

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP ASEAN

ĐOÀN DUY KHƯƠNG *

Việc Cộng đồng ASEAN chính thức được hình thành vào ngày 31-12-2015 đưa hợp tác và đoàn kết ASEAN lên một tầm cao mới, thể hiện ý chí, nguyện vọng của các quốc gia thành viên tăng cường sức mạnh của Cộng đồng như một nhân tố đóng góp hàng đầu vào việc gìn giữ hòa bình, an ninh và ổn định; là những điều kiện tiên quyết cho hợp tác kinh tế và phát triển trong khu vực. Sự ra đời của Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) - một trong ba trụ cột chính của Cộng đồng ASEAN, mở ra những cơ hội lớn nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp của các quốc gia Đông Nam Á nói chung và của Việt Nam nói riêng.

Cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam

Kể từ khi bắt đầu công cuộc đổi mới ở nước ta, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam đã có sự tăng trưởng liên tục cả về số lượng và chất lượng, từ con số chỉ hơn 4.000 doanh nghiệp (năm 1992) đã tăng lên 401.000 doanh nghiệp đang hoạt động (năm 2014). Ngoài ra, giai đoạn 2002 - 2011, nhất là sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới - WTO (năm 2007), chứng kiến sự tăng trưởng khá mạnh mẽ trong các chỉ số, như lao động trong khu vực doanh nghiệp tăng gần 5 lần (tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm), tổng nguồn vốn của doanh nghiệp trong nền kinh tế tăng hơn 10 lần (tăng trưởng bình quân khoảng 30%/năm), tổng doanh thu của doanh nghiệp tăng khoảng 9 lần,...

Hội nhập kinh tế đã mang lại nhiều cơ hội cho doanh nghiệp xuất khẩu thông qua việc mở cửa thị trường và tự do hóa thương mại. Nhờ đó, thị trường tiêu thụ hàng hóa từ Việt Nam ngày càng được mở rộng, giá của nhiều mặt hàng xuất khẩu cũng tăng hơn trước. Không chỉ tăng về lượng, cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng có những thay đổi tích cực theo hướng tăng dần

tỷ trọng nhóm hàng chế biến và giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô.

Tuy nhiên, đánh giá một cách tổng thể, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam mặc dù đã được cải thiện nhưng chưa đáng kể, độ ổn định còn thấp. Đa số các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ, thị phần hạn hẹp, tiềm lực khoa học - công nghệ yếu, có ít thương hiệu nổi tiếng; sản xuất hàng xuất khẩu chủ yếu làm gia công, nên phụ thuộc vào nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào; chất lượng nhân lực của doanh nghiệp Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu, tỷ lệ người lao động qua đào tạo thấp,...

Đối với AEC 2015, hiện phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chưa nhận thức đầy đủ về những thách thức của AEC cũng như chưa sẵn sàng để tận dụng những cơ hội do AEC đem lại. Các doanh nghiệp khá lạc quan rằng, sự dịch chuyển ngày càng tăng của lao động, rào cản thương mại giảm và dòng vốn đầu tư tự do hơn sẽ tăng cường khả

* TS, Phó Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Chủ tịch Hội đồng Tư vấn kinh doanh (ASEAN BAC) Việt Nam

năng cạnh tranh - đặc biệt khi kết hợp đầu tư trong giáo dục và đào tạo. Tuy nhiên, thực tế là, các doanh nghiệp Việt Nam chưa chuẩn bị để sẵn sàng cạnh tranh với những đối thủ trong khu vực, nhất là trong thị trường lao động. Chỉ khoảng hơn 40% doanh nghiệp Việt Nam hiểu một cách đầy đủ về những tác động của AEC đối với công việc kinh doanh của họ - một tỷ lệ khá thấp so với các quốc gia ASEAN khác.

Những nhận thức còn hạn chế này sẽ khiến các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) hiện đang chiếm phần lớn tỷ trọng doanh nghiệp của Việt Nam gặp khó khăn trong việc tận dụng được các ưu đãi và cơ hội đến từ AEC, như ưu đãi về thuế quan; thủ tục hải quan; sự công nhận lẫn nhau đối với một số ngành, các ngành được ưu tiên trong ASEAN;... Đa số các doanh nghiệp nhìn nhận AEC như cơ hội tiếp cận thị trường, gia tăng xuất khẩu, mà lợi ích này trong AEC là tương đối hạn chế. Kết nối một "thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất" mới là mục tiêu chính của AEC và là lợi ích dài hạn mà các doanh nghiệp trong ASEAN cần hướng đến. Trong quá trình đó, doanh nghiệp phải vừa hợp tác, vừa cạnh tranh.

Thực trạng hội nhập ASEAN của doanh nghiệp Việt Nam

Thứ nhất, về quan hệ kinh tế - thương mại. Hiện nay, các nước thành viên ASEAN là đối tác kinh tế - thương mại lớn thứ hai và là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam (sau Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu - EU). Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính đến tháng 9-2014, tổng kim ngạch xuất - nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với thị trường các nước thành viên ASEAN đạt 30,63 tỷ USD (tăng 4,1% so với cùng kỳ năm trước). Xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường các nước ASEAN đạt trị giá 13,64 tỷ USD, chiếm 12,4% kim ngạch xuất khẩu của cả nước ra thế giới. Dầu thô, sắt thép, máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, gạo, hàng dệt

may, thủy sản là những nhóm hàng dẫn đầu về đóng góp vào tăng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN trong năm 2014. Trong khi đó, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, điện thoại và linh kiện, xăng dầu các loại, phương tiện vận tải và phụ tùng là những nhóm hàng giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước.

Ở chiều ngược lại, các doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu 16,99 tỷ USD hàng hóa có xuất xứ từ các nước ASEAN, tăng 7,4% và chiếm 15,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước từ tất cả các thị trường. Trong đó, xăng dầu các loại, gỗ và sản phẩm gỗ, máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, sản phẩm khác từ dầu mỏ, chất dẻo nguyên liệu, hàng rau quả, kim loại thường, điện thoại các loại và linh kiện, là các nhóm hàng tăng mạnh nhất. Tuy nhiên, một số nhóm hàng lại giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước là dầu thô, phân bón các loại, thức ăn gia súc và nguyên liệu, sữa và sản phẩm sữa.

Thứ hai, về hợp tác đầu tư. Tính đến tháng 9-2014, các nhà đầu tư khu vực ASEAN có 2.431 dự án còn hiệu lực, với tổng số vốn đăng ký đạt 51,83 tỷ USD, chiếm hơn 21,4% tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký tại Việt Nam. Quy mô vốn bình quân một dự án của ASEAN là 21,3 triệu USD/dự án, cao hơn so với mức bình quân chung cho một dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại Việt Nam (14,45 triệu USD/dự án), và trải rộng trên tổng số 21 ngành kinh tế theo hệ thống phân ngành của Việt Nam.

Các dự án FDI của ASEAN đã có mặt tại 55/63 tỉnh, thành phố lớn của Việt Nam, tập trung chủ yếu ở các thành phố lớn, với điều kiện kết cấu hạ tầng phát triển. Trong đó, đứng đầu là Thành phố Hồ Chí Minh với 1.036 dự án với tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 13,2 tỷ USD (chiếm 42,6% tổng số dự án và 25,46% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Đứng thứ hai là Thủ đô Hà Nội với 391 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 8,53 tỷ USD (chiếm 16% tổng số dự án và chiếm 16,47% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đứng thứ ba với 66 dự án, có

tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 6,16 tỷ USD (chiếm 2,7% tổng số dự án và 11,89% tổng số vốn đầu tư đăng ký).

Dẫn đầu trong khu vực ASEAN đầu tư vào Việt Nam là Xin-ga-po với 1.312 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 31 tỷ USD (chiếm 53,9% tổng số dự án và 59,87% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Đứng thứ hai là Ma-lai-xi-a với 473 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 11,83 tỷ USD (chiếm 19,4% tổng số dự án và 22,8% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Đứng thứ ba là Thái Lan với 365 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 6,63 tỷ USD (chiếm 15,01% tổng số dự án và 12,8% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Thứ tự tiếp theo lần lượt là các nước Bru-nây, In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Lào và Cam-pu-chia.

Trong khi đó, tính đến hết tháng 8-2014, các doanh nghiệp Việt Nam đã đầu tư sang 9 nước trong khu vực ASEAN, với 515 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 9,67 tỷ USD. Số vốn đầu tư đăng ký trung bình một dự án đầu tư của Việt Nam sang ASEAN là 18,77 triệu USD.

Địa bàn đầu tư lớn nhất của các doanh nghiệp Việt Nam sang ASEAN là Lào, với 248 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 4,73 tỷ USD (chiếm 48,15% tổng số dự án và 48,97% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Đứng thứ hai là Cam-pu-chia với 161 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 3,45 tỷ USD (chiếm 31,26% tổng số dự án và 35,6% tổng số vốn đầu tư đăng ký). Tiếp đến là Ma-lai-xi-a với 10 dự án, có tổng số vốn đầu tư đăng ký đạt 754,68 triệu USD (chiếm 1,9% tổng số dự án và 7,8% tổng số vốn đầu tư đăng ký).

Các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam hội nhập khu vực

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) hiện đang tham gia Hội đồng Tư vấn kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC) do Chính phủ Việt Nam bổ nhiệm. ASEAN BAC là cầu nối chính thức của khối doanh nghiệp Việt Nam với các khối doanh nghiệp ASEAN và là cơ chế đối thoại, khuyến nghị chính sách với Chính phủ Việt Nam và các

Các mục tiêu chính của AEC 2015 là đưa ASEAN trở thành: 1- Một thị trường đơn nhất và cơ sở sản xuất chung; 2- Một khu vực kinh tế cạnh tranh; 3- Một khu vực phát triển kinh tế cân bằng; 4- Một khu vực hội nhập nền kinh tế toàn cầu.

nước ASEAN của cộng đồng doanh nghiệp. Năm 2010, Việt Nam đảm nhận vai trò Chủ tịch luân phiên của ASEAN BAC Việt Nam.

Kể từ năm 2007 đến nay, hằng năm, ASEAN BAC Việt Nam phối hợp với các quốc gia thành viên ASEAN tổ chức Hội nghị thượng đỉnh doanh nhân ASEAN (ASEAN BIS) bên lề Hội nghị thượng đỉnh ASEAN. ASEAN BIS là diễn đàn để khu vực công và tư hợp tác, nhằm đề ra các biện pháp thuận lợi và đẩy mạnh các sáng kiến kinh tế ASEAN. Trong năm 2010, với tư cách là Chủ tịch ASEAN BAC, Việt Nam đã tổ chức Hội nghị thượng đỉnh về kinh doanh và đầu tư ASEAN 2010 (ASEAN BIS 2010) với mục tiêu tăng cường hợp tác kinh doanh và đẩy mạnh đầu tư giữa các quốc gia thành viên ASEAN cũng như đối với các đối tác đối thoại của ASEAN, như Ô-xtrây-li-a, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Nga.

Trong khuôn khổ Hội nghị thượng đỉnh về kinh doanh và đầu tư ASEAN BIS, ASEAN BAC tổ chức lễ trao Giải thưởng Doanh nhân ASEAN (ABA) nhằm tôn vinh những doanh nghiệp có thành tích nổi bật nhất, có nhiều đóng góp vào phát triển kinh tế và thịnh vượng chung của khu vực. Là giải thưởng tầm cỡ khu vực, ABA thu hút được nhiều doanh nghiệp đăng ký tham gia, trong đó có nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Trong những năm qua, các doanh nghiệp Việt Nam đã nhiệt tình tham gia và đạt giải thưởng, tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn những hạn chế và yếu hơn về nhiều mặt so với các doanh nghiệp của các nước phát triển, như Xin-ga-po, Thái Lan hay Ma-lai-xi-a.

Bên cạnh đó, ASEAN BAC cũng phối hợp các trường đại học và các tổ chức nghiên cứu

hàng đầu tại ASEAN để khảo sát và đánh giá về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp các nước ASEAN, với sự tham gia đông đảo của cộng đồng doanh nghiệp trong Khối. Các cuộc khảo sát này được thu thập từ năm 2010 đến 2014, nhằm lấy ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp ASEAN về tính cạnh tranh của khu vực, quan điểm của doanh nghiệp về hợp tác kinh tế ASEAN. Khảo sát được đánh giá là thành công và thể hiện mong muốn của doanh nghiệp về môi trường kinh doanh và đầu tư hấp dẫn hơn tại ASEAN cũng như về các chính sách và sáng kiến thúc đẩy việc hội nhập kinh tế. Kết quả của khảo sát được gửi tới các nguyên thủ và bộ trưởng kinh tế các quốc gia thành viên ASEAN tại các hội nghị đối thoại với ASEAN BAC thường niên.

VCCI cũng tham gia Ban Chi đạo quốc gia về cơ chế “một cửa ASEAN” và cơ chế hải quan “một cửa quốc gia”, hiện đã được kết nối kỹ thuật giữa Việt Nam và bốn nước ASEAN khác, gồm: Xin-ga-po, In-đô-nê-xi-a, Ma-lai-xi-a và Thái Lan (tháng 9-2015) và chính thức trao đổi thông tin vào cuối năm 2015. VCCI cũng đang kết nối vào cổng thông tin “một cửa quốc gia” và “một cửa ASEAN”, để cùng với ngành hải quan tiếp tục cải cách hơn nữa nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp trong thủ tục thông quan hàng hóa xuất - nhập khẩu. Khi tất cả 10 cơ chế “một cửa quốc gia” được tích hợp qua cơ chế “một cửa ASEAN”, khu vực này sẽ là nơi có điều kiện giao thương dễ dàng nhất trên thế giới.

Ngày 6-3-2015, Diễn đàn Doanh nhân nữ ASEAN lần thứ nhất đã được tổ chức tại Hà Nội trong nhiệm kỳ đầu tiên Việt Nam giữ vai trò nước điều phối và Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam (VWEC) thuộc VCCI giữ vai trò là Chủ tịch mạng doanh nhân nữ ASEAN (AWEN), giai đoạn 2014 - 2016. Đây là diễn đàn đầu tiên được tổ chức dành riêng cho các doanh nhân nữ trong khu vực và là hoạt động chung đầu tiên của AWEN hướng tới sự hình thành của AEC, nhằm cung cấp thông tin về những cơ hội cũng như thách thức tiềm ẩn để các doanh nhân nữ chuẩn bị tâm thế, nguồn lực đón bắt và biến cơ hội thành hiện thực.

Đây cũng là cơ hội để vinh danh các doanh nhân nữ ASEAN tiêu biểu đã có những thành tích tốt, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia cũng như của khu vực.

Ngoài ra, từ năm 2005 đến nay, VCCI cũng phối hợp với các đối tác Xin-ga-po tổ chức thường kỳ Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Xin-ga-po. Diễn đàn được đánh giá đã thiết lập một nền tảng thiết thực giúp các doanh nghiệp của hai nền kinh tế cập nhật chính sách về đầu tư và tìm kiếm cơ hội hợp tác, góp phần làm sâu sắc hơn mối quan hệ hợp tác song phương tốt đẹp trên nhiều lĩnh vực giữa Việt Nam và Xin-ga-po nói riêng và Cộng đồng ASEAN nói chung, đặc biệt là sau khi hai nước thống nhất nâng quan hệ lên tầm đối tác chiến lược trong năm 2013. Sự kiện này luôn thu hút được đông đảo sự tham gia của doanh nghiệp hai bên cũng như các cơ quan chính quyền và lãnh đạo địa phương, thể hiện cam kết của các địa phương trong việc đón nhận, bảo đảm lợi ích, cũng như cải thiện môi trường cho các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

Do đó, để đón đầu các cơ hội, ứng phó với những thách thức và rủi ro khi AEC hình thành, doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng các vấn đề sau:

Một là, xây dựng tư duy tích cực trong hội nhập. Theo đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần: 1- Nâng cao nhận thức, hiểu biết về hội nhập và coi các chương trình hội nhập kinh tế là một sự cam kết kinh tế mà trong đó có cả hợp tác và cạnh tranh; 2- Xem ASEAN là thị trường quan trọng như Hoa Kỳ, EU,... vì thị trường khu vực láng giềng này bảo đảm cho doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và có quy mô kinh doanh tiềm năng; 3- Xem ASEAN như “sân nhà” và nhận thức rõ nếu không cạnh tranh và phát triển được trong ASEAN thì hội nhập sâu rộng vào thị trường thế giới sẽ thiếu hiệu quả; 4- Tìm hiểu và nghiên cứu sâu hơn thị trường ASEAN cũng như các chính sách hỗ trợ mà AEC mang lại để vạch ra chiến lược kinh doanh thúc đẩy xuất khẩu, cũng như đầu tư mạnh mẽ hơn nữa sang thị trường ASEAN.

Hai là, cải thiện và phát huy giá trị cốt lõi của doanh nghiệp để nâng cao sức cạnh tranh. Mỗi doanh nghiệp phải được coi là một chuỗi các giá trị gia tăng được tạo ra bởi các hoạt động sản xuất, kinh doanh trực tiếp và hoạt động hỗ trợ. Hoạt động sản xuất, kinh doanh bao gồm việc tạo sản phẩm, quảng cáo, phân phối và dịch vụ sau bán hàng. Hoạt động hỗ trợ bao gồm nguồn lực, hạ tầng đầu vào, khả năng lãnh đạo, pháp luật, văn hóa, công nghệ thông tin,... (hỗ trợ tạo giá trị gia tăng và giảm chi phí). Năng lực của doanh nghiệp là tập hợp chuỗi giá trị gia tăng của các hoạt động đó. Giá trị cốt lõi của doanh nghiệp chính là các năng lực như vậy. Tạo ra sự khác biệt về giá trị cốt lõi sẽ bảo đảm cho doanh nghiệp có lợi thế so sánh với các đối thủ cạnh tranh, mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp. Muốn nhận biết được sự khác biệt đó, doanh nghiệp cần xây dựng cho mình các công cụ phân tích cạnh tranh, như mô hình SWOT (điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, nguy cơ), đối thủ và thị trường.

Ba là, liên kết phát triển. Xu hướng kinh doanh hiện tại hướng tới các chuỗi giá trị dịch vụ chung và liên kết ngành. Do vậy, doanh nghiệp (nhất là các hiệp hội ngành hàng và ngân hàng) cần học hỏi lẫn nhau về chiến lược cạnh tranh trong kinh doanh, cùng tham gia chuỗi giá trị, tạo sức mạnh lợi thế nhờ quy mô và phát huy tốt hơn lợi thế so sánh. Khi AEC được thành lập, dự báo sẽ có nhiều doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, thâm nhập và chiếm hữu thị phần nội địa của doanh nghiệp Việt Nam. Muốn cạnh tranh, các doanh nghiệp Việt Nam (vốn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ) cần liên kết chặt chẽ với nhau, tạo thành sức mạnh cộng đồng. Doanh nghiệp cũng cần tăng cường trao đổi, đối thoại với các cơ quan chính phủ, hiệp hội để kịp thời nắm bắt những thông tin, chính sách; đồng thời phản ánh những khó khăn, trở ngại để các cơ quan chức năng kịp thời có những điều chỉnh phù hợp với thực tế. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam có thể liên kết với các doanh nghiệp ASEAN khác trong chuỗi giá trị sản phẩm khi trong ASEAN có

nhiều điểm tương đồng để cạnh tranh với các đối tác ASEAN mở rộng.

Bốn là, vai trò của Chính phủ và người tiêu dùng. Bên cạnh việc nâng cao chất lượng đảm bảo định hướng và mở rộng thị trường, Chính phủ và các cơ quan chức năng cũng cần có các hoạt động, chương trình hỗ trợ để nâng cao và phổ biến kiến thức cho cộng đồng doanh nghiệp về AEC. Cần đổi mới thể chế, xây dựng hành lang pháp lý nhất quán, thông thoáng, minh bạch, công khai, dễ dự báo, tạo môi trường thuận lợi hơn cho kinh doanh và đầu tư. Cần thiết lập lộ trình phát triển, quy hoạch chiến lược cho các mặt hàng, ngành mũi nhọn của Việt Nam để tận dụng được hết những lợi thế, như vị trí địa lý, nguồn nhân lực,... đem lại. Cần có sách lược phát triển, bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp và phòng, chống rủi ro về tài chính (nhất là đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa) trong việc phát triển thị trường nội địa và khu vực ASEAN.

Năm là, các tổ chức chính trị - xã hội, người dân, người tiêu dùng Việt Nam cần xây dựng văn hóa tiêu dùng thông minh và khoa học, bảo đảm gián tiếp cho việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và đất nước.

Là tổ chức quốc gia đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp để bảo vệ quyền lợi và người sử dụng lao động, VCCI đã và đang làm nhiệm vụ tập hợp, liên kết doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức chính trị - xã hội và tham vấn với Chính phủ về cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, tập trung tháo gỡ khó khăn, vướng mắc và xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, sẵn sàng hội nhập một cách bền vững trong AEC. Chủ động và đoàn kết sẽ là những nguyên tắc chỉ đạo nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và nền kinh tế trong hội nhập ASEAN và quốc tế. Có như vậy, chúng ta mới có thể đóng góp tích cực vào sự phát triển thịnh vượng và bảo vệ hòa bình cho khu vực với phương châm "Nếu bạn đi một mình, bạn có thể đi nhanh. Nhưng nếu chúng ta cùng đi, chúng ta sẽ tiến rất xa". □