

Cơ hội và thách thức từ Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP)

17:24 23/12/2020

Việc ký kết hiệp định lớn giúp hàng hóa của chúng ta có khả năng xuất khẩu sang nước khác, dịch vụ vươn ra được thị trường thế giới, nhưng thị trường Việt Nam cũng sẽ phải đón nhận hàng hóa từ nước ngoài, nên chúng ta phải có mức độ mở cửa thị trường tương đối.

Tạo ra một thị trường xuất khẩu ổn định dài hạn cho Việt Nam

Chia sẻ về thông tin Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) sẽ đem lại lợi kinh tế gì cho Việt Nam trên những khía cạnh nào trong ngắn hạn và dài hạn, ông Lương Hoàng Thái, Vụ trưởng Vụ Chính sách đa biên, Bộ Công Thương



RCEP

tạo ra một thị trường xuất khẩu ổn định dài hạn cho Việt Nam

Trong bối cảnh của đại dịch Covid-19 bùng phát làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu và khu vực, gây ảnh hưởng đến nền kinh tế toàn cầu cùng với xu hướng bảo hộ mậu dịch đang nổi lên, việc ký kết RCEP đánh dấu mốc quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế của Việt Nam và ASEAN, mang lại các lợi ích cả trong ngắn hạn cũng như dài hạn.

Thứ nhất, Hiệp định RCEP, khi được 15 thành viên thực thi sẽ tạo nên một thị trường lớn với quy mô 2,2 tỷ người tiêu dùng, chiếm khoảng 30% dân số thế giới, với GDP 26,2 nghìn tỷ USD, chiếm khoảng 30% GDP toàn cầu và sẽ trở thành khu vực thương mại tự do lớn nhất trên thế giới.

Với các cam kết về mở cửa thị trường trong lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và áp dụng một quy tắc xuất xứ chung giữa 15 nước (thay vì áp dụng năm bộ quy tắc xuất xứ theo năm hiệp định tự do thương mại của ASEAN+1 như hiện nay) giữa tất cả các bên tham gia cũng như tăng cường các biện pháp tạo thuận lợi thương mại, việc thiết lập Hiệp định này sẽ tạo cơ hội để phát triển các chuỗi cung ứng mới trong khu vực mà doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội tham gia.

Thứ hai, ASEAN đã đa phương hoá quan hệ song phương với các đối tác trước đây, qua đó khẳng định vai trò trung tâm của ASEAN trong việc đặt ra các điều kiện về thương mại với các đối tác.

Theo đó, Hiệp định RCEP sẽ giúp thiết lập thị trường xuất khẩu của ASEAN ổn định lâu dài. Trước tình hình thế giới đầy biến động gây ra những xáo trộn về chuỗi cung ứng trong những năm gần đây, việc hình thành một khu vực thương mại tự do lớn nhất thế giới theo Hiệp định RCEP sẽ tạo ra một thị trường xuất khẩu ổn định dài hạn cho Việt Nam, qua đó góp phần thực hiện chính sách xây dựng nền sản xuất định hướng xuất khẩu của ta.

Thứ ba, việc thực hiện Hiệp định RCEP sẽ tạo nên một khuôn khổ ràng buộc pháp lý trong khu vực về chính sách thương mại, đầu tư, sở hữu trí tuệ, thương mại điện tử, giải quyết tranh chấp... góp phần tạo nên môi trường thương mại công bằng trong khu vực. Theo một số nghiên cứu độc lập, thí dụ như nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới, thì việc chúng ta chủ động cải cách, đơn giản hóa thủ tục hành chính, tạo lập môi trường kinh doanh thông thoáng sẽ đem lại giá trị cho nền kinh tế Việt Nam còn cao hơn so với các lợi ích mở cửa thị trường trực tiếp của các nước, làm cho Việt Nam có cơ hội trở thành một điểm đến đáng tin cậy cho các nhà đầu tư quốc tế về lâu dài.

RCEP một lần nữa khẳng định được vai trò trung tâm của ASEAN trong việc xây dựng điều kiện về thương mại đối với các đối tác của khối.

Doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ cam kết của Hiệp định

Tuy nhiên, cũng như với các hiệp định FTA khác, để khai thác triệt để lợi ích do Hiệp định RCEP mang lại, việc đầu tiên doanh nghiệp Việt Nam cần làm là nghiên cứu kỹ cam kết của Hiệp định, nhất là các cam kết liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của mình.

Theo ông Trịnh Minh Anh, Chánh Văn phòng Ban chỉ đạo liên ngành hội nhập quốc tế về kinh tế, có hai mảng chính chúng ta cần quan tâm: Một là, về mặt xuất khẩu hàng hóa đi, chúng ta cần quan tâm đến lộ trình cắt giảm và xóa bỏ thuế quan đối với hàng hóa của Việt Nam và của các nước tham gia Hiệp định, quy tắc xuất xứ của Hiệp định, các quy định về vệ sinh kiểm dịch, rào cản kỹ thuật. Hai là, chúng ta cần xem việc cam kết mở cửa thị trường trong lĩnh vực dịch vụ và đầu tư, các quy định về thủ tục hải quan và thuận lợi hóa thương mại.

Để khai thác hiệu quả Hiệp định này, chúng ta không chỉ quan tâm riêng cam kết của Việt Nam mà còn phải xem chúng ta cam kết gì với 14 đối tác còn lại.

Việc ký kết hiệp định lớn có hai mặt. Một mặt là hàng hóa của chúng ta có khả năng xuất khẩu sang nước khác, dịch vụ vươn ra được thị trường thế giới, nhưng thị trường Việt Nam cũng sẽ phải đón nhận hàng hóa từ nước ngoài, nên chúng ta phải có mức độ mở cửa thị trường tương đối.

Do đó, doanh nghiệp phải có hai chiến lược. Về ngắn hạn, các doanh nghiệp phải chuẩn bị cho mình chiến lược phòng thủ. Theo đó, doanh nghiệp cần củng cố thị trường trong nước, nâng cao chất lượng mặt hàng, nhận diện thương hiệu của mình chuẩn xác. Với chiến lược tấn công, doanh nghiệp phải xây dựng kế hoạch mở cửa thị trường, thậm chí thị trường quen với mặt hàng có lợi thế.

Ngoài các lợi ích, doanh nghiệp trong nước cũng cần chủ động nắm bắt và chuẩn bị trước về các tác động bất lợi mà Hiệp định RCEP gây ra, nhất là việc gia tăng cạnh tranh ngay tại thị trường nội địa.

Minh Anh