

**1 - Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ đối với phát triển thương mại Việt Nam**

Sau gần 3 năm thực hiện Hiệp định<sup>(1)</sup>, kim ngạch ngoại thương Việt Nam - Hoa Kỳ đã vượt ngưỡng 5 tỉ USD năm 2003, riêng 9 tháng năm 2004 đã đạt trên 4 tỉ USD, tăng 9,8% so cùng kỳ năm trước, đưa Hoa Kỳ trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Điều đó cho thấy những ảnh hưởng tích cực của Hiệp định đối với thương mại Việt Nam.

**HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - HOA KỲ:**

*Những cơ hội và thách thức mới  
đối với phát triển thương mại và thu hút  
đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam*

**NGUYỄN THỊ NHIỀU\***

**1.1- Cơ hội mới cho phát triển xuất khẩu của Việt Nam**

Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ đã tạo cơ hội tiếp cận thị trường rất lớn cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là những sản phẩm chế tạo sử dụng nhiều lao động, trước đây chịu mức thuế quan cao tới 40%, nay Việt Nam được hưởng Quy chế tối huệ quốc (MFN), Quy chế thương mại bình thường (NTR) nên mức thuế suất nhập khẩu chỉ còn 3 - 4%. Điều này đã mở đường cho sự tăng trưởng của ngoại thương giữa hai nước trong năm 2002 và tiếp tục từ đó tới nay. Năm 2002, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ tăng 128%, tiếp tục tăng 64,5% và đạt 3,9 tỉ USD. Hoa Kỳ đã củng cố vị trí là thị trường xuất khẩu

hàng hóa lớn nhất của Việt Nam hiện nay. Sự bùng nổ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đóng góp tới 90% trong tổng mức tăng trưởng xuất khẩu (10%) năm 2002 và 77% trong tổng mức tăng trưởng xuất khẩu (19%) năm 2003 của Việt Nam. Điều đáng nói ở đây là *sự tăng trưởng xuất khẩu các sản phẩm chế tạo của Việt Nam sang Hoa Kỳ*. Xuất khẩu hàng công nghiệp chế tạo của Việt Nam sang Hoa Kỳ tăng 502% năm 2002, trong đó những mặt hàng có kim ngạch lớn và mức

tăng trưởng xuất khẩu cao phải kể tới: hàng dệt may tăng gần 18 lần (đạt 900 triệu USD), hàng giày dép tăng 70% (đạt 224,8 triệu USD), đồ gỗ tăng 499% (đạt trên 80 triệu USD), hàng phục vụ du lịch tăng 54 lần (đạt 49,5 triệu USD), hàng điện tử tăng 270% (đạt gần 5 triệu USD)... Năm 2003, xuất khẩu các sản phẩm này vẫn tiếp tục tăng trưởng cao: hàng dệt may tăng 119,3% (đạt 1,97 tỉ USD), hàng giày

dép tăng 25,7% (đạt 282 triệu USD), hàng điện tử và vi tính tăng 865,3% (đạt 47 triệu USD), đồ gỗ tăng 44,9% (đạt 116,5 triệu USD)... Rõ ràng với mức thu nhập từ xuất khẩu các sản phẩm chế tạo tăng sẽ cho phép Việt Nam đầu tư trở lại để phát triển các sản phẩm này, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế Việt Nam theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa tốt hơn.

Với quy mô của một thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới, hàng năm nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ lên tới khoảng 1 200 tỉ USD, thì kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang

\* TS, Bộ Thương mại

(1) Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ được ký kết tháng 7-2000 và có hiệu lực thi hành từ ngày 10-12-2001

Hoa Kỳ hiện cũng chỉ chiếm khoảng 3% kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Có thể nói, nhu cầu của thị trường Mỹ lớn đến mức mà nhiều doanh nghiệp Việt Nam khi được phỏng vấn đã trả lời rằng, nỗi lo lắng của họ không phải là ở nhu cầu của thị trường, hay cạnh tranh về giá cả mà chính là ở khả năng cung cấp chỉ có hạn, chưa đáp ứng được các đơn đặt hàng với số lượng lớn của đối tác.

*1.2 - Cơ hội tốt cho nhập khẩu các sản phẩm công nghệ nguồn và các nguyên vật liệu chất lượng cao phục vụ nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*

Đối với nhập khẩu, năm 2002, nhập khẩu từ Hoa Kỳ vào Việt Nam còn rất khiêm tốn (chỉ bằng khoảng 21% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ) và tăng trưởng nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Hoa Kỳ cũng thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng xuất khẩu (tăng 26% năm 2002). Nhưng tình hình năm 2003 đã có thay đổi lớn: lần đầu tiên, tốc độ tăng trưởng nhập khẩu từ Hoa Kỳ đã lớn hơn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này (nhập khẩu của Việt Nam từ Hoa Kỳ tăng 97%, trong khi xuất khẩu sang Hoa Kỳ chỉ tăng 64,5%). Cùng với mức tăng trưởng cao hơn của nhập khẩu so với xuất khẩu thì xuất siêu của Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2003 đã giảm nhiều và kim ngạch nhập khẩu đã tăng lên bằng 29% kim ngạch xuất khẩu. Giảm xuất siêu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ theo chúng tôi là một sự bảo đảm lành mạnh cho cán cân thương mại giữa hai nước. Hơn nữa, đây cũng là một tín hiệu tốt bởi Hoa Kỳ là thị trường công nghệ nguồn hàng đầu thế giới, nhập khẩu máy móc thiết bị từ Hoa Kỳ sẽ giúp chúng ta có được các trang thiết bị hiện đại phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Ngoài ra, chúng ta còn có thể nhập khẩu các nguyên liệu cần thiết mà trong nước chưa làm được để sản xuất các sản phẩm xuất khẩu trở lại Hoa Kỳ như nguyên phụ liệu của ngành dệt may, giày dép, linh kiện điện tử và vi tính, chất dẻo nguyên liệu, hay các vật tư cần thiết phục vụ sản xuất và đời sống như

phân bón, sắt thép, tân dược... Điều này được phản ánh trong cơ cấu hàng nhập khẩu từ thị trường Hoa Kỳ: năm 2002, các sản phẩm công nghiệp chế tạo chiếm tới 75% tổng trị giá nhập khẩu từ Hoa Kỳ, trong đó chủ yếu là các sản phẩm máy móc và thiết bị giao thông, nguyên liệu và vật tư phục vụ cho sản xuất trong nước và cho xuất khẩu. Nhập khẩu hàng tiêu dùng chỉ chiếm khoảng 10% tổng kim ngạch nhập khẩu.

Năm 2003, tỷ trọng nhập khẩu các sản phẩm chế tạo tăng lên 77% tổng kim ngạch nhập khẩu trong đó nhập khẩu máy móc, thiết bị đạt 709,4 triệu USD, chiếm 62% tổng kim ngạch nhập khẩu và tăng 61,5% so với 2002, nhập khẩu các nguyên liệu và vật tư cần thiết khác đạt 173,7 triệu USD bằng 15% tổng kim ngạch nhập khẩu....

## **2 - Cơ hội thu hút đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ cho việc phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam**

Trong khi đầu tư trực tiếp (FDI) của Hoa Kỳ vào Việt Nam từ 1988 đến 1993 (khi lệnh cấm vận chưa bị dỡ bỏ), chỉ đạt 3,3 triệu USD, thì chỉ sau năm đầu tiên (1994) bỏ lệnh cấm vận, con số này đạt trên 266 triệu USD (tức trên 80 lần của toàn bộ 6 năm trước). Như vậy, sau hơn một năm bỏ cấm vận, Hoa Kỳ đã chuyển từ vị trí thứ 11 (năm 1994) lên vị trí thứ 8 trong tổng số trên 50 nước có vốn đầu tư vào Việt Nam và nếu chỉ tính riêng năm 1995 thì Hoa Kỳ đã chuyển lên vị trí thứ 6, chỉ sau Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, Xin-ga-po và Thụy Điển. Điều đáng quan tâm là những công ty tầm cỡ thế giới của Hoa Kỳ đã tham gia chính với những dự án, quy mô lớn và có tầm quan trọng đối với tương lai phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Chẳng hạn như Mobil Oil với dự án khí (Mỏ Thanh Long) 55 triệu USD; dự án khu du lịch Non Nước của tập đoàn BBI China Beach Ltd 243 triệu USD...

Có thể nói tốc độ đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam tăng nhanh hơn so với Nhật Bản kể từ khi lệnh cấm vận được bãi bỏ. Nhưng thị phần của Việt Nam trong FDI của Hoa Kỳ thì còn rất

nhỏ bé. Các nước và các khu vực khác có lợi thế cạnh tranh hơn so với Việt Nam, thì đó là lợi thế cạnh tranh cấp cao (lợi thế động: vốn lớn, công nghệ hiện đại, người lao động có chuyên môn cao...) còn lợi thế cạnh tranh của Việt Nam lại thuộc cấp thấp (lợi thế tĩnh: tài nguyên tự nhiên không có khả năng tái sinh, tiền lương thấp, tỷ lệ lao động có trình độ tay nghề cao còn hạn chế). Mặt khác, do Nhật Bản và Hoa Kỳ có tiềm lực kinh tế mạnh và có nhiều lợi thế cạnh tranh cấp cao nên thị trường đầu tư của các nước này là trên phạm vi toàn cầu, phù hợp với phạm vi hoạt động rộng lớn của các công ty xuyên quốc gia (TNCs) và để thực hiện liên kết sản xuất theo chiều ngang - trong một ngành sản xuất, như thế hiệu quả kinh tế sẽ lớn hơn. Điều đó khác với các đối tác khác như Đài Loan, Xin-ga-po, Hồng Kông còn kém Hoa Kỳ và Nhật Bản ở nhiều mặt vì thế các tập đoàn lớn của Nhật Bản mới chỉ đầu tư vào Việt Nam với tính chất thăm dò; còn các tập đoàn lớn của Hoa Kỳ mới chỉ là bước đầu đến thị trường Việt Nam...

Trước Diễn đàn thương mại tại Oa-sinh-ton, các doanh nghiệp Hoa Kỳ đã tuyên bố tăng nhanh tốc độ khai thác đầu tư ở Việt Nam và hy vọng Hoa Kỳ sẽ là một trong những đối tác có vốn đầu tư lớn nhất ở thị trường này. Cùng với những dự án đầu tư mới, hiện nay đã xuất hiện một số tập đoàn lớn của Hoa Kỳ ở Việt Nam như tập đoàn Mobil Oil, hãng thang máy Otis, hãng máy bay Boeing, hãng hàng không America Airline, Ngân hàng City Bank...

Tuy đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam còn khiêm tốn (tính đến tháng 4-2003, tổng vốn FDI cam kết đạt 1 128 triệu USD và vốn FDI thực hiện là 563 triệu USD, chiếm tỷ trọng tương ứng là 2,9% và 2,6% trong tổng vốn FDI của nước ngoài tại Việt Nam), nhưng chúng ta có thể lạc quan với tình hình chính trị ổn định, kinh tế phát triển liên tục và tương đối chắc chắn, môi trường đầu tư và kinh doanh ngày càng thuận lợi do việc thực hiện Hiệp định Thương mại song phương, Việt Nam sẽ là một

địa chỉ ngày càng hấp dẫn đối với các nhà đầu tư Hoa Kỳ.

### **3 - Việc thực thi Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ và những cơ hội mới cho xây dựng năng lực thể chế và chuyên môn của Việt Nam**

Có thể nói, việc thực thi Hiệp định Thương mại song phương giúp Việt Nam có điều kiện để rèn luyện khả năng tự điều chỉnh và thích ứng của mình, điều này tạo ra những thuận lợi cơ bản cho việc xây dựng năng lực làm việc trong cơ chế kinh tế thị trường. Những kết quả này thật khó lường hóa nhưng rõ ràng thông qua việc đàm phán, ký kết và thực thi hiệp định, kể cả việc theo đuổi và giải quyết các vụ tranh chấp về cá tra, cá ba-sa và hiện nay là vụ tranh chấp về tôm với phía Hoa Kỳ, Việt Nam được rèn luyện, cọ xát với những thực tiễn sinh động của thương mại quốc tế, rút ra được các bài học và chuẩn bị những hành trang cần thiết để giải quyết tốt hơn các mối quan hệ kinh tế, thương mại với nước ngoài, xử lý tốt hơn tranh chấp thương mại có thể xảy ra trong tương lai. Những bài học từ việc đàm phán, ký kết và phê chuẩn Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ là bài học tốt cho các nhà đàm phán Việt Nam khi tham gia đàm phán ký kết các Hiệp định Thương mại song phương và đa phương khác, đặc biệt là đàm phán gia nhập WTO. Có thể nói ngay khi tham gia đàm phán ký kết Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ, các nhà đàm phán và Chính phủ Việt Nam đã có điều kiện để học tập và rèn luyện các kỹ năng để đàm phán thành công. Mặt khác việc thực hiện các điều khoản của Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ cũng tạo sức ép cho Việt Nam phải cải cách, chỉnh sửa và bổ sung nhiều luật hiện còn chưa phù hợp với các cam kết trong Hiệp định và với thông lệ quốc tế. Việc chỉnh sửa và bổ sung này sẽ cho phép luật pháp của chúng ta có sự hài hòa hơn với luật pháp và thông lệ quốc tế, đồng thời cũng tạo ra sự minh bạch cao hơn và hiệu lực thực thi tốt hơn của hệ thống pháp luật nước nhà...

**4 - Những thách thức mới đối với phát triển thương mại và thu hút FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam**

- *Áp đặt thuế chống phá giá, rào cản thương mại mới đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam:* Những phán quyết thiếu khách quan và công bằng của Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC) và Ủy Ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ đối với cá tra và cá ba-sa xuất khẩu của Việt Nam và việc áp dụng thuế chống bán phá giá đối với cá tra và ba-sa xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua đã gây ra những khó khăn lớn cho xuất khẩu các sản phẩm này của Việt Nam sang Hoa Kỳ, làm cho mức xuất khẩu giảm nhiều so với thời gian trước. Đó là chưa kể tới vụ kiện bán phá giá tôm của Liên minh tôm miền Nam Hoa Kỳ (SSA) đối với 6 nước xuất khẩu tôm vào Hoa Kỳ trong đó có Việt Nam ngày 31-12-2003... Mới đây, Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã quyết định tôm Việt Nam sẽ chịu mức thuế 4,1 - 25,8% (so với phán quyết trước đây của ITC là 14,9 - 93%). Đây thực sự vẫn còn là một trong những thách thức mới đối với xuất khẩu tôm, một sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Chưa biết được trong thời gian tới các nhà xuất khẩu Việt Nam sẽ còn phải đương đầu với những đòn thương mại gì nữa từ phía Hoa Kỳ?!

- *Hiệp định dệt may Việt Nam - Hoa Kỳ và việc áp dụng hạn ngạch đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam:* Ngoài việc áp thuế chống phá giá, phía Hoa Kỳ còn áp dụng hạn ngạch đối với xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam vào Hoa Kỳ và cũng tạo ra những thách thức mới cho Việt Nam khi xuất khẩu vào thị trường này.

- *Các rào cản kỹ thuật khác:* Bao gồm việc Hoa Kỳ áp dụng Luật chống khủng bố sinh học, trong đó yêu cầu các doanh nghiệp kinh doanh chế biến thực phẩm phải đăng ký với Cơ quan dược và thực phẩm Hoa Kỳ (FDA) sẽ gây khó khăn lớn hơn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu.

- *Sức ép cạnh tranh sẽ ngày càng tăng đối với các doanh nghiệp Việt Nam cả ở thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu Hoa Kỳ:*

Việc thực thi Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ thời gian tới sẽ tạo những sức ép cạnh tranh mới lên các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ nước nhà khi chúng ta thực hiện các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ cho các đối tác nước ngoài và thực hiện nguyên tắc "đối xử quốc gia"...

Hơn nữa, việc Hoa Kỳ ký kết Hiệp định Khu vực Thương mại tự do (FTA) với các nước đã tạo ra những ưu đãi thương mại mới cho các nước có Hiệp định này với Hoa Kỳ, vì vậy xuất khẩu của các nước có FTA với Hoa Kỳ sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn hơn so với hàng xuất khẩu cùng loại của chúng ta...

- *Lợi thế cạnh tranh về thu hút FDI của nước ta kém hơn* so với một số nước trong khu vực (các nước có Hiệp định tự do thương mại - FTA với Hoa Kỳ), nhất là so với Trung Quốc.

**5 - Một số giải pháp phát triển xuất khẩu sang Hoa Kỳ và thu hút đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Việt Nam**

*Thứ nhất,* trên cơ sở thực hiện nghiêm chỉnh các cam kết trong Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ, Việt Nam yêu cầu phía Hoa Kỳ thực hiện các trách nhiệm đã cam kết trong Hiệp định. Đồng thời, cần phát huy sức mạnh tổng hợp của cả Nhà nước, các tổ chức phi chính phủ, các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp trong công tác tuyên truyền vận động tạo môi trường tâm lý xã hội thuận lợi, hiểu biết lẫn nhau, phát triển quan hệ đối tác, đôi bên đều có lợi để phát triển xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ.

*Thứ hai,* Việt Nam chuẩn bị sẵn sàng các hành trang cần thiết để đối phó thắng lợi với các vụ tranh chấp thương mại đã, đang và có thể sẽ xảy ra trong tương lai. Chúng ta, một mặt, phải học cách thích ứng với thực tiễn kinh doanh quốc tế, trong đó các tranh chấp thương mại là hiện tượng bình thường, bằng cách phối hợp chặt chẽ với các bộ đơn khác để có tiếng nói thống nhất phản đối đơn kiện; thuê khoản tư vấn pháp lý giỏi... Mặt khác, phát huy vai trò của các hiệp hội xuất khẩu Việt Nam trong việc phối kết hợp các doanh nghiệp trong nước, các nhà nhập

khẩu hàng của Việt Nam ở Hoa Kỳ, người tiêu dùng Hoa Kỳ, kể cả các chính khách... Tiến hành những cuộc tuyên truyền vận động về sản phẩm của Việt Nam không hề bán phá giá, về lợi ích của việc tăng cường trao đổi buôn bán sản phẩm giữa hai bên...

*Thứ ba*, Nhà nước ban hành mới và chỉnh sửa các luật hiện có để tạo sự thống nhất giữa luật và các văn bản dưới luật, phù hợp với hệ thống luật quốc tế và những cam kết trong Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ nhằm tạo môi trường pháp lý ổn định, minh bạch, giúp các doanh nghiệp cả Việt Nam và các đối tác Hoa Kỳ yên tâm phát triển sản xuất kinh doanh, tích cực đầu tư và tìm kiếm các đối tác thương mại tại Việt Nam. Nhà nước cũng đẩy mạnh cải cách hành chính, nâng cao hiệu lực quản lý của Nhà nước, phân định rõ chức năng quản lý nhà nước và quản lý kinh doanh và sớm triển khai ứng dụng chính phủ điện tử ở nước ta... Ngoài ra, Nhà nước phát triển các công cụ, cơ chế, chính sách đa dạng hỗ trợ xây dựng năng lực quản lý, kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

*Thứ tư*, đối với các doanh nghiệp, điều cốt yếu là phải tự trang bị cho mình năng lực hoạt động hiệu quả trong môi trường kinh doanh của kinh tế thị trường. Doanh nghiệp cần bắt đầu bằng việc xây dựng và triển khai các chiến lược kinh doanh hiệu quả dựa trên việc phân tích và đánh giá đúng những điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức, vị thế của doanh nghiệp hiện tại và đích cần đạt tới... Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thì việc thực hiện một chiến lược ma-két-tinh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ là điều phải tính đến trước tiên. Nhà nước, các tổ chức hỗ trợ thương mại tạo điều kiện và hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc nghiên cứu kỹ thị trường Hoa Kỳ để có chính sách đúng đắn nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu sang Hoa Kỳ.

*Thứ năm*, Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp chủ động liên doanh, liên kết và tích cực xây dựng quan hệ đối tác chiến lược với các doanh nghiệp Hoa Kỳ nhằm đẩy mạnh xuất khẩu và thu hút đầu tư trực tiếp từ phía Hoa Kỳ.

Để trở thành đối tác bình đẳng trong quan hệ quốc tế và với các doanh nghiệp Hoa Kỳ, ngoài vai trò quan trọng của Nhà nước ở tầm vĩ mô, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần hướng tới hình thành các tập đoàn kinh tế lớn - công ty đa quốc gia bao gồm hợp tác đầu tư với các tập đoàn kinh tế, công ty đa quốc gia, hình thành công ty con của các tập đoàn - công ty đa quốc gia này trên lãnh thổ Việt Nam; tiến hành các liên kết kinh tế dọc, ngang với các doanh nghiệp trong nước, hình thành tập đoàn kinh tế lớn - công ty đa quốc gia ở Việt Nam. Mở rộng các hoạt động sáp nhập, hợp nhất với các doanh nghiệp, hình thành các tập đoàn kinh tế tổng hợp, đủ sức cạnh tranh xuất khẩu; đẩy nhanh cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước; phát triển thị trường chứng khoán ở Việt Nam; tăng cường các liên minh chiến lược để hình thành các tập đoàn thương mại đủ mạnh trong cạnh tranh xuất khẩu...

*Thứ sáu*, doanh nghiệp xây dựng thương hiệu cho sản phẩm của mình. Điều này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong kinh doanh quốc tế. Xây dựng được thương hiệu nổi tiếng góp phần tạo dựng uy tín doanh nghiệp, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam. Muốn vậy, trước hết doanh nghiệp phải đăng ký hoàn tất thủ tục về sở hữu công nghiệp và bản quyền nhãn mác hàng hóa. Tuy nhiên, để xây dựng được thương hiệu riêng nổi tiếng là kết quả tổng thể của nhiều yếu tố được tạo ra từ các giải pháp vĩ mô và vi mô.

*Thứ bảy*, xây dựng văn hóa xuất khẩu quốc gia và văn hóa kinh doanh ở doanh nghiệp. Điều này chỉ đạt được khi có một trình độ phát triển cao trong xuất khẩu, các đối tác liên quan đều ý thức về tầm quan trọng của hoạt động xuất khẩu đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước và có những nỗ lực của quốc gia và cộng đồng cho sự phát triển xuất khẩu theo hướng phát huy tối đa những lợi thế so sánh động để thúc đẩy xuất khẩu. Văn hóa xuất khẩu có một vị trí quan trọng trong năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. □