

Tăng tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trong Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)

08:29 22/11/2020

Khi Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) chính thức có hiệu lực, việc cần làm để tăng tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam cũng như cải thiện vị trí trong chuỗi giá trị khu vực là tăng cường nội lực cho doanh nghiệp.

RCEP chính thức có hiệu lực sẽ làm gia tăng sức ép cạnh tranh do đặc điểm các nền kinh tế trong khu vực RCEP có nhiều điểm tương đồng, thậm chí có năng lực cạnh tranh mạnh hơn Việt Nam trong khi chất lượng và hàm lượng giá trị gia tăng của hầu hết sản phẩm của Việt Nam còn khiêm tốn.

Tuy nhiên trên thực tế, Hiệp định RCEP về cơ bản là một khuôn khổ mang tính kết nối các cam kết hiện hành của ASEAN với từng đối tác trong số 5 đối tác trong một Hiệp định FTA theo hướng tạo thuận lợi cho thương mại và đầu tư hơn. Do đó, về cơ bản Hiệp định RCEP sẽ không tạo ra cam kết mở cửa thị trường cao hơn đối với Việt Nam hay áp lực cạnh tranh mới mà chủ yếu hướng đến tạo thuận lợi cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Đồng thời, với các công cụ phòng vệ thương mại trong khuôn khổ RCEP và WTO, Bộ Công Thương sẽ theo dõi sát sao tình hình xuất nhập khẩu sau khi Hiệp định RCEP có hiệu lực để có biện pháp phòng vệ phù hợp trong những trường hợp hàng hóa nhập khẩu cạnh tranh không công bằng, gây thiệt hại đáng kể để bảo vệ đến sản xuất trong nước.



Ảnh

minh họa

Việc cần làm để tăng tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam cũng như cải thiện vị trí trong chuỗi giá trị khu vực là tăng cường nội lực cho doanh nghiệp. Theo đó, bên cạnh các giải pháp đồng bộ từ Chính phủ, Bộ, ngành và các địa phương, các doanh nghiệp, hiệp hội cần chủ động và tích cực tìm hiểu thông tin về các Hiệp định FTA để nắm vững cam kết của Việt Nam và các thị trường đối tác quan tâm. Doanh nghiệp trong nước cũng cần chủ động thay đổi tư duy kinh doanh trong bối cảnh mới, chuyển sức ép về cạnh tranh thành động lực để tự đổi mới và phát triển, nâng cao chất lượng sản phẩm để có lợi thế cạnh tranh không chỉ ở trong nước mà còn ở thị trường quốc tế.

Để hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam sớm tiếp cận và khai thác tối ưu những cơ hội, thuận lợi mà Hiệp định RCEP đem lại, Bộ Công Thương đã chuẩn bị lộ trình triển khai các kế hoạch nhằm tuyên truyền, phổ biến Hiệp định đến các đơn vị, tổ chức có liên quan và các doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Cụ thể, Bộ đã xây dựng và chuẩn bị triển khai kế hoạch tuyên truyền, giới thiệu các thông tin về Hiệp định, xây dựng các buổi tập huấn bổ sung kiến thức về Hiệp định cho các tổ chức, doanh nghiệp trong nước; xây dựng các chương trình, hỗ trợ, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu cho các ngành hàng và dịch vụ mà ta có thế mạnh và tiềm năng; cùng với đó, nâng cao năng lực cung cấp thông tin của các đơn vị trong Bộ, đặc biệt là hệ thống thương vụ, trung tâm thông tin, trung tâm xúc tiến thương mại, văn phòng Xúc tiến thương mại Việt Nam tại nước ngoài để cung cấp thông tin hiệu quả cho cộng đồng doanh nghiệp. Ngoài ra, Bộ sẽ tiếp tục

xây dựng các chương trình phát triển thị trường cho các mặt hàng xuất khẩu có tiềm năng và lợi thế của Việt Nam vào thị trường các nước RCEP; phát triển và hoàn thiện các biện pháp kỹ thuật phù hợp với các cam kết quốc tế để hỗ trợ cho sự phát triển của các doanh nghiệp, sản phẩm Việt Nam và bảo vệ người tiêu dùng...

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, chẳng hạn như 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, 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...

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