

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC): Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

**TRẦN VĂN HÙNG & LÊ THỊ MAI HƯƠNG
MBA NGUYỄN LÊ ANH**

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) dự kiến được thành lập vào cuối năm 2015 và được đánh giá là một bước ngoặt đánh dấu sự hòa nhập toàn diện của các nền kinh tế khu vực Đông Nam Á. Trước những diễn biến của nền kinh tế thế giới trong thời gian vừa qua đã mở ra nhiều cơ hội lẫn thách thức cho các nước thuộc khu vực này, trong đó có VN với vai trò là thành viên của tổ chức. Bài viết sử dụng nguồn số liệu thứ cấp thu thập từ các cơ quan trong và ngoài nước nhằm tập trung nghiên cứu về Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) khi được thành lập và chỉ ra những cơ hội, thách thức đối với các doanh nghiệp VN, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp khuyến nghị góp phần thúc đẩy hoạt động của các doanh nghiệp VN khi tổ chức kinh tế này được thành lập.

Từ khóa: Cộng đồng Kinh tế ASEAN, cơ hội, doanh nghiệp, giải pháp, thách thức.

1. Mở đầu

Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á được thành lập vào ngày 8/8/1967 gồm 10 quốc gia, trong đó có VN với mục tiêu nhằm thiết lập một liên minh chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội của các nước trong khu vực. Sau 47 năm tồn tại và phát triển, trải qua nhiều bối cảnh thăng trầm của thế giới và khu vực, ASEAN đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, trở thành một tổ chức hợp tác khu vực trên tất cả các lĩnh vực; trong đó lĩnh vực kinh tế luôn được chú trọng và đặt lên hàng đầu. Hiện nay, ASEAN đang chuyển sang giai đoạn thực hiện mục tiêu cuối cùng của hội nhập kinh tế “ASEAN tầm

nhìn 2020” và AEC là một trong ba trụ cột quan trọng của Cộng đồng ASEAN nhằm thực hiện các mục tiêu đề ra, ASEAN đang chuyển sang giai đoạn phát triển với mục tiêu bao trùm là hình thành cộng đồng ASEAN vào năm 2015 và hoạt động dựa trên cơ sở pháp lý và hiến chương ASEAN. Trong bối cảnh quốc tế mới và tác động của AEC đối với VN thì việc nhận diện những cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp VN là cần thiết, góp phần định hướng những lợi ích và những khó khăn mà AEC sẽ mang lại cho nền kinh tế VN cũng như các doanh nghiệp nói riêng trong bối cảnh hội nhập sâu rộng vào một thị trường chung và thống nhất.

2. Sự hình thành và mục tiêu của AEC

Để đáp ứng yêu cầu phát triển và liên kết các quốc gia trong khu vực thành một khối thống nhất, vào tháng 10 năm 2003 Lãnh đạo các nước ASEAN đã ký tuyên bố hòa hợp ASEAN II (hay còn gọi là tuyên bố Bali II) thống nhất đề ra mục tiêu hình thành Cộng đồng ASEAN vào năm 2020 với ba trụ cột chính: Cộng đồng An ninh (ASC), Cộng đồng Kinh tế (AEC) và Cộng đồng Văn hóa – Xã hội (ASCC) trên cơ sở giữ vững các nguyên tắc cơ bản của ASEAN: độc lập, chủ quyền, không can thiệp vào công việc nội bộ, đồng thuận và giải quyết hòa bình mọi bất đồng, tranh chấp đồng thời

khẳng định ASEAN sẽ tiếp tục đẩy mạnh và mở rộng quan hệ hợp tác với các đối tác bên ngoài vì mục đích chung là hòa bình, ổn định và hợp tác cùng có lợi. Theo dự định của các nhà lãnh đạo ASEAN, AEC sẽ được thành lập vào năm 2015. Tuyên bố Hòa hợp ASEAN II nhấn mạnh: Cộng đồng Kinh tế ASEAN là việc thực hiện mục tiêu cuối cùng của hội nhập kinh tế trong “Tầm nhìn ASEAN 2020”. Nếu được thành lập, AEC sẽ là một thị trường chung có quy mô lớn với hơn 600 triệu dân, đứng thứ tư về dân số thế giới và tổng GDP hàng năm vào khoảng 2.000 tỷ USD và là một trong những khu vực tăng trưởng nhanh nhất thế giới (Theo báo cáo của Ngân hàng Phát triển Châu Á tổng GDP của khu vực ASEAN đạt 2.310 tỷ USD năm 2012 và dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế năm 2014 đạt 5,3%).

Hoạt động lớn đầu tiên của ASEAN để triển khai các biện pháp cụ thể trên chính là việc các nhà lãnh đạo các nước thành viên ký Hiệp định Khung ASEAN về Hội nhập các ngành ưu tiên. Có thể coi đây là một kế hoạch hành động trung hạn đầu tiên của AEC. ASEAN hy vọng hội nhập nhanh các ngành ưu tiên này sẽ tạo thành bước đột phá, tạo đà và tạo ra hiệu ứng lan tỏa sang các ngành khác. Tại Hiệp định này, các nước thành viên đã cam kết loại bỏ thuế quan sớm hơn 3 năm so với cam kết theo Chương trình thuế quan ưu đãi có hiệu lực chung của AFTA (CEPT/AFTA). Các ngành ưu tiên hội nhập gồm: 7 ngành sản xuất hàng hóa là nông sản, thủy sản, sản phẩm cao su, sản phẩm gỗ, dệt may, điện tử, ô tô; 2 ngành dịch vụ là hàng không và e-ASEAN (hay thương mại điện tử); và, 2 ngành

vừa hàng hóa vừa dịch vụ là y tế và công nghệ thông tin. Tháng 12 năm 2006, tại Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN, các bộ trưởng đã quyết định đưa thêm ngành hậu cần vào danh mục ngành ưu tiên hội nhập. Như vậy, tổng cộng có 12 ngành ưu tiên hội nhập (nông sản, ô tô, điện tử, nghề cá, các sản phẩm từ cao su, dệt may, các sản phẩm từ gỗ, hàng không, thương mại điện tử ASEAN, du lịch, chăm sóc sức khỏe và logistic). Các ngành nói trên được lựa chọn trên cơ sở lợi thế so sánh về tài nguyên thiên nhiên, kỹ năng lao động, mức độ cạnh tranh về chi phí, và mức đóng góp về giá trị gia tăng đối với nền kinh tế ASEAN.

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) nhằm hình thành một khu vực kinh tế ASEAN ổn định, thịnh vượng và có khả năng cạnh tranh cao trong đó hàng hóa, dịch vụ, đầu tư sẽ được chu chuyển tự do và vốn được lưu chuyển tự do hơn, kinh tế phát triển đồng đều, đói nghèo và chênh lệch kinh tế-xã hội được giảm bớt vào năm 2020. Kế hoạch trung hạn 6 năm lần thứ hai của ASEAN (2004-2010)- Chương trình hành động Vientian- đã xác định rõ hơn mục đích của AEC là: Tăng cường năng lực cạnh tranh thông qua hội nhập nhanh hơn, nhằm thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế của ASEAN. Lợi ích mà các thành viên có được khi AEC được hình thành đó là tăng trưởng kinh tế nhanh hơn, tạo ra nhiều việc làm hơn, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài mạnh mẽ hơn, phân bổ nguồn lực tốt hơn, tăng cường năng lực sản xuất và tính cạnh tranh, chú trọng thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các nước. Nhìn chung mục tiêu của AEC nhằm:

- Đưa ASEAN trở thành một cơ sở sản xuất và thị trường chung

- Phát triển cân bằng giữa các nước thành viên, khắc phục khoảng cách phát triển giữa các nước trong khu vực.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh về mặt kinh tế của khu vực.

- Đưa kinh tế ASEAN hội nhập sâu sắc hơn vào nền kinh tế toàn cầu.

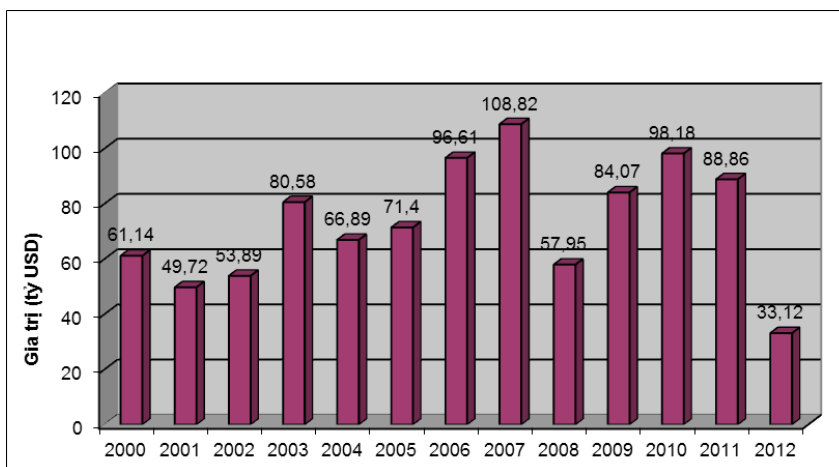
- Các biện pháp chính mà ASEAN sẽ cần thực hiện để xây dựng một thị trường ASEAN thống nhất bao gồm: Hòa hòa hóa các tiêu chuẩn sản phẩm (hợp chuẩn) và quy chế, giải quyết nhanh chóng hơn các thủ tục hải quan và thương mại và hoàn chỉnh các quy tắc về xuất xứ các biện pháp để xây dựng một cơ sở sản xuất ASEAN thống nhất sẽ bao gồm: Củng cố mạng lưới sản xuất khu vực thông qua nâng cấp cơ sở hạ tầng, đặc biệt là trong các lĩnh vực năng lượng, giao thông vận tải, công nghệ thông tin và viễn thông, và phát triển các kỹ năng thích hợp. Các biện pháp nói trên đều đã và đang được các nước thành viên ASEAN triển khai trong khuôn khổ các thỏa thuận và hiệp định của ASEAN. Như vậy, AEC chính là sự đẩy mạnh những cơ chế liên kết hiện có của ASEAN, như Hiệp định khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), Hiệp định khung ASEAN về Dịch vụ (AFAS), Khu vực đầu tư ASEAN (AIA), Hiệp định khung về hợp tác công nghiệp ASEAN (AICO), Lộ trình hội nhập tài chính và tiền tệ ASEAN, v.v., để xây dựng ASEAN thành “một thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất”. Nói cách khác, AEC là mô hình liên kết kinh tế khu vực dựa trên

và nâng cao những cơ chế liên kết kinh tế hiện có của ASEAN bổ sung thêm hai nội dung mới là tự do di chuyển lao động và di chuyển vốn tự do hơn.

3. Thực trạng kinh tế nội khối ASEAN

Tháng 11/1975 Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN được tổ chức lần thứ nhất. Đây là dấu mốc quan trọng cho sự hợp tác kinh tế giữa các nước trong khu vực. Các nước thuộc khu vực ASEAN đã có nhiều hợp tác nhất định trên các lĩnh vực kinh tế, xã hội, văn hóa, an ninh quốc phòng và luôn hướng tới mục tiêu nhằm thực hiện một cộng đồng ASEAN dựa trên ba trụ cột về an ninh, kinh tế và văn hóa xã hội. Trên cơ sở đó, kể từ ngày 1/1/2010 các nước ASEAN-6 (Brunei, Indonesia, Malaysia, Singapore, Philipines, Thái Lan) đã thực hiện mục tiêu xóa bỏ thuế quan đối với 99,65% số dòng thuế, ASEAN-4 (Campuchia, Lào, Myanma, VN) đã đưa 98,86% dòng thuế tham gia chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung để xây dựng khu vực thương mại tự do ASEAN (CEPT – AFTA) về mức 0-5%.

Hình 1: Cán cân thương mại ASEAN giai đoạn 1998-2012(đvt: tỷ USD)



Nguồn: ASEAN Statistics

Các nước dự kiến hướng tới xóa bỏ hết những hàng rào phi thuế quan vào năm 2015. Như vậy, không giống như những khu vực khác với trọng tâm hội nhập là gia tăng kim ngạch thương mại và đầu tư trong khu vực, trong khi tập trung của ASEAN là dựa trên việc giảm các rào cản thương mại và đầu tư trong khu vực để cạnh tranh hiệu quả hơn.

Về hoạt động thương mại của ASEAN đã tăng đáng kể với tổng kim ngạch năm 1998 đạt 576 tỷ USD lên đến 2.476 tỷ USD vào năm 2012. Các mặt hàng, dịch vụ giao thương nội khối chủ yếu là

thực phẩm, nông sản, phụ tùng, linh kiện và thiết bị điện tử, vật liệu xây dựng, máy móc, hàng thời trang và du lịch. Các mặt hàng trao đổi nội khối vẫn là các sản phẩm thô có giá trị thấp làm cho khả năng cạnh tranh của các nước thấp so với các khu vực khác.

Thương mại nội khối tăng đồng nghĩa với việc xuất khẩu và nhập khẩu tăng, các dịch vụ tăng sẽ ngày càng tạo ra nhiều lợi nhuận. Tuy nhiên, mức độ tăng giữa các nước không đồng đều và không ổn định giữa các năm. Mặc dù thương mại nội khối ASEAN đã duy trì ở mức 24,3% tổng khối lượng thương mại toàn khu vực nhưng nếu so với trao đổi thương mại của khu vực EU là 70% thì mức độ hội nhập và liên kết nội khối ASEAN vẫn còn thấp. Ngoài ra mức chênh lệch phát triển, chênh lệch về thu nhập giữa các quốc gia là khá cao, đây được coi là yếu tố chính cản trở sự liên kết kinh tế khu vực.

Từ Bảng 1, ta thấy mức chênh lệch về thu nhập bình quân đầu người giữa các nước

Bảng 1: Thu nhập bình quân đầu người của các nước ASEAN giai đoạn 2000 – 2013 ĐVT: USD/năm

Quốc gia	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Singapore	23,413.7	29,403.39	45,639.35	51,241.7	52,051.8	52,917.9
Brunei	18,476	26,586	31,981	42,435	42,402.9	40,804
Malaysia	3,991.9	5,421.34	8,658.67	9,979.39	10,344.87	10,428.57
Thailand	1,983.3	2,707.5	4,740.3	5,114.7	5,390.4	5,878.7
Indonesia	800	1,290.7	2,985.77	3,510.59	3,593.67	3,498.51
Philippines	1,055	1,208.93	2,155.4	2,378.93	2,611.5	2,792.3
VN	401.56	699.68	1,297.8	1,532	1,752.6	1,895.58
Lào	304	470.69	1,071.7	1,251.6	1,379.9	1,490.3
Campuchia	288	455	752.6	853.49	925.5	1,015.28
Myanma	204	249.7	811	899.9	868	914.9

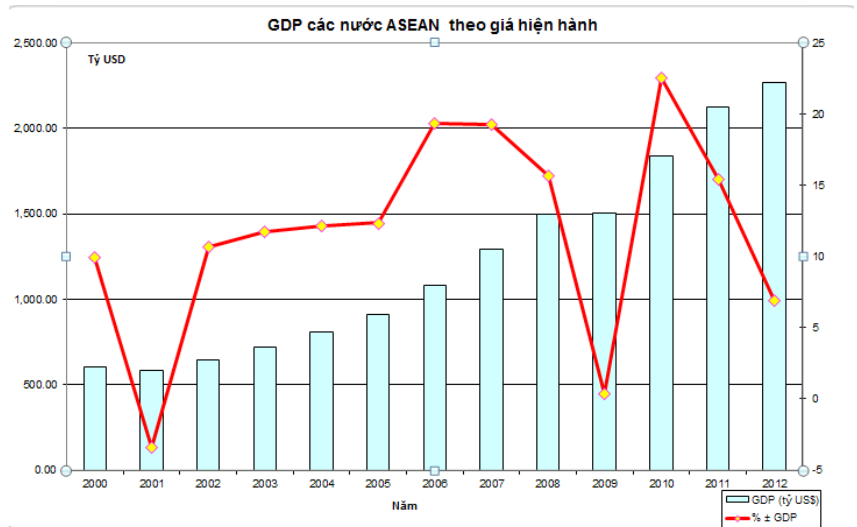
Nguồn: Thống kê của IMF

ASEAN là khá cao, nước cao nhất là Singapore năm 2013 thu nhập bình quân đầu người đạt 52,917.9 USD cao gấp 58 lần so với quốc gia có mức thu nhập bình quân đầu người thấp nhất khu vực là Myanmar với 914.9 USD, trong khi đó tỷ lệ này ở các nước EU chỉ khoảng 1:8. Ngoài ra, các quốc gia trong khu vực còn có sự chênh lệch về trình độ công nghệ, cơ sở hạ tầng, dịch vụ y tế, giáo dục, v.v..

Nhìn chung các nước thuộc khu vực ASEAN mặc dù đã tiến hành công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước những nông nghiệp vẫn chiếm tỷ trọng cao, chưa có chính sách kinh tế phù hợp, lao động có trình độ thấp, phụ thuộc quá nhiều vào nguồn tài chính nước ngoài dẫn đến nền kinh tế các nước chưa phát triển đồng đều và vững chắc.

Trong khi Trung Quốc có mức tăng trưởng 8% đến 9.3% trong suốt ba thập niên từ 1991 trở lại đây thì Nhật cũng có mức tăng trưởng rất cao, từ 7.3% cho đến 9.8% trong suốt thời kỳ từ 1955 cho đến 1970, trước khi giảm mức độ tăng trưởng từ 1971 cho đến nay. Hàn Quốc duy trì mức tăng trưởng từ 5.7% cho đến 7.5% từ những năm 1961 cho đến 2000. Trong khi đó, mức tăng trưởng của các nước Đông Nam Á thấp hơn nhiều và có xu hướng chậm lại. Ví dụ, Phillippines có mức tăng trưởng cao nhất chỉ ở mức 3.4% từ năm 1945 cho đến nay, Indonesia là 5.4% trong thời kỳ từ 1971 đến 1980. VN sau hai thập niên từ 1991 đến 2010 có mức tăng trưởng là 5.9% thì đã có xu hướng chậm lại và giảm xuống chỉ còn 4.4% từ năm 2011 trở lại. Sự tăng trưởng của các kinh tế khu vực này không bền vững là do

Hình 2: GDP và tốc độ tăng GDP của các nước ASEAN qua các năm



Nguồn: Thống kê tài chính quốc tế của IMF và tính toán của tác giả

hiều nguyên nhân có thể kể đến như do nguyên nhân lịch sử các nước Đông Nam Á đều là các nước thuộc địa, có ít kinh nghiệm về việc tự trị, các nước khó cạnh tranh với các nền kinh tế lớn trên thế giới, không có kinh nghiệm vượt qua các cuộc khủng hoảng, chính phủ chưa có đường lối kinh tế phù hợp, thiếu kinh nghiệm trong việc kinh doanh thương mại với các nền kinh tế lớn.

4. Thực trạng giao thương của VN đối với nội khối ASEAN

Trong 10 năm qua, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa VN và ASEAN tăng đáng kể, từ 9 tỷ USD năm 2003 lên gần 17,08 tỷ USD năm 2012. Các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của nước ta qua thị trường này chủ yếu là nông sản như gạo, dầu thô, sắt thép, điện thoại các loại và linh kiện, máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng, xăng dầu các loại, máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện. Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường ASEAN năm qua tăng mạnh là do

trị giá xuất khẩu của một số nhóm hàng tăng cao như: máy vi tính sản phẩm điện tử & linh kiện, tăng 844 triệu USD; điện thoại các loại và linh kiện, tăng 750 triệu USD; cao su tăng 339 triệu USD, sắt thép các loại tăng 243 triệu USD, cà phê tăng 224 triệu USD. Chỉ tính riêng 5 nhóm hàng này đã đóng góp gần 2,4 tỷ USD, chiếm tới 81% trong tổng số tăng thêm của kim ngạch xuất khẩu sang ASEAN năm 2012. Riêng năm 2013, kim ngạch xuất khẩu của VN đối với thị trường ASEAN là 18,47 tỷ USD (tăng 6,7% so với năm 2012), kim ngạch nhập khẩu đạt 21,3 tỷ USD (tăng 2,8%). ASEAN đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của VN sau Mỹ và EU, đồng thời là thị trường quan trọng với nhiều tiềm năng bởi tính năng động và vị trí chiến lược trong khu vực cũng như trên thế giới.

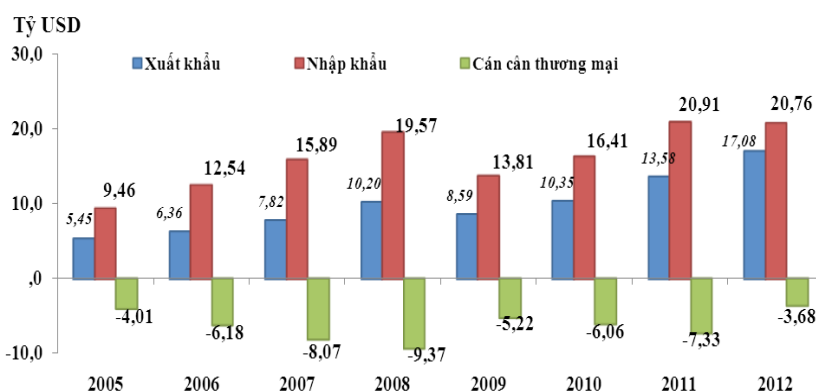
Trong số các đối tác của VN tại thị trường ASEAN, năm 2012 Singapore tiếp tục là đối tác thương mại lớn nhất, đạt 9,03 tỷ USD, chiếm 23,9% trong tổng

kim ngạch xuất nhập khẩu của VN với cả khối ASEAN. Đứng thứ 2 là Thái Lan đạt 8,41 tỷ USD (chiếm tỷ trọng 22,2%), Malaysia đạt 7,91 tỷ USD (20,9%), Indonesia đạt 4,61 tỷ USD (12,2%), Campuchia đạt 3,32 tỷ USD (8,8%), Philippines đạt 2,84 tỷ USD (7,5%), Lào đạt 866 triệu USD (2,3%), Brunei đạt 627 triệu USD (1,7%), Myanmar đạt 227 triệu USD (0,6%).

Malaysia là thị trường đứng đầu về nhập khẩu hàng VN trong khối ASEAN, chiếm tỷ trọng 26,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của VN sang ASEAN, tiếp theo là Campuchia (16,6%), Thái Lan (15,3%), Indonesia (13,8%).

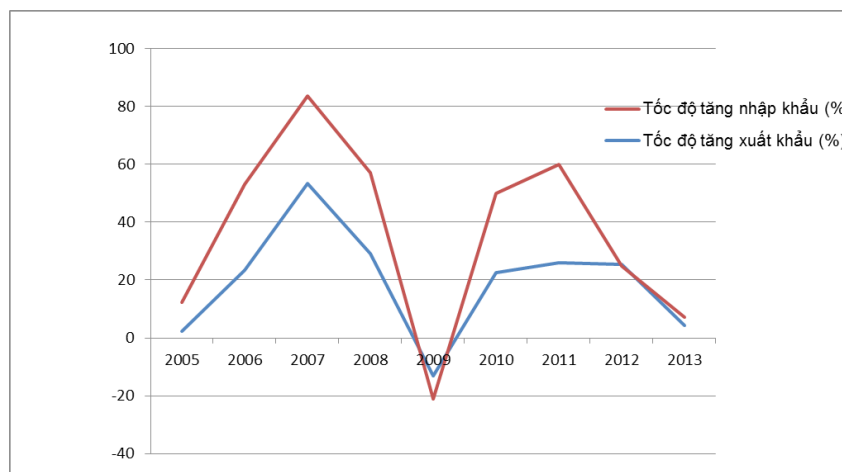
Kim ngạch thương mại giữa VN với các đối tác trong khu vực ASEAN giai đoạn 2003 - 2012 tăng trưởng đều qua các năm, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 17%, và tăng trưởng âm 15% duy nhất vào năm 2009 do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu bắt đầu từ cuối năm 2008 đến 2010. Tuy nhiên mức tăng trưởng còn chưa ổn định qua các năm (2010 và 2011 tăng tương ứng 19,1% và 28,7% trong khi đó các năm 2012 tăng trưởng thấp 10,4%). Năm thị trường xuất khẩu lớn nhất của VN trong năm 2012 lần lượt là: Malaysia, Thái Lan, Campuchia, Singapore và Indonesia. Cơ cấu xuất khẩu của VN sang ASEAN ngày một chuyển biến theo chiều hướng tích cực, được nâng cao cả về chất lượng và giá trị. Từ những mặt hàng nông sản sơ chế và nguyên nhiên liệu như gạo, cà phê, cao su, dầu thô có hàm lượng chế tác thấp, VN đã xuất khẩu nhiều mặt hàng tiêu dùng, hàng công nghiệp như linh kiện máy tính, dệt may, nông sản chế biến, mỹ phẩm với giá trị

Hình 3: Kim ngạch hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại giữa VN và ASEAN giai đoạn 2005-2012



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Hình 4: Tốc độ tăng xuất khẩu, nhập khẩu của VN với các nước ASEAN giai đoạn 2005-2013 (%)



Nguồn: ASEAN Statistics

cao và ổn định. VN và các nước ASEAN khác cùng gia nhập các câu lạc bộ các nước xuất khẩu lớn nhất trên thế giới về gạo, cao su, cà phê, hạt điều, hàng dệt may.

Tốc độ tăng xuất nhập khẩu của VN với ASEAN qua các năm là: 2,41% năm 2005 và 19,4% năm 2010; 28,8% năm 2011; 9,4% năm 2012 thì đến năm 2013 chỉ còn là 3,5%. Trong đó, xuất khẩu sang thị trường này năm 2013 là 18,47 tỷ USD, tăng 4,4% và nhập khẩu là 21,64 tỷ USD, tăng 2,7% so với năm 2012. Về hàng hóa nhập khẩu từ ASEAN: Các mặt hàng chính

nhập khẩu từ thị trường này là máy vi tính sản phẩm điện tử & linh kiện, trong năm 2013 giá trị nhập khẩu đạt 3,74 tỷ USD, tăng 49,1%; xăng dầu các loại: 2,72 tỷ USD, giảm 39,2%; máy móc thiết bị dụng cụ & phụ tùng: 1,46 tỷ USD, tăng 11,8%; chất dẻo nguyên liệu: 1,14 tỷ USD, tăng 2,5% so với năm 2012.

Các nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu: Trong năm qua, VN chủ yếu xuất sang ASEAN các nhóm hàng chủ lực như: gạo, dầu thô, sắt thép, điện thoại các loại & linh kiện, máy móc thiết bị dụng cụ & phụ tùng,

Bảng 2: Kim ngạch, tỷ trọng xuất khẩu một số nhóm mặt hàng chính của VN sang ASEAN năm 2012

Stt	Mặt hàng	Kim ngạch (Triệu USD)	Tốc độ tăng/giảm (%)	Tỷ trọng 1 (%)	Tỷ trọng 2 (%)
1	Dầu thô	1.577	9,8	9,2	19,2
2	Điện thoại các loại & linh kiện	1.505	99,4	8,8	11,8
3	Máy vi tính sản phẩm điện tử & linh kiện	1.495	129,4	8,8	19,1
4	Gạo	1.480	-25,9	8,7	40,3
5	Sắt thép các loại	1.373	21,5	8,0	83,6
6	Xăng dầu các loại	1.094	-0,5	6,4	59,9
7	Cà phê	925	31,9	5,4	25,2
8	Máy móc thiết bị dụng cụ & phụ tùng	922	23,0	5,4	16,7
9	Cao su	602	129,0	3,5	21,1
10	Thủy tinh & các sản phẩm thủy tinh	371	94,7	2,2	68,9
11	Sản phẩm từ chất dẻo	359	28,1	2,1	22,5
12	Hàng dệt may	346	6,6	2,0	2,3
13	Hàng hóa khác	5.027	25,6	29,4	10,2
Tổng cộng		17.075	25,7	100,0	14,9

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Ghi chú:

- Tốc độ tăng/giảm là tốc độ tăng/giảm nhóm hàng đó năm 2012 so với năm 2011
- Tỷ trọng 1 là tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của từng mặt hàng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của VN sang ASEAN
- Tỷ trọng 2 là tỷ trọng trị giá xuất khẩu nhóm hàng của VN sang ASEAN so với kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng đó của cả nước sang tất cả các thị trường.

Bảng 3: Kim ngạch, tốc độ tăng/giảm kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu của VN sang các châu lục và theo nước/khối nước năm 2013

Thị trường	Xuất khẩu		Nhập khẩu		Xuất nhập khẩu	
	Trị giá (Tỷ USD)	So với 2012 (%)	Trị giá (Tỷ USD)	So với 2012 (%)	Trị giá (Tỷ USD)	So với 2012 (%)
Châu Á	68,57	11,5	108,20	17,8	176,77	15,3
- ASEAN	18,47	4,4	21,64	2,7	40,10	3,5
- Trung Quốc	13,26	7,0	36,95	28,4	50,21	22,0
- Nhật	13,65	4,5	11,61	0,1	25,26	2,4
- Hàn Quốc	6,63	18,8	20,70	33,2	27,33	29,4
Châu Mỹ	28,85	22,4	8,98	10,6	37,84	19,4
- Mỹ	23,87	21,4	5,23	8,4	29,10	18,8
Châu Âu	28,11	19,2	11,43	7,9	39,55	15,7
- EU (27)	24,33	19,8	9,45	7,5	33,78	16,1
Châu Phi	2,87	16,0	1,42	37,7	4,29	22,4
Châu Đại Dương	3,73	9,9	2,09	-5,3	5,82	3,9

Nguồn: Tổng cục Hải quan

xăng dầu các loại, máy vi tính sản phẩm điện tử & linh kiện...

Hiện nay, ASEAN đang là một trong những đối tác quan trọng hàng đầu về thương mại và đầu tư của VN. ASEAN cũng là đối tác thương mại cung cấp nguồn hàng hoá lớn thứ hai cho các doanh nghiệp VN, đứng sau Trung Quốc.

Trong những năm qua quan hệ thương mại hàng hóa song phương giữa VN và các nước thành viên ASEAN ngày càng phát triển và đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Các thành viên ASEAN luôn là đối tác thương mại hàng hoá lớn nhất của VN với trị giá hàng hoá buôn bán hai chiều đạt mức tăng trưởng khá cao. Tuy nhiên, kim ngạch xuất nhập khẩu của VN sang thị trường ASEAN trong những năm qua chưa tương xứng với tiềm năng của thị trường này, 50% kim ngạch xuất khẩu của VN sang khối này phụ thuộc vào dầu thô và gạo, ngay cả với những mặt hàng chủ lực xuất khẩu khác được cho là có hàm lượng công nghệ cao hơn như các linh kiện điện tử, vi tính... hầu hết đều được VN và các nước đưa vào danh mục giảm thuế ngay để thực hiện CETP/AFTA từ khá sớm nhưng kim ngạch xuất khẩu sang các nước ASEAN không ổn định, kèm theo đó là giá trị gia tăng thấp, hàm lượng công nghệ không cao. Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu sang các nước không ổn định, chưa có mặt hàng nào tăng kim ngạch liên tục, lại thường trực nguy cơ bị kiện chống bán phá giá. Điều này cho thấy cơ hội và thực tế của việc tham gia các hiệp định thương mại luôn có một khoảng cách xa.

5. Cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp VN khi gia nhập AEC

Khi AEC được thành lập sẽ

mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp khu vực ASEAN nói chung và các doanh nghiệp VN nói riêng. Đây là một môi trường kinh tế ổn định, thịnh vượng, có khả năng cạnh tranh cao. Các doanh nghiệp sẽ được bình đẳng như nhau, có cơ hội mở rộng trao đổi thương mại ở một thị trường rộng lớn và nhiều tiềm năng thu hút đầu tư dựa trên lợi thế không gian của một thị trường mở. Các rào cản thuế quan, phí thuế quan được tháo gỡ bằng cách hầu hết các mặt hàng nhập khẩu trong nội khối ASEAN sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan, môi trường đầu tư thuận lợi sẽ giúp các doanh nghiệp VN đẩy mạnh xuất khẩu, cắt giảm chi phí nhập khẩu, hạ giá thành sản phẩm. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn có cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn với các đối tác như Trung Quốc, Nhật, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia, New Zealand thông qua các hiệp định thương mại tự do riêng giữa ASEAN với các đối tác kinh tế lớn cũng như nỗ lực xây dựng Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), từ đó doanh nghiệp VN có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng khu vực. Điển hình từ sau 31-12-2015, hầu hết các mặt hàng nhập khẩu trong nội khối ASEAN sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan 0% thông qua các FTA+1 giữa ASEAN với các đối tác. Các mặt hàng xuất khẩu của VN cũng được hưởng ưu đãi thuế quan 0% khi xuất khẩu sang các thị trường Trung Quốc, Nhật, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia và New Zealand. Môi trường đầu

tư thuận lợi sẽ đẩy mạnh dòng FDI từ các đối tác vào ASEAN trong đó có VN.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi có được từ khi AEC có hiệu lực thì các doanh nghiệp cũng sẽ phải đối mặt với thách thức không nhỏ. Trong đó có thể kể đến



là sức ép từ hàng hóa nhập khẩu, cạnh tranh về dịch vụ đầu tư của các nước ASEAN dẫn đến một số ngành, một số sản phẩm phải thu hẹp sản xuất, thậm chí rút khỏi thị trường.

Xuất khẩu của VN chủ yếu là sản phẩm thô. Một số mặt hàng tiến bộ hơn khi tạo được giá trị gia tăng nhưng không cao. Nhóm hàng công nghiệp có giá trị gia tăng thấp trong khi sản lượng cao vẫn nằm trong nhóm hàng gia công là chính như dệt may, da giày, máy vi tính mới chỉ dừng ở gia công, lắp ráp nhóm hàng. Điều đáng chú ý là thuế quan của nhiều mặt hàng được cắt giảm nhưng rào cản thương mại có thể bị siết chặt hơn, sau các hiệp định tự do thương mại chắc chắn phát sinh các rào cản thương mại, biện

pháp phòng vệ thương mại. Trong đó, quy tắc xuất xứ có vai trò đặc biệt quan trọng. Quy tắc xuất xứ yêu cầu ít nhất 40% hàm lượng sản phẩm làm ra phải xuất xứ từ khu vực ASEAN thì mới được hưởng thuế suất 0%, nếu nhập quá nhiều nguyên liệu từ ngoài khu vực thì thuế suất 0% cũng trở nên vô nghĩa. Một số trường hợp quy tắc xuất xứ trở thành một biện pháp kỹ thuật thay cho thuế quan. Trước việc mở cửa hội nhập kinh tế như hiện nay, nhiều doanh nghiệp VN sẽ khó đáp ứng được những quy định nguồn gốc nguyên liệu. Bởi vì hiện nay chỉ khoảng 20% hàng hóa của VN đạt tiêu chuẩn về nguyên tắc xuất xứ trong khi các nước khác tỷ lệ này nằm ở mức 90% trở lên.

Như vậy, khi VN gia nhập AEC thì thách thức và khó khăn đối với các doanh nghiệp khá lớn, bởi khi đó mức độ cạnh tranh về hàng tiêu dùng, dịch vụ, thu hút đầu tư sẽ ngày càng tăng cao, lợi thế cạnh tranh về sản xuất giá rẻ cũng sẽ giảm đi. Do đó, các doanh nghiệp VN cần phải chuẩn bị sẵn sàng chủ động để hội nhập.

6. Một số khuyến nghị

6.1 .Đối với Nhà nước

Nhà nước cần có những hỗ trợ về thông tin qua các cuộc hội thảo, đào tạo giới thiệu về thị trường các nước trong ASEAN, giới thiệu những ưu đãi và thuận lợi mà doanh nghiệp VN được hưởng cũng như những khó khăn mà doanh nghiệp có thể gặp phải nhằm giúp cho doanh nghiệp định hướng chiến lược phát triển sản phẩm tại các thị trường này.

Chính phủ cần giao cho các bộ ngành liên quan xây dựng cơ chế quản lý nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN, phương án cơ chế tạo lập môi trường kinh doanh bình đẳng, tiến hành điều tra, phân loại, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm, từng ngành hàng, từng dịch vụ, từng doanh nghiệp, từng địa phương để xây dựng kế hoạch, biện pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả và tăng cường khả năng cạnh tranh. nghiên cứu sức cạnh tranh của một số hàng hoá và dịch vụ nhằm thực hiện các cam kết quốc tế của VN; xúc tiến việc mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ của VN.

Chính phủ giao các bộ, ngành quản lý các ngành sản xuất xây dựng chiến lược phát triển mạng lưới tiêu thụ sản phẩm bảo đảm lưu thông trong nước và giữ vững thị trường nội địa cho hàng hoá của mình.

6.2. Đối với các doanh nghiệp

Thứ nhất, để nắm bắt cơ hội cũng như tăng trưởng một cách bền vững tại thị trường ASEAN thì các doanh nghiệp VN cần linh hoạt nhạy bén, sớm nhận diện và nắm bắt cơ hội tăng trưởng xuất khẩu, nhanh chóng tận dụng những lợi thế và ưu đãi để xúc tiến xuất khẩu sang thị trường các nước ASEAN như Thái Lan, Indonesia, Malaysia. Trước mắt, các doanh nghiệp trong nước cần nỗ lực hơn nữa đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước trong khu vực này để trong một vài năm tới các doanh nghiệp VN sẽ vừa tăng thị phần vừa giảm nhập siêu và tiến tới từng bước cân bằng cán cân thương mại trong buôn bán với các quốc gia thành viên ASEAN.

Thứ hai, doanh nghiệp phải chủ động nâng cao sức cạnh tranh, sẵn sàng hội nhập và đối mặt với xu thế mới như tự do hóa đầu tư, thương mại, giảm và xóa bỏ thuế quan, đơn giản hóa thủ tục, hình thành tiêu chuẩn hàng hóa chung... Các doanh nghiệp cần liên tục cải cách quy tắc xuất xứ, đưa ra những điều chỉnh cần thiết để thích ứng với những thay đổi trong quy trình sản xuất toàn cầu, hàng hóa phải đáp ứng được những tiêu chí, quy định về xuất xứ mới được hưởng ưu đãi về thuế quan.

Thứ ba, khi Cộng đồng Kinh tế ASEAN được thành lập vào năm 2015, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp sẽ có nhiều cơ hội để cạnh tranh với các nước trong khu vực. Tuy nhiên, để tận dụng được điều này, các doanh nghiệp phải tự nỗ lực để đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, xác định cơ hội thị trường, đầu tư máy móc thiết bị để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Thứ tư, các doanh nghiệp VN cần trang bị cho mình những phương thức hiệu quả trong quản lý rủi ro như hiểu và sử dụng các công cụ phòng chống rủi ro biến động, nhận thức và đảm bảo yêu cầu tiêu chuẩn, hàng rào kỹ thuật cũng như vấn đề về ổn định kinh tế vĩ mô, thay đổi chính sách.

Thứ năm, các doanh nghiệp cần tăng cường năng lực cập nhật thông tin và xử lý hiệu quả, tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, những lĩnh vực tiềm năng và mới như đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, tăng trưởng xanh. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần nhận thức và đảm bảo các tiêu chuẩn, các hàng rào kỹ thuật nhất là tại các thị trường phát triển, mở rộng thị trường xuất khẩu dựa trên các cam kết và lợi thế so

sánh, tham gia sản xuất kinh doanh theo phân khúc, theo mạng, cụm, chuỗi. Đặc biệt các doanh nghiệp phải chuyển dần từ cách thức cạnh tranh bằng giá sang chú trọng cạnh tranh phi giá gắn với tiêu chuẩn, mẫu mã giao dịch.

Thứ sáu, các doanh nghiệp cần đồng hành với Chính phủ để nắm thông tin về hội nhập, hiểu biết cơ sở pháp lý và cơ chế giải quyết tranh chấp, tranh luận và thực thi nhằm đảm bảo hợp đồng Kinh doanh và quyền lợi của doanh nghiệp ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Adriana Roldán1-Camilo Pérez-Asia Pacific Studies Centre - Universidad EAFIT, Colombia.
- Kreinin, M. E and Plummer, M. G.(2000) “Anticipatory Effects of Regional Integration: The Case of ASEAN” *Global Economy Quarterly*. Vol. 1 No.1, pp 97-112
- Nelson Perera and Mokhtar M. Metwally, *Long-term relationship between intra-trade and total trade of member countries of ASEAN*, University of Wollongong-2006
- Sharma. S.C. and Chua, S.Y.(2000), “ASEAN: Economic integration and intra-regional trade”, *Applied Economic Letters*, 7, 165-169
- The Importance of Intra-Industry Trade between ASEAN-7 and the Pacific Alliance: A Mechanism to Strengthen Economic-Integration and Expanding Trade Across the Pacific.*
- Vu Ba Phu, *Vietnam in ASEAN*, Vietnam Embassy in Belgium and EU.