

Cộng đồng Kinh tế ASEAN: Đâu là cơ hội cho phát triển kinh tế Việt Nam?

NGUYỄN VĂN TRUNG*

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) ra đời sẽ là một bước ngoặt đánh dấu sự hội nhập khu vực một cách toàn diện của các nền kinh tế ASEAN. Theo đó, dòng chảy hàng hóa, dịch vụ, tiền tệ, đầu tư, chuyên gia và hợp tác khu vực sẽ được khơi thông, mở ra cơ hội phát triển lớn cho các nền kinh tế trong khu vực, trong đó có Việt Nam.

NHIỀU DƯ ĐỊA CHO PHÁT TRIỂN

Dự kiến cuối năm 2015, AEC - một bước ngoặt đánh dấu sự hòa nhập toàn diện của các nền kinh tế Đông Nam Á sẽ được hình thành. AEC là một trong ba trụ cột quan trọng của Cộng đồng ASEAN nhằm thực hiện các mục tiêu đề ra trong “Tầm nhìn ASEAN 2020”. Theo đó, AEC sẽ hòa trộn nền kinh tế của 10 quốc gia thành viên thành một khối sản xuất, thương mại và đầu tư, tạo ra thị trường chung của một khu vực có dân số 600 triệu người và tổng sản lượng GDP hàng năm khoảng 2.000 tỷ USD.

Các mục tiêu đặt ra của AEC là: Một thị trường thống nhất và một cơ sở sản xuất; Một khu vực kinh tế cạnh tranh; Phát triển kinh tế công bằng; Hội nhập kinh tế toàn cầu (Hình).

HÌNH: NỘI DUNG CỦA AEC

A. Một thị trường thống nhất và một cơ sở sản xuất	A1. Di chuyển hàng hóa tự do
	A2. Di chuyển dịch vụ tự do
	A3. Di chuyển đầu tư tự do
	A4. Di chuyển vốn tự do
	A5. Di chuyển lao động có kỹ năng tự do
	A6. Các lĩnh vực hội nhập ưu tiên
	A7. Thực phẩm, nông nghiệp và lâm nghiệp
B. Một khu vực kinh tế cạnh tranh	B1. Chính sách cạnh tranh
	B2. Bảo vệ người tiêu dùng
	B3. Quyền sở hữu trí tuệ
	B4. Thuế khóa
	B5. Thương mại điện tử
C. Phát triển kinh tế công bằng	C1. Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa
	C2. Sáng kiến hội nhập ASEAN
D. Hội nhập kinh tế toàn cầu	D1. Tăng cường phát triển các quan hệ kinh tế đối ngoại
	D2. Tham gia tích cực vào chuỗi cung ứng toàn cầu

Nguồn: ASEAN Secretariat

Để trở thành một thị trường chung, một cơ sở sản xuất và phân phối chung, AEC sẽ thực hiện tự do luân chuyển năm yếu tố căn bản: vốn, hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và lao động lành nghề. Khi AEC ra đời, thuế nhập khẩu sản phẩm và dịch vụ từ các nước thành viên sẽ giảm về 0%, tất cả các lĩnh vực kinh tế sẽ được mở cửa tiếp nhận đầu tư và doanh nghiệp một nước thành viên làm ăn ở các nước AEC khác sẽ được đối xử bình đẳng với doanh nghiệp sở tại.

Theo Vụ Chính sách Thương mại đa biên (Bộ Công Thương), ASEAN là đối tác thương mại quan trọng hàng đầu của Việt Nam, chiếm hơn 14% tổng giá trị thương mại của cả nước. Năm 2014, các doanh nghiệp Việt Nam đã xuất khẩu hàng hóa sang thị trường ASEAN đạt trị giá 19 tỷ USD và chiếm 12,7% kim ngạch xuất khẩu của cả nước ra thế giới. Ở chiều ngược lại, các doanh nghiệp Việt Nam đã nhập khẩu xấp xỉ 23 tỷ USD hàng hóa có xuất xứ từ các nước ASEAN, chiếm 15,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước từ tất cả các thị trường.

Khi AEC hình thành, các doanh nghiệp Việt Nam có thể bán hàng sang các nước ASEAN gần như bán hàng trong nước. Đây là một trong những thuận lợi đối với việc lưu chuyển hàng hóa của các doanh nghiệp. Hơn nữa, các thủ tục xuất - nhập khẩu sẽ đỡ rườm rà hơn và việc cải cách thủ tục xuất xứ, tiến tới cho phép doanh nghiệp tự chứng

* Công ty TNHH MTV Xây lắp điện và Dầu khí Mỹ Sơn | Email: nguyentrungtrungtax@gmail.com

nhận xuất xứ cũng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp thông quan hàng hóa sang các thị trường ASEAN. Đây là điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp giảm chi phí nhập khẩu, hạ giá thành sản phẩm, mở rộng thị trường xuất khẩu.

AEC cũng là khu vực giao thoa của nhiều thỏa thuận thương mại song phương và đa phương. Do vậy, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội tiếp cận các thị trường lớn, phát triển như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia, New Zealand hay Ấn Độ, thông qua các hiệp định thương mại đã có giữa ASEAN và các nước trên. ASEAN đang đàm phán với các đối tác Đông Á để xây dựng Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), dự kiến Hiệp định sẽ hoàn tất đàm phán vào cuối năm 2015. Theo số liệu thống kê gần nhất, các nước tham gia Hiệp định có tổng GDP hàng năm 21,3 nghìn tỷ USD, tương đương 30% tổng GDP thế giới, có dân số 3,4 tỷ người, tương đương 47% tổng dân số thế giới, giá trị thương mại hàng năm lên tới 10,7 nghìn tỷ USD, tương đương 29% tổng thương mại thế giới.

Đồng thời, đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp có năng lực đẩy mạnh đầu tư ra các nước ASEAN. Hiện đầu tư của ASEAN vào Việt Nam là 53 tỷ USD, tổng số dự án là 2.507 dự án, chiếm 14% tổng số dự án và 20% tổng vốn đầu tư cả nước. Đầu tư ASEAN vào Việt Nam tăng đều qua các năm. Ở chiều ngược lại, ASEAN chính là địa bàn đầu tư lớn nhất của các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có Lào (249 dự án, tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng thêm trên 4,7 tỷ USD), tiếp đến là Campuchia, Singapore và Myanmar.

AEC cũng tạo cơ hội để các doanh nghiệp cải thiện năng lực cạnh tranh. AEC thúc đẩy sự lưu thông tự do của hàng hoá, dịch vụ, nguồn vốn và lao động có tay nghề; tạo sự gắn kết chặt chẽ và hài hoà giữa các nhà sản xuất, giảm tối đa những cản trở cho các hoạt động sản xuất và giao dịch. Doanh nghiệp Việt Nam có thể tìm được nguồn cung đầu vào với giá thành hợp lý, có thể tiếp cận các nguồn vốn đầu tư dồi dào và nhân công có năng suất lao động cao, chi phí phù hợp. Đây là những điều kiện thuận lợi để hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.



Cộng đồng Kinh tế ASEAN sẽ mở ra cơ hội phát triển lớn cho kinh tế Việt Nam

AEC còn là cơ hội để Việt Nam tiếp tục thay đổi cơ cấu xuất khẩu hàng hóa theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, đưa Việt Nam lên vị trí cao hơn trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Theo thống kê, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong ASEAN đang có sự dịch chuyển tích cực, cả về chất lượng và giá trị xuất khẩu. Ngoài những mặt hàng truyền thống là nguyên, nhiên liệu, mặt hàng sơ chế, như: dầu thô, gạo, cà phê và cao su, Việt Nam đã xuất khẩu được những mặt hàng có hàm lượng chế tác cao, như: các mặt hàng công nghiệp, máy tính, nông sản, thủy sản đã qua chế biến, hóa mỹ phẩm. AEC tạo thêm điều kiện để Việt Nam tiếp tục chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng tích cực.

CHỦ ĐỘNG ĐÓN CƠ HỘI

Là nước có nền kinh tế mới chuyển đổi sang cơ chế thị trường, Việt Nam đang bị chậm lại một bước so với các nước khu vực. Hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa không chỉ nhỏ bé về quy mô vốn, thiết bị đơn sơ, lạc hậu, công nghệ đi sau hàng chục năm so với các nước trong khu vực, lao động chưa qua đào tạo là chủ yếu..., mà còn thể hiện ở tư duy kinh doanh, tầm nhìn ngắn và thói quen quanh quẩn sân nhà, làm ăn chộp giật, thiếu tính bền vững.

Gia nhập vào AEC cũng đồng nghĩa Việt Nam sẽ đứng trước sự cạnh tranh hàng hóa gay gắt và quyết liệt hơn. Vì vậy, để có thể giữ thị trường truyền thống, chiếm lĩnh thị trường mới và vươn xa ra ngoài biên giới, chúng ta cần phải có giải pháp đồng bộ ở cả phía Nhà nước và doanh nghiệp.

Đối với Nhà nước:

- Hoàn chỉnh thể chế vận hành để phù hợp với bộ quy tắc ứng xử mới trong AEC. Cần đầu tư thời gian và công sức để điều chỉnh chính sách và tổ chức lại bộ máy quản lý phù hợp với những quan hệ kinh tế mới và cách ứng xử mới được hình thành, đặc biệt là chính sách tiền tệ - tài khóa, chính sách thuế, đầu tư công.

Thủ tục hành chính trì trệ là một điểm yếu bấy lâu nay của chúng ta. Dẫu đã qua nhiều lần cải tiến, nhưng thời gian thành lập doanh nghiệp, cấp phép đầu tư, thủ tục thông quan của Việt Nam và nhiều thủ tục khác vẫn chậm nhất so với các nước khu vực.

- Đẩy mạnh cải cách hành chính, đặc biệt trong các lĩnh vực thương mại, dịch vụ, đầu tư nhằm cải thiện sức cạnh tranh của nền kinh tế, cũng như tạo tiền đề cho việc triển khai các cơ chế tự do hóa khi hình thành thị trường chung ASEAN. Bên cạnh đó, cũng cần nghiên cứu các giải pháp nhằm tạo thuận lợi cho hội nhập của các ngành ưu tiên, như: nông sản, vận tải hàng không, ô tô, điện tử, công nghệ thông tin và viễn thông, thủy sản, y tế, logistics, cao su, dệt may, du lịch, sản phẩm gỗ... Đồng thời, nâng cao chất lượng phối hợp giữa các bộ, ngành thuộc trụ cột

AEC của Việt Nam thông qua vai trò điều phối của Ủy ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế.

Đối với doanh nghiệp:

- Theo một khảo sát của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), có trên 60% doanh nghiệp chưa nắm được nội dung của Cộng đồng Kinh tế ASEAN, chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ, đây là một bất lợi rất lớn. Để khắc phục được nhược điểm này, doanh nghiệp cần theo dõi sát sao các thông tin, lộ trình cam kết về AEC, từ đó đưa ra định hướng đúng, xây dựng chiến lược kinh doanh hợp lý. Thường xuyên theo dõi biến động của thị trường AEC để hiểu rõ xu hướng vận động trong ngắn hạn và dài hạn, lựa chọn mặt hàng, dịch vụ để xuất khẩu và nhập khẩu phù hợp. Đồng thời, các doanh nghiệp cần nghiên cứu chính sách và thị trường đầu tư để vừa tiếp nhận đầu tư, vừa đầu tư sang các nước này một cách hiệu quả. Chiến lược Phát triển Xuất - Nhập khẩu và Đầu tư trong AEC cần được xây dựng và triển khai thực hiện để nhanh chóng nắm bắt cơ hội.

- Các doanh nghiệp cần cải thiện chất lượng, mẫu mã sản phẩm để nâng cao khả năng cạnh tranh và xây dựng thương hiệu, đặc biệt cần chuyển dần từ cách thức cạnh tranh bằng giá sang chú trọng cạnh tranh phi giá gắn với tiêu chuẩn, mẫu mã giao dịch.

- Cần khai thác tốt thế mạnh để tận dụng những lợi thế về thuế quan, cũng như chủ động đón đầu sức ép cạnh tranh; chủ động xây dựng các chiến lược kinh doanh, phát triển sản xuất; nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh, xây dựng thương hiệu. Cùng với việc tăng nhanh tỷ lệ nội địa hóa nguyên, phụ liệu và giảm thiểu phụ thuộc vào các nhà cung cấp nước ngoài, các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược phát triển liên kết nội khối tạo chuỗi sản xuất lớn để có thể nhận

những đơn hàng lớn.

Đối với các đối tượng hữu quan khác:

Với người tiêu dùng, trong điều kiện các hàng rào thương mại bị loại bỏ, hàng hóa, dịch vụ từ các nước AEC di chuyển vào Việt Nam với khối lượng lớn, giá cả cạnh tranh, hàng Việt Nam có thể bị hàng ngoại lấn át. Chính vì thế, cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng và dịch vụ Việt Nam” cần được coi trọng và đề cao nhằm tạo cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam có điều kiện phát triển trong cạnh tranh gay gắt.

Đối với các tổ chức chính trị - xã hội, hội, hiệp hội, như: hội nông dân, tổ chức công đoàn, hội bảo vệ người tiêu dùng... cần chú trọng bảo vệ quyền lợi của nông dân, công nhân, người tiêu dùng để giảm thiểu các thua thiệt do mở cửa thị trường khá rộng trong AEC. □

Hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa không chỉ nhỏ bé về quy mô vốn, thiết bị đơn sơ, lạc hậu, công nghệ đi sau hàng chục năm so với các nước trong khu vực, lao động chưa qua đào tạo là chủ yếu..., mà còn thể hiện ở tư duy kinh doanh, tầm nhìn ngắn và thói quen quanh quẩn sân nhà, làm ăn chộp giật, thiếu tính bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Chi Lan (2015). Doanh nghiệp Việt Nam trước thách thức hội nhập, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 4/2015

2. Lê Đăng Doanh (2015). *Doanh nghiệp chưa chuẩn bị tốt tâm thế để hội nhập*, truy cập từ <http://www.thesaigontimes.vn/126296/DN-chua-chuan-bi-tot-tam-the-de-hoi-nhap.html>

3. Lê Hoài Trung (2015). *Cộng đồng Kinh tế ASEAN: Cơ hội đang rộng mở*, truy cập từ <http://baodautu.vn/cong-dong-kinh-te-asean-co-hoi-dang-rong-mo.html>

4. Vụ Chính sách Thương mại đa biên, Bộ Công Thương (2015). *Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEAN họp lần thứ 21*, truy cập từ <http://www.moit.gov.vn/vn/tin-tuc/4808/hoi-nghi-bo-truong-kinh-te-asean-hep-lan-thu-21.aspx>

5. ASEAN Secretariat (2008). *ASEAN Economic Community Bulletin*