ sản phẩm. Một ví dụ khác là khi xuất khẩu hàng nông sản vào thị trường Hoa Kỳ phải tuân thủ theo Dự luật 2002 về bảo vệ sức khỏe cộng đồng, phòng chống khủng bố sinh học có hiệu lực từ ngày 12/12/2003. Theo đó, các cơ sở chế biến và kinh doanh thực phẩm tại Hoa Kỳ phải đăng ký kê khai tất cả các loại thực phẩm. Các cơ sở ở ngoài Hoa Kỳ phải uỷ quyền người đại diện tại Hoa Kỳ đăng ký thay, phải thông báo tin tức trước khi xuất khẩu thực phẩm và phải thông báo trước khi hàng nhập cảng không quá 5 ngày. Nếu không, hàng có thể bị giữ tại cảng.

Những rào cản này sẽ có tác động hai chiều. Trước hết và trên danh nghĩa, nó sẽ bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và môi trường của các nước nhập khẩu. Sau đó chúng làm tăng chi phí sản xuất của hàng nhập khẩu, làm giảm sức cạnh tranh của hàng nhập khẩu so với hàng sản xuất trong nước. Nói cách khác, trên mọi phương diện thì các nước nhập khẩu sẽ thu được nhiều lợi ích hơn thông qua việc áp dụng các hàng rào kỹ thuật này.

Thứ ba, Dư lượng chất kháng sinh sẽ là rào cản lớn nhất đối với hàng nông thủy sản xuất khẩu

Nông sản (bao gồm cả thủy sản) luôn là các mặt hàng nhạy cảm đối với các thị trường như EU, Hoa Kỳ hay Nhật Bản. Không chỉ vì nó gắn với sự an toàn của toàn thể cộng đồng mà còn bởi một lý do quan trọng là các nước trên đều có những khoản trợ cấp khổng lồ cho nông nghiệp. Nông dân và nông sản luôn là đối tượng bảo vệ của các chính sách thương mại.

Đối với hàng thủy sản xuất khẩu, rào cản kỹ thuật lớn nhất hiện nay và trong tương lai gần sẽ là dư lượng kháng sinh. Các quy định hiện hành về an toàn thực phẩm, đặc biệt là các quy định có liên quan đến dư lượng kháng sinh trong TMQT đang có xu hướng được nâng cao quá mức và đã thực sự trở thành rào cản lớn đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Chẳng hạn, những quy định về dư lượng kháng sinh quá mức cần thiết và không có cơ sở khoa học của EU, Hoa Kỳ, Canada (quy định tỷ lệ

Chloramphenicol, Nitrofurantoin bằng 0) và yêu cầu giới hạn phát hiện của thiết bị kiểm tra 0,3/tỷ là vô lý và không thể đạt được.

Vấn đề khó khăn là ở chỗ các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản không thể hoàn toàn tự mình giải quyết được những quy định về dư lượng kháng sinh. Nguồn nguyên liệu mang ý nghĩa quyết định đối với việc sản phẩm xuất khẩu có đạt được hay không các tiêu chuẩn này. Chính vì vậy, các giải pháp đối với dư lượng kháng sinh phải mang tính dài hạn và tổng thể.

Thứ tư, Quyền sở hữu trí tuệ sẽ là một rào cản lớn buộc các nền kinh tế đang phát triển phải xuất khẩu dưới dạng thô với hàm lượng giá trị gia tăng thấp

Theo quy định chung của nhiều nước, hàng hoá mang nhãn mác (trade mark) giả sẽ bị tịch thu và tiêu huỷ, hải quan sẽ bảo hộ các lô hàng mang thương hiệu (trade names) đã đăng ký (recorded) theo quy định. Nhãn hiệu giả là nhãn hiệu làm giống, hầu như khó phân biệt với một nhãn hiệu đã đăng ký. Bên cạnh việc đăng ký nhãn hiệu cũng cần thiết phải đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, các sáng chế. Ngoài ra, nhiều nước cũng có quy định mọi hàng hoá nhập khẩu đều phải ghi tên xuất xứ tại một vị trí dễ thấy, bằng cách nào đó để không thể phai mờ, và tùy theo bản chất hàng hoá cho phép được miễn trừ. Hiện nay, Việt Nam đang đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thực phẩm chế biến, giày dép, quần áo, hàng thủ công mỹ nghệ, thủy hải sản và một số sản phẩm chế biến khác như đồ gỗ, đồ nhựa, xe đạp và phụ tùng. Tuy nhiên, tới 90% hàng Việt Nam vẫn còn phải vào thị trường thế giới thông qua trung gian hoặc xuất khẩu sản phẩm thô. Trước mắt, phương thức này sẽ giúp hàng hoá Việt Nam tiếp cận nhanh hơn với thị trường thế giới và loại bỏ một số rào cản trong TMQT. Tuy nhiên, nếu chỉ tiếp tục như vậy, thì việc xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sẽ ngày càng lệ thuộc vào thương hiệu của nước ngoài, hiệu quả hoạt động xuất khẩu sẽ không có khả năng nâng cao. Người tiêu dùng nước ngoài tiêu thụ sản phẩm của Việt Nam chất lượng tốt, giá rẻ nhưng lại không biết tới xuất xứ hàng hoá Việt Nam. Phần lớn các giá trị vô hình của sản phẩm sẽ vẫn thuộc về các công ty nhập khẩu hay bán lẻ trực tiếp tới người tiêu dùng.

Quy định quá chặt chẽ về nguồn gốc xuất xứ và bảo hộ sở hữu trí tuệ sẽ khiến cho các nước đang phát triển không được thừa hưởng một cách chính đáng những thành tựu khoa học kỹ thuật chung của nhân loại và luôn có một vị thế kém hơn so với hàng hóa của các nước phát triển.

Những xu hướng được phân tích trên đây tất nhiên chưa phải hoàn toàn đầy đủ và toàn diện. Với tốc độ phát triển của khoa học kỹ thuật nhanh chóng như hiện nay trong bối cảnh toàn cầu hóa đang ngày càng mạnh mẽ, các rào cản phi thuế quan có thể sẽ ngày càng đa dạng và phức tạp hơn. Chính vì vậy, những giải pháp được kiến nghị dưới đây cũng có tính thời gian sâu sắc.

3.3 Một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Trước hết, cần khẳng định là dệt may, da giày, thủy sản đều có những đặc điểm chung trong việc vượt qua các rào cản phi thuế quan tại các thị trường bởi những nguyên nhân sau đây:

- ❖ Đây đều là những mặt hàng xuất khẩu chính, có tốc độ tăng trưởng cao, thị phần đáng kể tại các thị trường chủ lực, là những mặt hàng tương đối nhạy cảm, đối tượng dễ áp đặt các rào cản phi thuế quan.
- ❖ Cả 03 ngành hàng đều là sử dụng nhiều lao động và tận dụng ưu thế về điều kiện tự nhiên của đất nước
- ❖ Thủy sản và da giày đều có khả năng gây ra các vấn đề về bảo vệ môi trường, dệt may ở một mức độ thấp hơn.

Chính vì vậy, rào cản phi thuế quan đối với các mặt hàng xuất khẩu này đều tương đối giống nhau đó là áp thuế chống bán phá giá (do giá nhân công, giá nguyên liệu), các rào cản về môi trường (song hành với nó là các tiêu chuẩn kỹ thuật như dư lượng kháng sinh) và các rào cản về trách nhiệm xã hội (điều kiện sinh hoạt và làm việc của người lao động). Xuất phát từ quan điểm này, trong khuôn khổ của luận án sẽ tập trung chủ yếu vào các kiến nghị được hỗ trợ tất cả các ngành hàng xuất khẩu. Bên cạnh đó, một số kiến nghị mang tính đặc thù cho từng ngành cũng sẽ được đề cập.

Các kiến nghị này sẽ hướng tới việc thúc đẩy mối liên kết nhà nước – doanh nghiệp, trong đó nhà nước đóng vai trò hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua các rào cản

phi thuế quan. Do vậy, khuôn khổ lý luận của chương 1 và những bài học thực tiễn trong chương 2 được sử dụng như là nền tảng cho các kiến nghị.

3.3.1 Nâng cao nhận thức và phổ biến thông tin đến các doanh nghiệp về các rào cản phi thuế quan

Trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động cả về kinh tế và chính trị, các nước nhập khẩu luôn có sự thay đổi về pháp luật và chính sách thương mại để đối phó với sự biến động của thị trường. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam không có hoặc không biết thông tin về những thay đổi đó thì những chính sách này sẽ trở thành rào cản thương mại, còn nếu biết trước và biết cụ thể thì có thể chuẩn bị đối phó để vượt qua. Các cơ quan nhà nước và bản thân các doanh nghiệp phải hiểu rõ sự tồn tại tất yếu của các rào cản phi thuế quan, đặc biệt là các rào cản kỹ thuật. Trên thực tế thời gian qua, những phân tích trong chương 2 đã cho thấy nhận thức về rào cản và tác động của rào cản trong thương mại quốc tế còn chưa đầy đủ và đúng mức. Thông tin về tình hình, diễn biến và dự báo về các rào cản còn chưa đầy đủ, không kịp thời và thiếu chính xác. Các cơ quan quản lý nhà nước chưa thực sự chú trọng tới việc tìm hiểu và thu thập thông tin về hệ thống pháp luật thương mại quốc tế nói chung và của từng quốc gia. Công tác phổ biến thông tin đến các doanh nghiệp chưa được coi là một trong những chức năng cơ bản của quản lý nhà nước trong lĩnh vực này. Thông tin do nhà nước cung cấp không chỉ làm giảm chi phí tìm kiếm thông tin của các doanh nghiệp mà còn có tác dụng lớn hơn về mặt nâng cao nhận thức và tăng cường tình đoàn kết, phối hợp trong cộng đồng doanh nghiệp cũng như với các cơ quan quản lý nhà nước.

Việc phổ biến thông tin đến cộng đồng doanh nghiệp được thực hiện thông qua các hoạt động cụ thể sau:

- Thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo nhằm giới thiệu cho các doanh nghiệp về những quy định và tiêu chuẩn trong hàng rào phi thuế quan của các thị trường, tập trung giải thích những quy định có liên quan đến biện pháp chống bán phá giá, các tiêu chuẩn kỹ thuật.
- Tạo điều kiện tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát, thực tế thị trường và tiếp xúc với các cơ quan quản lý nhập khẩu của nước ngoài, qua đó giúp doanh nghiệp

có được sự nhìn nhận và đánh giá thực tế về thị trường. Trong trường hợp có sự chuẩn bị trước và có sự hỗ trợ của Nhà nước thì các chuyển đi của doanh nghiệp thường hiệu quả cao hơn, ví dụ: nhân dịp các chuyến thăm cấp cao, các đoàn của Chính phủ, các đoàn do các sở Thương mại tổ chức...

- Tạo dựng nhiều kênh thông tin tới các doanh nghiệp, ví dụ: các ấn phẩm, các trang Web, các điểm (cơ quan) cung cấp thông tin. Hiện nay, đã có không ít ấn phẩm và các trang Web của các cơ quan hữu quan được xây dựng nhằm mục đích này (ví dụ như của Bộ Công nghiệp, Bộ Thương mại, Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam...). Tuy nhiên, nội dung các thông tin về thị trường còn chưa đầy đủ và chưa được cập nhật thường xuyên (đặc biệt là thông tin trên các trang Web).
- Xây dựng cơ chế phối hợp trao đổi thông tin, ý kiến giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý nhà nước. Ngoài những quy định của các thị trường nhập khẩu thì các doanh nghiệp cũng phải nắm bắt được các chính sách, quy định mới của Việt Nam. Việc thường xuyên trao đổi thông tin sẽ giúp cho các doanh nghiệp có được tiếng nói chung với các cơ quan quản lý nhà nước, phối hợp hành động một cách có hiệu quả.

Trên cơ sở thông tin có được, các doanh nghiệp có thể điều chỉnh hoạt động sản xuất kinh doanh một mặt đảm bảo phù hợp với yêu cầu và thị hiếu tiêu dùng trên các thị trường quốc tế, mặt khác đáp ứng đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật chất lượng do các thị trường này quy định.

3.3.2 Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn chất lượng quốc tế và các tiêu chuẩn xã hội

Với mục tiêu hạn chế năng lực cạnh tranh đối với các sản phẩm được sản xuất ra tại các nước đang phát triển với giá lao động và nhân công rẻ để xuất khẩu vào thị trường của các nước công nghiệp phát triển, ở nhiều thị trường xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam, doanh nghiệp thường gặp phải rào cản về trách nhiệm xã hội theo tiêu chuẩn SA 8000. Tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội quy định các tiêu chuẩn cơ bản về lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, sức khỏe và an toàn, quyền tự do thành lập các Hiệp hội về đàm phán tập thể, phân biệt đối xử, các hình thức kỷ luật, giờ làm việc và chế độ

tiền lương. Mặc dù đây là tiêu chuẩn tự nguyện, không có tính bắt buộc đối với doanh nghiệp và các doanh nghiệp có thể đăng ký để được công nhận tiêu chuẩn SA 8000 do Hội đồng các Cơ quan cấp Chứng chỉ Ưu tiên Kinh tế (Council on Economic Priorities Accreditation Agency-CEPAA). Bản thân các yêu cầu trong tiêu chuẩn này dựa trên khuyến cáo của Tổ chức lao động quốc tế (ILO) và các thoả thuận, Hiệp định của Liên hợp quốc (về nhân quyền và quyền trẻ em). Tuy nhiên, ở nhiều thị trường nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam như Hoa Kỳ và EU, các Chính phủ và các tổ chức chính trị xã hội thường viện cớ rằng hàng hoá không đáp ứng tiêu chuẩn SA 8000 để cản trở xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Điều này được thể hiện rõ trong trường hợp sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ, sản xuất và xuất khẩu bóng của Công ty Động lực và phần lớn các trường hợp xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ vào nhiều thị trường của các nước công nghiệp phát triển. Tất nhiên, việc đáp ứng đầy đủ các quy định trong tiêu chuẩn SA 8000 là rất khó khăn đối với doanh nghiệp Việt Nam như đã phân tích trong chương 2. Và vì vậy việc để được công nhận là đã đáp ứng đầy đủ các yêu cầu theo tiêu chuẩn SA 8000 càng khó khăn hơn và phải trải qua một thời gian không ngắn để doanh nghiệp từng bước đầu tư cải thiện điều kiện lao động và trả lương cho người lao động. Chính vì vậy một mặt Nhà nước cần phải lồng ghép vào chương trình phổ biến kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế để nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp về triển khai thực hiện và đăng ký để được cấp chứng chỉ SA 8000, mặt khác Nhà nước cũng cần hỗ trợ về tư vấn pháp luật và điều kiện vật chất để các doanh nghiệp có thể vượt qua rào cản này một cách tốt nhất. Những hỗ trợ cụ thể để giải quyết các vấn đề đời sống xã hội của người lao động như nhà ở, bệnh viện, trường học và các dịch vụ phúc lợi xã hội khác, trong nhiều trường hợp, vượt ra khỏi khả năng của các doanh nghiệp.

3.3.3 Nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước về các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ và hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua các rào cản về sở hữu trí tuệ.

Để khắc phục thực trạng này, Nhà nước tuy không làm thay doanh nghiệp nhưng cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp theo hướng:

- ❖ Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về thương hiệu, nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý (xuất xứ hàng hoá), giúp doanh nghiệp ý thức được rằng việc cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm, cạnh tranh bằng giá cả là chưa đủ, mà cần phải có chiến lược về xây dựng thương hiệu và nhãn hiệu hàng hoá. Tất nhiên cần phải tách hai khuynh hướng không đúng đó là triển khai một cách ào ạt mang tính phong trào và chưa có định hướng mục tiêu thị trường đã triển khai (vì quy định về bảo hộ là có thời hạn).
- ❖ Sửa đổi Thông tư số 86/2002/TT-BTC ngày 27/9/2002 của Bộ Tài chính về quy định mức chi 3%, 5%, và 7% cho hoạt động xúc tiến thương mại vì mức chi này không đủ để cho doanh nghiệp có thể đăng ký để được bảo hộ thương hiệu ở nước ngoài.
- ❖ Đơn giản hoá thủ tục, tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp có thể đăng ký nhãn hiệu, thương hiệu một cách nhanh chóng nhất.
- ❖ Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo, huấn luyện, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp về xây dựng và quảng bá thương hiệu.
- ❖ Thực thi nhanh chóng và có hiệu quả Chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia. Đây chính là một trong những điểm mấu chốt trong sự hỗ trợ của Chính phủ bởi lẽ thương hiệu quốc gia là một trong những cầu phần vô cùng quan trọng của thương hiệu sản phẩm. Hơn nữa, nó chỉ có thể được xây dựng chủ yếu bởi Chính phủ và từ nguồn ngân sách của Chính phủ như đã phân tích trong Chương 1.

3.3.4 Hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp sử dụng nhãn mác sinh thái để đối phó và vượt qua các rào cản môi trường.

Hiện nay, do sự cạnh tranh toàn cầu ngày càng trở nên gay gắt, các yếu tố môi trường đã và đang có nguy cơ bị lợi dụng để làm các rào cản kỹ thuật trong TMQT. Nhiều thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, trong đó có EU đã yêu cầu có nhãn sinh thái đối với hàng nhập khẩu. Trên thế giới, hiện nay đang có 30 chương trình nhãn sinh thái khác nhau đang gây phiền toái và đã thực sự trở thành các rào cản kỹ thuật cho thương mại. Chẳng hạn như nhãn hiệu cho thực phẩm có nguồn gốc hữu cơ, nhãn hiệu lâm nghiệp bền vững, nhãn hiệu ngư nghiệp bền vững, nhãn hiệu sản phẩm dệt. Vì vậy, Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế đã có sự quan tâm đáng kể đối với các ý tưởng về một hình

thức nhãn sinh thái mang tính chất quốc tế. Ban kỹ thuật ISO/TC 207 về quản lý môi trường của ISO đã thiết lập Phân ban kỹ thuật ISO/TC 207/SC3 để xây dựng các tiêu chuẩn quốc tế về vấn đề này (hiện có 46 nước là thành viên của Phân ban kỹ thuật này, trong đó có Việt Nam). Một số định hướng chính trong việc xây dựng các tiêu chuẩn về nhãn môi trường đã được xác định với các tiêu chuẩn sau:

- * ISO 14020: Nhãn môi trường và sự công bố các nguyên tắc chung (thông qua và ban hành năm 1998)

- * ISO/DIS 14021: Nhãn môi trường và sự công bố Nhãn môi trường kiểu II

- * Các giải pháp môi trường tự công bố (dự thảo). Giải pháp về môi trường do các nhà sản xuất, nhập khẩu, phân phối, bán lẻ hoặc bất cứ ai khác đều được lợi mà không cần sự tham gia của cơ quan chứng nhận bên thứ ba độc lập. Đây là sự tự công bố về mặt môi trường mang tính thông tin của doanh nghiệp (ví dụ về khả năng tái chế, tính không huỷ hoại môi trường sinh thái), đôi khi có thể được công bố dưới hình thức một chương trình hiệu chuẩn.

- * ISO/CD 14024: Nhãn môi trường và sự công bố Nhãn môi trường kiểu I- Các nguyên tắc hướng dẫn và quy trình thủ tục (dự thảo). Chương trình thực hành bên thứ ba dựa trên cơ sở đã chuẩn cứ một cách tự nguyện nhằm cấp nhãn môi trường có yêu cầu về sự ưu tiên đối với môi trường tổng thể của sản phẩm trong một kiểu loại sản phẩm cụ thể dựa trên chu trình sống của sản phẩm. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, ISO 14024 thể hiện nhiều sự hạn chế đối với chương trình nhãn sinh thái vì nó chưa phù hợp với điều kiện của các nước đang phát triển khi phải chi phí lớn và thường xuyên cho việc thử nghiệm và kiểm tra.

Mặc dù các quy định trên còn đang tiếp tục thảo luận nhưng Việt Nam đã ủng hộ sáng kiến về nhãn môi trường kiểu II và đang triển khai dự án tiến hành điều tra, nghiên cứu cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc hình thành cơ chế cấp nhãn sinh thái ở Việt Nam. Vấn đề quan trọng ở đây là thời gian thực hiện. Giải quyết các vấn đề về nhãn sinh thái không chỉ tiết kiệm thời gian, chi phí mà còn mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường của sản phẩm xuất khẩu Việt Nam.

3.3.5 Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển nguồn nhân lực

Đây là một trong những hỗ trợ cơ bản nhất của Nhà nước đối với doanh nghiệp. Trong điều kiện của Việt Nam, khi cả hạ tầng và chất lượng đào tạo nguồn nhân lực đều là những điểm hạn chế thì vai trò của nhà nước càng quan trọng hơn. Tuy nhiên, vấn đề lớn này ảnh hưởng tới toàn bộ nền kinh tế, Vì vậy, trong khuôn khổ phần này, luận án chỉ tập trung vào một số giải pháp cụ thể liên quan trực tiếp đến một số ngành hàng xuất khẩu đã phân tích trong Chương 2.

Trước hết là quy hoạch và phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng nhằm giải quyết vấn đề môi trường cho các vùng nguyên liệu thủy sản. Việc quy hoạch các vùng nguyên liệu tập trung sẽ cho phép tận dụng lợi thế của quy mô lớn có đủ điều kiện để xử lý chất thải của các khu vực này. Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng các hệ thống xử lý chất thải riêng cho từng doanh nghiệp cũng như của toàn bộ khu vực. Việc hỗ trợ cơ sở hạ tầng cho thủy sản còn mang một ý nghĩa hỗ trợ kép. Với một cơ sở hạ tầng tốt hơn, nông dân có khả năng cung cấp nguồn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu với một mức giá rẻ hơn và chất lượng cao hơn. Hệ thống cung cấp điện, đường sá, thủy lợi, đê điều và cả một phần hệ thống xử lý nước thải cho các vùng chăn nuôi thủy sản với quy mô lớn do nhà nước đầu tư sẽ tạo điều kiện cho nông dân áp dụng các chuẩn mực vệ sinh môi trường cho các sản phẩm của mình.

Quy hoạch và phát triển các khu nguyên phụ liệu cho dệt may và da giày. Những điều kiện thuận lợi về cơ sở hạ tầng chắc chắn sẽ thu hút thêm nhiều nhà đầu tư vào lĩnh vực mà Nhà nước đang mong muốn phát triển này. Nguyên phụ liệu sản xuất trong nước sẽ làm cho liên kết dọc trong ngành dệt may cũng như da giày bền chặt và có hiệu quả hơn. Các doanh nghiệp sẽ chủ động trong việc phát triển sản phẩm đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực trong các ngành dệt may và da giày. Ngành dệt may cũng như da giày sử dụng một lượng lao động lớn trong xã hội. Do vậy, Nhà nước cần quan tâm hơn tới việc nâng cao chất lượng và năng lực giảng dạy của các cơ sở đào tạo nghề cho 02 ngành này. Do tính biến động cao của thị trường lao động, các doanh nghiệp sẽ gặp nhiều khó khăn hơn khi không có được nguồn cung lao động dồi

đào và sẵn sàng tham gia và quá trình sản xuất với thời gian và chi phí đào tạo lại thấp nhất.

Để nâng cao năng lực pháp lý cho các doanh nghiệp cũng như của Nhà nước, cần chọn lựa một số luật sư của Việt Nam là những người có phẩm chất chính trị tốt, có năng lực chuyên môn và trình độ ngoại ngữ để gửi đi đào tạo ở nước ngoài nhằm bổ sung thêm các trọng tài kinh tế, thương mại có đẳng cấp quốc tế để có thể tham gia có hiệu quả vào việc giải quyết các tranh chấp trong thương mại quốc tế và chuẩn bị giới thiệu người vào Ban hội thẩm khi Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên của WTO.

Một điểm đáng lưu ý là các hỗ trợ của Nhà nước về hạ tầng và nguồn nhân lực được cho phép (khuyến khích) trong khuôn khổ WTO. Trong dài hạn, đây là sự hỗ trợ quan trọng bậc nhất của Nhà nước đối với các doanh nghiệp trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh nói chung và vượt qua các rào cản phi thuế quan nói riêng.

Tuy nhiên, một trong những vấn đề nan giải đối với các nước đang phát triển là làm thế nào để xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng trong thời gian ngắn nhất với nguồn lực hạn chế. Đa dạng hoá các hình thức đầu tư từ vốn vay ODA tới BOT và các nguồn khác là một trong những hướng giải quyết.

3.3.6 Tăng cường đàm phán cấp Nhà nước, vận động hành lang và quan hệ công chúng trong giải quyết những tranh chấp thương mại

Chính phủ cần tích cực triển khai hơn nữa các cuộc đàm phán đa phương và song phương nhằm tăng cường sự hợp tác, hiểu biết lẫn nhau, tranh thủ những sự ủng hộ của các quốc gia, các tổ chức, đặc biệt là việc thừa nhận Việt Nam là nước có nền kinh tế thị trường. Trong khuôn khổ của WTO, để có được sự thừa nhận là “một nền kinh tế thị trường”, Việt Nam có thể phải chờ đến 31/12/2018. Tuy nhiên, trước thời điểm trên, nếu chúng mình được với đối tác nào đó là nền kinh tế Việt Nam đã hoàn toàn hoạt động theo cơ chế thị trường thì đối tác đó sẽ ngừng áp dụng chế độ “phi thị trường” với Việt Nam. Mặt khác, Chính phủ cũng nên vận động sự ủng hộ của cá tổ chức đa phương như Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), Ngân hàng Phát triển và Tái thiết Châu Âu...vì đây chính là các tổ chức có tiếng nói để Hoa Kỳ, các

nước EU và các nước thành viên WTO tham khảo thông tin về mức độ thị trường của nền kinh tế.

Chẳng hạn theo Hiệp định Thương mại Việt-Hoa Kỳ, Chương VII - Những điều khoản chung, Điều 5 về Tham vấn, hai Chính phủ Việt-Hoa Kỳ cam kết tiến hành tham vấn định kỳ để rà soát thực hiện Hiệp định này. Hiệp định quy định rõ : “Các Bên đồng ý tiến hành tham vấn nhanh chóng thông qua các kênh thích hợp theo yêu cầu của một trong hai Bên để thảo luận bất cứ vấn đề gì liên quan đến việc giải thích hoặc thực hiện Hiệp định này và các khía cạnh liên quan khác trong quan hệ giữa các bên”. Như vậy, theo tinh thần của Hiệp định, hai Chính phủ cam kết tham vấn lẫn nhau để giải quyết các tranh chấp thương mại. Việc cho phép áp dụng cơ chế giám sát và tái áp thuế chống bán phá giá đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ là những nhượng bộ trong đàm phán của Việt Nam khi ra nhập WTO. Tuy nhiên, vào thời điểm hiện nay khi chúng ta đã là thành viên của WTO, Việt Nam cần xúc tiến đàm phán thương mại cấp Chính phủ với Hoa Kỳ, thương lượng và tìm lối ra cho các tranh chấp thương mại này theo tinh thần Điều 5, Chương VII của Hiệp định. Song song với tiến hành tham vấn nhanh chóng cấp Chính phủ, Việt Nam cần phát huy vai trò tích cực của Ủy ban hỗn hợp về Phát triển quan hệ Kinh tế và Thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Hiệp định quy định rõ “Ủy ban là kênh thích hợp để các Bên tiến hành tham vấn theo yêu cầu của một Bên, để thảo luận và giải quyết các vấn đề phát sinh từ việc giải thích hay thực hiện Hiệp định, để tìm kiếm và đề xuất khả năng nâng cao và đa dạng hoá các quan hệ kinh tế và thương mại giữa hai nước”. Theo quy định, Ủy ban này có thể họp định kỳ hàng năm hoặc theo yêu cầu của một trong hai Bên. Trong những trường hợp có tranh chấp thương mại, Việt Nam cần chủ động đề xuất họp để tham vấn, giải quyết sớm vụ việc, tránh thiệt hại kinh tế về lâu dài khi Hoa Kỳ áp dụng luật chống phá giá. Bài học kinh nghiệm rút ra từ sau vụ kiện cá tra, cá basa và vụ kiện tôm là Việt Nam chưa thực hiện có hiệu quả thương lượng và đàm phán với phía Hoa Kỳ ở cấp Chính phủ. Mặc dù một số nhà nhập khẩu, quan chức Chính phủ Hoa Kỳ, một số thượng nghị sĩ trong chính giới Hoa Kỳ đã chính thức lên tiếng ủng hộ Việt Nam trong vụ kiện này và khẳng định Việt Nam không bán phá giá các sản phẩm thủy sản, nhưng Bộ Thương mại Hoa Kỳ DOC vẫn áp dụng mức thuế suất chống bán phá giá đối với

hàng Việt Nam theo Luật chống bán phá giá Hoa Kỳ và yêu cầu các nhà nhập khẩu sản phẩm tôm và cá tra, cá basa Hoa Kỳ phải đặt cọc một số tiền rất lớn nếu tiếp tục nhập khẩu các mặt hàng này có xuất xứ từ Việt Nam.

Trên một phương diện khác, các cơ quan quản lý về chất lượng hàng hoá, vệ sinh an toàn thực phẩm, các cơ quan kiểm dịch động thực vật và dược phẩm của Việt Nam cần mở rộng hợp tác quốc tế với các tổ chức quốc tế và cơ quan quản lý hàng hoá nhập khẩu của các nước để sớm có được các thoả thuận về sự công nhận lẫn nhau về các tiêu chuẩn và uỷ quyền cho nhau trong việc kiểm tra chất lượng sản phẩm và vệ sinh an toàn thực phẩm, dược phẩm để giảm chi phí cho doanh nghiệp khi phải đối mặt với các loại rào cản này.

Để giải quyết các vụ tranh chấp có hiệu quả hơn, công tác vận động hành lang và quan hệ công chúng cần phải được tăng cường. Trong thời gian gần đây, những công việc này đã được chú trọng và triển khai ở mức độ khá tốt. Tuy vậy, các cơ quan hữu quan cần đẩy mạnh hơn nữa quan hệ hợp tác với sứ quán của các nước nhập khẩu, tranh thủ sự ủng hộ của họ khi xảy ra các vụ tranh chấp thương mại. Sử dụng các kênh báo chí, truyền hình trong việc quảng bá hình ảnh, cung cấp những thông tin trung thực và có lợi cho việc giải quyết các mâu thuẫn.

3.3.7 Nâng cao hiệu quả của hệ thống đại diện thương mại

Hiện nay, Việt Nam đã có 55 thương vụ tại các cơ quan đại diện Việt nam ở nước ngoài và 7 chi nhánh thương vụ tại Tổng lãnh sự quán tại các khu vực thị trường lớn. Hệ thống các thương vụ đã góp phần tạo môi trường pháp lý thuận lợi để củng cố, phát triển, mở rộng thị trường nước ngoài; hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm thông tin, điều tra thị trường, tìm đối tác kinh doanh; tham gia công tác xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường và tăng xuất khẩu các mặt hàng.

Tuy nhiên, trong thời gian qua công tác nghiên cứu thị trường của các thương vụ còn thiếu và yếu, các tham tán thương mại chưa dự báo được tình hình, dẫn đến tình trạng ứng phó bị động, chạy theo biến động của thị trường thế giới. Những phân tích trong chương hai cho thấy hệ thống các thương vụ còn có vai trò chưa thật sự nổi bật trong nỗ lực hỗ trợ các doanh nghiệp. Trong thời gian tới, các thương vụ cần phải được

tăng cường năng lực để trở thành trung tâm thông tin của quốc gia tại các nước sở tại, làm cầu nối tin cậy cho các thương nhân, các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Các cán bộ thương vụ phải được bồi dưỡng nghiệp vụ để có thể nắm bắt nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hoá của từng thị trường, theo dõi chặt chẽ biến động giá cả và kịp thời có thông tin cảnh báo đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có nguy cơ bị vấp phải các rào cản thương mại tại các thị trường. Đặc biệt, cần có những biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp giải quyết các vấn đề tranh chấp thương mại quốc tế liên quan đến chống phá giá, chống trợ cấp và tự vệ. Với ưu thế nắm rõ hệ thống pháp luật thương mại của nước sở tại, các thương vụ cần sớm phát hiện và hỗ trợ các doanh nghiệp từ cung cấp thông tin tới bố trí các cuộc gặp gỡ, tiếp xúc nhằm xử lý kịp thời các trở ngại, rào cản về thị trường. Mặt khác, các tham tán thương mại cần tập trung nghiên cứu tình hình chính trị, thị trường, hàng hóa, chính sách và biện pháp quản lý xuất nhập khẩu của các nước nhằm tư vấn, kiến nghị các giải pháp mang tính định hướng về chính sách đối với từng thị trường. Các thương vụ chính là điểm tiền tiêu nhằm nâng cao khả năng cảnh báo sớm các rào cản phi thuế quan tại các thị trường cho các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan.

3.3.8 Hoàn thiện hệ thống pháp luật thương mại Việt nam

Nhằm thúc đẩy nhanh tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới, Việt nam bắt buộc phải thực hiện nhanh, tích cực và chủ động hơn việc đổi mới, hoàn thiện hệ thống luật pháp, chính sách trong nước. Việc xây dựng môi trường pháp lý theo hướng phù hợp với các quy định và chuẩn mực quốc tế sẽ có tác dụng mạnh mẽ đến các doanh nghiệp. Trước hết các doanh nghiệp sẽ được hoạt động trong một môi trường pháp lý có nhiều điểm tương đồng hơn với thị trường quốc tế cũng như thị trường xuất khẩu mục tiêu của họ. Doanh nghiệp sẽ không còn bỡ ngỡ trước các quy định pháp lý của các quốc gia nhập khẩu và sản phẩm của doanh nghiệp cũng thoả mãn các yêu cầu về chất lượng và kỹ thuật của họ. Như vậy, với một môi trường pháp lý hoàn chỉnh phù hợp với các thông lệ quốc tế, các doanh nghiệp đã được rèn luyện để vượt qua các rào cản pháp lý ngay tại thị trường trong nước. Khả năng vượt qua các rào cản pháp lý tại các thị trường nhập khẩu sẽ cao hơn nhiều. Từ một khía cạnh khác, các doanh nghiệp

cũng sẽ được bảo vệ một cách tốt hơn khi xảy ra các tranh chấp thương mại quốc tế nếu môi trường pháp lý trong nước có tính chặt chẽ và toàn diện.

Việc tiếp tục hoàn thiện môi trường pháp lý còn có một tác dụng kép khi nó thúc đẩy EU và Hoa Kỳ chấp nhận Việt Nam được hưởng qui chế đối với một nền kinh tế thị trường vẫn sẽ là một rào cản lớn trong xuất khẩu, nếu không, chúng ta sẽ tiếp tục bị thua thiệt trong các vụ tranh chấp thương mại. Bên cạnh việc hoàn thiện môi trường pháp lý trong nước, những nỗ lực của Chính phủ trong việc tạo hành lang pháp lý thông qua các hiệp định tự do thương mại có ý nghĩa sống còn đối với các doanh nghiệp. Khi Trung Quốc và các quốc gia trong cùng khối ASEAN gấp rút đàm phán kí kết các hiệp định tự do song phương với nhau và với các thị trường xuất khẩu chủ lực như Hoa Kỳ, Nhật bản và EU, những thách thức mới sẽ tiếp tục được tạo ra nếu chúng ta không theo kịp với tiến trình này. Nếu các hiệp định tự do này được ký kết mà không có sự tham gia của Việt Nam, hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam vào các thị trường xuất khẩu chủ yếu này chắc chắn sẽ gặp hàng rào thuế quan cao hơn, khả năng thâm nhập thị trường khó khăn hơn và năng lực cạnh tranh cũng thấp kém hơn.

Hơn nữa, tính tương thích, sự hài hoà giữa hệ thống pháp luật của Việt nam với các nguyên tắc, quy định của WTO và các định chế khác, cùng với sự đơn giản, rõ ràng, đồng bộ dễ dự đoán của hệ thống này là những tiêu chí quyết định tính hấp dẫn của môi trường kinh doanh thu hút sự tham gia của các nhà đầu tư trong và ngoài nước đồng thời giảm bớt các gian lận thương mại. Từ đó nâng cao thương hiệu và vị thế quốc gia, nâng cao tính cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu. Nhà nước phải đặc biệt quan tâm xây dựng và hoàn thiện các văn bản pháp luật ở một số lĩnh vực như: pháp luật về bảo vệ quyền tự do kinh doanh, về hỗ trợ kỹ thuật, về xử lý tranh chấp, tiêu chuẩn môi trường...

Trong vấn đề chống bán phá giá, việc chứng minh nền kinh tế thị trường của Việt Nam phần lớn sẽ dựa trên hệ thống pháp luật và chính sách, đặc biệt là liên quan đến các lĩnh vực như tài chính, kế toán, kiểm toán. Các tiêu chí để đánh giá liệu một nền kinh tế có phải nền kinh tế thị trường hay không của các nước như Hoa Kỳ, EU, Canada, Australia...đều được đánh giá trên các quy định pháp luật cụ thể của Việt

Nam. Chính vì vậy, việc hoàn thiện hệ thống pháp luật cụ thể liên quan đến các lĩnh vực nêu trên sẽ là yếu tố quyết định để các nước có áp dụng các chính sách đối với nền kinh tế phi thị trường đối với Việt Nam hay không. Cùng với các chính sách đó là hệ thống rào cản thương mại.

3.3.9 Một số kiến nghị khác cho từng ngành hàng cụ thể

Ngay từ năm 2001, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt chiến lược phát triển và một số cơ chế, chính sách hỗ trợ thực hiện chiến lược phát triển ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2010. Hiện nay, Bộ Công Thương đang chỉ đạo việc xây dựng chiến lược phát triển ngành dệt may đến năm 2015 và 2020. Để thực hiện thành công những mục tiêu của dệt may Việt Nam trong bối cảnh phải đối phó với các rào cản phi thuế quan ngày càng nhiều hơn, bên cạnh việc hỗ trợ thực hiện các chương trình và dự án lớn như sản xuất 1 tỷ mét vải phục vụ xuất khẩu đến năm 2015, phát triển vùng bông chuyên canh để nâng cao sự tự túc bông, xây dựng nhà máy sợi tổng hợp,...nhà nước cần có những cơ chế và chính sách cụ thể nhằm nâng cao năng lực thiết kế, tạo mẫu và phát triển sản phẩm mới của ngành dệt may. Tập trung một số nguồn lực nhằm đào tạo nguồn nhân lực thiết kế chất lượng cao, nâng cao năng lực của Viện Mốt, tổ chức các tuần lễ thời trang, cuộc thi người thiết kế hàng năm của Hiệp hội dệt may, nhằm tìm ra các nhà thiết kế mới, trẻ, triển vọng....Cần tăng cường vai trò của nhà nước trên phạm vi ngành nhằm tập trung phát triển khâu thiết kế để có thể chào bán được giá trị thiết kế. Việc xây dựng và phát triển hệ thống các viện nghiên cứu về thời trang có một ý nghĩa quan trọng không chỉ góp phần nâng cao năng lực tạo mẫu mà còn giúp cho các cơ quan quản lý nhà nước có một chiến lược phù hợp với xu thế phát triển của thế giới. Một trong những hướng cần được ưu tiên là quy hoạch và phát triển các cụm công nghiệp dệt may tập trung tạo ra sự công hưởng sức mạnh của các doanh nghiệp dệt may, phụ liệu và thiết kế. Ngoài những ưu đãi về thuế hay mặt bằng, hạ tầng, một chiến lược rõ ràng và dài hạn có thể trở thành động lực thu hút các nhà đầu tư.

Để chuẩn bị tốt hơn cho các doanh nghiệp dệt may vượt qua các rào cản kỹ thuật và môi trường, phần lớn các doanh nghiệp đều cho rằng hiện nay chúng ta đang còn thiếu các tiêu chuẩn cấp nhà nước về các yêu cầu sinh thái của hàng dệt may làm

cơ sở phần đầu cho các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu, nâng cao uy tín và sức cạnh tranh của hàng dệt may Việt nam. Những tiêu chuẩn như vậy sẽ không chỉ tạo ra sức ép “nội địa” đối với các doanh nghiệp buộc phải cung cấp những sản phẩm “xanh” phù hợp chuẩn quốc tế mà còn là sự tập dượt cần thiết cho các doanh nghiệp trước khi cạnh tranh thực sự trên thị trường quốc tế.

Đối với ngành da giày, ngày 06 tháng 8 năm 2007, Bộ Công nghiệp đã phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành da giày đến năm 2010. Ba trung tâm phát triển của 03 vùng là Hà Nội, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh sẽ tạo động lực cho cả nước. Ngoài những khó khăn và những giải pháp tương tự như dệt may thì vấn đề đặc thù của da giày để vượt qua rào cản là ở khâu cung cấp nguyên liệu. Mặc dù Chính phủ đã có nhiều chương trình dự án phát triển vùng nguyên liệu cung cấp cho ngành da dày trên phạm vi cả nước nhưng kết quả còn rất khiêm tốn. Cần có một chính sách kết hợp khuyến khích chăn nuôi công nghiệp, giết mổ tập trung để nâng cao chất lượng, sản phẩm da nguyên liệu với phát triển công nghiệp chế biến da. Cần đẩy mạnh việc hình thành và phát triển những khu công nghiệp chuyên ngành da dày có đủ điều kiện để áp dụng kỹ thuật tiên tiến và xử lý các vấn đề về môi trường. Đưa công nghệ tiên tiến vào sản xuất từ nguyên liệu tới sản phẩm cuối cùng là một trong những hướng đi cơ bản của da giày Việt Nam để vượt qua rào cản và tăng cường xuất khẩu.

Đối với thủy sản, thì quy hoạch vùng nguyên liệu, giáo dục ý thức cộng đồng có vai trò quan trọng hàng đầu trong những nỗ lực vượt qua rào cản đẩy mạnh xuất khẩu. Ngày 25 tháng 10 năm 2006, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020. Chương trình này chú trọng tới việc tổ chức lại sản xuất, đặc biệt là các vùng nuôi trồng thủy sản tập trung theo hướng tập trung liên kết sản xuất, tạo ra sản lượng hàng hoá lớn, đảm bảo chất lượng, tiêu chuẩn an toàn vệ sinh. Đối với hoạt động khai thác thủy sản, cần hình thành các tổ đội, hợp tác, gắn với sử dụng tàu hậu cần dịch vụ, nâng cao hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm. Áp dụng các công nghệ bảo quản tiên tiến cùng với xây dựng hệ thống cảng cá, chợ cá để giảm thiểu thất thoát sau thu hoạch; từng bước quản lý tốt thị trường nguyên liệu.

Một trong những giải pháp riêng biệt của ngành thủy sản là cần đẩy mạnh hơn nữa công tác giáo dục ý thức và trách nhiệm xã hội trong việc nuôi trồng thủy sản và bảo vệ môi trường có ý nghĩa quyết định. Phần lớn nguồn nguyên liệu thủy sản xuất khẩu được cung cấp bởi hơn 1,6 triệu hộ gia đình và các doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản. Họ chính là những người sẽ quyết định chất lượng của nguồn nguyên liệu thủy sản có đảm bảo các yêu cầu về môi trường hay dư lượng kháng sinh. Họ không chỉ cần được thông báo kịp thời và đầy đủ những thông tin về yêu cầu của các thị trường nhập khẩu mà còn cần được hỗ trợ cả về kỹ thuật nhằm đưa những công nghệ sạch vào sản xuất. Hơn nữa những hỗ trợ này lại hoàn toàn được phép trong khuôn khổ WTO.

Bên cạnh việc hỗ trợ đối với từng ngành hàng, Nhà nước cần chủ động phối hợp với các doanh nghiệp trong việc phát triển các ngành kinh tế xuất khẩu có hàm lượng trí thức và giá trị gia tăng cao. Những ngành này cũng thường gặp ít các rào cản phi thuế quan hơn.

Rất khó có thể tổng kết toàn bộ các giải pháp của chính phủ trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp vượt rào cản phi thuế quan. Điểm quan trọng là các giải pháp này phải được thực hiện một cách đồng bộ thì mới có thể phát huy đầy đủ tác dụng của chúng.

3.4 Một số giải pháp đối với các doanh nghiệp

Các giải pháp đối với doanh nghiệp là nhằm khai thác tối đa những nguồn lực đã được đề cập trong phần 1.4 tại Chương 1 của luận án. Các giải pháp này được trình bày theo hướng các mục tiêu mà chúng phải đạt tới. Mỗi giải pháp sẽ nhằm khai thác và liên kết các nguồn lực nội tại cũng như các nguồn lực liên kết của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần căn cứ vào điều kiện cụ thể của mình để có những giải pháp phù hợp. Tương tự như phần 3.3, phần lớn các giải pháp có thể được áp dụng cho các doanh nghiệp thuộc mọi ngành hàng. Sau đó, một số giải pháp đặc thù cho các doanh nghiệp của từng ngành hàng cũng sẽ được đề cập.

3.4.1 Tăng cường năng lực nghiên cứu và phát triển thị trường

Các doanh nghiệp cần thường xuyên nghiên cứu nắm bắt các chính sách quản lý nhập khẩu của các thị trường xuất khẩu, cảnh giác với các rào cản thương mại của các

thị trường này. Hơn ai hết các doanh nghiệp xuất khẩu chính là những người chịu thiệt thòi nhất trong việc phải đối phó với các rào cản tại các thị trường nhập khẩu chính vì vậy các doanh nghiệp phải liên tục tìm hiểu và tường tận về các yêu cầu của các thị trường xuất khẩu để đáp ứng được các yêu cầu này. Đặc biệt đối với các thị trường EU và Hoa Kỳ hiện chúng ta đang gặp rất nhiều khó khăn với các biện pháp tự vệ và chống bán phá giá, việc có đầy đủ các thông tin về thị trường sẽ giúp các doanh nghiệp điều chỉnh cơ cấu mặt hàng và đặc biệt là giá cả, không cố gắng “bán cho được” bằng mọi giá thì sẽ tránh được các vụ kiện gây nhiều thiệt hại này.

Trên cơ sở các nguồn thông tin thu thập được, các doanh nghiệp triển khai các hoạt động nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại và mở rộng các kênh phân phối bán hàng tại thị trường nước ngoài. Nghiên cứu thị trường và thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại không chỉ giúp doanh nghiệp trong việc khuếch trương thâm nhập thị trường mà còn có thể chủ động đối phó với các rào cản tại thị trường nhập khẩu. Trên thực tế, các doanh nghiệp hiện nay chưa thực sự coi trọng vấn đề này. Đây chính là nguyên nhân vì sao các doanh nghiệp của Việt Nam hoàn toàn ngớ ngàng và thụ động trong các vụ kiện bán phá giá vừa qua. Trong điều kiện phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, không có khả năng khảo sát thị trường thực tế, cần thúc đẩy các phương pháp ít tốn kém hơn như thu thập thông tin qua Internet, cộng tác viên ở nước ngoài hoặc thuê khoán chuyên gia tư vấn...Thời gian vừa qua các doanh nghiệp phải xuất khẩu theo phương thức FOB là chủ yếu do doanh nghiệp thương mại chưa có điều kiện để thâm nhập trực tiếp vào thị trường nước ngoài. Về lâu dài, để giữ vững và mở rộng thị trường cần phải mở rộng hệ thống phân phối tại chính thị trường nhập khẩu. Doanh nghiệp có thể sử dụng các doanh nhân và doanh nghiệp của người Việt Nam ở nước ngoài làm đại lý bán hàng cho mình. Bên cạnh đó, cần lựa chọn và chuẩn bị tốt các điều kiện để xây dựng các chi nhánh hoặc bộ phận và phân phối ở thị trường mục tiêu của doanh nghiệp.

Kinh nghiệm thực tiễn của một số doanh nghiệp của Việt Nam thành công trên thị trường nước ngoài là phải xây dựng cho được hình ảnh và vị thế của doanh nghiệp để từ đó sử dụng chiến lược đẩy kéo cho thích hợp. Muốn vậy, doanh nghiệp thương mại phải đầu tư thích đáng cho hoạt động xúc tiến xuất khẩu thông qua việc xây dựng

kế hoạch và tổ chức triển khai hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Tiến hành tuyên truyền, quảng cáo hàng hoá bằng nhiều hình thức, tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm quốc tế được tổ chức trong nước và nếu có điều kiện cần tham gia các hội chợ triển lãm ở nước ngoài. Xây dựng trang Web trên mạng Internet nhằm quảng bá hình ảnh về doanh nghiệp trên mạng. Tranh thủ sự tài trợ của Nhà nước bằng việc tham gia vào các đoàn của Chính phủ và của các Bộ về xúc tiến thương mại, chủ động chuẩn bị tham gia trưng bày giới thiệu hàng hoá và thiết lập các đầu mối giao dịch bán hàng tại Trung tâm thương mại Việt Nam ở nước ngoài do Nhà nước đầu tư xây dựng. Bài học kinh nghiệm của Biti's có thể là một mô hình hiệu quả đối với các doanh nghiệp da giày.

Sử dụng các kênh phân phối tại thị trường nước ngoài cũng là một giải pháp có hiệu quả trong việc đối phó với các rào cản vì các nhà phân phối hiểu rõ điều kiện thị trường nơi mình hoạt động và có những giải pháp hữu hiệu cho doanh nghiệp xuất khẩu. Theo Đạo luật chống khủng bố sinh học của Hoa Kỳ, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản phải khai báo trước với cơ quan quản lý nhập khẩu thuốc và thực phẩm. Vì thế, nếu có các đại diện ở đây thì việc khai báo sẽ thuận tiện hơn và việc nắm bắt tình hình thị trường sẽ được chủ động, có điều kiện để gia tăng kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp.

Một giải pháp khác cũng có thể được lưu tâm đến đó là liên doanh với các đối tác nước ngoài trong việc sản xuất hoặc xuất khẩu sản phẩm. Điều này sẽ giúp cho hàng xuất khẩu của chúng ta thâm nhập các thị trường dễ dàng hơn. Thực tiễn cho thấy trước các vụ tranh chấp về thương mại có liên quan đến chống bán phá giá, chống trợ cấp... nếu có yếu tố nước ngoài cùng đứng về phía Việt Nam thì các phán quyết cuối cùng bao giờ cũng có lợi hơn cho Việt Nam. Liên doanh cũng là một hình thức để tiếp cận và hấp thụ công nghệ và phương thức quản lý tiên tiến hơn. Đây có thể là một trong những hướng phát triển của các doanh nghiệp thuỷ sản do vị thế của các doanh nghiệp thuỷ sản là khá tốt trong chuỗi giá trị nhờ nắm quyền chủ động trong việc cung ứng sản phẩm.

3.4.2 Tăng cường năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm thông qua việc áp dụng các bộ tiêu chuẩn quốc tế

Cạnh tranh gay gắt trên phạm vi toàn cầu đã buộc các doanh nghiệp liên tục đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và hàng hoá khi xuất khẩu. Mặc dù trong những năm gần đây năng lực xuất khẩu của nước ta liên tục phát triển nhưng thực tế rất nhiều sản phẩm hàng hoá và doanh nghiệp của ta có năng lực cạnh tranh ở mức thấp, ngay cả khi so sánh với các nước láng giềng là Thái Lan và Trung Quốc. Chính vì vậy hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam có thâm nhập các thị trường thì cũng mới chủ yếu đến được với khách hàng ở những phân đoạn thấp và trung bình. Nhiệm vụ đặt ra cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu là phải nâng cao trình độ công nghệ sản xuất, tăng các chi phí nghiên cứu phát triển từ đó tạo ra các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao không những vượt qua được các hàng rào tiêu chuẩn ngày càng cao mà còn chiếm lĩnh được các phân đoạn cao hơn tại các thị trường nước ngoài.

Trước hết, cần tăng cường triển khai áp dụng các qui trình sản xuất tiên tiến, các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế. Như đã đề cập trong phần dự báo xu hướng phát triển của các rào cản trong thương mại quốc tế, do mức sống của xã hội ngày càng cao yêu cầu về các sản phẩm được sản xuất theo các qui trình quản lý chất lượng càng gay gắt, hơn nữa mức độ bảo hộ cũng khiến cho các rào cản về tiêu chuẩn ngày càng cao như các rào cản “xanh”, “sạch”. Trong khi đó, hiện nay tuy hàng hoá xuất khẩu của nước ta đều đạt tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN), nhưng trên thị trường thế giới tiêu chuẩn này của chúng ta không được thừa nhận. Cùng lúc đó, việc phần lớn các hiệp định về công nhận lẫn nhau với các quốc gia khác chưa được ký kết, đã làm cho hàng hoá Việt Nam phải tuân thủ các qui định về tiêu chuẩn và kiểm tra của nước nhập khẩu. Chính vì vậy, con đường duy nhất để các sản phẩm Việt Nam vượt qua rào cản kỹ thuật này là sản xuất các sản phẩm đạt các tiêu chuẩn quốc tế. Hệ thống các qui định về kỹ thuật và môi trường có liên quan đến hàng hoá xuất khẩu thường là phức tạp nhưng lại rất cụ thể, chi tiết và cũng không phải quá khó khăn để thực hiện.

Các doanh nghiệp cần chủ động xây dựng và triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng quốc tế như ISO 9000, ISO 14000, HACCP, SA 8000...Phiên bản ISO 9000 ra đời năm 1994 và năm 2000 được cải tiến thành ISO 9000:2000. ISO 9000 đề cập đến các lĩnh vực chủ yếu trong quản lý chất lượng như chính sách chất lượng, thiết kế triển khai sản phẩm và quá trình cung ứng, kiểm soát quá trình, bao gói, phân phối, dịch vụ sau khi bán, xem xét đánh giá nội bộ, kiểm soát tài liệu, đào tạo... ISO 9000 tập hợp các kinh nghiệm quản lý chất lượng tốt nhất đã được thực thi trong nhiều quốc gia và khu vực và được chấp nhận là tiêu chuẩn quốc gia của nhiều nước. ISO 14000 là tiêu chuẩn về hệ thống quản lý chất lượng bảo vệ môi trường (Environment Management System – EMS) do Tổ chức Tiêu chuẩn hoá quốc tế ISO xây dựng và ban hành. ISO 14000 bắt nguồn từ sự cam kết của ISO nhằm hỗ trợ mục tiêu “phát triển bền vững” được thảo luận tại Hội nghị Liên hợp quốc về môi trường và phát triển ở Rio de Janeiro, 1992. Bộ tiêu chuẩn ISO 14000 là tập hợp các tiêu chuẩn cùng họ, bao gồm các tiêu chuẩn và các hướng dẫn chủ yếu liên quan đến vấn đề quản lý môi trường. Bộ tiêu chuẩn này thích ứng với yêu cầu giải quyết vấn đề môi trường toàn cầu, mục đích chính của nó là cải thiện việc quản lý môi trường, bảo vệ môi trường, chú trọng đến các tác động, các ảnh hưởng xấu của quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đến môi trường. Áp dụng ISO 14000 sẽ đi liền với việc thiết lập vận hành một hệ thống quản lý môi trường. Các tiêu chuẩn ISO 14000 đưa ra những tiêu chuẩn được quốc tế thừa nhận về quản lý, đo lường và đánh giá môi trường. Các tiêu chuẩn này tuy không đề cập đến những chỉ tiêu chất lượng môi trường nhưng những công cụ được đưa ra lại là những công cụ hữu hiệu giúp các tổ chức và các doanh nghiệp thực hiện việc đánh giá và kiểm soát tác động môi trường đối với các hoạt động, sản phẩm và dịch vụ của mình.. Các bộ tiêu chuẩn nói trên đều mang tính toàn cầu, được thừa nhận rộng rãi trên thế giới, do đó các doanh nghiệp sẽ có lợi ích rất lớn nếu được bên thứ ba công nhận đạt tiêu chuẩn ISO. Trong bối cảnh một số quốc gia thường lợi dụng điều khoản liên quan đến những biện pháp bảo vệ môi trường, bảo vệ con người để dựng lên những rào cản môi trường đối với thương mại thì ISO 14000 có thể được coi là một sự đảm bảo cho hàng hoá của các nước có thể vượt qua các rào cản đó để bước chân vào thị trường các nước khác.

Tuy nhiên, trong điều kiện hạn chế về nguồn tài chính, trình độ công nghệ, các doanh nghiệp có thể không đủ năng lực để áp dụng ngay các tiêu chuẩn quốc tế. Họ có thể lựa chọn các bộ tiêu chuẩn có sẵn của các quốc gia và khu vực phù hợp. Thành công của Casumina là một ví dụ điển hình. Hiện sản phẩm xăm xe máy của công ty này đã chiếm tới 45% thị trường trong nước và được xuất khẩu sang 25 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Đó là kết quả của việc Casumina áp dụng tiêu chuẩn JIS 6366-6676 (của Nhật Bản) cho sản phẩm của mình từ năm 2000. Để làm được điều này công ty đã xây dựng một hệ thống phòng thí nghiệm đủ sức kiểm tra các chỉ tiêu kỹ thuật tiên tiến trên thế giới. Hàng năm công ty cũng dành khoảng 10%-20% vốn đầu tư thiết bị cho các thiết bị thử nghiệm, xây dựng một đội ngũ thiết kế sản phẩm phù hợp với các chuẩn mực quốc tế. Ngoài ra, Casumina cũng đặc biệt chú trọng đến sản phẩm không gây ô nhiễm môi trường.

Qua quá trình khảo sát các doanh nghiệp dệt may, hầu như toàn bộ các khách hàng lớn từ thị trường Hoa Kỳ đều đòi hỏi SA 8000, và đây được coi là rào cản kỹ thuật khó khăn nhất khi vào thị trường Hoa Kỳ. Lý do chủ yếu là các tiêu chuẩn này quá cao so với điều kiện kinh tế xã hội của các nước đang phát triển như Việt Nam. Việc áp dụng đầy đủ SA 8000 chắc chắn dẫn đến tăng cao chi phí sản xuất. Chính vì vậy, phần lớn các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đều cố gắng áp dụng một phần tiêu chuẩn này theo các yêu cầu cụ thể của khách hàng. Bước đột phá để các doanh nghiệp có được chứng chỉ SA 8000 nằm trong việc đổi mới nhận thức của các doanh nghiệp về hệ thống này, coi đây là một trong những đầu tư mang tính dài hạn của doanh nghiệp. Việc triển khai áp dụng SA 8000 không chỉ nhằm thoả mãn các yêu cầu của khách hàng và phát triển mạng bán của doanh nghiệp như đã phân tích ở phần trên mà nó còn tạo dựng một môi trường làm việc có hiệu quả cho bản thân đội ngũ cán bộ công nhân viên của các doanh nghiệp dệt may, gây dựng sự gắn bó trung thành với lợi ích lâu dài và sự phát triển bền vững trong tương lai. *Như vậy, cần nhìn nhận các rào cản kỹ thuật, đặc biệt là SA 8000 một cách tích cực hơn, coi chúng như một động lực thúc đẩy doanh nghiệp vươn tới những tầm cao mới trong hoạt động sản xuất kinh doanh.*

3.4.3 Tăng cường năng lực hợp tác trong cộng đồng doanh nghiệp, nâng cao vai trò của các hiệp hội

Các doanh nghiệp nước ngoài luôn luôn sử dụng lý thuyết về lợi thế quy mô và thường yêu cầu hoặc có những đơn hàng với khối lượng lớn tới hàng trăm triệu USD. Tuy nhiên, doanh nghiệp của Việt Nam phần lớn là doanh nghiệp vừa và nhỏ nên đã không đáp ứng được các yêu cầu này. Vì vậy, cần phải hình thành và phát triển các doanh nghiệp có quy mô lớn. Quá trình hình thành và phát triển các loại hình doanh nghiệp luôn có hai khuynh hướng khác nhau. Khuynh hướng thứ nhất dựa vào quá trình tích tụ, tập trung vốn để hình thành các Công ty lớn, Tập đoàn mạnh. Khuynh hướng thứ hai, phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ có khả năng thay đổi linh hoạt theo thị trường. Tuy là hai khuynh hướng khác nhau, các chủ thể kinh doanh khác nhau nhưng lại có phân công và gắn kết với nhau theo xu hướng: Các công ty lớn, công ty xuyên quốc gia có tiềm lực mạnh là nòng cốt trong việc xúc tiến thương mại, bảo đảm khả năng mở rộng thị trường, có tiềm lực và khả năng ứng dụng khoa học kỹ thuật, là dòng chủ lực và nắm giữ các luồng lưu thông hàng hoá chính cùng với các công ty vừa và nhỏ có khả năng điều chỉnh linh hoạt, có quan hệ kinh tế với các công ty lớn, hình thành mạng lưới doanh nghiệp hoạt động trên thị trường quốc gia và quốc tế. Để có thể hình thành được các doanh nghiệp có qui mô lớn, đáp ứng được các đơn đặt hàng có khối lượng lớn của nước ngoài, cần thiết phải mở rộng các hình thức liên doanh, liên kết giữa kinh tế Nhà nước nói chung và doanh nghiệp Nhà nước nói riêng với các thành phần kinh tế khác, đặc biệt là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Từ thực tiễn cho thấy trước các vụ tranh chấp về thương mại có liên quan đến chống bán phá giá, chống trợ cấp, nếu có yếu tố nước ngoài cùng đứng về phía Việt Nam thì các phán quyết cuối cùng bao giờ cũng có lợi cho Việt Nam. Vì vậy, muốn vượt rào cản để đẩy mạnh xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động liên doanh liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các công ty đa quốc gia hoặc các tập đoàn kinh tế lớn.

Thông thường khi các rào cản được áp dụng thì đối tượng của nó không chỉ là một hay một vài số ít các doanh nghiệp mà đối với hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu

vào thị trường đó. Nếu như các doanh nghiệp cùng chung sức để đối phó với các rào cản thì sẽ có lợi thế hơn rất nhiều so với việc từng doanh nghiệp đấu tranh lẻ tẻ. Từ một phương diện, bản thân các doanh nghiệp này cũng cạnh tranh gay gắt, hạ giá thành để chiếm lĩnh thị trường. Mặt khác, họ lại cần phải hợp tác chặt chẽ trong việc đấu tranh với các biện pháp trừng phạt thương mại của nước nhập khẩu. Đối với tình huống này, giải pháp được tiến hành là thành lập và tham gia các Nghiệp đoàn, các Hiệp hội của các nhà xuất khẩu. Từ đó tạo thành liên minh thống nhất có chung đối sách với rào cản thì sẽ nhận được phán quyết có lợi hơn. Bài học cho giải pháp này chính là việc các doanh nghiệp xuất khẩu tôm đông lạnh của Thái Lan liên kết góp tiền thuê luật sư Hoa Kỳ kháng kiện thành công bán phá giá tôm. Các hiệp hội là biểu hiện của sức mạnh đoàn kết của các doanh nghiệp. Với các hoạt động như phổ biến kỹ thuật, chia sẻ thông tin, phối hợp quảng bá, kiểm soát chất lượng đầu vào, đầu ra, vv. Các hiệp hội có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tạo dựng được lợi thế cạnh tranh của các sản phẩm xuất khẩu. Cho tới nay, nước ta có khoảng 30 hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng, trong đó có cả những ngành hàng xuất khẩu và ngành hàng chưa hoặc không tham gia vào xuất khẩu. Hầu hết các hiệp hội đều được thành lập từ sau khi thực hiện đường lối đổi mới của Đảng, theo quyết định số 158/QĐ- TTg ngày 2/3/1999 của Thủ tướng Chính phủ cho phép thành lập và phê duyệt điều lệ các Hội, Hiệp hội, các tổ chức kinh tế. Nhìn chung, các hiệp hội đã có vai trò cầu nối và tập trung sức mạnh tổng hợp các doanh nghiệp. Hầu hết các hiệp hội đã tập hợp được các nhà sản xuất, xuất khẩu lớn của cả nước theo từng ngành hàng. Chẳng hạn, Hiệp hội Dệt may đã có trên 450 hội viên, Hiệp hội Lương thực có 71 hội viên, Hiệp hội Cà phê-Cà cao có 110 hội viên, Hiệp hội Gỗ có gần 200 hội viên. Một số hiệp hội đã xây dựng được những tổ chức trực thuộc như chi hội, chi nhánh hoặc các câu lạc bộ trực thuộc tại một số địa phương. Kim ngạch xuất khẩu của các hội viên một số hiệp hội đã chiếm tỷ trọng lớn (trên 90%) trong tổng kim ngạch của cả ngành.

Tuy nhiên, các hiệp hội của Việt Nam chưa thực sự có sức cạnh tranh và sự liên kết chặt chẽ. Cá biệt với một số hiệp hội, hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh giữa các hội viên (tranh mua, tranh bán) vẫn xảy ra, việc vi phạm nghị quyết của hiệp hội là khá phổ biến nhưng cơ chế ngăn chặn và xử lý lại kém hiệu quả. Hiệp hội với sự tham

gia chủ yếu là các doanh nghiệp Nhà nước, các doanh nghiệp ngoài quốc doanh tham gia còn ít và chưa có doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia hiệp hội. Nhìn chung, các kiến nghị của hiệp hội chỉ tập trung vào kiến nghị với Chính phủ về vấn đề bù lỗ, bù lãi suất, thưởng hoặc hỗ trợ tài chính; một số kiến nghị mang tính chất cục bộ, không phù hợp với thông lệ quốc tế và quy định của WTO. Hầu hết các hiệp hội không quan tâm đến công tác dự báo và chuẩn bị các điều kiện để đối phó với các rào cản trong thương mại quốc tế khi xuất khẩu hàng hoá ra thị trường nước ngoài.

Từ thực trạng và những tồn tại như trên, để nâng cao hơn nữa vai trò của hiệp hội ngành hàng trong việc xử lý và đối phó với các rào cản trong TMQT, Các hiệp hội phải thành lập hoặc củng cố bộ phận thông tin của hiệp hội để thu thập và xử lý thông tin có tính chất chuyên ngành về các thị trường xuất khẩu chủ yếu. Một điều đơn giản là muốn cho các doanh nghiệp của ngành hàng vượt qua được các rào cản trong TMQT thì phải biết được rào cản đó là gì, như thế nào và biện pháp khắc phục hay đối phó ra sao? Tuy vậy, phần lớn các Hiệp hội của chúng ta mới chỉ có được các thông tin về thị trường trong nước và các chính sách thương mại nội địa chứ chưa tiếp cận được với các thông tin chuyên sâu phục vụ cho xuất khẩu nói chung và đối phó với các rào cản thương mại nói riêng. Hiện nay, chúng ta còn chưa được công nhận là một nước có nền kinh tế thị trường mà chỉ được công nhận là một nước đang phát triển ở trình độ thấp. Các Hiệp hội cần phải chủ động thu thập thông tin về tình hình thị trường và giá cả ở một nước thứ ba, có trình độ tương đương với chúng ta để có thể chủ động trong việc hầu kiện với các vụ kiện chống bán phá giá và chống trợ cấp sao cho có lợi cho doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời, cần thu thập đầy đủ thông tin để đấu tranh đòi đưa hưởng chế độ GSP đối với các nước đang phát triển ở trình độ thấp.

Các hiệp hội cần tăng cường khả năng sẵn sàng khởi kiện và kháng kiện. Tại hầu hết các nước, việc khởi kiện và kháng kiện đều do các hiệp hội chủ động phát động chứ không phải là do các cơ quan quản lý Nhà nước. Vấn đề khởi kiện và kháng kiện trong các vụ tranh chấp thương mại quốc tế không phải vấn đề là để phán xử ai thắng, ai thua mà là để đòi hỏi các quyền đối xử bình đẳng theo nguyên tắc không phân biệt đối xử. Lâu nay, các hiệp hội của chúng ta mới chỉ tập trung vào việc đi hầu kiện mà

chưa chủ động trong việc khởi kiện và kháng kiện. Vì vậy, trong thời gian tới các Hiệp hội tùy theo điều kiện của mình mà cần thiết thì sẵn sàng khởi kiện và kháng kiện.

Phát huy vai trò điều hoà quy mô sản xuất và xuất khẩu, giá cả và chất lượng sản phẩm để hạn chế các nguy cơ gặp phải các vụ kiện chống bán phá giá của các hiệp hội. Theo quy định của Hiệp định chống bán phá giá trong khuôn khổ của WTO, nước nhập khẩu chỉ được áp dụng các biện pháp chống bán phá giá khi thoả mãn 3 tiêu chuẩn: Một là, hàng nhập khẩu bị bán phá giá khi biên độ phá giá lớn hơn hoặc bằng 2% giá xuất khẩu và khối lượng hàng nhập khẩu từ mỗi nước lớn hơn hoặc bằng 3% khối lượng nhập khẩu sản phẩm tương tự; Hai là, việc bán phá giá này gây thiệt hại hoặc đe dọa gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước; Ba là, cuộc điều tra phá giá được tiến hành theo đúng thủ tục. Như vậy, để tránh cho các doanh nghiệp gặp phải các rắc rối do vụ kiện chống bán phá giá, hiệp hội cần phải chủ động tính toán và thảo luận với các doanh nghiệp cùng ngành hàng để phòng biện pháp điều tiết sản lượng xuất khẩu sao cho không bằng hoặc vượt 3% khối lượng nhập khẩu của nước nhập khẩu. Khi khối lượng đã bằng hoặc vượt quá 3% thì cần chủ động điều tiết giá xuất khẩu để biên độ không bằng hoặc vượt quá 2%. Trường hợp, tiêu chuẩn thứ nhất đã không đáp ứng được thì cần chủ động chuẩn bị các tư liệu và minh chứng để biện hộ cho việc chưa gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước của bên khởi kiện. Nếu 2 tiêu chuẩn trên vẫn chưa đủ lý lẽ để bảo vệ thì hiệp hội phải chủ động hầu kiện hoặc kháng kiện để sao cho việc áp dụng thuế chống bán phá giá ở mức thấp nhất có thể.

Với mục tiêu đảm bảo các hiệp hội thực hiện tốt các vai trò đã nêu trên, Chính phủ cần hỗ trợ bằng việc tăng cường nguồn nhân lực có trình độ cao về pháp luật quốc tế và kinh doanh quốc tế, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật cho Hiệp hội cho tương xứng với sự phát triển sản xuất kinh doanh và xuất khẩu của ngành hàng, tạo điều kiện thuận lợi để các Hiệp hội tham gia vào các tổ chức hoặc hiệp hội ngành hàng quốc tế, xây dựng và tổ chức phối hợp thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại. Có như vậy, các hiệp hội mới có thể phát huy tốt vai trò định hướng và hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc chủ động đối phó với các rào cản trong TMQT nhằm đẩy mạnh xuất khẩu.

3.4.4 Tăng cường năng lực pháp lý của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải quan tâm đến các khía cạnh pháp lý trong hoạt động của mình. Các doanh nghiệp có thể có các cán bộ pháp lý là biên chế của mình hoặc có thể sử dụng dịch vụ của các công ty tư vấn luật. Điểm mấu chốt là khía cạnh pháp lý phải được cân nhắc thấu đáo và thường xuyên trong mọi hoạt động của doanh nghiệp. Trên thế giới, phần lớn các công ty đều có các luật sư của riêng mình. Các luật sư này sẽ giúp doanh nghiệp tìm hiểu luật pháp và các qui định của các thị trường xuất khẩu, và trong điều kiện phải đối chọi với các rào cản họ sẽ đưa ra được các giải pháp tối ưu để hạn chế thiệt hại. Trong vụ kiện bán phá giá cá Basa vào thị trường Hoa Kỳ vừa qua, do thiếu một cán bộ am hiểu pháp lý, các doanh nghiệp của ta đã rất lúng túng và thụ động trong việc tham gia hầu kiện, thậm chí có doanh nghiệp Việt Nam bị áp thuế chống bán phá giá toàn quốc vì không chứng minh được các lời khai của mình. Nếu như doanh nghiệp có một luật sư chuyên trách về pháp lý thì sẽ không bao giờ bị rơi vào tình trạng như thế này.

Hiện nay các công ty tư vấn luật của Việt nam cũng như các công ty tư vấn luật quốc tế đều sẵn sàng cung cấp các dịch vụ của mình cho các doanh nghiệp. Vấn đề là doanh nghiệp có nhận thức được tầm quan trọng và tác dụng của các chuyên gia tư vấn về pháp lý hay không.

3.4.5 Tăng cường sự phối hợp nội bộ và với Chính phủ nhằm xây dựng vùng nguyên phụ liệu

Như đã phân tích trong chương 2 và phần 3.2, việc quy hoạch xây dựng các vùng nguyên liệu cho các ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam có ý nghĩa quyết định đối với năng lực cạnh tranh trong dài hạn. Đối với dệt may, những động thái của chính phủ trong việc hỗ trợ hình thành hai trung tâm nguyên phụ liệu dệt may tại phía Bắc và phía Nam dường như vẫn chưa đủ sức mạnh thu hút các nhà đầu tư. Các doanh nghiệp dệt may cần nắm giữ một vai trò chủ động hơn trong việc phối hợp đầu tư hoặc mời các đối tác của mình là các nhà cung cấp nguyên phụ liệu đầu tư vào các trung tâm nói trên với những cam kết dài hạn. Tình hình của các doanh nghiệp da giày cũng tương tự như dệt may.

Đối với các doanh nghiệp thủy sản, vấn đề quan trọng nhất là hình thành các vùng sản xuất nguyên liệu chuyên canh tập trung nhằm giải quyết các vấn đề về môi trường, chất lượng cũng như khối lượng nguyên liệu. Mặc dù sự hỗ trợ của nhà nước có ý nghĩa quyết định nhưng sự nỗ lực và phối hợp của các doanh nghiệp sẽ thúc đẩy quá trình này với tốc độ nhanh hơn nhiều.

3.4.6 Một số giải pháp khác đặc thù cho các doanh nghiệp thuộc từng ngành hàng

- Đối với ngành dệt may:

Các doanh nghiệp dệt may cần tập trung phát triển thương hiệu của riêng mình nhằm hướng tới hệ thống phân phối trực tiếp và khách hàng cuối cùng. Đây là những bước đi hợp lý trong việc hướng tới một phân khúc thị trường với giá trị gia tăng cao hơn, giảm thiểu những rủi ro về áp thuế chống bán phá giá. Để có thể đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao khả năng cung cấp các sản phẩm thời trang thay đổi nhanh chóng, các doanh nghiệp cần chú trọng hơn tới việc thiết kế và sản xuất các bộ catalogue theo mùa, theo từng thị trường. Sự liên kết giữa các doanh nghiệp dệt may nhằm thực hiện chuyên môn hoá sản xuất, tận dụng lợi thế quy mô là một điều kiện tiên quyết để thực hiện các mục tiêu này. Cần có một sự kết hợp linh hoạt giữa mô hình sản xuất quy mô lớn, công nghệ hiện đại với sự năng động, linh hoạt của các doanh nghiệp nhỏ để đảm bảo tốc độ tăng trưởng và giảm chi phí sản xuất, thích nghi với sự thay đổi và biến động của thị trường về mẫu mã, sản xuất đơn hàng nhỏ. Các biện pháp giảm giá thành sản phẩm như nâng cao năng suất lao động, giảm chi phí quản lý, giảm tiêu hao năng lượng điện trong sản xuất (ở Việt Nam thường cao hơn 2,4 đến 3,6 lần so với các nước trong khu vực), chia sẻ chi phí tiếp thị, chi phí thông tin thị trường cần được quán triệt nhằm đảm bảo thực hiện tiết kiệm 10% chi phí của các doanh nghiệp dệt may.

- Đối với ngành giày dép:

Mặc dù có rất nhiều điểm tương đồng với các doanh nghiệp dệt may, các doanh nghiệp giày dép lại cần có thêm những bước đi mang sắc thái riêng biệt nhằm vượt qua các rào cản trong thương mại quốc tế. Yêu cầu về hoạt động phối hợp, phân công sản xuất giữa các doanh nghiệp da giày đòi hỏi một mức độ gắn kết rất cao. Điều này xuất phát chủ yếu từ những yêu cầu về cung ứng nguyên liệu, tổ chức sản xuất, sự khác biệt

giữa các chủng loại sản phẩm... Chính vì vậy, các doanh nghiệp có tính chuyên môn hoá cao hơn và mức độ hợp tác cũng cần phải phát triển ở mức độ mang tính chiến lược dài hạn. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp da giày cũng cần nghiên cứu và triển khai ứng dụng mô hình quản lý tiên tiến, hiện đại, tinh giản bộ máy quản lý, nâng cao hiệu quả điều hành trong doanh nghiệp, ưu tiên đào tạo đội ngũ cán bộ thiết kế giày dép, đội ngũ cán bộ kinh doanh giỏi về marketing và xuất nhập khẩu. Những hướng đi này sẽ không chỉ làm tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn hướng tới những mặt hàng có giá trị cao hơn, đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh môi trường ngay từ khâu nguyên liệu và sản xuất, loại bỏ những nguy cơ tiềm ẩn của các rào cản kỹ thuật.

- Đối với ngành Thủy sản:

Thủy sản có nhiều nét đặc trưng khác biệt so với dệt may và da giày trong việc phân bổ nguồn lực nhằm vượt qua các rào cản phi thuế quan do phần lớn các khâu tạo ra giá trị của sản phẩm được thực hiện trên lãnh thổ Việt Nam (ngoại trừ một phần nguyên liệu thủy sản nhập ngoại để chế biến xuất khẩu). Để đảm bảo một chất lượng toàn diện, thỏa mãn những yêu cầu khắt khe nhất của các thị trường nhập khẩu, các doanh nghiệp thủy sản cần tiếp tục đầu tư chiều sâu, đổi mới công nghệ, thiết bị, cơ giới hoá và tự động hoá dây chuyền chế biến, đẩy mạnh việc liên kết hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài trong ngành ngành chế biến thủy sản để tiếp cận nền công nghiệp chế biến hiện đại của thế giới. Công tác nghiên cứu, phát triển và đổi mới sản phẩm, mở rộng chủng loại các mặt hàng thủy sản chế biến có giá trị gia tăng cao, hàng phối chế, hàng ăn liền cần phải được chú trọng nhằm đạt tỷ trọng 60 - 65% sản phẩm giá trị gia tăng trong cơ cấu giá trị xuất khẩu thủy sản. Nâng cao năng lực kiểm nghiệm đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế đi đôi với tăng cường thanh tra, kiểm nghiệm vệ sinh an toàn thực phẩm, phát hiện sớm dư lượng kháng sinh, hoá chất trong nguyên liệu, có biên pháp truy xuất nguồn gốc sản phẩm, đặc biệt là nguồn nguyên liệu nhằm đảm bảo quản lý chặt chẽ chất lượng nguồn nguyên liệu. Các doanh nghiệp thủy sản cũng cần góp phần tích cực và chủ động hơn trong việc nghiên cứu và triển khai ứng dụng công nghệ sản xuất giống chất lượng cao, có khả năng kháng bệnh tốt. Ưu tiên nhập công nghệ sản xuất giống thủy sản các loài có giá trị, phục vụ cho xuất khẩu. Một giải pháp quản lý khác cần được phát huy là đa dạng hoá thị trường thực hiện nguyên tắc

phân tán rủi ro. Khi một thị trường có quá nhiều quy định chặt chẽ thì sẽ phải tìm hướng phát triển sang các thị trường khác.

3.5 Một số kiến nghị về xây dựng và sử dụng rào cản ở Việt Nam

Trước hết cần phải khẳng định chúng ta sẽ tiến hành xây dựng và áp dụng hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật và các quy định pháp lý nhằm phục vụ chính sách kinh tế đối ngoại của Việt Nam phù hợp với vị thế của mình trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế. Các tiêu chuẩn và quy định này có thể trở thành rào cản khi cần thiết. Chính vì vậy, trong khuôn khổ phần này, chỉ nghiên cứu các tiêu chuẩn kỹ thuật và các biện pháp pháp lý dưới góc độ là các rào cản phi thuế quan của Việt Nam nhằm bảo vệ lợi ích quốc gia, phù hợp với các quy định của WTO. Bản thân việc xây dựng và sử dụng rào cản trong TMQT hoàn toàn không đi ngược lại với xu hướng tự do hoá thương mại và công bằng trong TMQT nếu chúng dựa trên các cơ sở khoa học chứng tỏ các biện pháp được áp dụng là phù hợp, ở mức cho phép.

Ngày 4 tháng 4 năm 2001, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 46/2000/QĐ-TTg về quản lý xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2001-2005. Chính phủ đã ban hành các Quy định chung và một số Quy định riêng về quản lý hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu. Theo đó, danh mục các hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu được phân thành 4 loại là: Hàng hoá cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu; Hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu theo giấy phép của Bộ Thương mại; Hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu thuộc diện quản lý chuyên ngành; và Quy định riêng đối với xuất khẩu, nhập khẩu gỗ và sản phẩm đồ gỗ, xuất khẩu hàng dệt may vào những thị trường theo hạn ngạch, xuất khẩu gạo và nhập khẩu phân bón, nhập khẩu xăng dầu, nhiên liệu, nhập khẩu linh kiện lắp ráp ô tô và xe 2 bánh gắn máy, về quản lý phế thải, phế liệu. Để thực hiện Quy định 46/2001/QĐ-TTg, Chính phủ giao cho Bộ Thương mại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Thủy sản, Ngân hàng Nhà nước, Tổng cục bưu điện (nay là Bộ Bưu chính Viễn thông), Bộ Văn hoá Thông tin, Bộ Y tế, Bộ Công nghiệp, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Tài nguyên và Môi trường ban hành các thông tư hướng dẫn thực hiện. Đến nay, hầu hết các tiêu chuẩn kỹ thuật đã được xây dựng và áp dụng một cách phân tán theo các quy định trong thông tư hướng dẫn của các Bộ, ngành có liên quan.

Tuy nhiên, trong quá trình thực thi cho thấy tính hiệu lực và hiệu quả của các quy định còn hạn chế cần phải khắc phục đó là:

+ Danh mục các mặt hàng cấm nhập khẩu chưa cụ thể và chi tiết, chưa được tập hợp thành một văn bản pháp luật về hàng hoá cấm nhập khẩu. Chính sự không rõ ràng và chồng chéo đã dẫn tới sự mâu thuẫn giữa các quyết định của các cơ quan quản lý Nhà nước trong việc giải quyết một vụ việc (ví dụ nhập khẩu sắt thép, phế liệu). Chi tiết hoá danh mục hàng hoá cấm nhập khẩu để hải quan và các cơ quan có chức năng về kiểm tra, kiểm soát thị trường có thể ngăn chặn được các hàng hoá nguy hại xâm nhập vào thị trường nội địa, đặc biệt là bằng con đường nhập khẩu tiểu ngạch qua biên giới. Danh mục các loại hoá chất độc hại cần được quy định cụ thể đến tên khoa học của từng loại hoá chất để cơ quan hải quan và quản lý thị trường có thể tra cứu và thực hiện. Nghiên cứu, bổ sung diện mặt hàng phải áp dụng hạn ngạch thuế quan thay cho việc phải xin giấy nhập khẩu (mà thực chất là không cấp phép) để bảo hộ hợp lý, có chọn lọc và có thời hạn đối với một số sản phẩm, áp dụng thuế tuyệt đối và tuyệt đối thay thế để hạn chế gian lận thương mại và nhằm thực hiện quy định quốc tế về tính trị giá hải quan.

+ Cần xây dựng điều kiện kỹ thuật rất chặt chẽ ở mức độ cao để hàng hoá đã qua sử dụng rất khó có thể xâm nhập được vào thị trường Việt Nam mà không vi phạm các quy định của quốc tế. Trường hợp tiếp tục để ở danh mục hàng cấm nhập khẩu thì cần nêu rõ mục đích cấm là vì vấn đề môi trường, sức khoẻ hoặc vì những lí do rõ ràng khác.

+ Cần đổi mới biện pháp quản lý đối với hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành từ quản lý bằng giấy phép nhập khẩu, giấy phép khảo nghiệm, chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu, đăng ký lưu hành sang quản lý theo các quy định tiêu chuẩn kỹ thuật về môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn kỹ thuật chuyên ngành khác. Đặc biệt, cần chú trọng đến các quy định về quy trình và phương pháp sản xuất, các biện pháp kiểm dịch động thực vật và các tiêu chuẩn, quy định đối với sản phẩm; nhãn mác sinh thái, chứng chỉ về xuất xứ sản phẩm. Xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hoá, sản phẩm và các quy định về môi trường (nhãn mác sinh thái, bao bì phế thải và tái chế bao bì.). Khi mà kinh phí của Nhà nước đầu tư cho

công tác xây dựng tiêu chuẩn còn có hạn thì cần tăng cường cho công tác nghiên cứu để công nhận hợp chuẩn. Có thể lấy các tiêu chuẩn của châu Âu đối với hàng nông sản, thực phẩm và tiêu chuẩn khu vực ASEAN đối với tiêu chuẩn máy móc, thiết bị để hạn chế các hàng hoá có ảnh hưởng đến sức khoẻ con người và động thực vật khó có khả năng xâm nhập vào thị trường Việt Nam.

+ Xây dựng cơ chế phối hợp và điều phối tập trung thống nhất, có hiệu quả để tránh sự chồng chéo hoặc bỏ sót. Từ thực tiễn đã cho thấy có những hàng hoá vừa là thực phẩm lại vừa là dược phẩm (trà giảm béo, sâm tươi và khô các loại.), có những hàng hoá bị cấm sử dụng cho những mục đích xác định (cấm sử dụng hàn the cho chế biến thực phẩm nhưng lại cần cho các ngành công nghiệp). Vì vậy nếu không có sự phân công và cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước thì dễ dẫn tới hiện tượng bỏ sót. Sớm thành lập bộ phận quản lý chất lượng hàng hoá xuất nhập khẩu thuộc Bộ Thương mại để thực hiện chức năng nhiệm vụ quản lý Nhà nước về chất lượng hàng hoá xuất nhập khẩu.

+ Tăng cường cơ sở vật chất và trang thiết bị của các cơ quan quản lý tại cửa khẩu đi đôi với việc xây dựng quy định về cửa khẩu thông quan. Đây là biện pháp chỉ định cửa khẩu thông quan đối với một số sản phẩm hàng hoá (với lý do cửa khẩu khác chưa có điều kiện kiểm tra). Biện pháp này WTO không cấm, các nước khác trên thế giới thường sử dụng.

Bên cạnh các tiêu chuẩn kỹ thuật, cần nâng cao khả năng áp dụng và triển khai thực hiện Pháp lệnh Chống bán phá giá hàng hoá nhập khẩu vào Việt Nam được Uỷ ban Thường vụ Quốc hội thông qua ngày 29/4/2004. Đây là cơ sở pháp lý cho việc áp dụng các biện pháp tự vệ và đối kháng thương mại khi cần thiết. Tuy nhiên, hiện thiếu các quy định cụ thể và chi tiết để có thể triển khai trong thực tiễn. Trong thời gian tới cần tiếp tục hoàn chỉnh các quy định, đặc biệt là cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có liên quan để thực hiện pháp lệnh này. Bên cạnh đó, cần sớm triển khai bổ sung các văn bản pháp luật để áp dụng thuế đối kháng, thuế theo mùa vụ, v.v.

3.6 Điều kiện thực hiện các giải pháp

Để các giải pháp trên đây mang tính khả thi, có bốn điều kiện mang tính kiên quyết đảm bảo hiệu quả:

Thứ nhất, sự cam kết chặt chẽ của các lãnh đạo các cấp. Chính phủ cần thể hiện sâu sắc hơn vai trò định hướng và hỗ trợ của mình đối với phát triển kinh tế. Những cam kết của lãnh đạo cấp cao về cải thiện cơ sở hạ tầng, đơn giản hoá các thủ tục hành chính, hỗ trợ về mặt bằng kinh doanh, giải quyết các vấn đề xã hội đối với người lao động cần phải được thực hiện với một quyết tâm cao hơn và một lộ trình rõ ràng hơn. Trao đổi thường xuyên giữa lãnh đạo cấp cao và cộng đồng doanh nghiệp sẽ không chỉ làm cho sự chỉ đạo của Chính phủ sâu sát hơn mà còn nâng cao lòng tin của cộng đồng doanh nghiệp đối với Chính phủ.

Thứ hai, sự tham gia tích cực và phối hợp chặt chẽ của cộng đồng doanh nghiệp và xã hội. Doanh nghiệp là nhân tố quyết định sự thành công của các giải pháp. Ngay cả khi môi trường kinh doanh thuận lợi thì chính các doanh nghiệp mới là người tạo ra sức mạnh để vượt qua các rào cản. Chính vì vậy, tinh thần đoàn kết nội bộ tạo sức mạnh tổng hợp có ý nghĩa quan trọng không kém so với nỗ lực cá nhân của từng doanh nghiệp. Hình ảnh của cây dừa và bó dừa trong tiềm thức văn hoá Việt cần được tái khẳng định trong ý thức kinh doanh của các doanh nhân Việt nam.

Thứ ba, sự ổn định của môi trường kinh tế xã hội. Một nền chính trị ổn định với các chính sách rõ ràng và mang tính chiến lược là đặc biệt cần thiết. Tuy nhiên ổn định cần được phân biệt rõ ràng so với trì trệ. Tăng trưởng kinh tế đi đôi với giải quyết các vấn đề xã hội, xoá đói giảm nghèo sẽ giúp cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh với chi phí thấp nhất. Sự khôn khéo và kiên định của Chính phủ trong đường lối kinh tế đối ngoại và ngoại giao sẽ làm nền tảng đảm bảo an toàn cho kinh doanh của các doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Thứ tư, Nguồn kinh phí thích hợp. Các giải pháp bao giờ cũng gắn liền với nguồn tài chính để thực hiện chúng. Chi phí cho những hoạt động nói trên cần được lấy từ nhiều nguồn khác nhau, tùy thuộc vào tính chất của chúng. Nguyên tắc chung là hàng hoá công cộng nên do Chính phủ chi trả (có thể do các doanh nghiệp tư nhân cung cấp), còn lại các hàng hoá và dịch vụ khác, nên hoàn toàn do khu vực tư nhân đảm nhiệm. Trong khuôn khổ của Luận án rất khó có thể đưa ra một con số cụ thể cho tất cả các hoạt động. Mỗi một giải pháp đòi hỏi phải có một kế hoạch thực hiện thật chi tiết hơn để có thể đưa chúng vào cuộc sống.

Sau khi tổng kết các định hướng cơ bản về mặt hàng và thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới trong đề án phát triển xuất khẩu, luận án đã khẳng định các thị trường Hoa Kỳ, Nhật Bản và EU vẫn sẽ là những thị trường xuất khẩu chiến lược với những mặt hàng chủ lực như dệt may, da giày, thủy sản. Hệ thống các rào cản phi thuế quan vẫn sẽ là những trở ngại lớn đối với các doanh nghiệp và hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam trên các thị trường này khi mà các thị trường nhập khẩu vẫn sẽ tiếp tục duy trì các rào cản này vì những lợi ích quốc gia.

Chính vì vậy, Chính phủ cần phải đóng một vai trò tích cực hơn trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua các rào cản nói trên thông qua các hoạt động tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp từ xây dựng cơ sở hạ tầng tới đào tạo nguồn nhân lực. Các hoạt động hỗ trợ trực tiếp thông qua hệ thống đại diện thương mại cần có sự tăng trưởng vượt bậc về chất.

Hơn nữa, sự nỗ lực cố gắng của các doanh nghiệp trong việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế ISO, SA có ý nghĩa sống còn đối với việc vượt qua các rào cản của thị trường nhập khẩu. Và sự cam kết chặt chẽ của các cấp lãnh đạo cao nhất của chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp là điều kiện tiên quyết vượt qua các rào cản phi thuế quan trong tương lai.

KẾT LUẬN

Trong quá trình nghiên cứu, luận án đã cố gắng đạt được các mục tiêu đề ra thể hiện trong các nội dung của luận án. Trước hết, luận án đã làm rõ cơ sở lý luận và nội dung cơ bản của hệ thống rào cản phi thuế quan trong thương mại quốc tế, đi từ nguồn gốc tới bản chất và cơ chế tác động của các rào cản này. Luận án đã đưa ra cách phân loại mới đối với rào cản phi thuế quan thành các **rào cản pháp lý** và các **rào cản kỹ thuật**. Luận án cũng cho thấy tác động của rào cản phi thuế quan mang tính đa chiều cả tích cực và tiêu cực của chúng.

Trên cơ sở thu thập các số liệu từ nguồn thông tin thứ cấp và sơ cấp luận án đã tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng năng lực vượt qua rào cản phi thuế quan của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Phần lớn các rào cản phi thuế quan đã đánh vào các điểm yếu của hàng hoá Việt Nam. Các nước nhập khẩu đã tìm hiểu và phân tích rất sâu sắc hàng hoá nhập khẩu nói chung và Việt Nam nói riêng trước khi đưa ra các rào cản phi thuế quan. Các doanh nghiệp Việt Nam đã có nhiều nỗ lực và cố gắng trong việc đáp ứng các yêu cầu của thị trường nhập khẩu. Tuy vậy, những hạn chế về năng lực cạnh tranh về nguồn nguyên liệu, nhân lực, công nghệ của các doanh nghiệp đã làm cho xuất khẩu hàng hoá bị ảnh hưởng bởi các rào cản này. Những yếu kém trong tổ chức phối hợp công tư, phối hợp giữa các doanh nghiệp, vai trò hạn chế của các hiệp hội và các cơ quan Chính phủ đã làm giảm khả năng vượt rào của hàng hoá và các doanh nghiệp Việt Nam.

Trên cơ sở hệ thống lý luận và tình hình thực tiễn, luận án đã đề xuất một hệ thống giải pháp và các kiến nghị cụ thể đối với các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp. Với 09 kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước và 06 giải pháp đối với các doanh nghiệp, luận án cho thấy việc xây dựng năng lực vượt qua rào cản của các doanh nghiệp đòi hỏi phải có một sự phối hợp tổng thể và một tầm nhìn chiến lược. Các doanh nghiệp đơn lẻ không thể tự mình vượt qua các rào cản phi thuế quan. Chỉ có một quyết tâm thực sự, thể hiện qua những hành động cụ thể,

thiết thực của tất cả các bên liên quan mới tạo ra được một sức mạnh tổng hợp đối phó một cách có hiệu quả đối với các rào cản này.

Thông qua kết quả nghiên cứu, luận án mong muốn được đóng góp một phần nhỏ vào việc nâng cao năng lực vượt qua các rào cản trong thương mại quốc tế, thúc đẩy xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam. Đồng thời hy vọng công trình nghiên cứu này sẽ đáp ứng được các yêu cầu đề ra đối với một luận án tiến sỹ kinh tế. Mặc dù đã hết sức cố gắng nhưng do trình độ và khả năng có hạn nên chắc chắn luận án còn có những thiếu sót nhất định, rất mong được sự góp ý của các thầy cô giáo và các bạn đồng nghiệp để luận án hoàn chỉnh hơn.

Nghiên cứu sinh xin được bày tỏ lời cảm ơn sâu sắc tới các thầy hướng dẫn khoa học: PGS.TS Đinh Văn Thành và PGS.TS Hoàng Minh Đường, các Thầy cô giáo Khoa Kinh tế và kinh doanh quốc tế, Trường Đại học kinh tế Quốc dân, đặc biệt là GS. TS Đỗ Đức Bình, Trưởng Khoa; Ban Giám Hiệu, đồng nghiệp tại trường Đại học Ngoại thương, Ban Lãnh đạo và cán bộ Viện Sau Đại học, Đại học Kinh tế Quốc dân, các đồng chí lãnh đạo Tập đoàn dệt may Việt Nam (VINATEX), Hiệp Hội Da giày Việt Nam, Hiệp hội Thủy sản, các công ty, viện..., các chuyên gia, các nhà nghiên cứu, và gia đình đã giúp đỡ tôi hoàn thành luận án này.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ

1. Đào Thị Thu Giang (2002), “Hàng rào kỹ thuật của thị trường EU và thách thức với doanh nghiệp Việt nam”, Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, (7,8), Hà Nội.
2. Đào Thị Thu Giang (2004), “Một số giải pháp nhằm nâng cao Năng lực xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ ở Việt nam nói chung và Hà nội nói riêng” - Kỷ yếu Hội thảo: “Những vấn đề lý luận về NLXX của doanh nghiệp và mô hình đánh giá NLXX của các doanh nghiệp Hà Nội”, Trường Đại học Ngoại thương.
3. Đào Thị Thu Giang (2006), “Một số vấn đề tồn tại trong việc vượt các rào cản phi thuế quan của các doanh nghiệp Việt nam”, Tạp chí *Kinh tế đối ngoại*, (18), Hà Nội.
4. Đào Thị Thu Giang (2007), “Một số rào cản chủ yếu đối với hàng xuất khẩu dệt may của Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ”, Tạp chí *Kinh tế phát triển*, (125), Hà Nội.
5. Đào Thị Thu Giang (2007), “Những khó khăn đối với việc xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang thị trường Nhật Bản”, Tạp chí *Kinh tế đối ngoại*, (27), Hà Nội.
6. Đào Thị Thu Giang (2008), “Tác động của các rào cản phi thuế quan tới hoạt động xuất khẩu”, Tạp chí *Kinh tế đối ngoại*, (30), Hà Nội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt:

1. Báo điện tử - Thời báo kinh tế Việt Nam (2007), *Chữa cháy cho thủy sản sang Nhật*,
http://www.vneconomy.vn/?home=detail&page=category&cat_name=10&id=1f8e2adf5d372f
2. Báo Nhân dân (2007), *Giải pháp nào để giữ vững thị trường xuất khẩu thủy sản*,
<http://www.nhandan.com.vn/tinbai/?top=38&sub=56&article=98943>
3. Bộ Tài Chính (2007), *Quan điểm và định hướng điều chỉnh chính sách thuế và trợ cấp của Việt Nam* - Tạp chí Tài chính, (5), trang 29-30.
4. Bộ Thương mại (2000), *Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 – 2010*, Hà Nội.
5. Bộ Thương mại (2000), *Kết quả Vòng đàm phán Uruguay về hệ thống thương mại đa biên*, NXB Thống kê, Hà Nội.
6. Bộ Thương mại (2006), *Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 – 2010*, Hà Nội.
7. Bộ Thương mại (2007), *Báo cáo thương mại Việt Nam 2006*, Hà Nội.
8. Bộ thủy sản (2006), *Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và tầm nhìn đến 2020*, Hà Nội.
9. Vũ Văn Cường (2000), *Phương hướng và biện pháp nhằm phát triển ngành da giày ở Việt Nam*, LATS Khoa học Kinh tế: 5.02.05/ Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
10. Trần Việt Dũng (2007), “Những vấn đề cần lưu ý đối với Việt Nam khi bị EU kiện bán phá giá, nhìn từ kinh nghiệm của Trung Quốc”, Tạp chí *Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, (3/131), trang 43, Hà Nội.
11. FICen - Trung tâm khoa học - công nghệ - kinh tế thủy sản, Bộ Thủy sản (2005), *Xuất nhập khẩu thủy sản của thị trường Nhật Bản*,
http://www.fistenet.gov.vn/VSTP/index_.asp?menu=xnk_N&name=#3.2

12. FICen - Trung tâm khoa học - công nghệ - kinh tế thủy sản, Bộ Thủy sản (2005), *Quy định nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản*,
http://www.fistenet.gov.vn/VSTP/index_.asp?menu=hethongTH_N
13. Lê Thu Hà (2005), “Kinh tế Trung Quốc sau khi gia nhập WTO”, Tạp chí *Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, (11/115), trang 30, Hà Nội.
14. Hoàng Xuân Hoà (2006), “Cơ hội và thách thức với ngành công nghiệp dệt may Thế Giới, Tạp chí *Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, (5), trang 16, Hà Nội.
15. Nguyễn Hữu Khải (2005), *Hàng rào phi thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế*, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
16. Nguyễn Hữu Khải, Vũ Thị Hiền và Đào Ngọc Tiên (2007), *Quản lý hoạt động nhập khẩu – Cơ chế, chính sách và biện pháp*, NXB Thống kê, Hà Nội
17. Đỗ Tuyết Khanh (2004), “Ngành dệt may sau 2004: viễn cảnh và thử thách”, số 2 tháng 7/2004 Tạp chí *Nghiên cứu và thảo luận – Thời đại mới*,
http://www.tapchithoidai.org/200402_DTKhanh.htm.
18. Kỷ yếu hội thảo Quốc gia (2005), *Thương mại Việt nam trong tiến trình hội nhập kinh tế Quốc tế*, do Bộ Thương mại và Đại học Ngoại Thương tổ chức.
19. Nguyễn Anh Minh (2007), “Chính sách thúc đẩy xuất khẩu sau khi gia nhập WTO của Trung Quốc”, Tạp chí *Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, (6/122), Hà Nội.
20. Đinh Thị Mỹ Loan (2006), *Chủ động ứng phó với các vụ kiện chống bán phá giá trong Thương mại quốc tế*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.
21. Tăng Văn Nghĩa (2005), “Những bất cập trong việc giải quyết tranh chấp bán phá giá khi bị đơn là các nước có nền kinh tế phi thị trường”, Tạp chí *Kinh tế đối ngoại* (10), Hà Nội.
22. Phan Tiến Ngọc (2005), “Xuất khẩu Thủy sản của Việt Nam”, Tạp chí *Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, số 11/115 trang 70.

23. Nguyễn Xuân Nữ (2005), *Đánh giá khả năng cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam có so sánh với hàng dệt may Trung Quốc*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học khoa Kinh tế Ngoại thương – Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội.
24. Thanh Phong (2005), “Chương trình xuất khẩu thủy sản - những bước tiến dài sau 6 năm”, *Tạp chí Thương Mại Thủy sản*, (2), tr 20.
25. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2004), *Pháp luật về chống bán phá giá - Những điều cần biết*, Hà Nội.
26. H.T lược dịch (2006), “Điều gì đằng sau lệnh cấm tiêu thụ cá ba sa”, *Tạp chí Thương mại Thủy sản*, (9), Tr 8-9.
27. Đinh Văn Thành (2005), *Các biện pháp phi thuế quan đối với hàng nông sản trong thương mại quốc tế*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.
28. Đinh Văn Thành (2005), *Nghiên cứu các rào cản trong Thương mại Quốc tế và đề xuất các giải pháp đối với Việt Nam*, Nhà xuất bản Lao động xã hội, Hà Nội.
29. Hoàng Ngọc Thiết (2004), *Giải quyết tranh chấp giữa các thành viên Tổ chức Thương mại Thế giới*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, tr 75-100, Hà Nội.
30. Thương vụ Việt Nam tại Hợp chủng quốc Hoa Kỳ, *Cạnh tranh xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Hoa Kỳ trong điều kiện không hạn ngạch*, <http://www.vietnam-ustrade.org/nhaptin/anmviewer.asp?a=16&z=2>
31. Thương vụ Việt Nam tại Hợp chủng quốc Hoa Kỳ, *Nhu cầu nhập khẩu của Hoa Kỳ trong một số lĩnh vực mà Việt Nam quan tâm*, <http://www.vietnam-ustrade.org/nhaptin/anmviewer.asp?a=348&z=7>
32. Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ (2005), *Xuất khẩu sang Hoa Kỳ - Những điều cần biết*, tr24-27.
33. Tổng công ty dệt may Việt Nam (VINATEX), *Quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp dệt may Việt Nam đến 2010*, Hà Nội.
34. Vũ Hữu tửu (2005), *Giáo trình Kinh tế Ngoại thương*, Nhà xuất bản kỹ thuật, Hà Nội.

35. Đoàn văn Trường (2005), “Luật chống bán phá giá của Mỹ ngày càng tồi tệ”, *Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế Giới*, (11/115), trang 42, Hà Nội.
36. Lê Xuân Sanh (2007), “Phương hướng điều chỉnh chính sách thuế và trợ cấp của Việt Nam sau khi gia nhập WTO”, *Tạp chí quản lý kinh tế* (CIEM), (14), Hà Nội.
37. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2006), Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ, <http://www.nciec.gov.vn/index.nciec?1321>
38. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2007), Bộ thương mại Hoa Kỳ lấy ý kiến bình luận vòng hai đối với chương trình giám sát hàng dệt may xuất khẩu từ Việt Nam, <http://www.nciec.gov.vn/index.nciec?1457>
39. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2007), *Chính sách thương mại của Mỹ : nhìn lại 2006, hướng tới 2007*, <http://www.nciec.gov.vn/index.nciec?1489>
40. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế Quốc tế (2004), *Tác động của các hiệp định WTO đối với các nước đang phát triển*.
41. Viện Nghiên cứu Thương Mại (2003), *Cẩm nang thị trường xuất khẩu-Thị trường Nhật Bản*, Nhà Xuất Bản Thương Mại, Hà Nội.
42. Vụ Chính sách thương mại đa biên, Bộ Thương mại (1999), *Nghiên cứu tổng quan các biện pháp phi thuế quan Việt Nam*, Hà Nội.

Tài liệu tiếng Anh:

43. Action aid & Lefaso (2006), *Half of a million Vietnmaese Footwear Jobs at risk: where is the balance between Trade*, Ha Noi.
44. Baldwin, Robert E (1970), Determinants of the Commodity Structure of US Trade, *American Economic Review*, 61 ,pp.126–46, US.
45. Baldwin, Robert E. (1970), *Nontariff Distortions of International Trade*. Brookings.

46. Bora, Bijit, Aki Kuwahara, and Sam Laird (2002), *Quantification of Non-Tariff Measures*, Policy Issues in International Trade and Commodities Study Series No.18, UNCTAD.
47. CBI market survey (2007), *The footwear market in the EU*, EU.
48. CIES (Centre for International Economic Studies) (2005), *An Investigation into the Measures Affecting the Integration of ASEAN's Priority Sectors (Phase I)*, REPSF Project No.04-011. University of Adelaide.
49. Damien J Naven (2000), *Evaluating the effects of Non-tariff barriers; The economic analysis of protection in WTO dispute*, University of Lausanne and CEPR.
50. Deardorff, Alan V. and Robert M. Stern (1997), *Measurement of Non-Tariff Barriers*, <http://www.oecd.org/dataoecd/34/3/1863859.pdf>.
51. Dee, Philippa (2005), *A Compendium of Barriers to Services Trade*, prepared for the World Bank.
52. Dee, Philippa and Michael Ferrantino (eds) (2005), *Quantitative Methods for Assessing the Effects of Non-Tariff Measures and Trade Facilitation*, World Scientific, Singapore.
53. Journal of International Development (2004), *Vietnam in the Global Garment and Textile Value Chain: Impacts on firms and workers*, US.
54. Kee, Hiau Looi, Alessandra Nicita and Marcelo Olarreaga (2006), *Estimating Trade Retractiveness Indices*, WB Policy research working paper #3840.
55. Laird, Sam and René Vossenaar (1991), *Porqué nos preocupan las barreras arancelarias?* Informacion Comercial Española, Special Issue on Non-Tariff Barriers, November, pp.31–54.
56. Linda A. Linkins and Hugué M. Arce (2002), *Estimating Tariff Equivalent of Non-Tariff Barriers*, U.S International Trade Commission, Washington.
57. Michael Ferrantino (2006), *Quantifying the Trade and Economic effects of Non-tariff Measures*, OECD Trade Policy Working paper No.28.

58. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (1996), *Indicators of Tariff and Non-Tariff Trade Barriers*, France.
59. Rajesh Mehta (2003), *Non –Tariff Barriers affecting India’s Exports*, RIS Discussion Paper #97.
60. Saqib, Mohammed and Nisha Taneja (2005), *Non-Tariff Barriers and India's Exports: The Case of ASEAN and Sri Lanka*, Working paper No.165, Indian Council for Research on International Economic Relations, www.icrier.org/wp165.pdf. UNCTC (United Nations Commission on Transnational Corporations) (1993), *From the Common Market to EC92*, United Nations, New York.
61. Steven W. Popper, Victoria G., Keith C. and Rehan M. (2004), *Measuring Economic Effects of Technical Barriers to Trade on U.S. Exporters*, DRR-3083-5-NIST, US.
62. Veronika Movchan and Igor Eremenko (2003), *Measurement of Non-tariff Barriers: The case of Ukraine*, Fifth Annual Conference of the European Trade Study Group, Madrid, Spain.
63. Walkenhorst Peter (2004), *EU Exporters Concerns about Non-Tariff Measures*, Applied Economic Letters, 11, pp.939–44, EU.
64. ASEAN Economics Bulletin (2005), *Institutional Constraints and Private Sector Development: The Textile and Garment Industry in Vietnam*, Working Paper Vol 22, No 3, ASEAN.
65. WTO Secretariat (2005), China trade policies Review
66. WTO Secretariat (2005), US trade policies Review

Các trang Website:

67. Trang Thông tin Hiệp hội da giày: www.lefaso.com.vn
68. Trang Thông tin Hiệp hội dệt may: www.vietnamtextile.org.vn
69. Trang Thông tin Hiệp hội thủy sản: www.vasep.com.vn

70. Trang Web Cục Quản lý cạnh tranh: www.qlct.gov.vn

71. Trang Web Bộ Công Thương: www.moti.gov.vn

72. Trang Thông tin về TBT: www.tbtdn.org

73. Trang Thông tin của OECD: www.oecd.org

PHỤ LỤC

Phụ lục 1 - Các chất/phụ gia được phép có trong thực phẩm

	Acesulfame potassium (Acesulfame K) (12)
	Acetic Acid, Glacial (249)
	Acetone (15)
	Acetophenone (14)
	Adipic Acid (3)
	DL - Alanine (18)
	Aliphatic Higher Alcohols (141)
	Aliphatic Higher Aldehydes (except harmful substances) (142)
	Aliphatic Higher Hydrocarbons (except harmful substances) (143)
	Allyl Cyclohexylpropionate (129)
	Allyl Hexanoate (Allyl Caproate) (277)
	Allyl Isothiocyanate (Volatile Oil of Mustard) (33)
	Aluminium Ammonium Sulfate (crystal: Ammonium Alum, exsiccated: Ammonium Alum, Exsiccated) (324)
	Aluminium Potassium Sulfate (crystal: Alum, Potassium Alum, exsiccated: Alum, Exsiccated) (325)
	Ammonia (26)
	Ammonium Bicarbonate (Ammonium Hydrogen Carbonate) (183)
	Ammonium Carbonate (180)
	Ammonium Chloride (49)
	Ammonium Dihydrogen Phosphate (Monoammonium Phosphate, Acid Ammonium Phosphate) (338)
	Ammonium Persulfate (63)
	Ammonium Sulfate (326)
	α - Amylcinnamaldehyde (α - Amylcinnamic Aldehyde) (17)
	Anisaldehyde (<i>p</i> - Methoxybenzaldehyde) (16)
	L - Arginine L - Glutamate (20)
	Aromatic Alcohols (284)
	Aromatic Aldehydes (except harmful substances) (285)
	L - Ascorbic Acid (Vitamin C) (5)
	L - Ascorbic Acid 2 - Glucoside (6)
	L - Ascorbyl Palmitate (Vitamin C Palmitate) (9)
	L - Ascorbyl Stearate (Vitamin C Stearate) (7)
	Aspartame (α - L - Aspartyl - L - Phenylalanine - Methyl Ester) (11)
	Benzaldehyde (283)
	Benzoic Acid (23)
	Benzoyl Peroxide (61)
	Benzyl Acetate (118)
	Benzyl Alcohol (282)

	Benzyl Propionate (274)					
	Biotin (239)	1996	1997	1998	1999	2000 2001
	Bisbentiamine (Benzoyl Thiamine Disulfide) (241)					
	<i>d</i> - Borneol (293)					
	Butyl Acetate (117)					
	Butyl Butyrate (312)					
	Butyl <i>p</i> - Hydroxybenzoate (233)					
	Butylated Hydroxyanisole (265)					
	Butylated Hydroxytoluene (137)					
	Butyric Acid (308)					
	Calcium 5' - Ribonucleotide (318)					
	Calcium Carbonate (182)					
	Calcium Carboxymethylcellulose (Calcium Cellulose Glycolate) (64)					
	Calcium Chloride (51)					
	Calcium Citrate (75)					
	Calcium Dihydrogen Phosphate (Monobasic Calcium Phosphate, Acidic Calcium Phosphate) (342)					
	Calcium Dihydrogen Pyrophosphate (Acidic Calcium Pyrophosphate) (254)					
	Calcium Disodium Ethylenediaminetetraacetate (Calcium Disodium EDTA) (43)					
	Calcium Ferrocyanide (Calcium Hexacyanoferrate (II)) (264)					
	Calcium Gluconate (88)					
	Calcium Glycerophosphate (83)					
	Calcium Hydroxide (Slaked Lime) (171)					
	Calcium Lactate (223)					
	Calcium Monohydrogen Phosphate (Dibasic Calcium Phosphate, Calcium Hydrogen Phosphate) (341)					
	Calcium Pantothenate (237)					
	Calcium Propionate (272)					
	Calcium Stearoyl Lactylate (175)					
	Calcium Sulfate (327)					
	Carbon Dioxide (Carbonic Acid, Anhydrous) (220)					
	β - Carotene (66)					
	Chlorine Dioxide (218)					
	Cholecalciferol (Vitamin D3) (105)					
	1, 8 - Cineole (Eucalyptol) (135)					
	Cinnamaldehyde (Cinnamic Aldehyde) (169)					
	Cinnamic Acid (96)					
	Cinnamyl Acetate (112)					
	Cinnamyl Alcohol (168)					
	Citral (132)					
	Citric Acid (72)					

	Citronellal (133)
	Citronellol (134)
	Citronellyl Acetate (111)
	Citronellyl Formate (69)
	Copper Chlorophyll (208)
	Copper Salts (limited to Copper Gluconate and Cupric Sulfate) (206)
	Cyclohexyl Acetate (110)
	Cyclohexyl Butyrate (311)
	L - Cysteine Monohydrochloride (130)
	Decanal (Decyl Aldehyde) (197)
	Decanol (Decyl Alcohol) (198)
	Diammonium Hydrogen Phosphate (Diammonium Phosphate, Dibasic Ammonium Phosphate) (337)
	Dibenzoyl Thiamine (138)
	Dibenzoyl Thiamine Hydrochloride (139)
	Diphenyl (Biphenyl) (136)
	Dipotassium Hydrogen Phosphate (Dipotassium Phosphate, Dibasic Potassium Phosphate) (339)
	Disodium 5' - Cytidilate (Sodium 5' - Cytidilate) (131)
	Disodium Dihydrogen Pyrophosphate (Acidic Disodium Pyrophosphate) (255)
	Disodium Ethylenediaminetetraacetate (Disodium EDTA) (44)
	Disodium Glycyrrhizinate (84)
	Disodium 5' - Guanylate (Sodium 5' - Guanylate) (71)
	Disodium Hydrogen Phosphate (Disodium Phosphate, Dibasic Sodium Phosphate) (343)
	Disodium 5' - Inosinate (Sodium 5' - Inosinate) (35)
	Disodium 5' - Ribonucleotide (Sodium 5' - Ribo - nucleotide) (319)
	Disodium Succinate (104)
	Disodium DL - Tartrate (Disodium <i>dl</i> - Tartrate) (150)
	Disodium L - Tartrate (Disodium <i>d</i> - Tartrate) (151)
	Disodium 5' - Uridilate (Sodium 5' - Uridilate) (38)
	Ergocalciferol (Calciferol, Vitamin D2) (48)
	Erythorbic Acid (Isoascorbic Acid) (46)
	Ester Gum (40)
	Esters (41)
	Ethers (45)
	Ethyl Acetate (108)
	Ethyl Acetoacetate (13)
	Ethyl Butyrate (310)
	Ethyl Cinnamate (97)
	Ethyl Decanoate (Ethyl Caprate) (199)
	Ethyl Heptanoate (Ethyl Oenanthate) (280)

Ethyl Hexanoate (Ethyl Caproate) (279)
Ethyl p - Hydroxybenzoate (232)
Ethyl Isovalerate (31)
Ethyl Octanoate (Ethyl Caprylate) (57)
Ethyl Phenylacetate (261)
Ethyl Propionate (271)
Ethylvanillin (42)
Eugenol (55)
Fatty Acids (140)
Ferric Ammonium Citrate (78)
Ferric Chloride (52)
Ferric Citrate (77)
Ferric Pyrophosphate (256)
Ferrous Gluconate (89)
Ferrous Sulfate (328)
Folic Acid (307)
Food Blue No. 1 (Brilliant Blue FCF) and its Aluminium Lake (164)
Food Blue No. 2 (Indigo Carmine) and its Aluminium Lake (165)
Food Green No. 3 (Fast Green FCF) and its Aluminium Lake (163)
Food Red No. 102 (New Coccine) (157)
Food Red No. 104 (Phloxine) (158)
Food Red No. 105 (Rose Bengale) (159)
Food Red No. 106 (Acid Red) (160)
Food Red No. 2 (Amaranth) and its Aluminium Lake (154)
Food Red No. 3 (Erythrosine) and its Aluminium Lake (155)
Food Red No. 40 (Allura Red AC) and its Aluminium Lake (156)
Food Yellow No. 4 (Tartrazine) and its Aluminium Lake (161)
Food Yellow No. 5 (Sunset Yellow FCF) and its Aluminium Lake (162)
Fumaric Acid (266)
Furfurals and its derivatives (except harmful substances) (268)
Geraniol (100)
Geranyl Acetate (109)
Geranyl Formate (68)
Gluconic Acid (86)
Glucono δ - Lactone (85)
L - Glutamic Acid (91)
Glycerol (81)
Glycerol Esters of Fatty Acids (82)
Glycine (80)
Hexanoic Acid (Caproic Acid) (277)
High - Test Hypochlorite (101)
L - Histidine Monohydrochloride (240)

Hydrochloric Acid (54)
Hydrogen Peroxide (60)
Hydroxycitronellal (244)
Hydroxycitronellal Dimethylacetal (245)
Hydroxypropyl Methylcellulose (246)
Hypochlorous Acid Water (126)
Imazalil (36)
Indole and its derivatives (37)
Ion Exchange Resin (28)
Ionone (27)
Iron Lactate (224)
Iron Sesquioxide (Iron Oxide Red) (125)
Isoamyl Acetate (107)
Isoamyl Butyrate (307)
Isoamyl Formate (67)
Isoamyl Isovalerate (30)
Isoamyl Phenylacetate (259)
Isoamyl Propionate (270)
Isobutyl p - Hydroxybenzoate (230)
Isobutyl Phenylacetate (260)
Isoeugenol (29)
L - Isoleucine (34)
Isopropyl Citrate (73)
Isopropyl p - Hydroxybenzoate (231)
Isothiocyanates (except harmful substances) (32)
Ketones (99)
Lactic Acid (222)
Lactones (except harmful substances) (313)
Linalool (317)
Linalyl Acetate (120)
L - Lysine L - Aspartate (314)
L - Lysine L - Glutamate (316)
L - Lysine Monohydrochloride (315)
Magnesium Carbonate (186)
Magnesium Chloride (53)
Magnesium Oxide (124)
Magnesium Stearate (174)
Magnesium Sulfate (330)
DL - Malic Acid (<i>dl</i> - Malic Acid) (331)
Maltol (294)
D - Mannitol (D - Mannite) (295)
<i>d l</i> - Menthol (304)

<i>l</i> - Menthol (305)
<i>l</i> - Menthyl Acetate (119)
DL - Methionine (298)
L - Methionine (299)
Methyl Anthranilate (25)
Methylcellulose (301)
Methyl Cinnamate (98)
Methyl Hesperidin (Soluble Vitamin P) (303)
Methyl N - Methylantranilate (300)
Methyl Salicylate (123)
Methyl β - Naphthyl Ketone (302)
p - Methylacetophenone (235)
Monocalcium Di - L - Glutamate (93)
Monomagnesium Di - L - Glutamate (95)
Monopotassium Citrate and Tripotassium Citrate (74)
Monopotassium L - Glutamate (92)
Monosodium Fumarate (Sodium Fumarate) (267)
Monosodium L - Aspartate (10)
Monosodium L - Glutamate (94)
Monosodium Succinate (103)
Morpholine Salts of Fatty Acids (306)
Nicotinamide (Niacinamide) (216)
Nicotinic Acid (Niacin) (215)
γ - Nonalactone (Nonalactone) (226)
Octanal (Octyl Aldehyde, Caprylic Aldehyde) (56)
Oxalic Acid (144)
<i>l</i> - Perillaldehyde (281)
Phenethyl Acetate (Phenylethyl Acetate) (116)
Phenol Ethers (except harmful substances) (262)
Phenols (except harmful substances) (263)
L - Phenylalanine (258)
<i>o</i> - Phenylphenol and Sodium <i>o</i> - Phenylphenate (58)
Phosphoric Acid (333)
Piperonal (Heliotropine) (247)
Piperonyl Butoxide (248)
Polybutene (Polybutylene) (290)
Polyisobutylene (Butyl Rubber) (288)
Polyvinyl Acetate (115)
Polyvinylpolypyrrolidone (289)
Potassium DL - Bitartrate (Potassium Hydrogen DL - Tartrate, Potassium Hydrogen <i>dl</i> - Tartrate) (148)
Potassium L - Bitartrate (Potassium Hydrogen L - Tartrate, Potassium Hydrogen <i>d</i> -

	Tartrate) (149)
	Potassium Bromate (145)
	Potassium Carbonate, Anhydrous (181)
	Potassium Chloride (50)
	Potassium Dihydrogen Phosphate (Monopotassium Phosphate, Monobasic Potassium Phosphate) (340)
	Potassium Ferrocyanide (Potassium Hexacyanoferrate (II)) (264)
	Potassium Gluconate (87)
	Potassium Hydroxide (Caustic Potash) (170)
	Potassium Metaphosphate (296)
	Potassium Nitrate (152)
	Potassium Norbixin (227)
	Potassium Polyphosphate (291)
	Potassium Pyrophosphate (Tetrapotassium Pyrophosphate) (253)
	Potassium Pyrosulfite (Potassium Hydrogen Sulfite, Potassium Metabisulfite) (251)
	Potassium Sorbate (179)
	Propionic Acid (269)
	Propyl Gallate (286)
	Propyl <i>p</i> - Hydroxybenzoate (234)
	Propylene Glycol (275)
	Propylene Glycol Alginate (22)
	Propylene Glycol Esters of Fatty Acids (276)
	Pyridoxine Hydrochloride (Vitamin B6) (250)
	Riboflavin (Vitamin B2) (320)
	Riboflavin 5' - Phosphate Sodium (Sodium Riboflavin Phosphate, Sodium Vitamin B2 Phosphate) (322)
	Riboflavin Tetrabutrate (Vitamin B2 Tetrabutrate) (321)
	Saccharin (121)
	Silicon Dioxide (Silica Gel) (219)
	Silicone Resin (Polydimethyl Siloxane) (167)
	Sodium Acetate (114)
	Sodium Alginate (21)
	Sodium L - Ascorbate (Vitamin C Sodium) (8)
	Sodium Benzoate (24)
	Sodium Bicarbonate (Sodium Hydrogen Carbonate, Bicarbonate of Soda) (184)
	Sodium Carbonate (crystal: Carbonate of Soda, anhydrous: Soda Ash) (185)
	Sodium Carboxymethylcellulose (Sodium Cellulose Glycolate) (65)
	Sodium Carboxymethylstarch (204)
	Sodium Caseinate (62)
	Sodium Chlorite (2)
	Sodium Chondroitin Sulfate (106)

	Sodium Copper Chlorophyllin (207)
	Sodium Dehydroacetate (201)
	Sodium Dihydrogen Phosphate (Mono - sodium Phosphate, Monobasic Sodium Phosphate) (344)
	Sodium Erythorbate (Sodium Isoascorbate) (47)
	Sodium Ferrocyanide (Sodium Hexacyanoferrate (II))(264)
	Sodium Ferrous Citrate (76)
	Sodium Gluconate (90)
	Sodium Hydrosulfite (128)
	Sodium Hydroxide (Caustic Soda) (172)
	Sodium Hypochlorite (Hypochlorite of Soda) (127)
	Sodium Iron Chlorophyllin (200)
	Sodium Lactate (225)
	Sodium DL - Malate (Sodium <i>dl</i> - Malate) (332)
	Sodium Metaphosphate (297)
	Sodium Methoxide (Sodium Methylate) (214)
	Sodium Nitrate (153)
	Sodium Nitrite (4)
	Sodium Norbixin (228)
	Sodium Oleate (59)
	Sodium Pantothenate (238)
	Sodium Polyacrylate (287)
	Sodium Polyphosphate (292)
	Sodium Propionate (273)
	Sodium Pyrophosphate (Tetrasodium Pyrophosphate) (257)
	Sodium Pyrosulfite (Sodium Hydrogen Sulfite, Sodium Metabisulfite, Acidic Sulfite of Soda) (252)
	Sodium Saccharin (Soluble Saccharin) (122)
	Sodium Starch Phosphate (205)
	Sodium Sulfate (329)
	Sodium Sulfite (Sulfite of Soda) (19)
	Sorbic Acid (178)
	Sorbitan Esters of Fatty Acids (176)
	D - Sorbitol (D - Sorbit) (177)
	Succinic Acid (102)
	Sucralose (Trichloro Galactosucrose) (173)
	Sucrose Esters of Fatty Acids (166)
	Sulfur Dioxide (Sulfurous Acid, Anhydride) (217)
	Sulfuric Acid (323)
	DL - Tartaric Acid (<i>dl</i> - Tartaric Acid) (146)
	L - Tartaric Acid (<i>l</i> - Tartaric Acid) (147)
	Terpene Hydrocarbons (203)

	Terpineol (202)
	Terpinyl Acetate (113)
	L - Theanine (196)
	Thiabendazole (187)
	Thiamine Dicetylsufate (Vitamin B1 Dicetylsufate) (190)
	Thiamine Dilaurylsufate (Vitamin B1 Dilaurylsulfate) (193)
	Thiamine Hydrochloride (Vitamin B1 Hydrochloride) (188)
	Thiamine Mononitrate (Vitamin B1 Mononitrate) (189)
	Thiamine Naphthalene - 1,5 - Disulfonate (Vitamin B1 Naphthalene - 1,5 - Disulfonate) (192)
	Thiamine Thiocyanate (Vitamin B1 Rhodanate) (191)
	Thioethers (except harmful substances) (194)
	Thiols (Thioalcohols) (except harmful substances) (195)
	DL - Threonine (212)
	L - Threonine (213)
	Titanium Dioxide (221)
	<i>dl</i> - α - Tocopherol (209)
	Tricalcium Phosphate (Tribasic Calcium Phosphate) (335)
	Trimagnesium Phosphate (Tribasic Magnesium Phosphate) (336)
	Tripotassium Phosphate (Tribasic Potassium Phosphate) (334)
	Trisodium Citrate (Sodium Citrate) (79)
	Trisodium Phosphate (Tribasic Sodium Phosphate) (345)
	DL - Tryptophan (210)
	L - Tryptophan (211)
	γ - Undecalactone (Undecalactone) (39)
	L - Valine (236)
	Vanillin (229)
	Vitamin A (Retinol) (242)
	Vitamin A Esters of Fatty Acids (Retinol Esters of Fatty Acids) (243)
	Xylitol (70)
	Zinc Salts (limited to Zinc Gluconate and Zinc Sulfate) (1)

Nguồn: “Food Sanitation Law in Japan” (JETRO, 2004).

Phụ lục 2 - Các yếu tố gây hại cho sức khỏe con người

Ở sản phẩm thịt (kể cả ruốc, xúc xích, thịt hun khói):

1. Chất gây ô nhiễm tại nước xuất khẩu
2. Tụ cầu khuẩn (*Staphylococcus aureus*)
3. Chất khử trùng/ chất kháng sinh
4. Trực khuẩn (*Bacillus*)
5. Chất tẩy trắng
6. Trứng giun và giun sống trong đường ruột
7. Phụ gia thực phẩm
8. Thuốc trừ giun sán
9. Khuẩn *Escherichia Coli*
10. Vi khuẩn gây thối rữa (*Putrefactive bacteria*)
11. Hoóc môn

Ở chả thủy sản:

1. Chất gây ô nhiễm tại nước xuất khẩu
2. Tụ cầu khuẩn (*Staphylococcus aureus*)
3. Chất khử trùng
4. Trực khuẩn (*Bacillus*)
5. Chất tẩy trắng
6. Phụ gia thực phẩm
7. *Histamine*
8. Khuẩn *Escherichia Coli*
9. Vi khuẩn gây thối rữa (*Putrefactive bacteria*)

Ở thực phẩm đóng gói kín, tiệt trùng:

1. Chất gây ô nhiễm tại nước xuất khẩu
2. Tụ cầu khuẩn (*Staphylococcus aureus*)
3. Độc tố có trong nhuyễn thể hai mảnh vỏ gây bệnh tiêu chảy và bại liệt
4. Chất khử trùng/ chất kháng sinh
5. Kim loại nặng và các hợp chất của nó
6. Trực khuẩn (*Bacillus*)
7. Chất tẩy trắng
8. Phụ gia thực phẩm
9. *Histamine*
10. Vi khuẩn gây thối rữa (*Putrefactive bacteria*)
11. Hoóc môn

Phụ lục 3 - Các chất bị kiểm định hàm lượng

1. Chất làm ngọt
2. Chất tạo màu
3. Chất bảo quản
4. Chất làm đặc/ chất ổn định/ chất tạo đông
5. Chất chống ôxy hoá
6. Chất hãm màu
7. Chất tẩy trắng
8. Chất gôm
9. Enzym
10. Chất đánh bóng
11. Chất tạo mùi (hương liệu)
12. Chất làm xốp
13. Axit amin
14. Axit nuclêic
15. Axit hữu cơ
16. Muối vô cơ
17. Chất tạo vị đắng
18. Chất tạo vị chua
19. Men tiêu hoá

Phụ lục 4 - Danh sách các Trạm Kiểm dịch của Nhật Bản

Điểm thông quan	Trạm Kiểm dịch
Hokkaido	Otaru
Aomori Pref., Iwate Pref., Miyagi Pref., Akita Pref., Yamagata Pref., Fukushima Pref.	Sendai
Chiba Pref. (confined to Narita C.; Oei - machi, Katori D.; Takomachi, Katori D.; Shibayama - machi, Yamatake D.)	Narita Airport
Ibaragi Pref., Tochigi Pref., Gunma Pref., Saitama Pref., Chiba Pref. (excluding areas under the jurisdiction of the Narita Airport Quarantine Station), Tokyo Metropolis, Kanagawa Pref. (confined to Kawasaki C.), Yamanashi Pref., Nagano Pref.	Tokyo
Kanagawa Pref. (excluding areas under the jurisdiction of the Tokyo quarantine office)	Yokohama
Niigata Pref.	Niigata
Shizuoka Pref., Gifu Pref., Aichi Pref., Mie Pref., Wakayama Pref. (confined to Shingu C. and Higashi - muro D.)	Nagoya
Toyama Pref., Ishikawa Pref., Fukui Pref., Shiga Pref., Kyoto Pref., Osaka Pref. (excluding areas under the jurisdiction of the Kansai Airport Quarantine Station), Nara Pref., Wakayama Pref. (excluding areas under the jurisdiction of the Nagoya Quarantine Station)	Osaka
Osaka Pref. (confined to the Kansai Airport Quarantine Station)	Kansai Airport
Hyogo Pref., Okayama Pref., Tokushima Pref., Kagawa Pref.	Kobe
Tottori Pref., Shimane Pref., Hiroshima Pref., Ehime Pref., Kochi Pref.	Hiroshima
Yamaguchi Pref., Fukuoka Pref., Saga Pref., Nagasaki Pref., Kumamoto Pref., Ooita Pref., Miyazaki Pref., Kagoshima Pref.	Fukuoka
Okinawa Pref.	Naha

Nguồn: “Food Sanitation Law in Japan” (JETRO, 2004).

(Tên các khu vực được căn cứ theo Cơ cấu Tổ chức Hành chính của Nhật Bản tại thời điểm ngày 1/9/1993)

Phụ lục 5 - Kiểm nghiệm thực phẩm

Bộ môn khoa học	Môn khoa học
Hoá học	Hoá phân tích (Phân tích hoá học); Hoá hữu cơ; Hoá vô cơ
Hoá - Sinh	Hoá sinh vật học; Hoá thực phẩm; Sinh lý học; Phân tích thực phẩm; Độc dược học
Vi trùng học	Vi trùng; Bảo quản thực phẩm; Chế biến thực phẩm
Y tế công cộng	Y tế công cộng; Vệ sinh thực phẩm; Vệ sinh môi trường; Dịch tễ học

Phụ lục 6 - Các cơ quan, tổ chức hữu quan của Nhật Bản

Bộ Y tế, Lao động và Trợ cấp xã hội	www.mhlw.go.jp/english
Bộ Nông, Lâm, Ngư nghiệp	www.maff.go.jp/eindex.html
Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp	www.meti.go.jp/english
Cơ quan kiểm dịch động vật	www.maff - aqs.go.jp/english/index.htm
Trạm bảo vệ thực vật	www.pps.go.jp/english/index.html
Hải quan	www.customs.go.jp/index_e.htm
Hiệp hội kiểm tra thực phẩm đông lạnh	www.jffic.or.jp
Hiệp hội thủy sản	www.jfta-or.jp
Hiệp hội quản trị	www.jma.or.jp/foodex
Thị trường bán buôn Tokyo	www.shijou.metro.tokyo.jp/english
Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản	www.jetro.go.jp
Đại sứ quán Việt Nam tại Nhật Bản	50-11, Motoyoyogi-cho Shibuya-ku, Tokyo 151 Tel: 03.3466.3313, 3466.3314 Fax: 03.3466.3391, 3466.7652
Lãnh sự quán Việt Nam tại Nhật Bản	Tel: 03.3466.3311 Fax: 03.3466.3312
Đại sứ quán Nhật Bản tại Việt Nam	27 Liễu Giai, Quận Ba Đình, Hà Nội Tel: 04.846.3000 (tổng đài) Fax: 04.846.3043 (trực tiếp)
Tổng lãnh sự quán Nhật Bản tại thành phố Hồ Chí Minh	13-17 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp. HCM Tel: 08.822.5314
JETRO Hà Nội	Tầng 3, 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội Tel: 04.825.0630 Fax: 04.825.0552 Email: hn.jetro@fpt.vn
JETRO thành phố Hồ Chí Minh	Phòng 1403, tầng 14, toà nhà Sun Wah, 115 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp. HCM Tel: 08.821.9363 Fax: 08.821.9362

Phụ lục 7 - Địa chỉ tham khảo các quy định phí thuế quan của Nhật Bản

1. Luật vệ sinh thực phẩm

Office of Imported Food Safety, Inspection and Safety Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, The Ministry of Health, Labour and Welfare

Tel: 03.5253.1111 (tổng đài); Fax: 03.3503.7964 (trực tiếp)

www.mhlw.go.jp/english

2. Luật kiểm dịch

Office of Quarantine Station Administration, Department of Food Sanitation, Pharmaceutical and Medical Safety Bureau, The Ministry of Health, Labour and Welfare

www.mhlw.go.jp/english

3. Luật JAS

Labeling and Standards Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 03.3502.8111 (tổng đài); Fax: 03.3502.0594 (trực tiếp)

www.maff.go.jp/eindex.html

4. Luật khai thác thủy sản áp dụng cho các tàu nước ngoài

Resources Management Division, Resources Management Department, Fisheries Agency, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 03.3502.8111 (tổng đài); Fax: 03.3502.0794 (trực tiếp)

www.jfa.maff.go.jp (tiếng Nhật)

5. Luật khuyến khích sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên/ Luật tái sử dụng bao bì, dụng cụ chứa

Recycling Promotion Division, Industrial Science and Technology Policy and Environment Bureau, The Ministry of Economy, Trade and Industry

Tel: 03.3501.1511 (tổng đài)

www.meti.go.jp/english

Office of Recycling Promotion, Policy planning Division, Waste Management and Recycling Department, The Ministry of Environment

Tel: 03.3581.3351 (tổng đài); Fax: 03.3593.8262 (trực tiếp)

www.env.go.jp/en

Food Industry Environment Policy Office, Food Industry Policy Division, General Food Policy Bureau, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 03.3502.8111 (tổng đài); Fax: 03.3508.2417 (trực tiếp)

www.maff.go.jp/eindex.html

6. Luật phòng chống biểu thị thông tin không đúng

Consumer Related Trade Division, Trade Practices Department, Fair Trade Commission of Japan

Tel: 03.3581.5471 (tổng đài); Fax: 03.3581.1754 (trực tiếp)

www.jftc.go.jp/e - page/index.html

7. Luật đo lường

Measurement and Intellectual Infrastructure Division, Industrial Science and Technology Policy and Environment Bureau, The Ministry of Economy, Trade and Industry

Tel: 03.3501.1511 (tổng đài)

www.meti.go.jp/english

8. Luật bảo vệ thực vật

Plant Protection Division, Agricultural Production Bureau, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

www.maff.go.jp/eindex.html

9. Luật kiểm soát chất độc hại

Safety Division, Pharmaceutical and Medical Safety Bureau, The Ministry of Health, Labour and Welfare

www.mhlw.go.jp/english/index.html

10. Luật ngoại hối, ngoại thương

Trade Licensing Division, Trade and Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, The Ministry of Economy, Trade and Industry

Tel: 03.3501.1511 (tổng đài); Fax: 03.3584.1754 (trực tiếp)

www.meti.go.jp/english

11. Luật liên quan đến các biện pháp đặc biệt nhằm bảo vệ nguồn lợi cá ngừ

Far Seas Fisheries Division, Resources Management Department, Fisheries Agency, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 03.3502.8111 (tổng đài); Fax: 03.3502.8204 (trực tiếp)

www.maff.go.jp

12. Luật kiểm dịch động vật/Luật phòng bệnh dại

Infectious Diseases Control Division, Health Service Bureau, The Ministry of Health, Labour and Welfare

Tel: 03.5253.1111 (tổng đài); Fax: 03.3503.7964 (trực tiếp)

www.mhlw.go.jp/english/index.html

13. Luật an toàn thực phẩm

Food Safety Commission, Cabinet Office

www.fsc.go.jp/english/index.html

14. Luật bảo vệ động vật hoang dã

Wildlife Division, Nature Conservation Bureau, The Ministry of Environment

Tel: 03.3581.3351 (tổng đài)

www.env.go.jp/en

15. Công ước quốc tế về khai thác tài nguyên biển

Resources Management Division, Resources Management Department, Fisheries Agency, The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Tel: 03.3502.8111 (tổng đài)

www.maff.go.jp/eindex.html

16. Công ước Oa - sinh - ton

Agricultural & Marine Products Office, Trade and Economic Cooperation Bureau, The Ministry of Economy, Trade and Industry

www.meti.go.jp/english/index.html