

CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN-AEC, THÁCH THỨC VÀ CƠ HỘI ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

Võ Phước Tấn*

Tóm tắt

Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) sẽ được thành lập vào cuối năm 2015 với mục tiêu tạo dựng một thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất cho các quốc gia thành viên, gắn với thúc đẩy tự do lưu chuyển hàng hóa dịch vụ, đầu tư và lao động. ASEAN có diện tích gần 4,5 triệu km², nhưng có dân số lên đến 612 triệu người và mật độ khá cao đạt 136 người/km², tương đương với châu Á, cao gấp gần 2,7 lần thế giới. GDP của ASEAN ước tính năm 2014 theo tỷ giá hối đoái thực tế đạt trên 2500 tỷ USD; GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4000 USD sẽ là cơ hội tiền vọng nhằm thúc đẩy 10 nước thành viên ASEAN phát triển kinh tế đồng đều và hội nhập thế giới. Quá trình hội nhập sẽ mở ra những cơ hội mới hướng đến sự phát triển bền vững và thịnh vượng nhưng thách thức đặt ra cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) Việt Nam cũng không nhỏ và ngày càng rất gần khi phải cạnh tranh với hàng hóa và dịch vụ nhập khẩu từ ASEAN với mẫu mã phong phú, đa dạng, chất lượng tốt, giá rẻ... Do đó, vấn đề đặt ra đối với cộng đồng các DNNVV cần nâng cao sức cạnh tranh, tăng cường liên kết, hợp tác, nếu không Việt Nam sẽ trở thành một thị trường tiêu thụ hàng hóa cho các nước trong khu vực.

Từ khóa: AEC, Thách thức, Cơ hội

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là một nước đang phát triển có nền kinh tế năng động sẵn sàng để hội nhập, với hơn 450.000 doanh nghiệp, trong đó doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) chiếm đến 96,81%, cho thấy sự lớn mạnh của DNNVV ngày càng có vai trò tích cực đối với sự phát triển của cả nước. Thế nhưng trong bối cảnh nền kinh tế cả nước đang hội nhập sâu rộng với nền kinh tế khu vực và thế giới, đặc biệt là Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) sẽ có hiệu lực vào cuối năm 2015 thì sự chuẩn bị cho việc hội nhập vẫn còn ở

những bước đầu. Theo khảo sát của Viện Nghiên cứu Đông Nam Á của Singapore (ISEAS) vào cuối năm 2013 cho thấy, có đến 76% số doanh nghiệp của Việt Nam được điều tra không biết về AEC và 94% doanh nghiệp không biết về Biểu đánh giá thực hiện AEC (AEC Scorecard). Các doanh nghiệp được hỏi cũng không hiểu rõ những cơ hội cũng như thách thức đối với Việt Nam nói chung và với các doanh nghiệp nói riêng khi Việt Nam gia tham gia vào AEC 2015. Có đến 63% doanh nghiệp cho rằng AEC không có ảnh hưởng hoặc ảnh hưởng rất ít đến việc kinh doanh của mình. Đây là tỷ lệ lớn nhất trong số các quốc gia ASEAN. Với những đặc điểm như vốn ít, năng lực cạnh tranh yếu và thiếu thông tin về thị trường sẽ khiến cho các DNNVV phải đối mặt với rất nhiều thách thức khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN.

Nhìn lại chặng đường dài sau hơn 7 năm Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), sự thiếu chuẩn bị về kiến thức và nguồn lực đã khiến cho hàng nghìn doanh nghiệp của Việt Nam đã phải đóng cửa do không đủ sức cạnh tranh, thiếu thông tin thị trường và không nắm rõ những cam kết khi trở thành thành viên WTO. Chính vì thế việc nghiên cứu và củng cố kiến thức cho các cơ quan hữu quan, các DNNVV và người dân về Cộng đồng kinh tế ASEAN trước thềm Việt Nam gia nhập Cộng đồng này là một việc làm vô cùng cấp thiết và cấp bách.

Bài viết đi sâu vào nghiên cứu một cách tổng thể về thách thức và cơ hội khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN. Bản thân nền kinh tế đất nước, DNNVV và người dân đang có được lợi thế gì cũng như đang đối mặt với những khó khăn gì khi hội nhập. Xem xét những yếu tố nào của Cộng đồng Kinh tế ASEAN có ảnh hưởng mạnh và sâu rộng nhất đối với Việt Nam. Đồng

* Võ Phước Tấn, Phó giáo sư, Tiến sĩ, Trường Cao đẳng Kinh tế đối ngoại, Bộ Công thương.

¹ VCCI-Việt Nam

thời, những hạn chế tồn tại của nền kinh tế, của các DNNVV cần được khắc phục để hòa nhập vào lộ trình xây dựng Cộng đồng Kinh tế ASEAN của Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi. Đối tượng lấy mẫu là các doanh nghiệp tại Tp. Hồ Chí Minh.

Khảo sát được tiến hành xử lý số liệu bằng phương pháp thống kê mô tả nhằm có cái nhìn rõ nét về các yếu tố tác động đến kinh doanh của doanh nghiệp khi Việt Nam gia nhập vào AEC. Trong quá trình thu thập mẫu nghiên cứu, nhóm sinh viên của Trường CD Kinh Tế Đối Ngoại phát ra 250 phiếu, thu về được 230 mẫu, trong đó có 216 mẫu hợp lệ, số mẫu này đảm bảo số lượng mẫu tối thiểu cho phương pháp nghiên cứu, được thống kê và trình bày trong bảng sau:

Bảng 1. Loại hình và ngành của các doanh nghiệp được khảo sát

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Loại hình doanh nghiệp	216	100
Công ty cổ phần	44	20.4
Doanh nghiệp tư nhân	23	10.6
Công ty TNHH	125	57.9
Khác	24	11.1
Ngành	216	100
Nông nghiệp	51	23.6
Công nghiệp	98	45.4
Dịch vụ	67	31

Nguồn: Thống kê từ việc khảo sát của nhóm tác giả, tháng 5/2014

3. Tổng quan về Cộng đồng Kinh tế Asean

ASEAN là tên gọi của Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á (tiếng Anh Association of Southeast Asian Nations) là một liên minh chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á. Tổ chức này được thành lập ngày 8 tháng 8 năm 1967 gồm 5 quốc gia thành viên Indonesia, Philippines, Malaysia, Singapore và Thailand. Brunei (8/1/1984), Vietnam (28/7/1995), Laos và Myanmar (23/7/1997), Cambodia (30/4/1999). Quan sát viên: Đông Timor; Ứng cử viên: Papua New Guinea.

ASEAN có dân số 600 triệu người, diện tích hơn 4.5 triệu km², tổng sản phẩm quốc nội GDP là 2.000 tỷ đô la Mỹ và GDP bình quân đầu người là 3.200 đô la Mỹ (2013). Hướng tới xây dựng cộng đồng ASEAN được chính thức hoá tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 9 tháng 10/2003 nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tiến bộ xã hội và phát triển văn hóa trong khu vực. Cộng đồng ASEAN được xây dựng trên ba trụ

cột là: Cộng đồng Chính trị - An ninh, Cộng đồng Kinh tế và Cộng đồng Văn hoá Xã hội.

Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) là mô hình liên kết kinh tế khu vực của các quốc gia thành viên ASEAN, là 1 trong 3 trụ cột của cộng đồng ASEAN sẽ hình thành vào 31-12-2015. Mục tiêu của AEC là nhằm hình thành một khu vực kinh tế ổn định, thịnh vượng và có khả năng cạnh tranh cao. Đặc trưng của AEC là phát triển kinh tế đồng đều hơn với việc hình thành thị trường chung và cơ sở sản xuất thống nhất, và đặc biệt là một khu vực tự do chu chuyển về Hàng hóa, Dịch vụ, Đầu tư, Lao động có tay nghề và dòng Vốn.

4. Những thách thức và cơ hội khi DNNVV Việt Nam gia nhập AEC

4.1. Hoạt động thương mại của Việt Nam với ASEAN

AEC là một cộng đồng kinh tế lớn với quy mô hơn 612 triệu dân và tổng GDP của thị trường này lên đến 2.500 tỷ USD. Sự thống nhất về

kinh tế sẽ giúp cộng đồng các nước trong ASEAN gia tăng đầu tư, gia tăng về trao đổi hàng hóa giữa các nước trong cộng đồng AEC, gia tăng sự dịch chuyển về vốn, lao động và dịch vụ... trong đó, hoạt động thương mại của các nước trong khối sẽ gia tăng đáng kể khi AEC được thành lập.

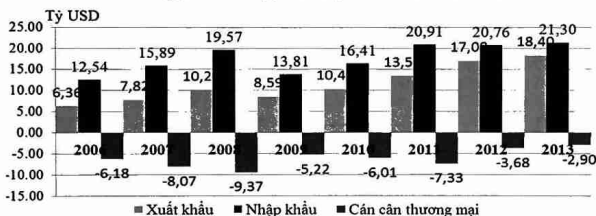
Hoạt động thương mại của Việt Nam với các nước trong khối ASEAN trong những gần đây đã có sự gia tăng đáng kể. Cụ thể, giá trị xuất của hàng hóa Việt Nam từ 6,36 tỷ USD năm 2006 lên 18,4 tỷ USD vào năm 2013, với mức tăng trưởng bình quân năm cho giai đoạn 2007 – 2013 là 17,54%/năm. Trong giai đoạn này, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào các nước ASEAN đều tăng (chỉ riêng năm 2009, ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới nên có sự sụt giảm). Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong giai đoạn này cũng có sự gia tăng đáng kể, từ giá trị 12,54 tỷ USD năm 2006 lên 21,30 tỷ

USD vào năm 2013, với mức tăng bình quân năm giai đoạn này là 9,80%/năm.

Hoạt động giao thương hàng hóa của Việt Nam có nhiều bước tăng trưởng đáng kể, tuy nhiên, trong giai đoạn từ 2006 – 2013, Việt Nam luôn phải nhập siêu từ các nước ASEAN. Mức thâm hụt mậu dịch trung bình hàng năm giữa Việt Nam với khối ASEAN là 6,1 tỷ USD. Thâm hụt mậu dịch giữa Việt Nam với các nước trong ASEAN trong hai năm vừa qua tuy có giảm nhưng vẫn ở mức cao với khoảng 3 tỷ USD một năm.

Dự báo, sau khi gia nhập AEC vào cuối năm 2015, mức trao đổi mậu dịch của Việt Nam với các nước trong khối ASEAN sẽ gia tăng nhanh chóng và thâm hụt mậu dịch với khối ASEAN sẽ không giảm mà tiếp tục gia tăng cao hơn do đã dỡ bỏ hàng rào thuế quan và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm của Việt Nam ở mức thấp.

Hình 1. Kim ngạch xuất nhập của Việt Nam với các nước ASEAN



Nguồn: Tổng cục thống kê và Tổng cục hải quan năm 2014

4.2. Những thách thức cho DNNVV khi Việt Nam gia nhập AEC

° Đánh giá chung:

Nhìn từ bài học WTO cho ta thấy được, khi hội nhập nền kinh tế thế giới các DNNVV hầu như chưa nắm bắt được cơ hội từ Tổ chức Kinh tế thế giới đem lại mà còn phải đối diện với quá nhiều thách thức, thậm chí nhiều DN không thể tồn tại bởi sự thay đổi quá nhanh của thị trường thời hội nhập. Những thách thức chung mà Việt Nam phải đối mặt khi tham gia vào AEC là:

Về hàng rào tiêu chuẩn kỹ thuật, hội nhập là

xu thế tất yếu cho sự phát triển của mỗi quốc gia, vấn đề đặt ra là làm sao để doanh nghiệp có thể tồn tại trước thị trường mở này khi có nhiều tiêu chuẩn khắt khe hơn như tiêu chuẩn vệ sinh (SPS), tiêu chuẩn kỹ thuật (TBT) trong ASEAN. Nếu các doanh nghiệp đạt được tiêu chuẩn hội nhập mới tận dụng được các cơ hội từ việc hội nhập tự nâng cao những chuẩn mực, phương pháp đánh giá từ đó nâng cao được chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp. Gia nhập AEC thì thuế quan trong 10 quốc gia nội khối sẽ giảm, nhưng chuẩn mực sẽ tăng lên.

Về năng lực cạnh tranh, hội nhập AEC sẽ tác động trực tiếp và lớn nhất trong lĩnh vực thương mại hàng hóa. Các nước sẽ mở rộng thị trường xuất khẩu cho hàng hóa của Việt Nam nhưng đồng thời Việt Nam cũng mở cửa cho các nước, điều đó sẽ dẫn đến hàng hóa các nước ở ào vào Việt Nam, điều này diễn ra rõ rệt nhất ở thị trường năng động TP. HCM. Hàng Việt sẽ đối mặt với thách thức lớn trước các mặt hàng ngoài nước trong khi sức cạnh tranh còn thấp, điều đó dễ dẫn đến mất thị trường nội tại nếu ngay từ bây giờ các doanh nghiệp chưa có kế hoạch chuẩn bị cho tương lai.

Hiện nay khi Việt Nam đang chưa hội nhập vào AEC, nhưng hàng hóa các nước Đông Nam Á đã tràn ngập thị trường các thành phố lớn, đặc biệt hàng hóa Thái Lan sẽ là đối thủ cạnh tranh đầu tiên và trực tiếp với hàng hóa của các DNNVV bởi cùng một chủng loại nhưng giá cả, mẫu giá hàng Thái Lan cạnh tranh tốt hơn. Thị trường bán lẻ sẽ bị chia phối ngày càng nhiều bởi các doanh nghiệp Thái Lan do DN trên địa bàn hiện chưa thực sự chú trọng hoạt động phân phối, tiếp thị, xây dựng thống bán lẻ cũng như cơ chế ưu đãi, khuyến khích dài hạn cho nhà phân phối. DNNVV có khuynh hướng sản xuất hàng hóa giá rẻ, cấp thấp, họ chọn phân khúc khách hàng thấp để dễ tiêu thụ hàng. Doanh nghiệp đa số chỉ bán cái mình có, chứ không bán cái thị trường cần nên khó đáp ứng nhu cầu đa dạng của xã hội. Các doanh nghiệp cần mở ra những ý tưởng mới, đến những thị trường mới khác, tạo ra những đột phá, tấn công những thị trường ngách để phát triển hơn.

Về nguồn vốn đầu tư, DNNVV luôn khát vốn nhưng lại khó tiếp cận nguồn vốn vay và khó thu hút đầu tư. Hiện nay, rất nhiều DN nước ngoài tìm kiếm cơ hội đầu tư vào Việt Nam. Thị trường ASEAN đang nổi lên với sức hấp dẫn lớn và có nhiều tiềm năng hơn cho các đầu tư nước ngoài. Cơ hội là vậy nhưng các nhà đầu tư lại ngại rót vốn vào, nguyên nhân là do hoạt định kinh doanh, sổ sách kế toán của các doanh nghiệp ta còn thiếu minh bạch và đặc biệt là DNNVV không sẵn sàng và đủ năng lực lập dự án doanh dài hạn, có hiệu quả, đây sẽ nguyên

nhân chủ yếu khiến dòng vốn sẽ chạy sang các nước láng giềng có môi trường kinh doanh tương tự như Miền Điện, Lào và Campuchia.

Về trang thiết bị công nghệ sản xuất, nhiều DNNVV hiện vẫn sử dụng máy cũ của Trung Quốc tiêu hao nhiều năng lượng, sử dụng nhiều lao động và tạo ra những sản phẩm cấp thấp. Trước đây chúng ta đa số là nhập máy móc thiết bị từ nhiều nguồn khác nhau: 25% từ Liên Xô, 21% từ các nước Đông Âu, 20% từ các nước ASEAN,... nên tính đồng bộ kém, khi sử dụng năng lực sản xuất chỉ đạt hơn 50% công suất. Việc đầu tư thiếu đồng bộ nên nếu doanh nghiệp muốn thay thế để nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng tiêu chuẩn hàng hóa của thị trường ASEAN sẽ gặp rất nhiều khó khăn về phụ tùng thay thế, suất tiêu hao vật liệu, nhiên liệu trên một đơn vị sản phẩm rất lớn. Những điều này là nguyên nhân sẽ khiến cho giá thành sản phẩm cao, chất lượng thấp và không đủ sức cạnh tranh ngay cả trong thị trường nội địa.

Về nguồn nhân lực, năng suất lao động bình quân của Việt Nam so với các nước tiên tiến hơn trong ASEAN. Năng suất trung bình của người lao động Việt Nam thấp dưới một nửa so với Philippines, nhỉnh hơn một phần tư của Thái Lan, dưới một phần mười của Malaysia và chỉ chưa bằng 3% năng suất của Singapore². Thường thì năng suất thấp đi liền với tiền lương thấp, nên nhiều người cho rằng đó là lợi thế của nước đi sau. Nhưng thực tế không đơn thuần như vậy. Tiền lương chỉ hấp dẫn khi nó thấp hơn năng suất thực. Tuy nhiên, với mức lạm phát cao trong những năm vừa qua đã khiến tiền lương tăng nhanh hơn năng suất, làm xói mòn lợi thế lao động giá rẻ trong khu vực. Ngoài ra, DNNVV sẽ rất khó thu hút được nhân lực chất lượng cao và nguy cơ "*chảy máu chất xám*" là rất lớn. Thực tế chỉ ra rằng khi mở cửa thị trường lao động, các DNNVV không có đủ tiềm lực kinh tế để thực hiện chính sách thu hút các lao động giỏi từ các nước ASEAN cũng như không có chính sách đào tạo để nâng cao chất lượng tay nghề, trình độ cho lao động của mình nhằm phù hợp cho chính sách phát triển thời hội nhập. Chính vì thế khi gia nhập AEC, lao động chất

² Kết quả tính toán về năng suất lao động của ILO năm 2014

lượng cao sẽ tìm đến các doanh nghiệp lớn, các tập đoàn có vốn đầu tư nước ngoài và các doanh nghiệp ở ngoài nước.

Về năng lực tiếp cận thông tin, việc tiếp cận thông tin về các chính sách, pháp luật về AEC của các DNNVV hiện gặp nhiều khó khăn. Phần lớn các thông tin chính thức liên quan về AEC đến các DNNVV là thông qua một số cuộc hội thảo, báo đài; một số doanh nghiệp tiếp cận nguồn thông tin từ internet. Trong khi các ấn phẩm tiếng Việt liên quan về AEC còn rất hạn chế, ngược lại các ấn phẩm bằng tiếng Anh được xuất bản bởi ban Thư ký ASEAN hoặc được viết bởi các tác giả Thái Lan, Malaysia... thì rất nhiều. Điều này sẽ gây nhiều khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các DN trên địa bàn khi các cơ chế, bộ tiêu chuẩn về hàng hóa xuất xứ của AEC đang ngày càng hoàn thiện và có nhiều điều chỉnh để phù hợp với xu thế. Thực tế, mới chỉ 25% doanh nghiệp Việt Nam tận dụng lợi ích trong việc sử dụng ưu đãi thuế quan. Điều này còn dẫn tới việc doanh nghiệp không nhận thức, không lường trước được những khó khăn và sức ép cạnh tranh khi Việt Nam mở cửa. Từ đó, không có những chuẩn bị cần thiết và kịp thời để ít nhất giữ vững được vị thế trên sân nhà.

Về vấn đề xây dựng thương hiệu sản phẩm, việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm vẫn chưa được nhiều doanh nghiệp chú trọng. Các nhà sản xuất nhỏ và vừa ở khu vực thành phố Hồ Chí Minh chưa thuyết phục người tiêu dùng tin tưởng vào sản phẩm đạt chất lượng tốt, chất lượng sản phẩm chưa tương ứng với thông tin công bố. Nhiều nhà sản xuất nhỏ làm hàng ít thì đạt chất lượng, nhưng một khi nhu cầu thị trường tăng vọt thì không đáp ứng nổi, chất lượng lại không ổn định. Chính những điều đó sẽ gây cản ngại cho nhà sản xuất khi đi tìm đối tác để liên kết. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp có sản phẩm tốt, giá trị cao nhưng không biết làm thương hiệu, không giới thiệu rộng rãi và không vào được các hệ thống phân phối hiện đại dẫn đến năng suất tiêu thụ thấp ở thị trường trong nước.

° Đánh giá cụ thể:

Kết quả khảo sát thực tế tại Tp. Hồ Chí Minh cho thấy:

Về mức độ quan tâm của doanh nghiệp đối với AEC, chỉ có 33% doanh nghiệp biểu hiện là quan tâm đến việc AEC thành lập, và đến 67% doanh nghiệp tỏ ra ít quan tâm hoặc không biết gì về AEC. Điều này cho thấy đại bộ phận các doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của AEC đến doanh nghiệp của mình. Nguyên nhân doanh nghiệp chưa hiểu về những cơ hội có thể nắm bắt cũng như những thách thức phải đối mặt khi Việt Nam gia nhập AEC vào năm 2015.

Về các yếu tố thách thức chính, qua các khảo sát các yếu tố thách thức từ phía các doanh nghiệp, có 6 yếu tố thách thức đánh giá ở mức cao. (i) Yếu tố *hệ cạnh tranh gay gắt với hàng hóa, dịch vụ từ các nước ASEAN khác* là thách thức lớn nhất (3,85 điểm/thang đo 5 về mức độ ảnh hưởng). Đây là yếu tố tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của DNNVV và tạo nên sự cạnh tranh lớn giữa hàng Việt và hàng ngoại; (ii) *Máy móc, trang thiết bị còn lạc hậu* (3,73) vẫn là thách thức lớn đối với doanh nghiệp, điều này là một trở ngại lớn cho việc sản xuất của doanh nghiệp. Xuất khẩu hàng hóa chủ yếu dưới dạng thô, sau đó quay lại nhập khẩu sản phẩm tinh chế từ nước ngoài. Đây là hệ quả phải gánh chịu do sử dụng công nghệ lạc hậu gây ra; (iii) Thách thức nguy cơ *"cháy máu chất xám"* đối với nguồn lao động chất lượng cao (3,70) sẽ là một khó khăn của doanh nghiệp. Khi Việt Nam gia nhập AEC,

DNNVV lại càng khó giữ chân người tài và thu hút nhân lực có tay nghề do sức hút từ các doanh nghiệp nước ngoài và sự tự do di chuyển giữa các nước ASEAN, họ có cơ hội tìm kiếm một môi trường làm việc chuyên nghiệp, mức lương cao hơn, đãi ngộ tốt hơn. Vì vậy, DNNVV đứng trước thách thức "khát" nguồn nhân lực có tay nghề cao trong điều kiện hội nhập; (iv) *Kinh doanh khó khăn hơn do các quy định về tiêu chuẩn và hài hòa hoá các tiêu chuẩn vệ sinh (SPS), tiêu chuẩn kỹ thuật (TBT) trong ASEAN* (3,65) sẽ là một thách thức lớn đối với doanh nghiệp khi các sản phẩm không đạt các tiêu chuẩn và quy định trong ASEAN thì hàng hóa sẽ khó có thể di chuyển trong khu vực và xuất khẩu với danh nghĩa xuất xứ ASEAN. Trong khi đó, nếu tận dụng được cơ hội xuất xứ dưới danh

ngành ASEAN sẽ đem lại nguồn lợi lớn khi vượt ra thị trường thế giới qua các hiệp định FTA; (v) *Nguồn vốn chưa đủ đáp ứng với hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp* (3.62) là thách thức của hầu hết doanh nghiệp. Đây là điều trở ngại cho doanh nghiệp khi không đủ vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, thay đổi công nghệ, đặc biệt là nghiên cứu thị trường và thiết kế sản phẩm mới. Vì vậy, doanh nghiệp khó có tiềm lực phát triển trong điều kiện hội nhập; (vi) *Di chuyển lao động sang các nước ASEAN sẽ khó khăn hơn do các tiêu chuẩn về lao động trong ASEAN* (3.55), đây là thách thức khi có sự cộng tác giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước, việc chuyển chuyển nội bộ, lao động ngắn hạn sẽ gặp khó khăn khi không đủ tiêu chuẩn về lao động trong ASEAN, vì vậy dễ mất cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài.

Về sự chuẩn bị cho việc hội nhập AEC, kết quả khảo sát cho thấy, có đến 69% doanh nghiệp chưa có sự chuẩn bị cho việc thành lập AEC và chỉ có 31% doanh nghiệp có sự chuẩn bị. Trong đó, hai yếu tố được các doanh nghiệp lo ngại nhất là việc thay thế và đổi mới trang thiết bị công nghệ phục vụ cho sản xuất và yếu tố về Tăng cường cho lực lượng lao động. Tuy nhiên, có đến 85% cho rằng hiện tại doanh nghiệp đang gặp rất nhiều khó khăn về vốn phục vụ cho sản xuất do đó vốn dành cho thay đổi công nghệ là rất ít hoặc không có. Đối với lực lượng lao động, có đến 65% số doanh nghiệp trả lời là chưa có sự chuẩn bị về đội ngũ nhân lực có chất lượng, hoặc chưa có kế hoạch hay chiến lược cho nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Theo kết quả cuộc khảo sát về nhu cầu về kỹ năng, tất cả các doanh nghiệp đều cho rằng sinh viên tốt nghiệp các trường dạy nghề không đáp ứng được yêu cầu của họ.

Về tiếp cận nguồn vốn, qua kết quả khảo sát cho thấy, có đến 58% số doanh nghiệp cho rằng họ gặp khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn vốn phục vụ cho sản xuất, kinh doanh. Điều này cho thấy, tuy Nhà nước đã có nhiều chính sách để hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc vay vốn nhưng vẫn chưa đạt hiệu quả do nhiều trở ngại trong chính sách cũng như thủ tục.

Nhìn chung, đa số các DNNVV chưa quan tâm đến sức ép của hội nhập, ít chủ động, chưa

có sự chuẩn bị tốt và còn mơ hồ về thông tin hội nhập nên chắc chắn sẽ gặp nhiều khó khăn và khó cạnh tranh ngay trên thị trường nội địa chứ chưa nói đến mở rộng thị trường trong AEC.

4.3. Cơ hội mang lại cho DNNVV khi Việt Nam gia nhập AEC

Hội nhập kinh tế ASEAN, đặc biệt tham gia tích cực vào AEC sẽ giúp Việt Nam tăng cường vị thế và uy tín trên diễn đàn ASEAN cũng như các diễn đàn quốc tế khác; đồng thời nắm bắt được những cơ hội và chủ động đối phó với những thách thức trong tiến trình hợp tác khu vực.

Thị trường kinh doanh rộng lớn: Vì khi gia nhập AEC, thị trường kinh doanh của Việt Nam không chỉ là trong nước 90 triệu dân mà sẽ là cho 600 triệu dân ASEAN và GDP hàng năm của thị trường này cũng rất lớn, tương đương với 2.000 tỷ USD. AEC cũng sẽ tạo cho doanh nghiệp nhiều cơ hội kinh doanh mới, tham gia các chuỗi giá trị, mạng lưới sản xuất và phân khúc trên toàn cầu, từ đó chen chân vào, phát triển kinh doanh các lĩnh vực mới như kinh doanh xanh, giao thương trực tuyến. Thị trường kinh doanh này lại được kết nối với các đối tác lớn như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Nga... không gian kinh tế của Việt Nam sẽ được mở rộng trong tương lai.

Mở rộng thị trường xuất khẩu, các DNNVV đây mạnh được xuất khẩu và mở rộng thị trường: ASEAN đã thống nhất xóa bỏ toàn bộ thuế quan, đối với ASEAN 6 (gồm Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore và Thái Lan) vào năm 2010 và với các nước CLMV (Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam) vào năm 2015 với một số lĩnh vực đến 2018 (khoảng 7% tổng số dòng thuế) khiến cho các nước dễ dàng xuất khẩu sản phẩm của mình sang các nước khác. Mặc khác, khi xóa bỏ hàng rào thuế quan thì các chi phí đầu vào, chi phí nhập nguyên vật liệu của DNNVV cũng sẽ được giảm xuống và trong điều kiện giao dịch với các nước trong cùng một khối, một Cộng đồng thì các chi phí sẽ thấp hơn so với bên ngoài.

Tăng khả năng cạnh tranh, giao lưu kinh tế với các nước khác: AEC là tâm điểm giao thoa của các thỏa thuận thương mại song phương và đa phương khác mà ASEAN đang triển khai

hoặc tham gia đàm phán dưới hình thức thương mại tự do ASEAN+1, ASEAN+3 hoặc ASEAN+6, ASEAN đã ký kết hiệp định thương mại tự do (FTA) với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia, New Zealand và tất cả các FTA này đều đã có hiệu lực. ASEAN hiện đang đàm phán FTA với Liên minh châu Âu (EU). Từ tháng 2/2012, ASEAN xúc tiến định hình Thỏa thuận đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) bao trùm ASEAN+6 (gồm 6 đối tác ký FTA kể trên). Và hiện tại, một số nước thành viên ASEAN đang gấp rút kết thúc đàm phán với các đối tác để gia nhập Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (TPP) vốn được coi là rất triển vọng đối với sự phát triển kinh tế ở mỗi thành viên. Với tất cả những mối quan hệ trong và ngoài khối kể trên hứa hẹn sẽ mang đến cho các DNNVV những khách hàng mới đầy tiềm năng, những kế hoạch phát triển bền vững khi các DN này nắm rõ và vận dụng tốt các lợi thế từ các thị trường này mang lại.

Gia tăng đầu tư, năm 2015 sẽ là năm có nhiều đầu mối quan trọng chặn đường thực hiện mục tiêu AEC. Việc tiếp cận được nguồn vốn, có khả năng nhận được nguồn đầu tư từ nước ngoài một cách dễ dàng. Các luồng di chuyển vốn, dịch vụ được cởi mở thông thoáng trên định hướng của AEC. Các nước ASEAN đã nhất trí đầu tư tới 60 tỷ USD vào xây dựng các hạng mục hạ tầng thông tin liên lạc, nghiên cứu khoa học công nghệ, đào tạo và khai thác nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng kết nối các thành viên. Hiện tại, hai nước dẫn đầu đầu tư FDI vào Việt Nam là Singapore và Malaysia và số liệu các năm gần đây cho thấy trong số các địa phương thu hút mạnh mẽ FDI từ ASEAN là Tp. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Hải Phòng...

Trao đổi nguồn nhân lực có chất lượng, Việt Nam sẽ có cơ hội thu hút nguồn nhân lực có kỹ năng quản lý, kỹ năng nghề, có chuyên môn và năng suất cao từ các nước trong khu vực để bù đắp vào những thiếu hụt ở các vị trí tại DN mình. Đồng thời, đối với AEC thì thị trường lao động rộng lớn và tự do hóa thị trường lao động thì các DN Việt Nam chuyên đào tạo nguồn nhân lực để xuất khẩu lao động có thể phát triển xuất khẩu nguồn nhân lực hơn nữa ra các nước ASEAN.

Mặt khác, ta còn có thể trao đổi nguồn nhân lực, cử lao động của mình sang các nước bạn để học tập, trau dồi và trao đổi kinh nghiệm.

Trao đổi công nghệ, các DNNVV có cơ hội tiếp cận dễ dàng với các công nghệ sản xuất hiện đại, khoa học kỹ thuật tiên tiến để có thể nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm của mình. Khi đầu tư nghiên cứu hay áp dụng công nghệ tiên tiến có khả năng làm giảm chi phí vốn trên một đơn vị sản phẩm, nhờ đó doanh nghiệp có thể cải thiện chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

Nhìn chung, nếu biết tận dụng thời cơ thì Việt Nam sẽ gặt hái được nhiều thành công trong hội nhập. AEC mang lại nhiều cơ hội cho Việt Nam, gồm: cơ hội để mở rộng thị trường, tối ưu hóa các nguồn lực; thuận lợi hóa thương mại, tăng thu hút đầu tư; hội nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu; cơ hội để hợp tác, tận dụng tính kết nối của ASEAN.

5. Một số giải pháp hỗ trợ các DNNVV khi Việt Nam hội nhập AEC

Trước những thách thức mà doanh nghiệp phải đối mặt, vấn đề đặt ra là “làm sao để doanh nghiệp có thể vượt qua thách thức để có thể nắm lấy cơ hội mà Cộng đồng kinh tế ASEAN mang lại”. Một số giải pháp chủ yếu nhằm hỗ trợ các DNNVV trong việc chuẩn bị để có vượt qua các thách thức và tận dụng được cơ hội cho sự phát triển.

Thứ nhất, cần chuẩn bị nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng môi trường làm việc hội nhập

- Đổi mới chương trình đào tạo ở các bậc đại học và cao đẳng bằng việc khuyến khích tự chủ về chương trình giảng dạy, chủ động cập nhập mới nội dung và chương trình thông qua việc sử dụng giáo trình của các trường đại học chất lượng cao trên thế giới theo từng bước.

- Khuyến khích thực hiện liên kết giữa các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề với các doanh nghiệp để nâng cao khả năng thực hành và cơ hội việc làm của sinh viên sau khi ra trường.

- Xây dựng mô hình vườn ươm DN ở các trường cao đẳng, đại học. Các trường bổ sung thêm các môn học về khởi nghiệp đối với khối ngành kinh tế. Một số cơ sở đào tạo tiên tiến cần xây dựng

các vườn ươm DN để học sinh, sinh viên có thể thành lập doanh nghiệp tại vườn ươm đó để đi vào thị trường.

- Doanh nghiệp cần chủ động trong việc nâng cao tay nghề cho người lao động ngay tại doanh nghiệp và mời chuyên gia về giảng dạy, bên cạnh đó doanh nghiệp nên cử nhân viên tham gia các khóa đào tạo nhằm nâng cao tay nghề và trình độ chuyên môn ở trong và ngoài nước.

- Cần có những hoạt động chia sẻ diễn hình tốt trong việc giám sát định lượng về những thiếu hụt kỹ năng, đánh giá nhu cầu đào tạo, xây dựng và hoàn thiện khung trình độ, kỹ năng nghề quốc gia, hoặc xây dựng Khung tham chiếu trình độ APEC.

- Nâng cao sức hấp dẫn của hình ảnh doanh nghiệp. Tập trung vào lương, thưởng, phúc lợi, cơ hội phát triển, chất lượng công việc và cuộc sống. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp đa dạng, hiện đại. Xây dựng nội quy nơi làm việc, cụ thể ở mỗi bộ phận, mỗi vị trí công tác phải có bản mô tả chức năng nhiệm vụ và mối quan hệ công việc.

Thứ hai, mạnh dạn đổi mới công nghệ, hệ thống quản lý để tăng khả năng cạnh tranh

- Các DNNVV cần có phương án cải thiện nguồn vốn dành cho đổi mới trang thiết bị sản xuất; dành cho nghiên cứu và phát triển sản xuất; và hiện đại hóa quy trình công nghệ trong sản xuất; tổ chức lại quy trình sản xuất, dịch vụ để giảm chi phí đầu vào, rút ngắn chu kỳ sản xuất.

- Nghiên cứu áp dụng công nghệ sản xuất sạch và thân thiện với môi trường; đổi mới trang thiết bị, dây chuyền sản xuất giúp tăng năng suất và tiết kiệm chi phí về thời gian, nhiên - nguyên vật liệu.

- Chú trọng đổi mới về chất lượng, mẫu mã nhằm tạo ra sản phẩm mang tính riêng của Việt Nam, từ đó khẳng định vị thế sản phẩm trên thị trường nội địa nói riêng và quốc tế nói chung.

- Tái cấu trúc cơ cấu quản lý, hướng đến sự gọn nhẹ, linh hoạt trong hoạt động.

- Áp dụng phương thức quản lý mới, xem công nghệ thông tin là một trong những yếu tố của sản xuất và quản lý để giúp giảm các chi phí;

- Áp dụng 5S (Seiri (Sàng lọc và phân loại) - Seiton (Sắp xếp) - Seiso (Sạch sẽ) - Seiketsu

(Săn sóc) - Shitsuke (Sẵn sàng)) vào sự vận hành của doanh nghiệp với chi phí thấp, nâng cao hiệu quả công việc, cải tiến chất lượng, giảm thiểu các rủi ro mất an toàn lao động, kiểm soát tốt nơi làm việc, tạo môi trường làm việc thân thiện, giảm thiểu lãng phí và chi phí sai hỏng, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp hướng tới phát triển bền vững.

Thứ ba, tăng cường các biện pháp nhằm giữ vững thị phần nội địa và mở rộng thị trường xuất khẩu

- Đa dạng hóa các loại hình kinh doanh, bán lẻ, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, thị hiếu mua sắm phong phú của người dân, phù hợp với sự chuyển dịch theo xu hướng tiêu dùng hiện đại.

- Hệ thống bán lẻ các doanh nghiệp Việt cần xây dựng cơ chế ưu đãi hấp dẫn cho các doanh nghiệp muốn mở rộng kênh phân phối.

- Doanh nghiệp bán lẻ nội cần nhanh chóng thay đổi và có chiến lược quảng bá tốt hơn để giữ vững thị trường; các DNNVV tăng cường hoạt động nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm, hướng mục tiêu đến thị trường chung ASEAN để tận dụng cơ hội.

- Đa dạng hóa sản phẩm để người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn và phù hợp nhu cầu xã hội.

- DNNVV cần kiên nhẫn tiếp cận những thị trường xuất khẩu trong ASEAN, mạnh dạn tấn công những thị trường ngách để các sản phẩm có thể phát triển xa hơn.

Thứ tư, xây dựng mối liên hệ hợp tác để tạo sức mạnh trong kinh doanh

- Liên kết các doanh nghiệp cùng ngành nghề, cùng mục tiêu phát triển nhằm tận dụng tối đa các nguồn lực và tiết kiệm chi phí.

- Liên kết doanh nghiệp lớn và các DNNVV, hỗ trợ về nguồn vốn, kinh nghiệm, năng lực, thiết bị, kênh phân phối, mối quan hệ... đồng thời, DNNVV trở thành nguồn cung ứng đầu mỗi sản phẩm cho doanh nghiệp lớn.

- Liên kết mạng lưới, kinh doanh phối hợp theo dạng chuỗi để có thêm sức mạnh và sự hậu thuẫn khi ra sân chơi lớn.

Thứ năm, xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh với định hướng lâu dài

- Các DNNVV cần xây dựng chiến lược kinh doanh có tầm nhìn dài hạn để xác định mục tiêu rõ ràng, xây dựng các kế hoạch xúc tiến sản phẩm

thích ứng với môi trường hội nhập ASEAN.

- Các DNNVV cần cấu trúc lại các hoạt động của doanh nghiệp phù hợp với môi trường hội nhập kinh tế trong khu vực và thế giới.

Thứ sáu, củng cố nguồn tài chính và tăng cường khả năng tiếp cận các nguồn vốn tín dụng để phát triển sản xuất kinh doanh

- Các DNNVV cần tìm kiếm đối tác đáng tin cậy, chủ đầu tư có năng lực tốt nhằm hạn chế tình trạng chiếm dụng vốn; Kêu gọi đầu tư bằng cách phát hành cổ phiếu cho nhà đầu tư bên ngoài hoặc nhân viên bên trong doanh nghiệp.

- Cắt giảm các chi phí không cần thiết: chi phí trong kho và chi phí ngoài kho.

Thứ bảy, xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu và có các chính sách marketing thích hợp

- Tăng cường quảng bá thương hiệu trong thị trường chung ASEAN để nâng cao sức cạnh tranh, tiếp cận xu thế công nghệ số để có những hình thức quảng bá thương hiệu mạnh mẽ mà ít tốn chi phí so với marketing truyền thống.

- Đăng kí bảo hộ thương hiệu, nâng cao ý thức bảo vệ thương hiệu là bảo vệ tài sản của doanh nghiệp; các DNNVV có thương hiệu mạnh chia sẻ với DNNVV chưa có thương hiệu thông qua các hợp đồng phụ công nghiệp, đơn đặt hàng.

- DNNVV cần chấp hành pháp luật và cam kết. Cùng với các hoạt động phát triển trong mọi trường hợp DNNVV cần tránh vi phạm pháp luật, vi phạm các cam kết để hình ảnh và thương hiệu của mình có uy tín trong cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế.

Thứ tám, tiêu chuẩn hóa hệ thống quản lý chất lượng để hội nhập

- Áp dụng bộ tiêu chuẩn vệ sinh (SPS), tiêu chuẩn kỹ thuật (TBT) trong ASEAN nhằm thay đổi và nâng tiêu chuẩn của doanh nghiệp.

- Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng quốc tế theo tiêu chuẩn ISO 9001:2015, ISO 9001:2008, SA 8000:2014, WRAP,... để bảo đảm sản phẩm, dịch vụ đưa ra thị trường có chất lượng ổn định, nâng cao vị thế của sản phẩm, dịch vụ trên thương trường.

- Các DNNVV nên đặt ra tiêu chuẩn cao hơn cho sản phẩm của mình và không chỉ là các tiêu chuẩn của khu vực ASEAN mà còn hướng tới các thị trường EU, USA,...

Thứ chín, tăng cường nhận thức về hội nhập cho DNNVV và người dân

- Tăng cường cập nhật thông tin về các tiêu chuẩn, chính sách cạnh tranh, thông tin về ASEAN,... từ đó phổ biến thông tin đến cộng đồng doanh nghiệp và người dân để nâng cao nhận thức và có sự chuẩn bị đồng bộ.

- Doanh nghiệp cần chủ động tìm kiếm các nguồn thông tin uy tín có thể hỗ trợ được nhu cầu thông tin của doanh nghiệp.

- Thay đổi tư duy sản xuất hàng giá rẻ, cấp thấp. Doanh nghiệp phải tự tin đặt nền tảng đặt nền tảng vị thế cao với chất lượng tốt chứ không phải giá rẻ.

- Tăng cường đào tạo tập huấn, nâng cao năng lực quản lý của các nhà quản lý trong doanh nghiệp.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy những thách thức mà nền kinh tế Việt Nam nói chung và DNNVV nói riêng phải đối mặt nhiều vấn đề khi hội nhập AEC như nguy cơ mất thị phần trong nước và nước ngoài, nguồn vốn chưa đủ đáp ứng với hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, nguồn nhân lực có chất lượng thấp và chủ yếu là chưa qua đào tạo, công nghệ, trang thiết bị còn lạc hậu;... Để có thể vượt qua được các thách thức và tận dụng các cơ hội của quá trình hội nhập ACE với mục tiêu trước mắt là giữ vững thị phần nội địa và mục tiêu cao hơn là thâm nhập tốt vào thị trường các nước trong AEC, DNNVV Việt Nam cần chuẩn bị nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng môi trường làm việc hội nhập, mạnh dạn đổi mới công nghệ sản xuất, quản lý để tăng khả năng cạnh tranh cho nền kinh tế khi hội nhập, tăng cường mở rộng thị trường xuất khẩu và thị phần nội địa và đồng thời xây dựng mối liên kết hợp tác và sẻ chia trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Để các biện pháp đồng bộ mang tính khả thi cao, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các DNNVV, các bộ ngành và Chính phủ trong việc thực thi các thể chế, chính sách và mục tiêu chiến lược phát triển để ra. Hiện tại, việc nhận thức và chuẩn bị cho hội nhập AEC là đã khá muộn nhưng các doanh nghiệp của Việt Nam muốn không bị loại khỏi tiến trình hội nhập cần phải tăng tốc để bắt kịp với các doanh nghiệp khác trong khu vực.

TÀI LIỆU NƯỚC NGOÀI

- ASEAN Secretariat, “ASEAN Annual report 2012–2013”, Jakarta – Indonesia, 06/2013.
- ASEAN Secretariat, “ASEAN Economic Community Blueprint”, Jakarta – Indonesia, 2008
- ASEAN Secretariat, “ASEAN Economic Community Chartbook 2012”, Jakarta – Indonesia, 2013
- ASEAN Secretariat, “ASEAN Economic Community Factbook”, Jakarta – Indonesia, 02/2011.
- ASEAN Secretariat, “ASEAN Economic Community Scorecard”, Jakarta – Indonesia, 03/2010.
- ASEAN Secretariat, “Asean Vision 2020”, Kuala Lumpur, 15/12/1997.

TÀI LIỆU TRONG NƯỚC

- Ban thư ký ASEAN, “Sổ tay kinh doanh trong cộng đồng kinh tế ASEAN”, Jakarta, 2011.
- PSG.TS Nguyễn Hồng Sơn, “Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC): Nội dung và lộ trình” (NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, 2009).
- Sở Kế hoạch và Đầu tư Tp. HCM, “Báo cáo tình hình hoạt động của doanh nghiệp và trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa tại thành phố Hồ Chí Minh”, 2013.
- Trung tâm Hỗ trợ hội nhập WTO thành phố Hồ Chí Minh, “Báo cáo các vấn đề kinh tế nổi bật của Thành Phố Hồ Chí Minh dưới tác động của hội nhập kinh tế quốc tế”, 2013
- Văn phòng Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, “Lộ trình xây dựng Cộng đồng kinh tế ASEAN 2009-2015”, NXB Thời đại.