



KHÓA TẬP HUẤN
Cộng đồng kinh tế ASEAN và việc xây dựng chiến lược
phù hợp trong thời kì hội nhập kinh tế khu vực

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20-21 tháng 8 năm 2015

Chiến lược kinh doanh trong
thời kì hội nhập kinh tế khu vực

Võ Trí Thành
Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương

TP. HCM, ngày 20-21 tháng 08 năm 2015

Nội dung bài trình bày

- ▶ Giới thiệu
- ▶ VN& cơ hội kinh doanh nhìn từ AEC;
- ▶ Thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp MSME;
- ▶ Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về MSME;
- ▶ Điều chỉnh chiến lược kinh doanh;
- ▶ Kết luận.

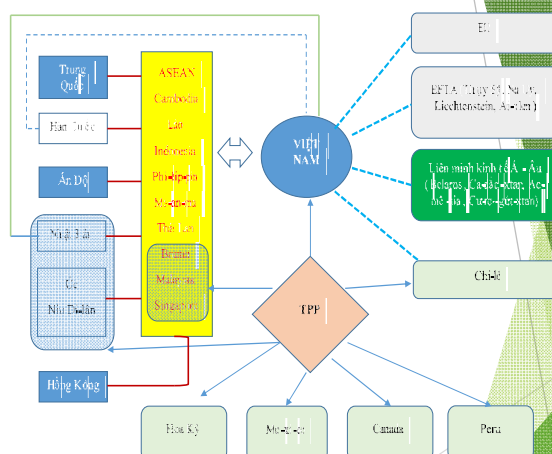
Giới thiệu

- ▶ HNKTQT có vai trò quan trọng (đặc biệt là ASEAN);
- ▶ Bản thân HNKTQT là một quá trình, và điều này càng được thể hiện rõ hơn trong quá trình xây dựng AEC (tiệm tiến).
 - *2015 chỉ là một mốc quan trọng, chưa phải điểm kết thúc, trong quá trình xây dựng AEC;*
- ▶ Hội nhập kinh tế ở khu vực ASEAN đi kèm với cả cơ hội và thách thức.
- ▶ Yêu cầu nâng cao nhận thức ở cả cấp chính sách và doanh nghiệp...
 - *Gắn với những điều chỉnh chính sách cũng như chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp*

Quá trình HNKTQT ở VN

- ▶ 3 mốc HNKTQT quan trọng nhất:
 - Gia nhập ASEAN 1995;
 - Ký kết BTA với Hoa Kỳ 2000;
 - Gia nhập WTO 2007.
- ▶ VN đã ký kết, đi vào thực thi nhiều FTA (ASEAN; ASEAN + 1; và song phương VJEPA); đang đàm phán một số FTA khác
 - *Mức độ tự do hóa thương mại hàng hóa (ngoại trừ một số ít mặt hàng nhạy cảm) cao hơn nhiều so với cam kết WTO*
 - *Tự do hóa dịch vụ không vượt nhiều WTO (khó có thể coi là GATS+)*

FTA đã ký kết và đang đàm phán



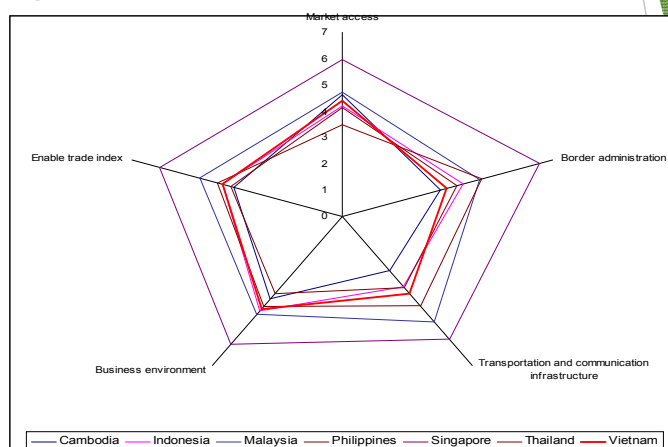
Việt Nam & Cơ hội kinh doanh

Nhìn nhận từ VN

- ❑ Hội nhập với ASEAN (7/1995) phù hợp với cải cách, mở cửa của VN
- ❑ Ý nghĩa của liên kết ASEAN và AEC đ/v VN
 - Tạo điều kiện thuận lợi hơn cho phát triển (ổn định khu vực; huy động nguồn lực và phân bổ hiệu quả, hợp tác phát triển)
 - Các thành viên ASEAN là đối tác TM và đầu tư quan trọng
 - Bước "tập dượt" cho tự do hóa và hội nhập kinh tế sâu rộng hơn (VN trở thành thành viên WTO năm 2007)
 - Tăng cường "sức mạnh mặc cả"
 - Góp phần giảm khoảng cách phát triển trong ASEAN

- ❑ Nhìn chung, VN thực thi nghiêm túc các cam kết quốc tế (trong đó có AEC, ASEAN+1 FTAs) mặc dù phải đối mặt không ít thách thức. Vẫn còn dư địa cải cách & tự do hóa TM, đầu tư một cách có ý nghĩa hơn.

Thuận lợi hóa TM & đầu tư: So sánh VN với các nước ASEAN khác



Sân chơi của doanh nghiệp

- Thời kỳ 1990-2012, FDI đăng ký từ ASEAN đạt 41,5 tỷ USD (1.906 dự án), chiếm gần 20% tổng FDI vào VN (hơn 13% số dự án). FDI từ VN sang ASEAN là 6,7 tỷ USD (422 dự án; chủ yếu vào Cambodia và Lào)

Thương mại hàng hóa VN -ASEAN, 1996-2012

	1996		2008		2012	
	Giá trị (tỷ USD)	Tỷ lệ trên tổng (%)	Giá trị (tỷ USD)	Tỷ lệ trên tổng (%)	Giá trị (tỷ USD)	Tỷ lệ trên tổng (%)
XK sang ASEAN	1.8	24.5	10.2	16.3	17.3	15.1
NK từ ASEAN	3.0	25.8	19.5	24.2	20.8	18.2
(XK + NK)	4.8	25.3	29.7	20.7	38.0	16.7

Nguồn: GSO. Mức giảm tỷ trọng TM với ASEAN chủ yếu là do việc mở rộng TM của VN với các đối tác khác, như Đông Bắc Á và Hoa Kỳ.

- Sự tham gia mạng SX (Đông Á) (theo điều tra Tran *et al*/2010):
 - 71% SMEs có tham gia mạng SX (lệ thuộc đầu vào là hàng hóa vốn và hàng trung gian, VA thấp)
 - Đông Á (đặc biệt TQ) là nhà cung cấp chính cho SMEs VN; tới 69% SMEs bán hàng sang Đông Á.
- Việc tận dụng ưu đãi thuế (thỏa mãn ROO) với các FTA khá khác biệt (ASEAN-Hàn Quốc FTA: >90%). Trong ASEAN: khoảng 20%; nguyên nhân (dù chi phí hành chính không cao): (i) thông tin truyền thông chưa đủ rộng rãi; (ii) Không đáp ứng ROO; (iii) Đ/v không ít SP khác biệt thuế quan MFN và CEPT/AFTA nhỏ; (iv) Sự tương đồng hàng hóa

Tỷ lệ % C/O ưu đãi trên kim ngạch xuất khẩu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
AFTA	6.07	7.10	9.41	12.76	11.41	14.11	20.20	
AJCEP, VJEPA					27.81	30.52	31.23	
AKFTA					79.05	65.79	90.77	98.00
AANZFTA						8.89	15.91	
AIFTA						2.39	7.37	
ACFTA		8.89	6.30	9.83	21.70	25.23	23.11	26.8

Thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSME) có ý nghĩa quan trọng

- Phần lớn các doanh nghiệp ở CLMV là MSME, có ý nghĩa kinh tế quan trọng

Campuchia	Lào	Myanmar	Việt Nam
93% số doanh nghiệp nòng cốt (các sản phẩm chủ chốt cho kinh tế trong nước)	99% số doanh nghiệp (chủ yếu trong bán lẻ, bán buôn và các dịch vụ chi tiêu khác)	96% số doanh nghiệp ở các nông thôn và thành thị (92% số doanh nghiệp trong khu vực công nghiệp chế tạo)	99% là DNNVV; 77% lao động và 80% thu nhập bán lẻ

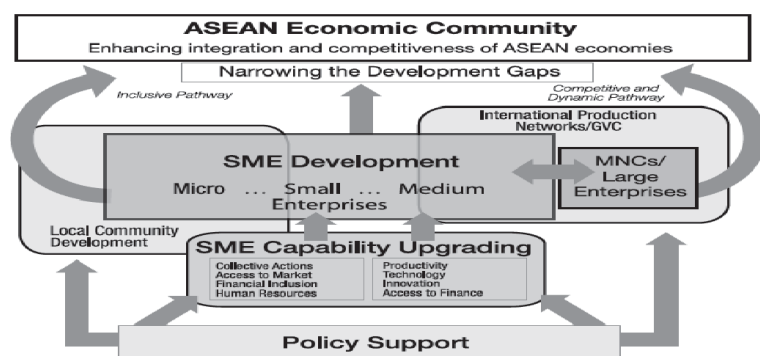
Nguồn: Hlaing (2014)

- MSME chính là xương sống của khu vực tư nhân ở CLMV;
- Ưu tiên phát triển các doanh nghiệp MSME là không đơn giản, do các doanh nghiệp này khác biệt rất nhiều (tiếp cận tài chính; khả năng sáng tạo, v.v.)

Kế hoạch hành động hướng tới AEC & MSME

- ▶ Trụ cột về Phát triển kinh tế công bằng trong Kế hoạch hành động hướng tới AEC: Chính sách phát triển DN nhỏ và vừa ở ASEAN giai đoạn 2004-2014:
 - *Thực thi kịp thời là yếu tố mấu chốt;*
 - *Tạo lập và củng cố mạng lưới liên kết giữa các DN nhỏ và vừa và sự tham gia của các DN này trong mạng sản xuất/phân phối ở khu vực;*
 - *Tăng cường thực tiễn tốt trong phát triển DN nhỏ và vừa, trong đó có cấp vốn cho các DN này.*
- ▶ Phát triển DN nhỏ và vừa rất quan trọng để giúp cải thiện khả năng chống đỡ và giảm chênh lệch về trình độ phát triển ở khu vực.

Kế hoạch hành động hướng tới AEC & MSME



Cơ hội cho MSME

- ▶ Tiếp cận thị trường khu vực được cải thiện:
 - Các rào cản thương mại giảm đáng kể. VD: năm 2015, tất cả các mặt hàng xuất khẩu của CLMV không phải chịu thuế nhập khẩu ở các nước ASEAN-6;
 - Giảm các biện pháp phi thuế quan (VD: tiêu chuẩn kỹ thuật; các biện pháp kiểm dịch động thực vật);
 - Cam kết thuận lợi hóa thương mại ở ASEAN, đi kèm với Kế hoạch tổng thể về Kết nối ASEAN (thể chế; hạ tầng; con người – tới – con người);

Cơ hội cho MSME

- ▶ Tham gia vào chuỗi cung ứng và mạng sản xuất khu vực: mỗi sản phẩm có thể đi qua nhiều nước (bao gồm cả CLMV) để gia công, chế biến, lắp ráp trước khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng;
 - Không chỉ chuỗi giá trị ở ASEAN, mà còn ở ASEAN+1 (VD. Chiến lược Trung Quốc+1 của các tập đoàn điện tử lớn, với các cơ sở sản xuất ở cả Trung Quốc và Việt Nam để giảm phụ thuộc);
 - Các doanh nghiệp FDI lớn có thể tăng cường liên kết với các nhà cung cấp địa phương (Chính là MSME);
- ▶ Các đối xử đặc biệt và khác biệt cho CLMV;
 - MSME ở các nước này có thể được bảo hộ trong thời gian dài hơn (VD. Giảm thuế có thể linh hoạt hơn đến năm 2018).

Cơ hội cho MSME

- ▶ Hợp tác ASEAN trong lĩnh vực du lịch có thể giúp tăng chi tiêu của khách nước ngoài, cũng như thêm cơ hội cho hệ thống khách sạn, nhà hàng;
 - MSME sẽ hưởng lợi từ các tác động lan tỏa;
 - Số khách du lịch đến Lào và Campuchia tăng trung bình 18%/năm và 25%/năm trong giai đoạn 2001-2011
- ▶ Hỗ trợ cho DN nhỏ và vừa
 - Tiếp cận tín dụng: VD. Quỹ phát triển DN nhỏ và vừa ASEAN;
 - Tăng cường chất lượng nguồn nhân lực, khả năng sáng tạo và tiếp thị cho DN nhỏ và vừa;
 - Lợi ích có thể lớn hơn nếu đi kèm với các chính sách trong nước để phát huy vai trò của DN nhỏ và vừa trong các ngành công nghiệp hỗ trợ (VD cụm DN nhỏ và vừa ở Tiểu vùng sông Mê-Kong mở rộng).

Thách thức cho MSME

- ▶ Khả năng thích ứng với nhu cầu của thị trường: Những biến động bất lợi trên thị trường trong nước và khu vực có thể ảnh hưởng đáng kể đến DN
 - Các nước ASEAN khác biệt rất nhiều về hệ thống thuế, chi phí thuê đất và các quy định về đầu tư khác;
- ▶ Thiếu năng lực cạnh tranh hoặc đàm phán với DN FDI
 - Tăng cường ưu đãi (miễn giảm thuế thu nhập; giảm thuế nhập khẩu; hỗ trợ giải phóng mặt bằng, v.v.) cho DN FDI;
 - Một số DN FDI (trong ICT, điện tử, v.v.) kiểm soát chuỗi giá trị; MSME có thể phải chấp nhận nhiều điều kiện ngặt nghèo để trở thành các nhà cung ứng.

Thách thức cho MSME

Xử lý các vấn đề hiện có: rất khó khăn

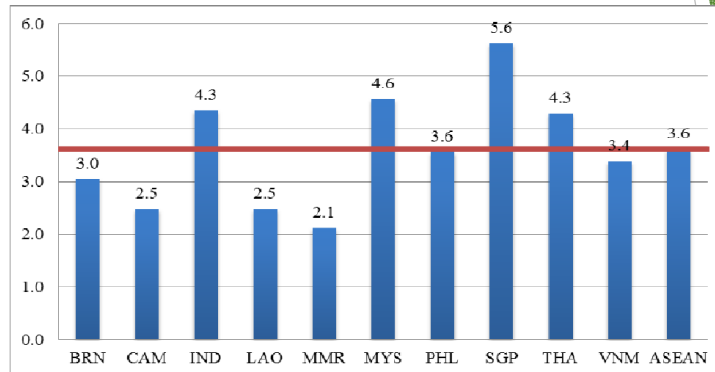
Campuchia	Lào	Việt Nam
• Tiếp cận vốn khó khăn (yêu cầu thế chấp và lãi suất cao) • Công nghệ lạc hậu; • Gánh nặng thuế; • Thiếu thông tin thị trường và tiếp cận thị trường; • Cạnh tranh không bình đẳng	• Tiếp cận tín dụng khó khăn; • Hạn chế khi mở rộng thị trường	• Tiếp cận nguồn lực (tín dụng, đất đai, lao động, công nghệ và hỗ trợ của Chính phủ) khó khăn; • Sân chơi không bình đẳng; • Yếu kém về năng lực quản lý.

Nguồn: Hlaing (2014)

Chuyển biến trong chính sách phát triển DN nhỏ và vừa

- ▶ Chưa đạt được thực tiễn tốt trong nhiều lĩnh vực chính sách
 - *Chênh lệch lớn nhất trong các lĩnh vực: Công nghệ và chuyển giao công nghệ; tiếp cận vốn; tăng cường đạo tạo cho doanh nhân; thành lập doanh nghiệp nhanh hơn, ít tốn kém hơn và các quy định phù hợp hơn; và tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ khác; (Nguồn: ERIA SME Policy Index 2014)*
 - Các thể chế hiện nay CHƯA đủ để chính sách phát triển DN nhỏ và vừa có hiệu lực???
- Hay lợi ích của DN nhỏ và vừa chưa thực sự được quan tâm ở ASEAN?
- ▶ Cải thiện khả năng chống đỡ các cú sốc của DN nhỏ và vừa: không nhiều chuyển biến
 - *Nhiều DN xuất khẩu gặp khó do giá hàng hóa giảm mạnh và suy thoái kinh tế.*

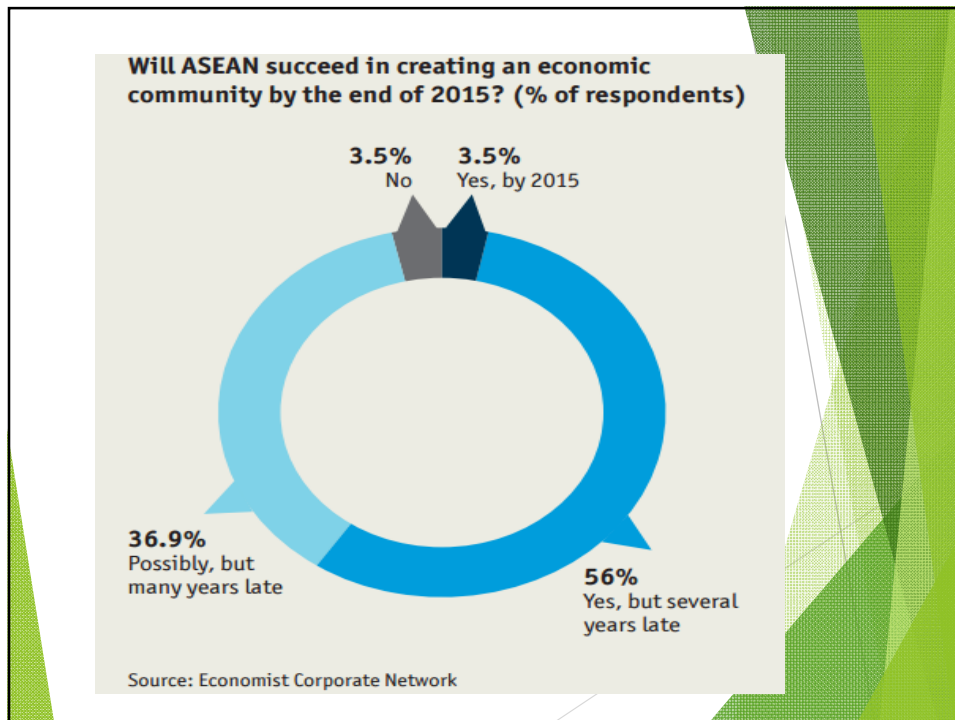
Tiếp cận vốn cho DN nhỏ và vừa ở CLMV vẫn kém hơn nhiều so với ASEAN-6



Nguồn: ERIA SME Policy Index (2014)

Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

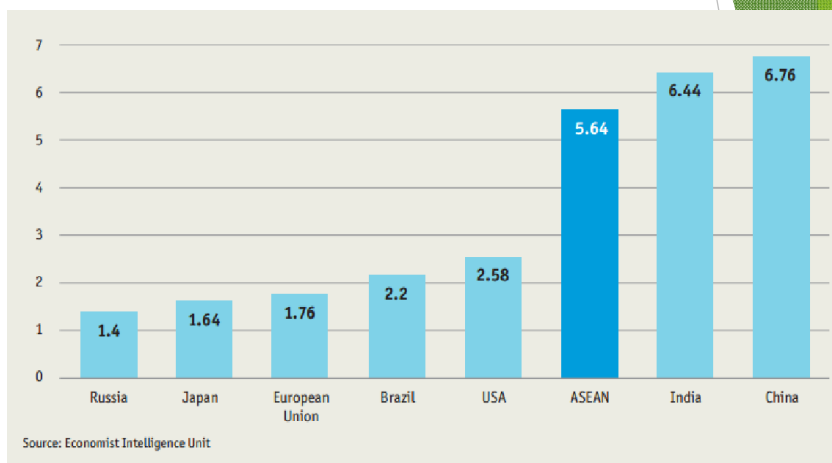
- ▶ ASEAN vẫn là khu vực đa dạng:
 - Điểm gần nhau nhất có lẽ là địa lý;
 - Khác biệt rất nhiều về ngôn ngữ, hệ thống chính trị và kinh tế.
 - Quá trình hội nhập có vẻ như từ dưới lên (bottom-up):
 - Khi DN phát triển thì tự nhiên có nhu cầu tiếp cận thị trường các nước láng giềng;
 - Khi người dân có thu nhập cao hơn và có học vấn tốt hơn → có nhu cầu đến các nước láng giềng.
 - Nhưng cũng có chính sách hội nhập từ trên xuống (top down).



Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- ▶ ASEAN đang tiến gần hơn đến một nền kinh tế khu vực năng động:
 - 10% dân số thế giới;
 - Đứng thứ 7 về quy mô kinh tế (dự báo 2018: đứng thứ 5);
 - Chiếm tới 14 trong 100 thành phố hàng đầu theo xếp hạng BPO;
 - Thị trường lớn thứ 3 cho điện thoại di động;
 - Tăng trưởng chỉ chậm hơn so với Trung Quốc và Ấn Độ.

Tăng trưởng kinh tế 2013-2018 (%/năm)



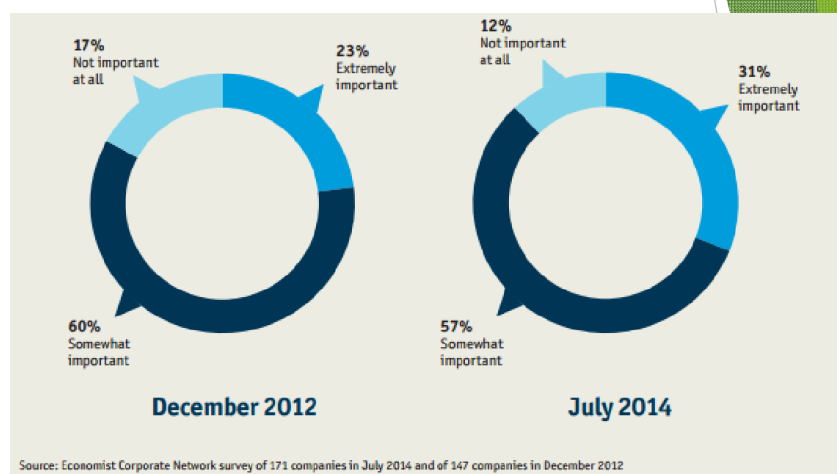
Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- ▶ Nếu coi là 1 quốc gia duy nhất thì ASEAN sẽ:
 - Đứng đầu về dầu cò (thô), cao su thiên nhiên;
 - Đứng thứ 2 về thu hút FDI, đường bờ biển, sản lượng gạo;
 - Đứng thứ 3 về dân số, thuê bao di động, số chuyến bay (trong và ngoài nước), dự trữ ngoại hối, số cảng biển, sản lượng than đá – khí đốt;
 - Đứng thứ 4 về đầu tư vào tài sản cố định, sản lượng chăn nuôi, số công ty trong nước được xếp hạng trong Forbes Global 2000;
 - Đứng thứ 5 về doanh số ô-tô, tiêu dùng than đá – khí đốt và GDP vào năm 2018.

Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- ▶ Các tập đoàn lớn cũng xây dựng chiến lược theo hướng coi ASEAN là 1 quốc gia duy nhất:
 - 76% tập đoàn theo khảo sát của Baker&McKenzie có chiến lược riêng cho khu vực ASEAN.
 - Trong đó, 81% doanh nghiệp ngoài ASEAN quan tâm đến chiến lược cho cả khu vực (so với 55% doanh nghiệp trong ASEAN; có thể do doanh nghiệp trong nước có quy mô nhỏ)

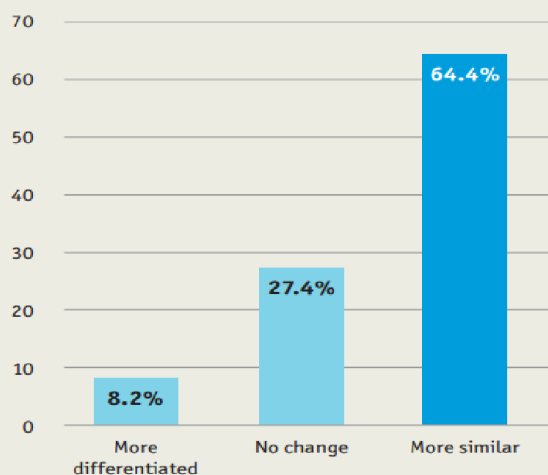
Thay đổi nhận thức của các tập đoàn về ý nghĩa của chiến lược kinh doanh ở khu vực ASEAN



Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- ▶ Các tập đoàn lớn cũng xây dựng chiến lược theo hướng coi ASEAN là 1 quốc gia duy nhất:
 - Nguyên nhân: hội nhập ở khu vực ASEAN (1/3 cho rằng “rất quan trọng”; 57% cho rằng “quan trọng”)
 - Lợi ích hiện nay chưa lớn, nhưng lợi ích tiềm năng sẽ rất lớn
 - Giảm thuế và hàng rào phi thuế quan giúp các DN tái cơ cấu/tập trung hóa cơ sở sản xuất ở ASEAN;
 - Khách hàng ở ASEAN trở nên tương đồng hơn và có thể phục vụ với một cách tiếp cận chung.
 - Các bộ phận hậu cần, hỗ trợ kinh doanh có thể được kết hợp và giảm chi phí ở cấp vùng.

Are your customers across ASEAN becoming more similar or more differentiated? (% of respondents)

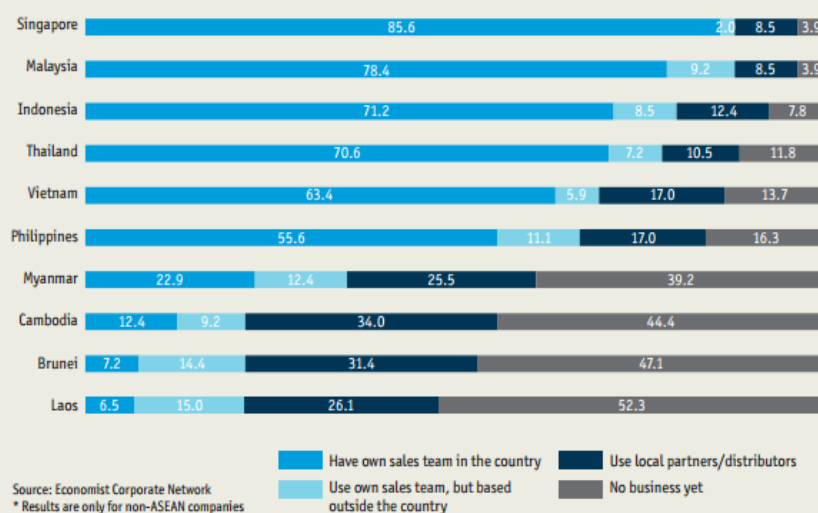


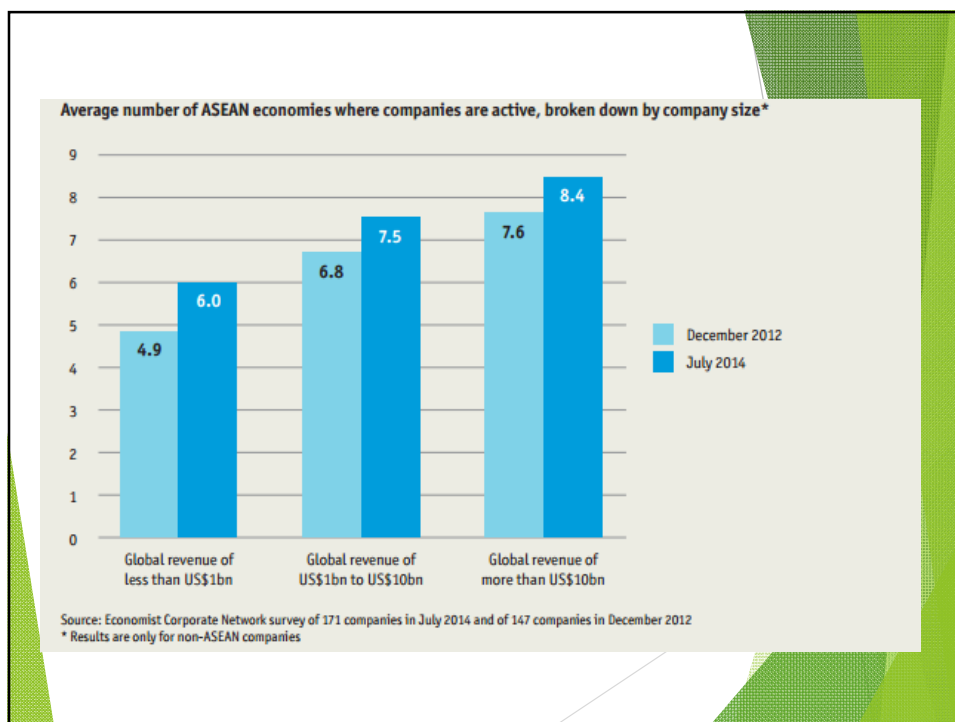
Source: Economist Corporate Network

Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- ▶ Các tập đoàn lớn đã xây dựng chiến lược/hiện diện ở hầu hết các nước ASEAN; song các công ty nhỏ cũng đang theo sát với chiến lược tương tự.
 - *Lập đội ngũ kinh doanh và hoạt động ngay tại quốc gia thành viên.*
 - *Hầu hết các tập đoàn đều đặt trụ sở của vùng tại Singapore (80%) và Malaysia (12.2%, theo khảo sát của Baker&McKenzie)*

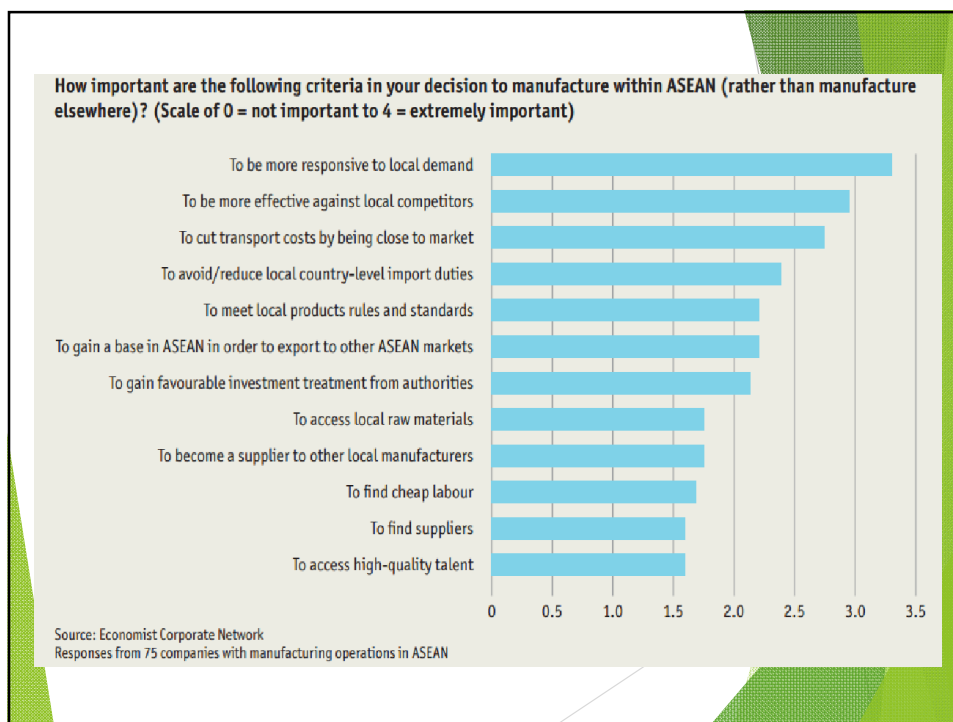
Do you do business in these ASEAN markets? (% of respondents) *





Nhìn nhận của các tập đoàn lớn về AEC

- Các tập đoàn sản xuất lớn có xu hướng tập trung hơn vào đáp ứng nhu cầu ở các nước ASEAN (dù vẫn coi trọng mục tiêu xuất khẩu vào các nước ngoài ASEAN).
 - Triển vọng nhất là Indonesia và Myanmar, sau đó là Việt Nam và Philippines (theo khảo sát của Baker&McKenzie)
 - VD điển hình: ngành điện tử ở Việt Nam và ngành dệt ở Campuchia;



Hiểu biết của DN Việt Nam về AEC

- ▶ Khoảng 1/3 là có biết về AEC (theo Khảo sát của ĐH Kinh tế - ĐHQGHN)
- ▶ Hiểu biết và tận dụng xuất xứ gộp trong ASEAN còn rất hạn chế.
- ▶ Chỉ quan tâm đến đáp ứng yêu cầu C/O của đối tác khi xuất khẩu;
- ▶ Ít chủ động yêu cầu đối tác cấp C/O khi nhập khẩu (nhất là đầu vào cho xuất khẩu), dù mức thuế nhập khẩu ưu đãi và MFN không khác biệt (lưu ý: đáp ứng yêu cầu xuất xứ gộp thì có thể được hưởng ưu đãi khi xuất khẩu vào các đối tác ASEAN+1)

- ▶ Khảo sát của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương – Economica đối với ngành chế biến thực phẩm tại An Giang
 - Hoạt động tham vấn trong quá trình hoạch định chính sách có cải thiện nhưng vẫn chưa được quan tâm đầy đủ; khung chính sách hiện hành chưa hoàn chỉnh (chính sách giá, phát triển thương hiệu, hỗ trợ tài chính, v.v.);
 - DN và các hiệp hội đã gắn kết hơn, nhưng vai trò của hiệp hội vẫn hạn chế; liên kết giữa bản thân các DN còn nhiều vấn đề;
 - Kiến thức về các cam kết hội nhập và/hoặc chia sẻ thông tin với các bên có liên quan còn hạn chế (doanh nghiệp, chính quyền địa phương);
 - Khả năng đáp ứng các yêu cầu về SPSs, TBTs, v.v. còn hạn chế;
 - Thiếu quan tâm tới tạo dựng thương hiệu.

Không gian chính sách

- Khả năng sử dụng các biện pháp thuế quan và phi thuế quan đã bị giảm đáng kể
- Hỗ trợ tài chính: một số công cụ bị cấm (từ WTO), nhưng có thể sử dụng một số công cụ chính sách khác
- Không gian chính sách đầu tư giảm dần (khó cân bằng ưu đãi đầu tư cho doanh nghiệp FDI và trong nước???)
- **Không gian chính sách hiện nay:**
 - Hỗ trợ DNNVV;
 - Hỗ trợ giáo dục đào tạo, R&D;
 - Chính sách khuyến khích thương mại và phát triển thị trường;
 - Phát triển công nghiệp hỗ trợ (hỗ trợ tín dụng, tiếp cận đất đai, thuế suất ưu đãi cho nhập khẩu đầu vào, v.v.)

Điều chỉnh chiến lược kinh doanh

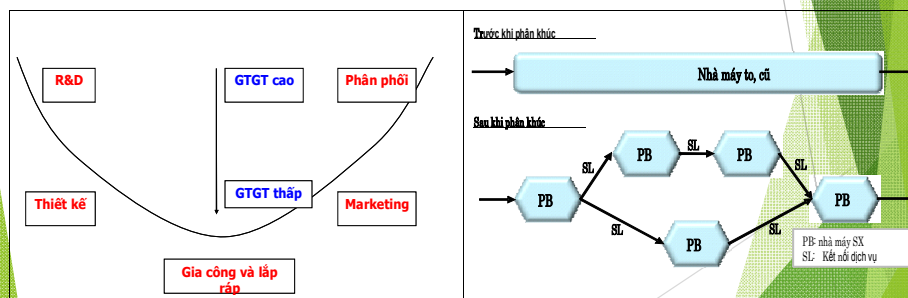
Nắm bắt và tận dụng cơ hội kinh doanh

Học quản trị sự bất định

- ❑ Hiểu và sử dụng các công cụ phòng chống rủi ro biến động (như thị trường kỳ hạn, các công cụ phái sinh; bảo hiểm)
- ❑ Nhận thức và đảm bảo yêu cầu tiêu chuẩn, các hàng rào kỹ thuật (nhất là tại các thị trường phát triển)
- ❑ Nhận thức vấn đề ổn định kinh tế vĩ mô và thay đổi chính sách
 - "Cú sốc" nhất thời → Điều chỉnh bộ phận
 - "Cú sốc" lâu dài → Điều chỉnh chiến lược

Tìm kiếm cơ hội SXKD

- ❑ Mở rộng TT XK (cả ngang, sâu dựa trên cam kết & lợi thế so sánh)
 - Hàng hóa/dịch vụ: bổ sung hay cạnh tranh
 - Tận dụng ưu đãi thuế quan (ROO): Đơn (như trong ASEAN) & hợp nhất (như ASEAN + 1)
- ❑ "Chen chân" SXKD theo phân khúc, theo mạng, cụm, chuỗi



- ❑ Tham gia phát triển kết cấu hạ tầng (PPP, nhà cung ứng SX, dịch vụ)

Chiến lược và CT hành động chủ yếu của MPAC

	Physical connectivity	Institutional connectivity	P-to-P connectivity	Total
Chiến lược then chốt	7	10	2	19
CT hành động chủ yếu	32	32	20	84
Dự án ưu tiên	6	5	4	15

Nguồn: MPAC and Sanchita Basu Das et al (2013)

- ❑ KD lĩnh vực ngành nghề mới phát triển (công nghiệp "xanh"; dịch vụ gắn với e-commerce...)

Chấp nhận cạnh tranh cùng học kết nối

- ❑ Chuyển dần từ cách thức cạnh tranh "bằng giá" sang chú trọng cạnh tranh "phi giá" (gắn với tiêu chuẩn, chất lượng, mẫu mã, giao dịch...)
- ❑ Phát triển, toàn cầu hóa → quá trình tích tụ & phân khúc → Cụm; Mạng; Chuỗi
- Tích tụ: lợi thế nhờ qui mô; rủi ro: đầu tư quá mức + Hiệu ứng tắc nghẽn
 - Phân khúc: chuyên môn hóa; phụ thuộc vào lợi thế so sánh, phí tổn kết nối dịch vụ
 - Cụm: liên kết công ty xung quanh "công ty tiên phong"/"công ty neo".
Chuỗi giá trị: có thể do nhà SX chi phối hoặc do người mua chi phối
 - Lợi thế học hỏi: thông tin (nhân lực, ngoại ngữ, hạ tầng IT) + gắn kết công ty/nhà đầu tư chiến lược + ưu thế mạng giao diện

Đồng hành với CP và biết "đối thoại" pháp lý

- ❑ **Nắm thông tin về hội nhập (AEC, ASEAN+1FTAs, RCEP, TPP..) cùng CS, cải cách CP (Các hiệp định có nhiều đòi hỏi đ/v các CS "sau đường biên giới") → Trao đổi, đối thoại đầy đủ, sâu sắc DN-CP**
- ❑ **Hiểu biết cơ sở pháp lý/cơ chế, qui trình giải quyết tranh chấp → Tranh luận và thực thi đảm bảo hợp đồng kinh doanh và quyền lợi DN**

Vai trò Chính phủ

- **Hài hòa hóa các tuyến hội nhập với vấn đề cải cách/phát triển**
- **Xây dựng/hoàn thiện thể chế kinh tế ("luật chơi", tổ chức, thực thi) đáp ứng cam kết TPP, RCEP, VN-EU FTA,...**
- **Giảm thiểu phí tổn điều chỉnh (ổn định Ktế vĩ mô; Hỗ trợ DN và những nhóm người dễ bị tổn thương khi đẩy mạnh hội nhập)**
- **Xây dựng "hình ảnh" tốt về ứng xử Nhà nước/Chính phủ (Một CP phục vụ công dân, minh bạch, có khả năng giải trình, đối thoại; một CP có trách nhiệm quốc tế)**

Kết luận

- ▶ **AEC mang lại cả cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp:**
 - *Cơ hội không tự chuyển thành lợi ích, mà cần nỗ lực của cả DN và Chính phủ!!!*
 - *Thiếu điều phối vai trò của DN (nhất là DN nhỏ và vừa) có thể làm giảm cơ hội và khả năng phát triển của các DN này;*
- ▶ **Bản thân DN cần chủ động hơn:**
 - *Nâng cao năng lực bản thân + một tư duy hướng nhiều hơn đến khu vực ASEAN.*

Một số kiến nghị

- ▶ Các cơ quan QLNN:
 - Tăng cường thông tin (chính sách, hội nhập, thị trường),
 - Tham vấn doanh nghiệp;
 - Dành các hỗ trợ phù hợp, không trái với cam kết quốc tế cho doanh nghiệp;
 - Xây dựng các hàng rào kỹ thuật đủ tinh vi; v.v.

Kiến nghị

- ▶ Cơ quan nghiên cứu:
 - Chia sẻ thông tin (phân tích về các cơ hội và thách thức ở cả trong nước và thị trường đối tác; điều chỉnh chính sách ở đối tác, nếu có; v.v.);
 - Nghiên cứu và phát triển;
 - Hỗ trợ tìm hiểu thị trường và các cơ hội, thách thức liên quan; v.v.

Kiến nghị

- ▶ Cộng đồng doanh nghiệp:
 - Chủ động cân nhắc, điều chỉnh chiến lược;
 - Nâng cao hiểu biết về hội nhập (phải làm rõ nhu cầu để yêu cầu Chính phủ/cơ quan nghiên cứu đáp ứng);
 - Lưu tâm đến hợp tác, liên kết kinh doanh giữa các doanh nghiệp trong nước và với doanh nghiệp hàng đầu của nước ngoài (nhất là các doanh nghiệp đầu chuỗi giá trị), v.v.

Xin cảm ơn!

Q&A

Liên hệ:

Ban quản lý Dự án EU-MUTRAP

Phòng 1203, Tầng 12, Khu Văn phòng, Tòa tháp Hà Nội,

49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (84 - 4) 3937 8472

Fax: (84 - 4) 3937 8476

Email: mutrap@mutrap.org.vn

Website: www.mutrap.org.vn

(Tài liệu tập huấn được đăng trên trang Web này)