

CHUYÊN ĐỀ

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
SAU HAI NĂM THỰC THI

HIỆP ĐỊNH

CPTPP



Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) là Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới có quy mô lớn nhất mà Việt Nam từng tham gia. Với các cam kết bao trùm nhiều lĩnh vực và mức độ tự do hóa mạnh hơn phần lớn các FTA đã có của Việt Nam, CPTPP được kỳ vọng sẽ đem đến các tác động tích cực về kinh tế cũng như thể chế của Việt Nam. Hiệp định chính thức có hiệu lực với Việt Nam từ ngày 14/1/2019, tính đến nay đã được hơn 02 năm.

Trong 02 năm đầu thực thi Hiệp định CPTPP, nhiều cam kết đã được triển khai trên thực tế, những thành quả đầu tiên cũng đã được phản ánh rõ ràng thông qua các số liệu thống kê vĩ mô về thương mại, đầu tư giữa Việt Nam với các nước đối tác CPTPP và các dữ liệu về công tác cải cách thể chế thực thi cam kết CPTPP ở Việt Nam. Tuy nhiên, ở cấp độ vi mô, có rất ít thông tin thực tiễn về tác động của CPTPP từ góc độ các doanh nghiệp cụ thể, trong khi đây là thước đo chính xác nhất về hiệu quả của việc thực thi các FTA nói chung và CPTPP nói riêng.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), với sự hỗ trợ của Chương trình Australia hỗ trợ cải cách kinh tế Việt Nam (Aus4Reform), đã thực hiện **Báo cáo "Việt Nam sau 02 năm thực thi CPTPP từ góc nhìn doanh nghiệp"** nhằm tìm hiểu tình hình thực thi CPTPP trong 02 năm đầu hiệu lực từ góc nhìn/đánh giá của chính các doanh nghiệp Việt Nam. Báo cáo được công bố tháng 4/2021 tại Hà Nội.

Chuyên đề của Bản tin Quý này sẽ giới thiệu tóm tắt các kết quả nghiên cứu của Báo cáo trên nhằm cung cấp cho bạn đọc một bức tranh toàn cảnh về 02 năm thực hiện CPTPP từ góc độ doanh nghiệp, và những khuyến nghị liên quan nhằm giúp các doanh nghiệp Việt Nam tận dụng hiệu quả hơn Hiệp định quan trọng này trong thời gian tới.

Các thông tin thực tiễn về tình hình thực thi CPTPP trong 02 năm đầu Hiệp định này có hiệu lực từ góc độ của các doanh nghiệp trong **Báo cáo "Việt Nam sau 02 năm thực thi CPTPP từ góc nhìn doanh nghiệp"** được thu thập trên cơ sở Khảo sát doanh nghiệp thực hiện trong khoảng tháng 8-10/2020. Khảo sát đã nhận được phản hồi từ hơn 300 doanh nghiệp đại diện, phân bố tương ứng với tỷ lệ doanh nghiệp ở các vùng kinh tế trên cả nước. Có 61,7% các doanh nghiệp tham gia Khảo sát là doanh nghiệp 100% vốn tư nhân trong nước (sau đây gọi tắt là doanh nghiệp dân doanh); doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (liên doanh hoặc 100% vốn nước ngoài, sau đây gọi tắt là doanh nghiệp FDI) chiếm gần 30% số phản hồi; còn lại là các doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước (3,6%, sau đây gọi tắt là DNNN) và các trường hợp khác. Lĩnh vực kinh doanh phổ biến của các doanh nghiệp này là công nghiệp chế biến, chế tạo; tiếp theo là các hoạt động thương mại mua bán hàng hóa thuần túy, cung cấp các dịch vụ; và chiếm ít nhất là các hoạt động nông lâm thủy sản.

Dưới đây là các phát hiện chính từ Khảo sát này, cùng với các phân tích nguyên nhân và nhận định về các thông điệp đằng sau các phát hiện này.

1

MỨC ĐỘ HIỂU BIẾT CỦA DOANH NGHIỆP VỀ

CPTPP

Hiểu biết về các cam kết FTA thường là xuất phát điểm và là điều kiện cần để các chủ thể kinh doanh có thể tận dụng được các cơ hội từ FTA, đặc biệt là các ưu đãi thuế quan. Với một FTA lớn và phức tạp như CPTPP, vấn đề hiểu biết của doanh nghiệp về Hiệp định càng quan trọng.

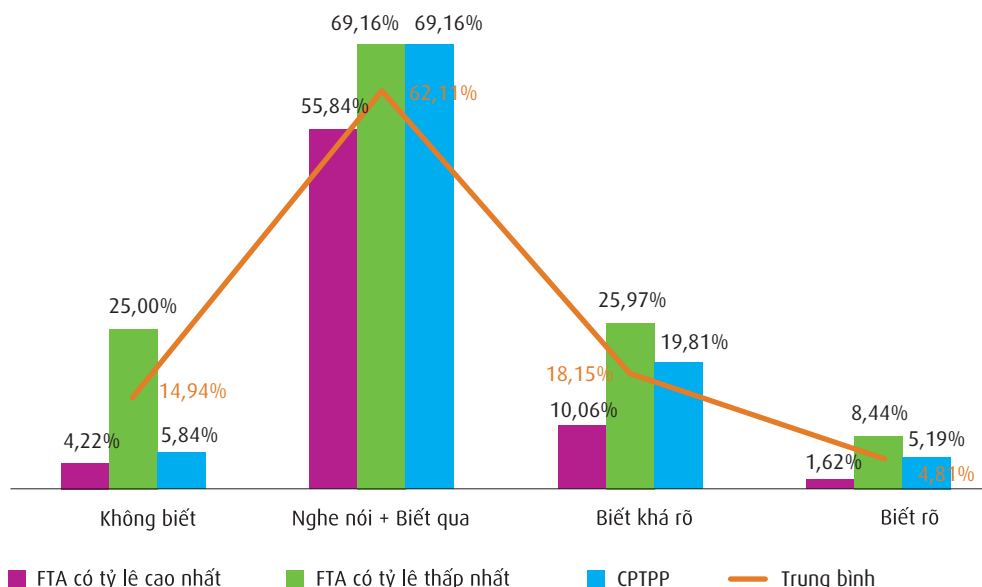
Kết quả Khảo sát cho thấy, 69% doanh nghiệp nghe nói hoặc biết sơ bộ về Hiệp định này, cao hơn tất cả các FTA khác, 25% doanh nghiệp có hiểu biết nhất định về Hiệp định. Tuy nhiên, cứ 20 doanh nghiệp mới có 1 doanh nghiệp biết rõ về các cam kết CPTPP liên quan tới hoạt động kinh doanh của mình. Trong so sánh với các FTA khác của Việt Nam, tỷ lệ biết về cam kết CPTPP ở mức tương đối hoặc biết rõ (25%) chỉ cao hơn mức trung bình (23%) và kém khá xa so với FTA tốp đầu (các FTA ASEAN, 31%).

Trong so sánh giữa các nhóm doanh nghiệp, kết quả Khảo sát cho thấy mức độ hiểu biết về CPTPP giữa các nhóm doanh nghiệp mặc dù không hoàn toàn đồng đều nhưng cũng không cách nhau quá xa. Cụ thể, các doanh nghiệp có yếu tố nước ngoài có tỷ lệ biết về CPTPP cao nhất (29,7%), tiếp đến là các doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước (27,3%). Các doanh nghiệp dân doanh thuộc nhóm ít biết về CPTPP nhất cũng đạt được mức 22,6%.

Kết quả này cho thấy các nỗ lực tuyên truyền phổ biến chung về CPTPP các FTA đã có hiệu quả ban đầu tích cực nhưng mới trên bề mặt là chủ yếu. Với một FTA khó và phức tạp như CPTPP, cần thiết phải có những biện pháp thông tin chuyên sâu, chi tiết và hữu ích hơn cho doanh nghiệp trong thời gian tới. ■

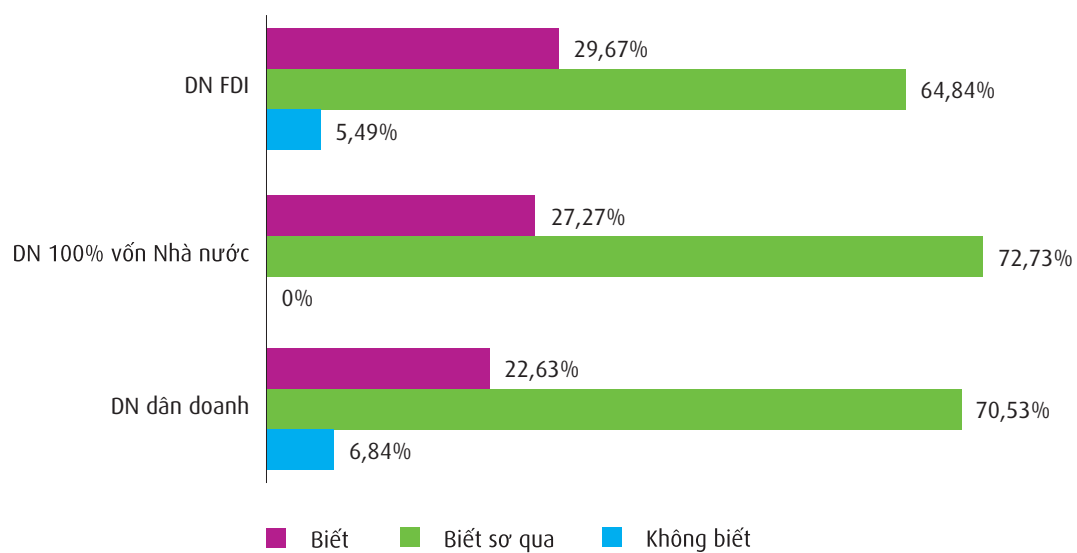


Hình 1 - Hiểu biết của doanh nghiệp về CPTPP và các FTA





Hình 2 - Hiểu biết về CPTPP theo nhóm doanh nghiệp



2

ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP
VỀ VIỆC THỰC THI

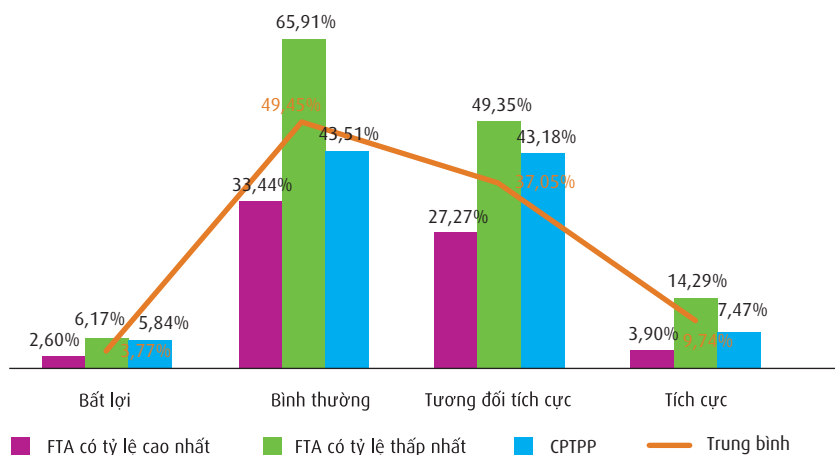
CPTPP

Về tác động tổng thể, đa số các doanh nghiệp được khảo sát đánh giá khá tích cực về tác động của CPTPP tới hoạt động kinh doanh của mình. Cụ thể, CPTPP nằm trong топ 3 FTA được doanh nghiệp đánh giá cao nhất, với 51% doanh nghiệp cho rằng Hiệp định có tác động tương đối hoặc rất tích cực với hoạt động kinh doanh của mình thời gian qua (chỉ thấp hơn các FTA với Nhật Bản, gần như tương đương với các FTA với Hàn Quốc).

Kết quả này cho thấy, CPTPP đang rất được doanh nghiệp Việt Nam chào đón và đánh giá tương đối cao. Với một Hiệp định mới chỉ có hiệu lực hơn một năm rưỡi, lộ trình thuế quan hầu như chưa có lợi thế so với các FTA đã có, đây được xem là kết quả lạc quan một cách bất ngờ.

Mặc dù vậy, nếu nhìn sâu hơn, các doanh nghiệp có thể không chỉ đánh giá cao CPTPP từ các tác động cụ thể trực tiếp mà còn xem nó như một biểu tượng cho thấy Chính phủ Việt Nam nỗ lực hội nhập kinh tế quốc tế theo chiều sâu, với các tiêu chuẩn cao, chấp nhận sức ép để cải cách chính mình. Dường như doanh nghiệp cũng cảm nhận được những quyết tâm mà Chính phủ thực hiện không chỉ để thực thi CPTPP mà còn kết hợp thúc đẩy thực thi hiệu quả các FTA đã có. Chưa bao giờ các FTA lại tập trung được sự chú ý và quyết tâm hành động như trong vài năm trở lại đây, đặc biệt là trong thời gian thực thi CPTPP. Điều này đã tạo ra những tác động cộng hưởng với hiệu quả được doanh nghiệp ghi nhận.

Hình 3 - Đánh giá tác động của CPTPP và các FTA



Một thực tế bất ngờ khác nhưng không mấy lạc quan cũng được hé lộ từ đánh giá của doanh nghiệp về tác động chung của CPTPP. Trong khi các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp dân doanh có cảm nhận rõ nét về tác động của CPTPP (với 51-52% doanh nghiệp của các nhóm này cho rằng CPTPP có tác động tích cực và lần lượt 6,8% và 2,2% đánh giá CPTPP có tác động tiêu cực) thì khối doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước phần lớn đứng ngoài những tác động này (với 64% doanh nghiệp nhóm này cho rằng CPTPP không tác động gì – với các FTA khác cũng như vậy). Dường như quá trình hội nhập theo chiều sâu thông qua CPTPP và các FTA chưa “chạm tới” khu vực doanh nghiệp này.



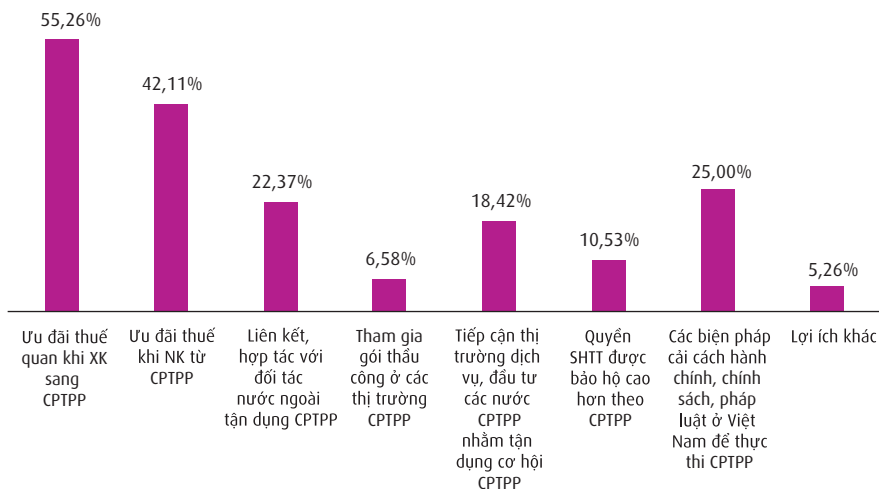
Về tác động cụ thể của CPTPP, mặc dù đa số doanh nghiệp có đánh giá tích cực về tác động chung của CPTPP, chỉ có 24,7% doanh nghiệp cho biết đã từng hưởng các lợi ích cụ thể từ Hiệp định này. Nói cách khác, cứ 4 doanh nghiệp thì mới có 1 doanh nghiệp đã từng được hưởng “trái ngọt” từ Hiệp định này.

Với các doanh nghiệp đã từng được hưởng lợi từ CPTPP, nhóm lợi ích phổ biến nhất vẫn là thuế quan, đặc biệt là ở các thị trường mới như Canada, Mexico. Các tác động tích cực về thể chế (thể hiện ở các biện pháp cải cách thủ tục hành chính, điều chỉnh chính sách, pháp luật trong thời gian từ khi CPTPP được chính thức thực thi) cũng được các doanh nghiệp nhấn mạnh và chỉ đứng sau lợi ích về thuế quan.

Tiếp theo là các lợi ích kỳ vọng trong tương lai (trong các kế hoạch hợp tác, liên doanh với đối tác nước ngoài để tận dụng CPTPP, hay các dự kiến mở rộng thị trường với trợ lực từ Hiệp định này của doanh nghiệp). Một số ít doanh nghiệp thậm chí còn cảm nhận được lợi ích từ các cam kết quy tắc được coi là tiêu chuẩn cao trong CPTPP như các bảo hộ về quyền sở hữu trí tuệ...

Từ các kết quả này, có thể thấy lợi ích cụ thể mà doanh nghiệp thu được từ CPTPP trong 02 năm đầu thực thi Hiệp định là rất đa dạng, những khía cạnh khác ngoài lợi ích từ ưu đãi thuế quan đã bắt đầu được các doanh nghiệp hiện thực hóa.

Hình 4 - Các lợi ích mà CPTPP mang lại cho doanh nghiệp

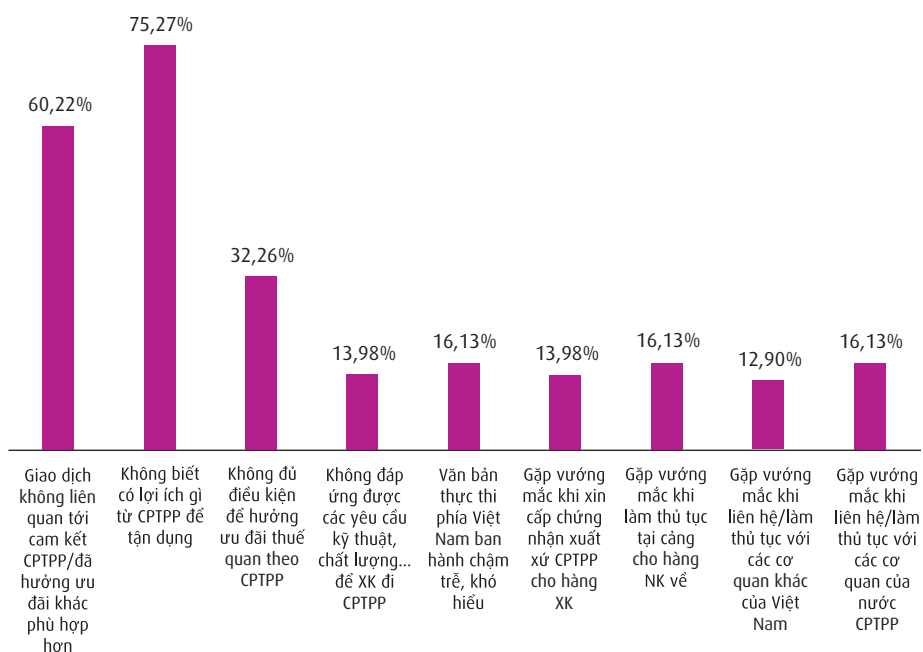


Với ¼ các doanh nghiệp chưa từng hưởng lợi ích trực tiếp nào từ CPTPP, lý do chủ yếu (60%) là họ không có bất kỳ hoạt động kinh doanh nào liên quan tới thị trường hay đối tác ở khu vực CPTPP trong 02 năm vừa qua.

Thực tế này không mấy ngạc nhiên khi CPTPP không phải là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam khi khối này chỉ chiếm chưa đầy 15% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2019. Tuy vậy, kết quả này cho thấy sự cần thiết phải quảng bá về các cơ hội mới từ CPTPP, những lợi ích cụ thể có thể có, để các doanh nghiệp biết và nghĩ tới việc tận dụng, đặc biệt là với các thị trường mới, chưa thực sự quen thuộc với doanh nghiệp trong CPTPP.

Còn đối với các doanh nghiệp đã từng có giao dịch với các thị trường này nhưng chưa hưởng lợi từ CPTPP, lý do được phần lớn (75%) doanh nghiệp đề cập là họ không biết có cơ hội nào từ CPTPP. Cũng có một tỷ lệ đáng kể (60%) trong nhiều trường hợp không thấy có cam kết CPTPP liên quan hoặc do đã hưởng ưu đãi khác phù hợp hơn. Một số ít doanh nghiệp (14-16%) nêu các lý do khác như các văn bản hướng dẫn ban hành chậm, thủ tục hưởng ưu đãi phức tạp, quy trình cấp phép khó khăn, hay khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng của nước nhập khẩu của doanh nghiệp còn hạn chế...

Hình 5 - Những lý do cản trở doanh nghiệp hưởng lợi từ CPTPP thời gian qua



Không chỉ mang đến những cơ hội, CPTPP còn tạo ra không ít những thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả khảo sát doanh nghiệp đã chỉ ra, trong 02 năm đầu thực thi Hiệp định, có khoảng 4% các doanh nghiệp phải đối mặt với những thiệt hại do sức ép cạnh tranh (phổ biến nhất là thiệt hại do sản phẩm của doanh nghiệp phải cạnh tranh gay gắt hơn với hàng hóa nhập khẩu hưởng ưu đãi từ CPTPP) cũng như chi phí tuân thủ (các khoản chi phí tăng thêm để sẵn sàng cho các cam kết tiêu chuẩn cao về sở hữu trí tuệ, lao động, môi trường trong CPTPP). ■



3

THỰC TẾ HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU
CỦA DOANH NGHIỆP VỚI CÁC ĐỐI TÁC

CPTPP

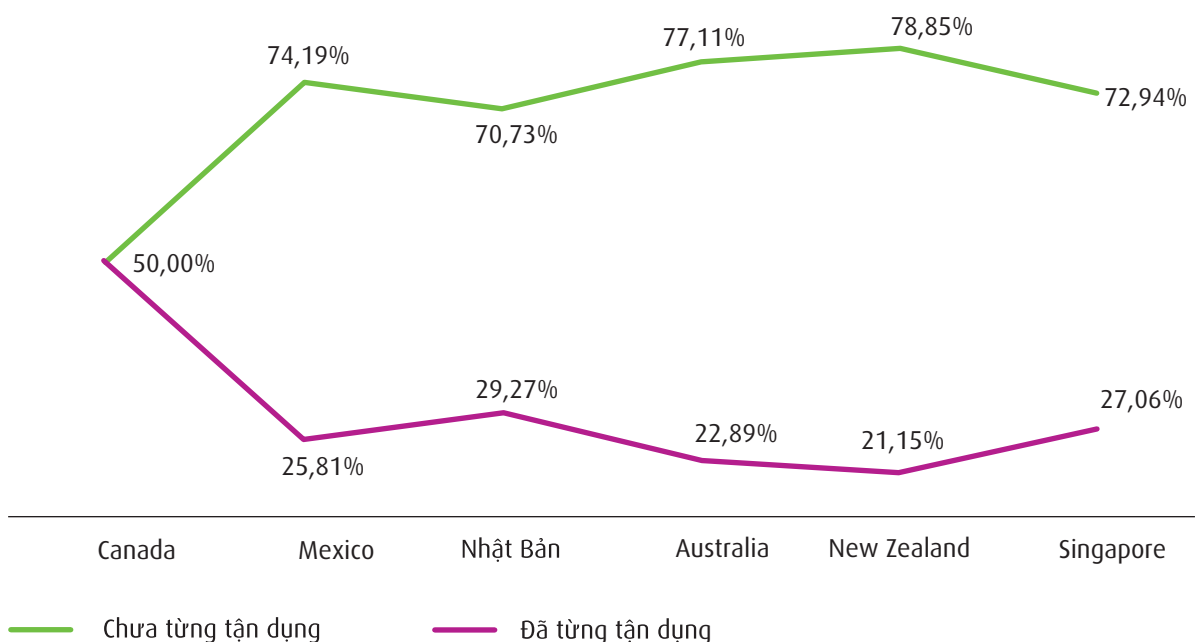
Khi tìm hiểu sâu hơn về thực tế hoạt động xuất nhập khẩu với các đối tác CPTPP, Khảo sát nhận diện được những thực tế đáng chú ý. Trong tổng thể, Nhật Bản vẫn là thị trường có mối liên hệ chặt chẽ nhất với các doanh nghiệp Việt Nam trong CPTPP (40% doanh nghiệp cho biết có hoạt động xuất nhập khẩu với thị trường này), tiếp đó là các thị trường Australia, Singapore, Canada (25-28%).

Tuy nhiên, bức tranh chung này có sự khác biệt ở các nhóm doanh nghiệp, đối với các doanh nghiệp Nhà nước, Singapore mới là thị trường quen thuộc và phổ biến hơn. Còn với khối doanh nghiệp FDI, Nhật Bản, Australia và mới đây là Canada, là các bạn hàng thường xuyên.

Về mức độ tận dụng các ưu đãi thuế quan trong trường hợp có hoạt động xuất nhập khẩu với các đối tác trong CPTPP, mặc dù cùng là các thị trường mới trong CPTPP, Canada là thị trường có tỷ lệ doanh nghiệp từng có lô hàng tận dụng được ưu đãi thuế quan CPTPP cao nhất (50% doanh nghiệp), trong khi Mexico cũng là thị trường mới nhưng chỉ hơn 1/4 doanh nghiệp từng làm được điều này.

Cũng ở hai thị trường này, các doanh nghiệp FDI và dân doanh đã khởi động để tận dụng các ưu đãi thuế quan đầu tiên, trong khi các doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước lại hầu như chưa từng tận dụng được cơ hội này. Với các thị trường còn lại trong CPTPP, nơi Việt Nam đã có chung một hoặc nhiều FTA trước đó, tỷ lệ doanh nghiệp từng có lô hàng tận dụng được ưu đãi thuế quan CPTPP dao động từ 21-29%.

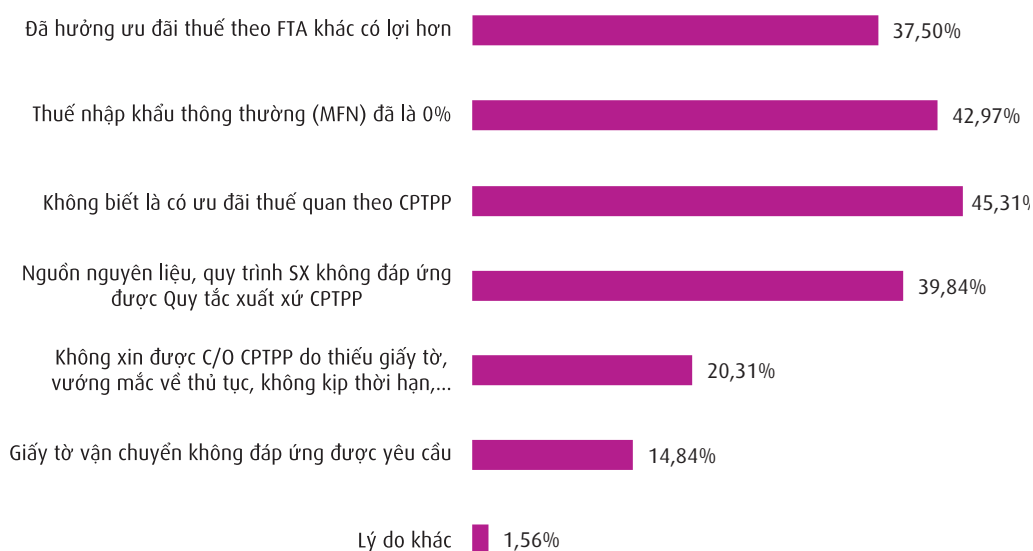
Hình 6 - Tình hình tận dụng ưu đãi thuế quan CPTPP của doanh nghiệp



Các lý do cản trở doanh nghiệp tận dụng được ưu đãi thuế quan CPTPP tập trung ở 02 nhóm chính. Một là các lý do “tích cực”, như thuế MFN đã là 0% nên không cần thiết sử dụng ưu đãi thuế quan (43% doanh nghiệp đề cập), hay đã sử dụng ưu đãi thuế theo các FTA khác (37%)... Hai là các nguyên nhân “tiêu cực”, như không đáp ứng được các yêu cầu về xuất xứ (40%), gặp vướng mắc về thủ tục hay để lỡ hạn xin cấp chứng nhận xuất xứ (20%), thiếu các giấy tờ vận chuyển cần thiết (15%)...

Đáng chú ý, lý do lớn nhất mà cũng gây tiếc nuối nhiều nhất, là việc doanh nghiệp không biết về ưu đãi thuế CPTPP cho lô hàng của mình (45% nêu lý do này). Rõ ràng việc quảng bá về các cơ hội mới từ CPTPP, những lợi ích về thuế quan trong CPTPP để các doanh nghiệp biết và nghĩ tới việc tận dụng là điều rất cần thiết.

Hình 7 - Lý do từng cản trở doanh nghiệp tận dụng ưu đãi thuế quan CPTPP





Trên thực tế, các vấn đề cản trở doanh nghiệp tận dụng ưu đãi thuế quan CPTPP cũng có sự khác biệt nhất định đối với từng nhóm doanh nghiệp.

Với các doanh nghiệp dân doanh, lý do phổ biến nhất (53% doanh nghiệp nêu) là không biết về ưu đãi thuế quan CPTPP. Dường như sự chủ động tìm hiểu thông tin của các doanh nghiệp nhóm này đang là vấn đề lớn nhất cản trở họ hưởng lợi từ ưu đãi này của Hiệp định.

Với 80% doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước, lý do khiến họ chưa tận dụng được ưu đãi thuế quan CPTPP nằm ở việc "nguồn nguyên liệu, công đoạn sản xuất của doanh nghiệp... không đáp ứng được các quy tắc xuất xứ". Rõ ràng sự linh hoạt trong chuỗi cung ứng và dây chuyền sản xuất kinh doanh có lẽ là bài toán cần lời giải để nhóm này có thể chớp các cơ hội từ CPTPP nói riêng và các FTA nói chung.

Trong khi đó, việc không hưởng ưu đãi thuế CPTPP của doanh nghiệp FDI lại là sự lựa chọn có chủ ý rõ ràng, khi họ từ bỏ ưu đãi thuế CPTPP chủ yếu do thuế MFN hoặc thuế theo các FTA tốt hơn CPTPP. ■



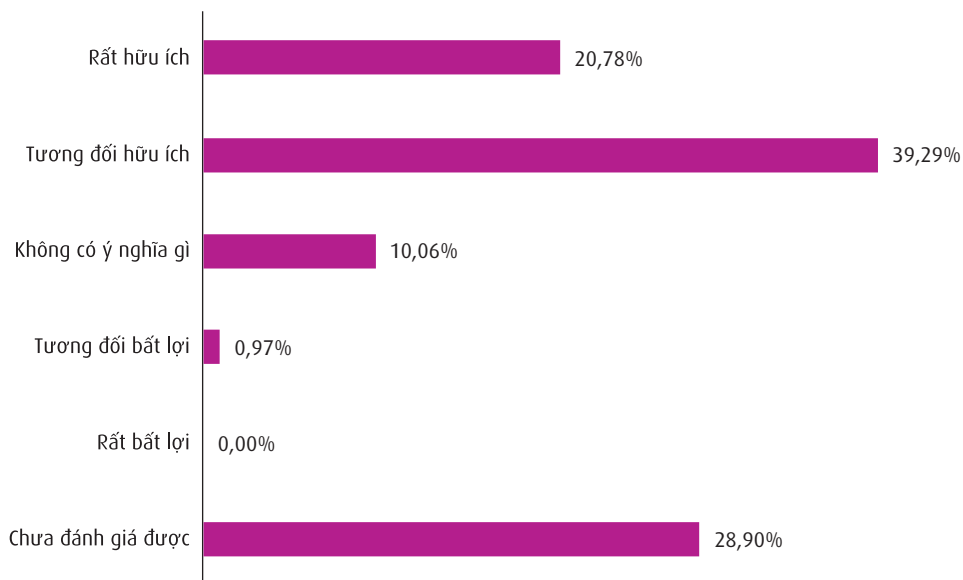
PHẢN ỨNG CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19 VÀ VAI TRÒ CỦA



Hơn phân nửa thời gian có hiệu lực của CPTPP, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bị xáo trộn theo cách chưa từng có tiền lệ bởi đại dịch COVID-19. Dự báo doanh nghiệp sẽ phải chuẩn bị cho kịch bản sống chung với COVID-19 theo cách thức đặc biệt - kinh doanh trong bối cảnh “bình thường mới”.

Đánh giá về vai trò của CPTPP và các FTA trong tương lai hậu COVID-19, có 60% cho rằng CPTPP và các FTA sẽ tương đối hoặc rất hữu ích cho họ trong giai đoạn “bình thường mới”, lớn hơn mức 47% doanh nghiệp đánh giá CPTPP và các FTA có tác động tích cực trong thời gian đã qua. Có khoảng 10% doanh nghiệp cho rằng CPTPP và các FTA hầu như sẽ không có ý nghĩa gì trong việc này, 29% doanh nghiệp không chắc chắn về chuyện CPTPP hay các FTA có thể có tác động gì, tiêu cực hay tích cực. Dường như trong tình huống khó khăn, mỗi cơ hội như CPTPP hay các FTA đều được doanh nghiệp đặt kỳ vọng nhiều hơn. ■

Hình 8 - Vai trò của CPTPP và các FTA trong hạn chế tác động bất lợi của COVID - 19 tới hoạt động kinh doanh



5

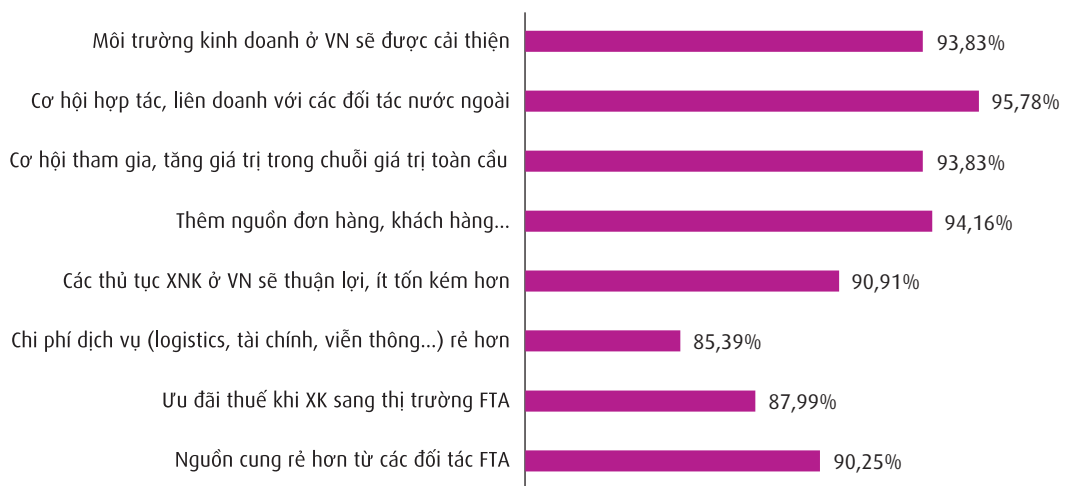
CPTPP VÀ TƯƠNG LAI KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP



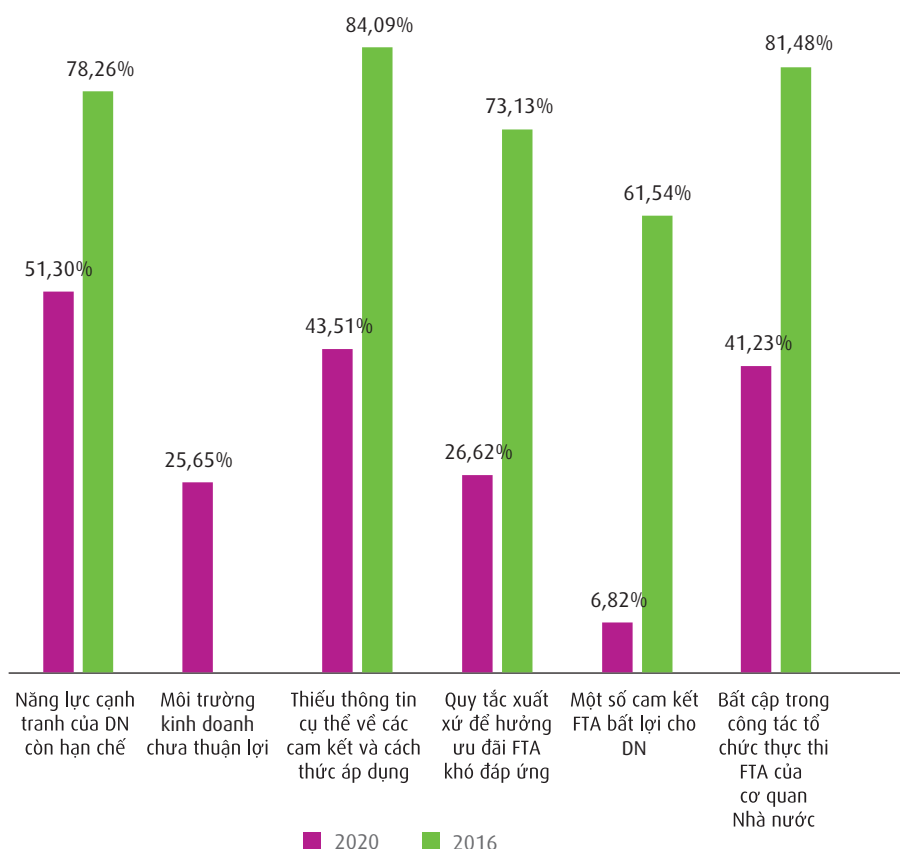
Trong một tương lai xa hơn, doanh nghiệp tỏ ra lạc quan về những lợi ích từ CPTPP và các FTA. Ở đó, các cơ hội về hợp tác liên kết kinh doanh, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu được các doanh nghiệp nhấn mạnh (94-96%) hơn là các cơ hội trực tiếp về thương mại hàng hóa (85-90%).

Doanh nghiệp cũng có quan ngại về một số yếu tố sẽ cản trở mình hiện thực hóa các cơ hội này, trong đó hàng đầu là sự thua kém về năng lực cạnh tranh của chính doanh nghiệp so với các đối thủ (51% doanh nghiệp đề cập), tiếp theo các biến động và bất định của thị trường (45%), các hạn chế trong công tác thực thi của các cơ quan Nhà nước chỉ đứng hàng thứ ba (41-43%).

Hình 9 - Kỳ vọng của doanh nghiệp vào các lợi ích của CPTPP và các FTA với hoạt động kinh doanh trong tương lai xa

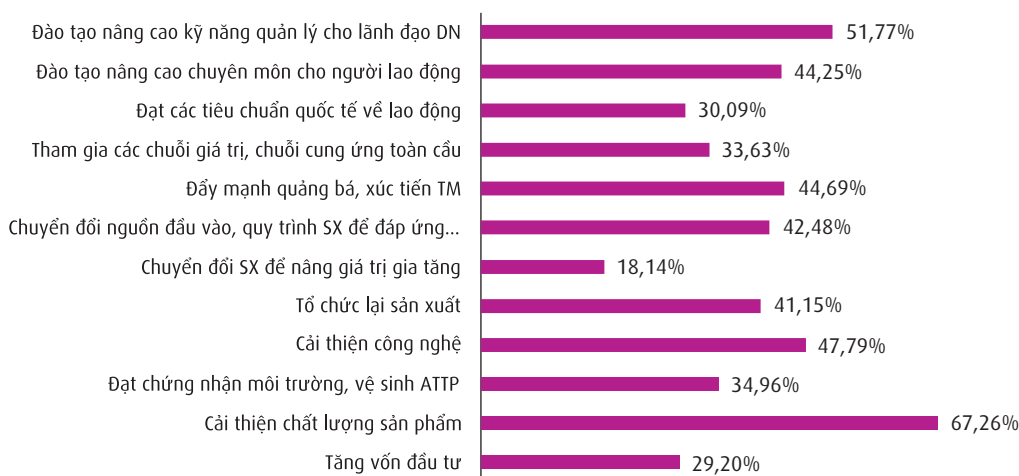


Hình 10 - Những yếu tố có thể cản trở doanh nghiệp hiện thực hoá các lợi ích kỳ vọng từ CPTPP và các FTA trong tương lai



Để chuẩn bị cho một tương lai mà ở đó CPTPP và các FTA có thể là một trợ lực hiệu quả, ¾ các doanh nghiệp cho biết họ đã/đang có kế hoạch điều chỉnh kinh doanh để tận dụng các Hiệp định này. Trong các kế hoạch này, doanh nghiệp ưu tiên cho các điều chỉnh để củng cố bản thân - cải thiện năng lực cạnh tranh nền tảng của doanh nghiệp, sau đó mới tới các tính toán để tận dụng các cơ hội thị trường trực diện từ CPTPP và các FTA, và cuối cùng là các kế hoạch để sẵn sàng cho những cơ hội tầm xa.

Hình 11 - Các hướng điều chỉnh kinh doanh để chuẩn bị cho CPTPP và các FTA

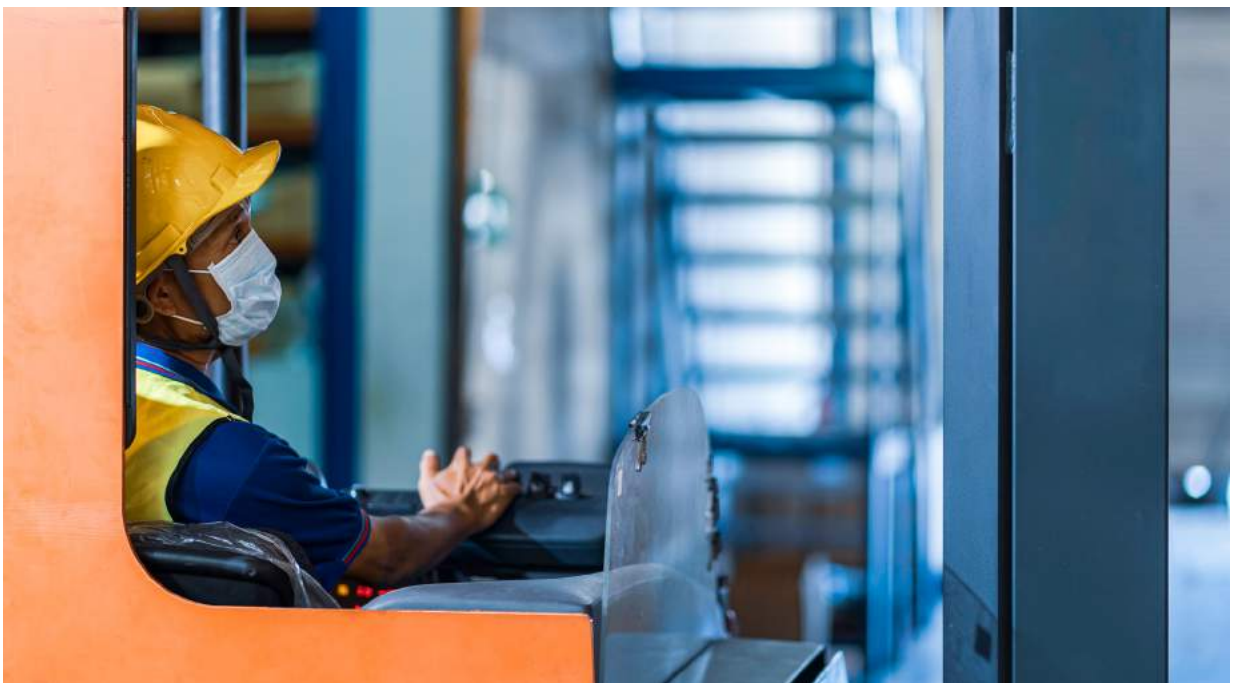
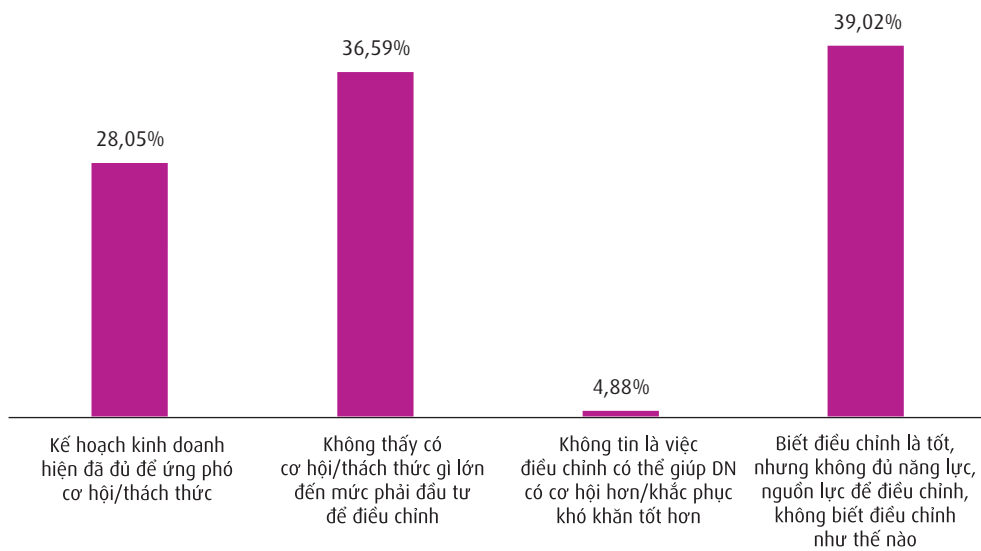


Đối với ¼ các doanh nghiệp còn lại không có kế hoạch điều chỉnh gì cho tương lai hội nhập CPTPP và các FTA, lý do lớn nhất lại là bởi họ không có đủ năng lực, nguồn lực để làm hoặc không biết phải điều chỉnh thế nào dù biết là điều chỉnh là cần thiết (39% doanh nghiệp, chủ yếu là siêu nhỏ, nhỏ).

Có 28-36% doanh nghiệp lựa chọn không điều chỉnh do không nhìn thấy sự cần thiết của việc điều chỉnh hay chuyển đổi. Họ hoặc là tự tin năng lực hiện tại đã đủ để tận dụng các cơ hội từ các FTA, hoặc là cho rằng các FTA không có tác động gì tới tương lai kinh doanh của họ.

Chỉ có 5% doanh nghiệp lựa chọn không điều chỉnh bởi không tin việc này có tác dụng gì cho mình. ■

Hình 12 - Lý do khiến doanh nghiệp không thực hiện điều chỉnh để chuẩn bị cho CPTPP và các FTA



6

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ ĐỂ
THỰC THI HIỆU QUẢ HƠN

CPTPP

Từ các kết quả 02 năm đầu thực thi CPTPP, có thể thấy Hiệp định này đã có những tác động tích cực bước đầu, mang tới những lợi ích thực tế cho một số doanh nghiệp. Mặc dù vậy, những gì đã đạt được còn thấp hơn đáng kể so với kỳ vọng, mà nguyên nhân không chỉ từ các biến cố khách quan như tình hình căng thẳng thương mại toàn cầu hay đại dịch COVID-19, mà còn ở các vấn đề chủ quan của chính Nhà nước và các doanh nghiệp. Trên cơ sở các phát hiện này, Chính phủ và các doanh nghiệp Việt Nam cần rút kinh nghiệm và có những giải pháp thích hợp để “dọn mình” tốt hơn, sẵn sàng thực thi hiệu quả hơn trong thời gian tới.

Với các cơ quan Nhà nước, liên quan tới việc tổ chức thực thi CPTPP, cần có một đầu mối chính thức để thông tin, tư vấn và giải thích về nội dung cam kết cho doanh nghiệp và các cơ quan Nhà nước chịu trách nhiệm thực thi. Đồng thời, cần thường xuyên theo dõi tình hình, tổng hợp các vướng mắc và có biện pháp xử lý kịp thời.

Hoạt động phổ biến tuyên truyền về CPTPP được thực hiện bởi các cơ quan Nhà nước trong thời gian tới cần đi vào chi tiết, với các nội dung được thiết kế theo hướng thực tiễn, ngắn gọn, phù hợp với mối quan tâm của từng nhóm đối tượng doanh nghiệp cụ thể. Các chương trình, hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp cần tập trung vào các hoạt động thực chất nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, xúc tiến thương mại ở tầm quốc gia một cách hệ thống đặc biệt là ở các thị trường mới, cập nhật thông tin thị trường và kết nối cung cầu. Các hoạt động này cũng cần được thiết kế theo các nhóm đối tượng riêng, với ưu tiên đặc biệt dành cho các doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ.

Với các doanh nghiệp, chủ động tìm hiểu cơ hội, cam kết CPTPP và hành động thực hóa những lợi ích từ Hiệp định là đòi hỏi quan trọng nhất.

Nâng cao năng lực cạnh tranh mà bắt đầu từ năng lực cạnh tranh của sản phẩm không chỉ là công việc thường xuyên phải thực hiện mà còn là chìa khóa để doanh nghiệp chớp được các cơ hội từ quá trình hội nhập CPTPP và các FTA.

Liên kết và hợp tác trong kinh doanh để cùng mạnh, qua đó thu lợi ích trực tiếp hoặc gián tiếp từ quá trình này cũng là điều cần đặc biệt chú ý. Cũng như vậy, thay vì những nỗ lực đơn lẻ kém hiệu quả, doanh nghiệp cần hợp tác (trong khuôn khổ VCCI hay các hiệp hội doanh nghiệp) để vận động chính sách, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, qua đó giải phóng sức sáng tạo và hội nhập thành công. ■



Doanh nghiệp có thể tải **Báo cáo “Việt Nam sau 02 năm thực thi CPTPP từ góc nhìn doanh nghiệp”** tại trang web của Trung tâm WTO và Hội nhập – VCCI theo link sau: <https://trungtamwto.vn/file/20684/bao-cao-danh-gia-tinh-hinh-viet-nam-sau-2-nam-thuc-thi-cptpp-tu-goc-nhin-doanh-nghiep.pdf>
(Trungtamwto.vn > Ấn phẩm – Tài liệu > FTA)

THÔNG TIN VỀ CÁC FTA CỦA VIỆT NAM CUNG CẤP BỞI TRUNG TÂM WTO VÀ HỘI NHẬP - PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM (VCCI)

- Website www.trungtamwto.vn (tiếng Việt) và www.wtocenter.vn (tiếng Anh) >> Mục FTA >> CPTPP (<https://trungtamwto.vn/fta/175-cptpp-tp11/1>)
- Facebook: Trung tâm WTO và Hội nhập – VCCI
- Đường dây tư vấn, Dịch vụ tư vấn theo vụ việc
(Email: banthuky@trungtamwto.vn;
Điện thoại: 024 3577 1458)