

TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CÁC NƯỚC CPTPP

HOÀNG THỊ VÂN ANH*

Việt Nam sau hơn hai năm thực thi Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã cho thấy Hiệp định có những ảnh hưởng nhất định tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Cùng với các FTA thế hệ mới khác, Hiệp định CPTPP được kỳ vọng sẽ tiếp tục tạo cơ hội và thuận lợi giúp Việt Nam thực hiện mở rộng, đa dạng hóa, phát triển thị trường mới/sản phẩm mới để thúc đẩy xuất khẩu và tham gia mạnh mẽ hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu. Bài viết phân tích, đánh giá thực trạng, nhận định triển vọng thị trường và nêu kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường các nước CPTPP thời gian tới.

Từ khóa: xuất khẩu hàng hóa, Hiệp định CPTPP, thị trường, doanh nghiệp xuất khẩu.

After more than two years of implementing the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), it has been shown that the Agreement has certain effects on Vietnam's goods exports. Along with other new-generation FTAs, the CPTPP is expected to continue to create opportunities for Vietnam to expand, diversify, and develop new markets/new products to boost exports and participate more actively in the global value chain. This paper analyzes the current situation, assesses market prospects and makes recommendations to promote Vietnam's goods exports to the markets of CPTPP countries in the coming years.

Keywords: export of goods, CPTPP Agreement, market, exporting enterprises.

Ngày nhận: 5/1/2022

Ngày đánh giá, phản biện: 14/1/2022

Ngày duyệt đăng: 20/1/2022

1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường các nước CPTPP

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, sau hơn hai năm thực thi Hiệp định CPTPP, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP, nhất là các thành viên trước đó chưa có các thỏa thuận thương mại tự do song phương, khu vực với Việt Nam như Canada, Mexico... đã đạt được những kết quả nhất định dù bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi đại dịch Covid-19. Trong 6 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP đạt kim ngạch 21,25 tỷ USD, tương đương 55% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2020.

Bảng 1 cho thấy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang 10 nước thành viên CPTPP

giai đoạn 2016-2020 đã tăng từ 29,3 tỷ USD năm 2016 lên mức cao nhất là 39,46 tỷ USD năm 2019 - năm đầu tiên Việt Nam thực thi CPTPP. Tuy nhiên, dưới tác động của đại dịch Covid-19, xuất khẩu đã giảm 1,9% năm 2020 chỉ còn 38,7 tỷ USD, khiến cho thị phần của CPTPP trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam cũng giảm xuống còn 13,7% năm 2020 so với mức 14,9% năm 2019.

Thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của Việt Nam trong CPTPP là Nhật Bản. Năm 2020, Nhật bản nhập khẩu 19,28 tỷ USD hàng hóa của Việt Nam, chiếm thị phần 6,82% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Nhật Bản năm 2020 đã giảm 1,05 tỷ USD (5,2%) so với mức 20,33 tỷ USD năm 2019.

* ThS Hoàng Thị Vân Anh, Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường các nước CPTPP

Đơn vị: triệu USD

Nước	2016	2017	2018	2019	2020	6T/2021(*)	±% 2020/2019	% trong KNXKHH năm 2020
KNXKHH (1)	176.581	215.119	243.697	264.267	282.629	159.238	6,95	-
1. Nhật Bản	14.671	16.859	18.834	20.334	19.284	10.064	-5,16	6,82
2. Canada	2.653	2.716	3.014	3.889	4.361	2.458	12,14	1,54
3. Australia	2.865	3.281	3.966	3.527	3.621	2.089	2,67	1,28
4. Malaixia	3.342	4.210	4.065	3.788	3.419	2.119	-9,74	1,21
5. Mexico	1.888	2.339	2.240	2.827	3.159	2.101	11,74	1,12
6. Singapore	2.420	2.987	3.196	3.206	3.023	1.184	-5,71	1,07
7. Chi lê	805	999	782	941	1.018	641	8,18	0,36
8. New Zealand	360	459	504	542	498	314	-8,12	0,18
9. Peru	277	331	250	341	304	282	-10,85	0,11
10. Bruney	20	22	18	67	17	5	-74,63	0,01
Tổng 10 TT (2)	29.301	34.203	36.869	39.462	38.704	21.257		
Tỉ trọng (2/1) %	16,59	15,90	15,13	14,93	13,69	13,35		

(*) Số liệu sơ bộ;

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu chính thức hàng năm của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Canada là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ hai của Việt Nam trong CPTPP kể từ khi Hiệp định có hiệu lực năm 2019. Năm 2020, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Canada đạt 4,36 tỷ USD, chiếm 1,54% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Đặc biệt, xuất khẩu sang Canada ghi nhận mức tăng trưởng hai con số là 12,1% so với năm 2019 trong bối cảnh Canada bị ảnh hưởng khá nặng nề từ dịch Covid 19.

Thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam trong CPTPP là Australia, với mức 3,62 tỷ USD năm 2020, chiếm khoảng 1,28% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam và tăng 2,7% so với mức 3,52 tỷ USD năm 2019. Tuy nhiên, mức tăng xuất khẩu sang Australia chưa ổn định trong bối cảnh nước này giảm nhập khẩu từ Việt Nam trong năm 2019, ngay khi CPTPP bắt đầu có hiệu lực.

Malaixia là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn thứ tư của Việt Nam trong CPTPP. Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu đạt 3,42 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 1,21% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam sang Malaixia đã giảm

mạnh tới 9,7% so năm 2019. Điều đáng quan tâm là xu hướng giảm xuất khẩu của Việt Nam sang Malaixia vẫn tiếp tục ngay cả khi CPTPP có hiệu lực thực thi.

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mexico đang tăng mạnh, đưa nước này vươn lên thành nhà nhập khẩu lớn thứ năm của Việt Nam năm 2020 với kim ngạch đạt 3,159 tỷ USD, chiếm 1,12% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Đặc biệt, xuất khẩu của Việt Nam sang Mexico tăng rất mạnh kể từ khi CPTPP có hiệu lực với nước này vào cuối năm 2018 và với Việt Nam vào đầu năm 2019. Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Mexico đã tăng 26,3% năm 2019 và tiếp tục tăng 11,7% năm 2020, bất chấp nhập khẩu chung của nước này giảm mạnh do ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch Covid-19.

Singapore là thị trường xuất khẩu lớn tiếp theo của Việt Nam trong CPTPP với kim ngạch xuất khẩu sang nước này đạt trên 3 tỷ USD, chiếm 1,07% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2020. Cũng giống như Malaixia, xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore có xu hướng giảm từ khi CPTPP có hiệu lực.

Về cơ cấu hàng hóa, Việt Nam xuất khẩu sang CPTPP chủ yếu là hàng chế biến chế tạo thuộc các nhóm điện thoại và linh kiện, hàng dệt may, máy móc thiết bị và dụng cụ, phụ tùng, máy vi tính, sản phẩm và linh kiện điện tử, phương tiện vận tải, thủy sản, gạo, gỗ và sản phẩm gỗ... Có thể nói, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang các thành viên CPTPP phản ánh lợi thế so sánh của Việt Nam và phù hợp với cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chung của Việt Nam khi tham gia phân công lao động quốc tế.

Như vậy, sau hơn hai năm thực thi CPTPP cho thấy, Hiệp định đã có những ảnh hưởng nhất định với xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, đem lại nhiều kết quả tích cực:

Thứ nhất, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP đã đạt được kết quả đáng khích lệ. Việc tham gia CPTPP giúp Việt Nam mở rộng, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung leo thang và đại dịch Covid-19 bùng phát toàn cầu gây tác động nghiêm trọng làm suy thoái kinh tế thế giới, tổn hại đến sức mua và làm giảm nhu cầu nhập khẩu toàn cầu gồm cả các thành viên CPTPP.

Thứ hai, Việt Nam đã nâng thị phần xuất khẩu sang các đối tác hàng đầu và đầy tiềm năng phát triển trong khối như Canada và Mexico - những đối tác này trước CPTPP chưa có thỏa thuận thương mại song phương hay khu vực với Việt Nam. Thực tế, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Canada và Mexico đã tăng trưởng mạnh từ năm 2019 khi CPTPP bắt đầu có hiệu lực ở Việt Nam. Năm 2020, mặc dù hai nước này bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19 khiến cho nhập khẩu hàng hóa giảm mạnh, nhưng hai nước vẫn tăng nhập khẩu từ Việt Nam với mức tăng ấn tượng lần lượt là 12,1% và 11,7%.

Thứ ba, các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam đã phát huy được tiềm năng và lợi thế để tăng mạnh xuất khẩu trong bối cảnh nhiều

thị trường truyền thống đã ở mức bão hòa, khó mở rộng và nâng cao được thị phần. Thực tế, hàng nông, lâm, thủy sản, dệt may, da giày, điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, máy móc thiết bị phụ tùng và phương tiện vận tải đã thâm nhập mạnh mẽ thị trường các nước thành viên CPTPP, nhất là các thành viên Bắc, Trung và Nam Mỹ như Canada, Mexico, Chile, Peru.

Thứ tư, sở dĩ đạt được các kết quả tích cực nêu trên là nhờ những nỗ lực rất lớn của Nhà nước, cộng đồng doanh nghiệp và toàn xã hội. Chính phủ đã đặt quyết tâm rất cao trong ký kết, tham gia CPTPP, dù lường trước những thách thức lớn về cạnh tranh khi Việt Nam là nền kinh tế đang phát triển có mức bình quân GDP/người thấp nhất trong các thành viên CPTPP. Việt Nam là thành viên thứ 7 sớm phê chuẩn và thực thi Hiệp định, chỉ sau các nền kinh tế lớn và phát triển như Nhật Bản, Canada, Australia, New Zealand, Singapore và Mexico.

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, song xuất khẩu hàng hóa sang các nước thành viên CPTPP vẫn còn một số hạn chế cần được tháo gỡ:

Thứ nhất, mức tăng trưởng không như kỳ vọng. Năm 2019 - năm đầu thực thi CPTPP, tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa sang CPTPP là 7%, thấp hơn mức tăng xuất khẩu hàng hóa chung của cả nước là 8,4%. Năm 2020, trong bối cảnh đại dịch Covid-19, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn tăng 7%, trong khi xuất khẩu sang 10 nước thành viên CPTPP lại giảm 1,9%.

Thứ hai, Việt Nam không duy trì được, thậm chí giảm xuất khẩu sang các thị trường truyền thống thuộc CPTPP như Nhật Bản, Singapore, Australia, Malaysia. Thực tế, xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản đã tăng lên mức cao nhất hơn 20 tỷ USD trong năm 2019 - năm đầu CPTPP có hiệu lực - đạt mức tăng 7,9%, nhưng sang năm 2020, xuất khẩu giảm 5,2%, chỉ còn 19,28 tỷ USD. Năm 2019, xuất khẩu sang Australia năm 2019, khi CPTPP có hiệu

lực thực thi, giảm 11% so với năm 2018, còn 3,527 tỷ USD, năm 2020 tăng lên mức hơn 3,6 tỷ USD nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với trước khi CPTPP có hiệu lực với Việt Nam là 3,97 tỷ USD năm 2018. Xu hướng giảm xuất khẩu sang Malaysia và Singapore đã bắt đầu từ trước khi CPTPP có hiệu lực và vẫn tiếp tục ngay cả khi CPTPP đã có hiệu lực (đối với Singapore) trong khi Malaysia chưa phê chuẩn CPTPP.

Thứ ba, tỷ lệ tận dụng ưu đãi từ CPTPP của các mặt hàng xuất khẩu còn rất thấp. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan CPTPP của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam năm 2019 chỉ đạt 1,67%, mức rất thấp không chỉ so với mức trung bình năm 2019 (37,2%) mà còn so với tỷ lệ tận dụng năm đầu tiên của nhiều FTA khác. Năm 2020, tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan tuy đã được cải thiện hơn, tăng lên 4% nhưng vẫn là rất thấp.

Thứ tư, số lượng doanh nghiệp quan tâm và biết rõ về CPTPP còn ít. Theo Phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam (VCCI), có 69% doanh nghiệp nghe nói hoặc biết sơ bộ về Hiệp định, 25% doanh nghiệp có hiểu biết nhất định về Hiệp định. Tuy nhiên, cứ 20 doanh nghiệp mới có 01 doanh nghiệp biết rõ về các cam kết CPTPP liên quan tới hoạt động kinh doanh của mình. Do chỉ khoảng 5% doanh nghiệp nắm rõ về các cam kết CPTPP liên quan tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đã dẫn đến kết quả xuất khẩu sang CPTPP còn thấp và không như kỳ vọng.

Thứ năm, thu hút đầu tư từ nguồn CPTPP cho sản xuất, chế biến, xuất khẩu hàng hóa sang các thành viên Hiệp định còn thấp và giảm mạnh. Cụ thể, theo nguồn số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2019, thu hút đầu tư nước ngoài từ các thành viên CPTPP chỉ đạt 9,46 tỷ USD, giảm mạnh tới hơn 36%, trong khi đầu tư nước ngoài của khu vực ra thế giới vẫn tăng mạnh hơn 51% và thu hút đầu tư nước ngoài của Việt Nam vẫn tăng 7,2%. Đặc biệt, thu hút đầu tư nước ngoài từ các thị trường truyền thống CPTPP như Nhật Bản giảm tới hơn 50%, Australia

thậm chí giảm tới hơn 62%, Singapore giảm ít hơn nhưng vẫn ở mức giảm hai con số là 11%. Bức tranh thu hút đầu tư nước ngoài năm 2020 khá hơn với việc thu hút đầu tư từ các thành viên CPTPP đạt 11,75 tỷ USD tăng 24,4% trong khi thu hút đầu tư nước ngoài chung của Việt Nam giảm 25%. Điểm đáng quan tâm ở đây là hầu hết mức tăng đầu tư nước ngoài đến từ thị trường Singapore, còn lại giảm ở hầu khắp các thị trường lớn khác như Nhật Bản, Australia, Canada...

Thứ sáu, có rất nhiều nguyên nhân cả chủ quan và khách quan khiến cho kết quả xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP còn nhiều hạn chế sau hơn hai năm thực thi Hiệp định. Trong số những nguyên nhân khách quan, nguyên nhân quan trọng nhất là đại dịch Covid-19 bùng phát trên phạm vi toàn cầu và gia tăng căng thẳng thương mại Mỹ -Trung gây bất ổn thị trường, làm đứt gãy nhiều chuỗi cung ứng hàng hóa, dịch vụ trên phạm vi toàn cầu... Bên cạnh đó, vẫn còn bốn nước đã ký kết nhưng chưa phê chuẩn Hiệp định là Malaysia, Peru (mới phê chuẩn vào ngày 14/7/2021), Chile và Brunei.

Những nguyên nhân chủ quan từ phía Nhà nước và doanh nghiệp phải kể tới như: (i) việc tổ chức triển khai thực hiện CPTPP của các cơ quan nhà nước còn bất cập; nhiều văn bản hướng dẫn thi hành Hiệp định được ban hành liên quan tới nhiều bộ, ngành và chính quyền địa phương khiến cho việc triển khai chậm; (ii) khâu tổ chức, tuyên truyền, phổ biến về các cam kết trong Hiệp định còn dàn trải nên chưa hiệu quả và thiết thực; (iii) khâu triển khai các biện pháp, chính sách của Nhà nước hỗ trợ thực thi Hiệp định tới doanh nghiệp chưa kịp thời; (iv) thiếu nhiều nguồn lực hỗ trợ cần thiết về vốn, kỹ thuật, hạ tầng cơ sở, nhân lực có trình độ...; (v) nhiều doanh nghiệp chưa chủ động, quan tâm nghiên cứu đầy đủ về Hiệp định để có thể chuẩn bị sẵn sàng cho việc tham gia xuất khẩu, (vi) năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp còn yếu, thiếu về mọi mặt. Có thể khái quát, năng lực cạnh tranh

của nền kinh tế Việt Nam còn thấp trên cả ba góc độ: quốc gia, ngành/sản phẩm và doanh nghiệp, là nguyên nhân chủ quan lớn nhất ảnh hưởng tới kết quả xuất khẩu hàng hóa sang CPTPP chưa được như kỳ vọng.

2. Triển vọng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường CPTPP

Thứ nhất, CPTPP được dự báo sẽ giúp gia tăng xuất khẩu giữa Việt Nam với các đối tác CPTPP dù ở mức không lớn (khoảng 4,2-6,9% so với kịch bản không có CPTPP vào năm 2030). Mặc dù chưa có dự báo đánh giá cụ thể về tác động đối với thu hút FDI của Việt Nam, song CPTPP được đánh giá sẽ góp phần tạo nên sức hấp dẫn của Việt Nam trong thu hút đầu tư nước ngoài, mở ra triển vọng hợp tác và nâng cấp công nghệ cho các ngành công nghiệp thượng nguồn, qua đó tạo ra những chuỗi cung ứng khu vực mới cho việc tăng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Thứ hai, triển vọng đa dạng hóa, phát triển thị trường xuất khẩu mới cho sản phẩm và doanh nghiệp Việt Nam. CPTPP là tập hợp 11 nền kinh tế thành viên ở những khoảng cách địa lý rất xa nhau và bao gồm cả những thành viên lần đầu tiên có một thỏa thuận thương mại tự do tiêu chuẩn cao với Việt Nam, đây là những thị trường mới, lớn và có rất nhiều tiềm năng cho tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong tương lai.

Thứ ba, triển vọng đa dạng hóa và phát triển sản phẩm mới cho các doanh nghiệp Việt Nam. Do tính chất đa dạng của nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng và trình độ phát triển cao hơn của các thành viên CPTPP, Việt Nam có thể kỳ vọng nhiều vào việc tăng cường phát triển, đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu sang khu vực thị trường rộng lớn này dựa trên tính chất bổ sung cho nhau hơn là cạnh tranh lẫn nhau giữa hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và các đối tác.

Thứ tư, triển vọng nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cho phát triển xuất khẩu bền vững. Không chỉ là cạnh tranh

về giá khi hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang CPTPP được hưởng ưu đãi thuế so với hàng hóa của các đối thủ cạnh tranh ngoài khối, điều quan trọng hơn là việc thực hiện CPTPP với những tiêu chuẩn cao sẽ có tác động cộng hưởng tích cực, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam chuyển hướng sang phát triển theo chiều sâu, nâng cao sức cạnh tranh, chất lượng, hiệu quả và tính bền vững của hoạt động xuất khẩu nói riêng và phát triển bền vững nền kinh tế nói chung. Trước hết, CPTPP giúp tạo ra các chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các thành viên CPTPP, sau đó, thông qua sự liên kết, hợp tác giữa các thành viên CPTPP với các nước thứ ba theo các thỏa thuận thương mại khác nhau sẽ tạo tác động lan tỏa cho hàng hóa Việt Nam tham gia các chuỗi cung ứng/giá trị toàn cầu, nhất là đối với thị trường châu Mỹ rộng lớn còn nhiều tiềm năng. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam cũng kỳ vọng lớn vào cơ hội hợp tác, liên kết, mở rộng kinh doanh, cơ hội tham gia các chuỗi giá trị toàn cầu và gia tăng giá trị, cơ hội cải thiện thể chế, cải cách thủ tục xuất nhập khẩu, tạo thuận lợi thương mại và chi phí dịch vụ thương mại (logistics, tài chính, viễn thông...) rõ hơn đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu hàng hóa của doanh nghiệp về lâu dài.

3. Một số khuyến nghị

- Đối với Nhà nước

Trước hết, nâng cao hiệu quả thực thi Hiệp định, tiếp tục rà soát các văn bản quy phạm pháp luật và cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, tạo thuận lợi cho sản xuất, kinh doanh, cũng như xuất khẩu của doanh nghiệp. Đẩy mạnh cải cách thể chế, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, tạo thuận lợi về chủ trương, chính sách và giải pháp cụ thể, thiết thực, giúp giảm chi phí tuân thủ và hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng, khai thác hiệu quả Hiệp định.

Thứ hai, tiếp tục nâng cao hiệu quả công tác phổ biến, tuyên truyền về CPTPP theo

hướng phổ cập các vấn đề chung về CPTPP và thông tin kịp thời, hiệu quả, thiết thực về các vấn đề chuyên sâu, tương thích với giai đoạn mới trong thực thi CPTPP. Công tác thông tin cần được chú trọng, trong đó cần cung cấp thông tin liên quan đến các cam kết, các ưu đãi thuế quan và các quy định về quy tắc xuất xứ theo hướng chuyên sâu, đi vào từng thị trường, từng mặt hàng cụ thể, với những tập huấn chuyên biệt để có tác động rõ rệt hơn đối với các đối tượng doanh nghiệp khác nhau. Các thông tin về thị trường nhập khẩu liên quan đến thị hiếu, dung lượng và đặc biệt là các chính sách quản lý của thị trường nhập khẩu cũng cần được cung cấp đến các doanh nghiệp để định hướng các hoạt động sản xuất, kinh doanh cho doanh nghiệp.

Thứ ba, tăng cường năng lực quản lý, giám sát, xử lý và giải quyết các vấn đề về gian lận thương mại, lẩn tránh thuế, các biện pháp phòng vệ thương mại, tự vệ, chống trợ cấp, chống bán phá giá...

Thứ tư, tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh để hiện thực hóa các cơ hội từ CPTPP, vượt qua thách thức cạnh tranh và các rủi ro khác từ Hiệp định này. Các phương án hỗ trợ bao gồm: hỗ trợ cải thiện năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; hỗ trợ xúc tiến thương mại; hỗ trợ thông tin thị trường, kết nối doanh nghiệp v.v..

Thứ năm, tăng cường hợp tác, điều phối và tham vấn chính sách song phương, liên chính phủ, phi chính phủ với các hiệp hội nghề nghiệp, ngành hàng và các tổ chức hỗ trợ thương mại khác trong khuôn khổ CPTPP nhằm tạo môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng, thuận lợi, minh bạch, cân bằng, để tiên đoán cho các doanh nghiệp thành viên.

Thứ sáu, tăng cường đổi mới, sáng tạo, tăng cường ứng dụng Chính phủ điện tử, số hóa trong tổ chức thực thi CPTPP, phát triển hạ tầng cơ sở cả phần cứng và phần mềm nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh quốc gia, hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm và doanh nghiệp.

- Đối với doanh nghiệp

Doanh nghiệp cần nâng cao sự chủ động trong việc nắm bắt các thông tin về CPTPP; tư duy và nhận thức rõ về các cơ hội và thách thức để nắm bắt cơ hội, vượt qua thách thức. Những nỗ lực tuyên truyền phổ biến hay hỗ trợ từ các cơ quan Nhà nước, VCCI hay các hiệp hội chỉ có thể giúp doanh nghiệp thực hiện những điều này thuận lợi hơn, ít tốn kém, nhanh chóng và hiệu quả hơn. Do đó, bất kỳ doanh nghiệp nào muốn hội nhập CPTPP hiệu quả đều sẽ phải chủ động tìm hiểu và hành động thích hợp.

Chủ động đổi mới, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ sản phẩm, xác lập các liên kết từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng và xuất khẩu, hình thành các chuỗi cung ứng để tạo chỗ đứng vững chắc trong các chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

Tiếp cận và cập nhật thông tin, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm, chuẩn bị nguồn cung cấp để bảo đảm nguyên liệu đầu vào có nguồn gốc xuất xứ phù hợp và chất lượng tốt.

Các doanh nghiệp phải có thái độ tích cực và chủ động với các chuẩn mực từ Hiệp định CPTPP, các tập đoàn đa quốc gia đã hoạt động ở Việt Nam bởi khi hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ hay giảm thiểu, các rào cản phi thuế quan, các rào kỹ thuật trở nên tinh vi, phức tạp hơn nhiều. Ngoài ra, các chuẩn mực của các công ty đa quốc gia là rất cao, nếu doanh nghiệp không nỗ lực thì không thể tận dụng được cơ hội tiếp cận thị trường do CPTPP mở ra. Với thái độ tích cực và sự chủ động, sẵn sàng sẽ cho phép các doanh nghiệp nắm bắt và đạt tới chuẩn mực quốc tế về sản xuất, chế biến, xuất nhập khẩu để cạnh tranh thắng lợi trên thị trường quốc tế.

Chủ động tìm hiểu, nắm bắt và hiểu rõ các quy định trong CPTPP để vận dụng linh hoạt vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, tận dụng tốt nhất các lợi thế mà CPTPP mang lại. Doanh nghiệp cần quan tâm đặc biệt các

chương về đối xử quốc gia và mở cửa thị trường đối với hàng hóa và chương về quy tắc xuất xứ, vì muốn hưởng ưu đãi thuế, sản phẩm phải đáp ứng quy định về xuất xứ của Hiệp định.

Chú trọng nâng cao trình độ tổ chức và quản lý doanh nghiệp bởi đây là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các doanh nhân bên cạnh những kiến thức chuyên môn, năng lực tổ chức quản lý cần có tầm nhìn để thích ứng kịp thời với môi trường kinh doanh đầy biến động. Đồng thời, có chiến lược đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng cũng như phân tán rủi ro với các sản phẩm.

Đổi mới và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật công nghệ tiên tiến. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp của Việt Nam vẫn đang sử dụng công nghệ lạc hậu, nhiều máy móc, thiết bị đã hết khấu hao. Vì vậy, tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật, công nghệ, ứng dụng thương mại điện tử, kinh tế số hóa và đào tạo người sử dụng được khoa học kỹ thuật, công nghệ là một trong các nhiệm vụ hàng đầu của doanh nghiệp để bảo đảm thành công khi tham gia CPTPP.

Lãnh đạo doanh nghiệp cần xây dựng và rèn luyện tinh thần đột phá sáng tạo, bản lĩnh dám nghĩ dám làm, chấp nhận rủi ro, mạo hiểm và vươn tới các chuẩn mực quốc tế trong quản trị điều hành để những thành tựu kinh doanh và giá trị doanh nghiệp được duy trì bền vững.

Xây dựng môi trường văn hóa doanh nghiệp tích cực, lành mạnh, dân chủ, hình thành văn hóa đối thoại; hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp lao động trên cơ sở thương lượng tập thể để phát huy hiệu quả năng lực của từng tập thể, cá nhân trong doanh nghiệp.

Tăng cường trao đổi, kết nối giữa doanh nghiệp và các cơ quan quản lý và các tổ chức hỗ trợ thương mại. Tăng cường kết nối hoạt động kinh doanh trong nước và xuất, nhập khẩu, đầu tư quốc tế. Tăng cường liên kết dọc theo chuỗi cung ứng quốc gia, khu vực và toàn cầu, và liên kết ngang theo chức năng; tăng cường liên doanh, liên kết, hợp tác với doanh nghiệp các nước thành viên CPTPP nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương: Báo cáo tình hình sản xuất công nghiệp và hoạt động thương mại tháng 6 và 6 tháng năm 2021.
2. Bộ Công Thương: Cổng thông tin điện tử về Hiệp định thương mại tự do, truy cập tháng 8/2021.
3. Bộ Công Thương: Báo cáo tổng kết công tác năm 2020 và 5 năm 2016-2020, triển khai nhiệm vụ năm 2021 ngành Công Thương.
4. Ngô Trung Khanh: Hiệp định CPTPP- Tình hình thực thi và vấn đề đặt ra, 2019.
5. Nguyễn Thị Thu Trang: Doanh nghiệp Việt Nam với CPTPP trong bối cảnh cạnh tranh thương mại Mỹ - Trung, 2019.
6. Tổng cục Hải quan: Số liệu thống kê hàng năm.
7. VCCI: Việt Nam sau hai năm thực thi Hiệp định CPTPP từ góc nhìn doanh nghiệp, 2021.