



Khai thông tuyến đường thương mại nội Á

Bộ công cụ thị trường: Việt Nam

Việt Nam có thể củng cố vị thế của một trung tâm sản xuất tầm cỡ khu vực trong thập kỷ tới, tăng giá trị giao dịch thương mại với 11 thị trường hàng đầu châu Á từ 326 tỷ USD năm 2020 lên 465 tỷ USD vào năm 2030

Bản tóm tắt về thị trường này cung cấp thông tin tổng quan và một số dữ liệu chuyên sâu chính về thương mại nội Á cho Việt Nam. Đây là một phần của một nghiên cứu quy mô lớn hơn do UPS ủy quyền và AlphaBeta triển khai với tên gọi: "Khai thông tuyến đường thương mại nội Á: Những dữ liệu chuyên sâu chính để khai mở tiềm năng thương mại nội Á đến năm 2030". 12 thị trường (còn gọi là "khu vực Châu Á-12") được đề cập trong báo cáo này bao gồm Úc, Trung Quốc, Hồng Kông, Indonesia, Nhật Bản, Malaysia, Philippines, Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan và Việt Nam. Mục đích của nghiên cứu này là xây dựng những dữ liệu chuyên sâu chính về sự trỗi dậy của khu vực nội Á và triển vọng tăng trưởng đến năm 2030 trong bối cảnh kinh tế châu Á tiếp tục tăng trưởng và các mối quan hệ thương mại toàn cầu không ngừng biến động như hiện nay. Kết quả của nghiên cứu này chỉ ra tiềm năng để thương mại nội Á tiếp tục tăng trưởng nhanh chóng trong thập kỷ tới, đồng thời hỗ trợ chính phủ và doanh nghiệp trong việc xác định các yếu tố chính thúc đẩy cơ hội này và các bước để nắm bắt cơ hội. Để xem toàn bộ dữ liệu chuyên sâu, bao gồm cả nguồn dữ liệu và phương pháp luận, vui lòng tham khảo phiên bản đầy đủ của báo cáo tại: <https://about.ups.com/vn/vi/home.html>

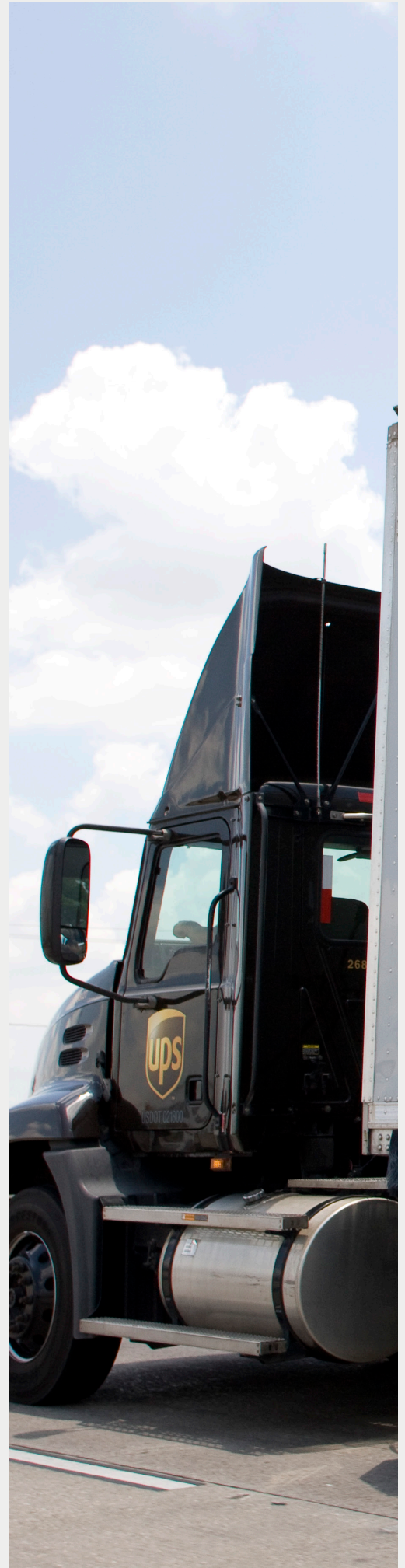


3 dữ liệu chuyên sâu hàng đầu về triển vọng thương mại nội Á dành cho Việt Nam

- 1 Việt Nam đã nhanh chóng phát triển thành một trung tâm sản xuất quan trọng ở châu Á và dự kiến sẽ tận dụng vị trí này để gia tăng giá trị giao dịch thương mại trong thập kỷ tới.** Việt Nam đã tăng gấp đôi tỷ trọng đóng góp vào giá trị giao dịch thương mại trong nội bộ khu vực giai đoạn 2011-2020, đạt mức 4% – con số không quá lớn nhưng vẫn cao hơn so với các thị trường Úc và Indonesia. Giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với 11 thị trường lớn khác (gọi chung là “khu vực Châu Á-12”) có thể tăng từ 326 tỷ USD lên 465 tỷ USD vào năm 2030.
- 2 Giao dịch trong bốn phân khúc sản phẩm chủ chốt được kỳ vọng sẽ giúp tăng giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với các quốc gia khác thuộc khu vực Châu Á-12, đặc biệt là trong phân khúc công nghệ cao cũng như sản xuất công nghiệp và ô tô.** Bốn phân khúc sản phẩm chủ chốt bao gồm bán lẻ, sản xuất công nghiệp và ô tô, công nghệ cao và chăm sóc sức khỏe chiếm 82% giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với phần còn lại của châu Á. Phân khúc công nghệ cao chiếm 43% giá trị giao dịch thương mại nội Á của Việt Nam. Phân khúc này sẽ là động lực tăng trưởng trong tương lai do nhu cầu số hóa gia tăng tại tất cả các quốc gia thuộc khu vực Châu Á-12. Phân khúc sản xuất công nghiệp và ô tô hiện đang chiếm 21% giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với khu vực châu Á. Giá trị có thể tăng gần gấp đôi vào năm 2030.
- 3 Các doanh nghiệp Việt Nam có thể nắm bắt cơ hội giao thương trong khu vực nội Á thông qua ba lĩnh vực hành động của các bên liên quan nhằm xóa bỏ những rào cản chính đối với giao dịch thương mại trong khu vực** (1) Củng cố khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng; (2) Hợp tác để thống nhất các tiêu chuẩn sản phẩm trên toàn khu vực; (3) Đàm phán các thỏa thuận thương mại khu vực toàn diện.

3 bài học kinh nghiệm hàng đầu cho các doanh nghiệp Việt Nam

- 1 Lập kế hoạch cho cả những thuận lợi và khó khăn bằng cách đa dạng hóa chuỗi cung ứng thông qua việc tận dụng các tuyến thương mại có khả năng phục hồi (chẳng hạn như với Đài Loan), đồng thời hướng đến các tuyến thương mại có giá trị cao và tăng trưởng mạnh (chẳng hạn như với Trung Quốc hoặc các quốc gia khác của ASEAN).** Đa dạng hóa chuỗi cung ứng đóng vai trò rất quan trọng trong việc củng cố khả năng phục hồi của lưu lượng mậu dịch.
- 2 Số hóa hoạt động từ đầu đến cuối.** Trong bối cảnh đại dịch đã thúc đẩy việc áp dụng công nghệ kỹ thuật số ở Malaysia, các công ty có thể tận dụng những giải pháp mới để cải thiện hiệu quả của hoạt động vận hành và chuỗi cung ứng, bao gồm công cụ theo dõi hậu cần theo thời gian thực và trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm giúp các quy trình vận chuyển và hải quan trở nên trơn tru hơn.
- 3 Cho phép các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa tham gia vào chuỗi cung ứng của khu vực.** Các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa phải chịu mức chi phí cao hơn khi gặp rào cản thương mại và thường thiếu quy mô cần thiết. Các công ty lớn hơn có thể cung cấp nền tảng để những doanh nghiệp này tham gia sâu hơn vào hoạt động thương mại bằng cách hỗ trợ tài chính, củng cố chuỗi cung ứng, thúc đẩy thương mại điện tử và tạo ra các công cụ giúp giải quyết yêu cầu hải quan.



Việt Nam có thể củng cố vị trí của mình với tư cách là một trung tâm sản xuất tầm cỡ khu vực trong thập kỷ tới

Châu Á là một bộ phận quan trọng của thương mại toàn cầu.

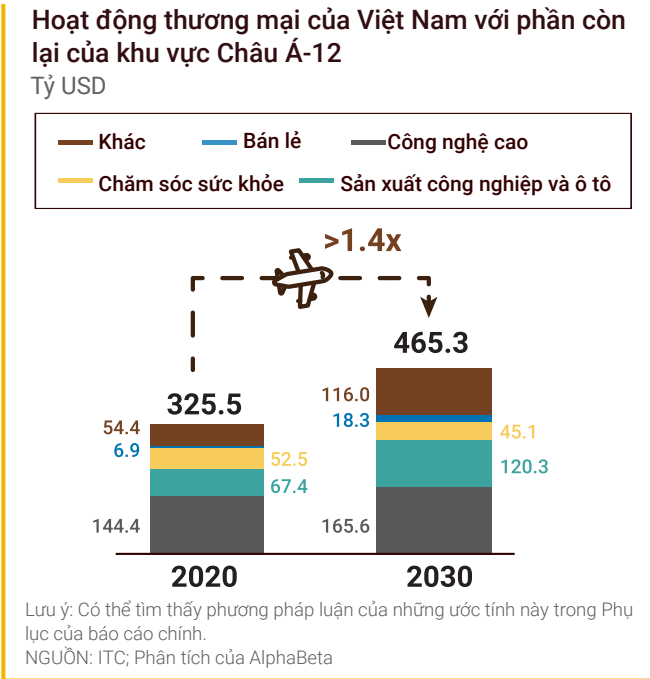
Trong một thế kỷ vừa qua, châu Á đã phát triển thành trung tâm sản xuất lớn nhất thế giới. Việt Nam đã để lại dấu ấn nổi bật trong hai thập kỷ qua, được biết đến với việc cung cấp hàng công nghệ và hàng may mặc cho các thị trường trọng điểm từ Trung Quốc đến Mỹ. Các tuyến thương mại trong khu vực châu Á sẽ trở nên quan trọng khi Việt Nam và các thị trường châu Á khác trở thành tâm điểm toàn cầu với những đặc điểm như nhu cầu tiêu dùng mới hình thành, tiến vào giai đoạn tăng trưởng kinh tế bền vững và mức sống được cải thiện. Hiện tại, 2/3 đóng góp của châu Á vào thương mại toàn cầu là giá trị giao dịch thương mại nội Á.

Việt Nam đã nhanh chóng phát triển thành một trung tâm thương mại tầm cỡ khu vực với các sản phẩm tiêu dùng hoàn thiện và có thể củng cố vị trí này trong thập kỷ tới. Việt Nam có tốc độ tăng trưởng thương mại nhanh chóng. Tỷ trọng đóng góp vào giá trị giao dịch thương mại nội Á đã tăng gấp đôi từ mức chỉ 2% vào năm 2011 đến mức 4% vào năm 2020, cao hơn tỷ trọng của Úc và Indonesia, đồng thời ngang bằng với Malaysia và Thái Lan. Đà tăng trưởng được dự báo sẽ vẫn tiếp tục. Giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với 11 thị trường lớn khác (gọi chung là “khu vực Châu Á-12”) có khả năng tăng hơn 40%, từ 326 tỷ USD năm 2020 lên 465 tỷ USD vào năm 2030 (Hình 1). Dự đoán, phần lớn mức tăng trưởng này sẽ được thúc đẩy nhờ tăng cường giao dịch thương mại với các nước láng giềng ASEAN, đồng thời giảm sự phụ thuộc vào hoạt động thương mại với các nền kinh tế Đông Á, đặc biệt là Trung Quốc, đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam năm 2020.¹

Việt Nam dự kiến sẽ gặt hái được những lợi ích thương mại đáng kể từ nhu cầu tiêu dùng mạnh mẽ của nhóm dân cư châu Á giàu có và mức độ đô thị hóa tăng, đồng thời các thỏa thuận thương mại mới đây tham vọng cũng tạo điều kiện thuận lợi. Chỉ trong khu vực khu vực Châu Á-12, 567 triệu người sẽ gia nhập tầng lớp trung lưu trong giai đoạn 2020-30, đồng thời tầng lớp tiêu dùng của khu vực dự kiến sẽ đạt 1,5 tỷ người vào cuối giai đoạn này. Việt Nam dự kiến sẽ có 27 triệu người gia nhập tầng lớp trung lưu vào năm 2030, cùng với hơn 10 triệu cư dân đô thị mới khiến cho nhu cầu tiêu dùng của chính Việt Nam sẽ tăng mạnh. Ngoài ra, việc tham gia Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) cho phép Việt Nam tiếp cận nhiều thị trường xuất khẩu và hàng tiêu dùng hơn mà không gặp nhiều rào cản thương mại.

Giá trị giao dịch thương mại trong bốn phân khúc sản phẩm sau dự kiến sẽ thúc đẩy tăng trưởng, đặc biệt là phân khúc công nghệ cao và phân khúc sản xuất công nghiệp và ô tô: (1) Bán lẻ; (2) Sản xuất công nghiệp và ô tô; (3) Công nghệ cao; (4) Chăm sóc sức khỏe – chiếm 82% giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với phần còn lại của Châu Á. Những loại sản phẩm này thường được vận chuyển bởi đường hàng không. Giá trị giao dịch thương mại của phân khúc công nghệ cao chiếm tỷ trọng lớn nhất trong giá trị giao dịch thương mại nội Á của Việt Nam với 43% tổng giá trị và có thể là động lực tăng trưởng trong tương lai. Đặc biệt xu hướng số hóa của Châu Á sẽ tạo ra nhu cầu đáng kể

hình 1
Giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với khu vực Châu Á-12 sẽ tăng trưởng vào năm 2030



với phân khúc này. Các nền kinh tế thuộc khu vực Châu Á-12 đã được số hóa nhiều hơn mức trung bình toàn cầu đồng thời cũng áp đảo về các chỉ số chấp nhận kỹ thuật số với tốc độ nhanh hơn.² Sẽ có thêm 700 triệu người ở khu vực Châu Á Thái Bình Dương trở thành cư dân mạng vào năm 2025, tạo ra một thế hệ người tiêu dùng thương mại điện tử mới.³ Các tuyến thương mại chính sẽ tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng thương mại, đặc biệt là giao dịch thương mại ngày càng tăng giữa Việt Nam và Hàn Quốc – điển hình là phân khúc công nghệ cao vượt trội hơn tất cả các phân khúc khác tại tuyến thương mại này, tăng 29,6% hàng năm trong giai đoạn tương ứng (so với mức tăng trưởng chung của tất cả phân khúc là 18%). Ngoài ra, phân khúc sản xuất công nghiệp và ô tô của Việt Nam được hỗ trợ bởi chính sách thúc đẩy sản xuất của chính phủ và sẽ đóng góp 20% tổng GDP quốc gia vào năm 2030. Phân khúc này hiện chiếm 21% giá trị giao dịch thương mại nội Á và có dư địa để tăng trưởng xuất khẩu.⁴ Giá trị giao dịch thương mại với khu vực Châu Á-12 trong phân khúc này có thể tăng gần gấp đôi vào năm 2030.

Tăng cường đầu tư để đổi mới chuỗi cung ứng và xây dựng cơ sở hạ tầng chất lượng cao cũng sẽ góp phần củng cố khả năng phục hồi trong dài hạn. Chính phủ Việt Nam đã khuyến khích số hóa chuỗi cung ứng kể từ khi đại dịch bắt đầu thông qua Chương trình chuyển đổi kỹ thuật số quốc gia. Chương trình dự kiến sẽ hiện đại hóa cơ sở hạ tầng chuỗi cung ứng của nền kinh tế và khuyến khích các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa tham gia môi trường thương mại điện tử.⁵ So với các nước láng giềng, ngành sản xuất tương đối tiên tiến của Việt Nam và những chuỗi cung ứng liên kết đã giúp tăng khả năng phục hồi trước các cú sốc như đại dịch và tạo điều kiện thuận lợi để tận dụng những cơ hội thương mại do bốn phân khúc sản phẩm mang lại trên phạm vi toàn châu Á.⁶

Sự chậm trễ trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng và căng thẳng địa chính trị là những trở ngại chính có thể hạn chế tiềm năng thương mại

Bất chấp tiềm năng thương mại đáng kể mà khu vực nội Á mang lại cho Việt Nam, vẫn còn tồn tại một loạt các rào cản khi giao dịch thương mại với khu vực rộng lớn hơn và những rào cản này có thể sẽ gia tăng trong thập kỷ tới. Gần 200 doanh nghiệp được khảo sát để thực hiện nghiên cứu này đã chỉ ra sáu rào cản chính mà các doanh nghiệp ở Việt Nam cần giải quyết. Các rào cản được xếp theo thứ tự cản trở nhiều nhất đến ít nhất đối với giao dịch thương mại trong khu vực rộng lớn hơn ở thời điểm hiện tại (Hình 2). Những vấn đề này phần lớn vẫn chưa được giải quyết bằng chính sách và biện pháp kinh doanh cụ thể. Nguyên nhân là do căng thẳng thương mại, chuyển dịch chuỗi cung ứng, đầu tư không đồng đều và sự tham gia của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa trong chuỗi cung ứng.

Do những rào cản này, giá trị giao dịch thương mại của Việt Nam với khu vực Châu Á-12 có thể giảm vào năm 2030. Giá trị giao dịch thương mại có thể đạt mức 267 tỷ USD trong kịch bản “Đảo ngược toàn cầu hóa” này – giảm 12% so với số liệu năm 2020 do các trở ngại đối với thương mại gia tăng.

Căng thẳng địa chính trị gia tăng là một trong những nguyên nhân chính của các rào cản thương mại này. Trong quá khứ, những rủi ro địa chính trị như tranh chấp lãnh thổ, kinh tế và chính trị giữa các nền kinh tế đã được chứng minh là sẽ gây bất lợi cho hoạt động thương mại, đặc biệt là trong phân khúc công nghệ cao và bán lẻ. Các quy tắc để xây dựng sự đồng thuận và ra quyết định của ASEAN tiếp tục cản trở tiến bộ và hợp tác kinh tế. Mặc dù đã hội nhập kinh tế sâu rộng hơn qua vài thập kỷ, rào cản thương mại vẫn còn tồn tại do các nước thành viên ASEAN miễn cưỡng thống nhất những tiêu chuẩn và thông lệ của họ. Những căng thẳng địa chính trị như vậy tạo ra các chính sách hoặc hạn chế thương mại nghiêm ngặt trong phạm vi ASEAN cũng như trên toàn châu Á. Những chính sách hoặc hạn chế đó có thể ảnh hưởng tiêu cực đến triển vọng thương mại dài hạn của Việt Nam.

Hạn chế trong việc phát triển cơ sở hạ tầng hậu cần ở Việt Nam có thể làm giảm khả năng phục vụ các nhu cầu cốt lõi của những nền kinh tế đang phát triển nhanh chóng. Đặc biệt, nếu không nâng cấp đáng kể cơ sở hạ tầng hậu cần, Việt Nam có thể sẽ phải đối mặt với nguy cơ vượt mất cơ hội giao thương. Việc huy động vốn cho các khoản đầu tư vào lĩnh vực hậu cần ở Việt Nam đang gặp phải những thách thức to lớn.⁷ Ngành hậu cần cũng bị phân tán nặng nề với 95% doanh nghiệp hậu cần là doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa. Điều này hạn chế tiềm năng đổi mới và đầu tư quy mô lớn vì những doanh nghiệp nhỏ này sẽ gặp vô vàn khó khăn khi tháo gỡ các nút thắt trong toàn ngành.⁸

Cuối cùng là những áp lực do đại dịch COVID-19 gây ra cùng với tiến bộ nhanh chóng trong lĩnh vực robot và tự động hóa đã kìm hãm dòng chảy thương mại. Những xu hướng này có thể gây ra tình trạng thiếu lao động, thiếu kỹ năng và rút ngắn chuỗi cung ứng do thay đổi khả năng cạnh tranh về chi phí, ngăn cản việc mở rộng quy mô thương mại và nâng cao tiềm

hình 2

Doanh nghiệp Việt Nam đối mặt với 6 rào cản thương mại khu vực

Những rào cản chính đối với thương mại Việt Nam

Dựa trên xếp hạng trung bình của những bên được hỏi có tiến hành hoạt động thương mại tại Việt Nam



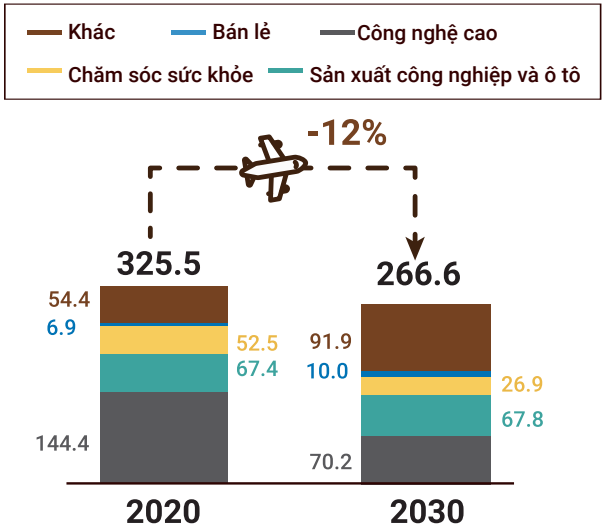
NGUỒN: Khảo sát ngành về 198 doanh nghiệp tiến hành hoạt động thương mại với các nền kinh tế khu vực Châu Á-12; Phân tích của AlphaBeta

hình 3

Giá trị giao dịch thương mại giữa Việt Nam với khu vực Châu Á-12 có thể bị giảm sút do gặp phải khó khăn

Hoạt động thương mại của Việt Nam với phần còn lại của khu vực Châu Á-12

Tỷ USD



Lưu ý: Có thể tìm thấy phương pháp luận của những ước tính này trong Phụ lục của báo cáo chính.

NGUỒN: ITC; Phân tích của AlphaBeta

năng thương mại của Việt Nam. Hai phần ba số doanh nghiệp châu Á được Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) khảo sát vào năm 2021 cho biết họ có kế hoạch tìm kiếm thêm nguồn hàng tại địa phương trong những năm tới – điều này có khả năng sẽ hạn chế tiềm năng của Việt Nam trong việc giao dịch sâu rộng hơn với các thị trường ở xa.⁹

Các chính phủ và doanh nghiệp phải chủ động giảm thiểu những rủi ro này để tận dụng cơ hội thương mại nội Á

Các bên liên quan cần hành động để giảm bớt những cản trở đối với hoạt động thương mại trong khu vực, đồng thời khai thác các cơ hội để thúc đẩy tăng trưởng đột phá. Chìa khóa để giải quyết các rào cản lớn đối với thương mại không chỉ nằm ở hành động của doanh nghiệp hay chính phủ mà cần có sự tham gia tích cực của tất cả các bên liên quan trong khu vực và trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Có ba lĩnh vực chính mà các bên liên quan tại Việt Nam có thể thực hiện: (1) Củng cố khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng thông qua hỗ trợ đầu tư công-tư; (2) Hợp tác để thống nhất các tiêu chuẩn sản phẩm bằng cách thiết lập mối quan hệ đối tác bền chặt giữa lãnh đạo doanh nghiệp, hiệp hội thương mại, cơ quan chứng nhận và cơ quan quản lý; (3) Đàm phán các thỏa thuận thương mại toàn diện trong khu vực nhằm xóa bỏ hàng rào thuế quan còn áp dụng,

thống nhất tiêu chuẩn, đơn giản hóa thủ tục hải quan, thúc đẩy khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa, đảm bảo hợp tác và ngoại giao trong trường hợp có tranh chấp địa chính trị.

Các doanh nghiệp có lợi ích thương mại tại Việt Nam và các doanh nghiệp trong lĩnh vực hậu cần phải củng cố khả năng phục hồi trước những thách thức tiềm tàng, đồng thời sẵn sàng nắm bắt các cơ hội mà tăng trưởng thương mại nội Á mang lại. Các doanh nghiệp có thể thực hiện 3 hoạt động chính bao gồm đa dạng hóa chuỗi cung ứng, số hóa toàn diện và tích hợp các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa vào chuỗi cung ứng khu vực.

01 Đa dạng hóa chuỗi cung ứng



Lập kế hoạch cho cả thách thức và cơ hội bằng cách đa dạng hóa chuỗi cung ứng thông qua việc tận dụng các tuyến thương mại có khả năng phục hồi và nhắm tới các tuyến thương mại có tốc độ tăng trưởng cao và giá trị lớn. Đại dịch COVID-19 đã khiến cho việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng trở thành một chiến lược quan trọng khi củng cố khả năng phục hồi của lưu lượng mậu dịch. Nhiều tuyến thương mại mang lại cơ hội tăng trưởng mạnh mẽ khi cân nhắc giao thương với Việt Nam (Hình 4). Những cơ hội này bao gồm giao thương trong phân khúc sản xuất công nghiệp và ô tô với Trung Quốc; trong phân khúc chăm sóc sức khỏe với Đài Loan và Úc; trong phân khúc bán lẻ và công

nghệ cao với các thị trường ASEAN như Thái Lan và Philippines. Ngoài ra, các tuyến đường thương mại trong phân khúc sản xuất công nghiệp và ô tô cũng có khả năng phục hồi tốt bởi cho dù viễn cảnh “đảo ngược toàn cầu hóa” có xảy ra thì 61% giá trị thương mại hiện nay của các tuyến đó vẫn có khả năng tăng trưởng. Mặt khác, trong kịch bản không có rào cản với hoạt động thương mại, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn có cơ hội gia nhập các tuyến giao thương có giá trị và tốc độ tăng trưởng cao (Hình 5). Trung Quốc được kỳ vọng vẫn là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trên tất cả các phân khúc chính, cho dù Việt Nam sẽ giảm bớt sự phụ thuộc vào giá trị giao dịch thương mại với Trung Quốc trong thập kỷ tới. Trong khi đó, các thị trường ASEAN như Philippines, Thái Lan, Indonesia và Malaysia được kỳ vọng sẽ mang đến cho các doanh nghiệp Việt Nam cơ hội tăng trưởng mạnh mẽ về giá trị giao dịch thương mại trong tất cả các phân khúc chính. Đặc biệt, khi thị trường ASEAN ngày càng chú trọng đầu tư vào những nền tảng thương mại điện tử và năng lực hậu cần có thể thúc đẩy hoạt động thương mại, các doanh nghiệp ở Việt Nam sẽ có thể tiếp cận nhiều điểm đến xuất khẩu hơn. Bên cạnh thực tế năng lực sản xuất đang được cải thiện nhanh chóng (do ngày càng có nhiều công ty đa quốc gia xây dựng dây chuyền sản xuất trên thị trường), những nền tảng thương mại điện tử mang đến cho các nhà bán lẻ trong nước cơ hội tiếp thị sang những thị trường khác ngoài ASEAN, qua đó thúc đẩy tăng trưởng thương mại của Việt Nam. Việt Nam là một thành viên của Hiệp định RCEP, vì vậy các doanh nghiệp có thể sử dụng những công cụ tư vấn như Trade Assist™ của UPS để phát triển các phương thức xoay quanh chuỗi cung ứng của họ đồng thời tận dụng lợi ích của hiệp định thương mại tự do.

02 Số hóa toàn diện



Số hóa hoạt động từ đầu đến cuối. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 thúc đẩy việc áp dụng công nghệ kỹ thuật số tại Việt Nam, các doanh nghiệp cũng có nhiều cơ hội hơn để số hóa hoạt động kinh doanh của mình nhằm tạo ra các chuỗi cung ứng nội địa được tích hợp và điều phối hiệu quả. Một cuộc khảo sát các doanh nghiệp tại Việt Nam cho thấy 82% doanh nghiệp chưa quen với việc áp dụng công nghệ Công nghiệp 4.0 (I4.0), qua đó cho thấy những khó khăn tiềm ẩn trong việc áp dụng các công cụ tiên tiến để vận hành.¹¹ Các công cụ tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích và xác định mã thuế quan hoặc tự động nhập dữ liệu hải quan cũng có thể giúp doanh nghiệp xử lý thủ

tục xuất nhập khẩu theo quy định một cách trơn tru hơn, qua đó hoạt động thương mại trở nên đơn giản và hiệu quả. UPS sử dụng AI để tìm hiểu những hình thức và hành vi vận chuyển riêng lẻ nhằm đơn giản hóa quy trình vận chuyển và giúp các doanh nghiệp nhỏ vận chuyển dễ dàng. Một loạt các Giao diện lập trình ứng dụng (API) cấm và chạy cho phép doanh nghiệp truy xuất thuế nhập khẩu, thuế và phí môi giới ước tính xuyên biên giới. Công cụ này giúp giảm thời gian trì hoãn thủ tục hải quan và tính toán chính xác tất cả các khoản phí và thuế liên quan, cho phép các doanh nghiệp theo dõi chi phí của họ. Các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng có thể áp dụng những công cụ kỹ thuật số cung cấp khả năng hiển thị theo thời gian thực và tự động hóa các quy trình để cải thiện năng suất. Ví dụ, doanh nghiệp có thể sử dụng dữ liệu nguồn mở để có thông tin kịp thời và chính xác nhằm quản lý hoạt động vận tải, tối ưu hóa các tuyến đường vận tải và tiết kiệm từ 5 đến 10% chi phí cho người dùng.¹²

03



**Hợp tác và tích hợp
các doanh nghiệp
siêu nhỏ, nhỏ và vừa**

Cho phép các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa tham gia vào chuỗi cung ứng của khu vực. Các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa thường phải chịu chi phí cao hơn khi đối mặt những rào cản thương mại và thường thiếu quy mô hoạt động cần thiết để thu lợi nhuận từ thương mại hoặc thiếu kiến thức về các giao dịch thương mại để mở rộng hoạt động kinh doanh sang thị trường khác.¹³ Do đó, điều quan trọng đối với các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa cũng như các công ty lớn hơn là hợp tác để khuyến khích sự tham gia sâu rộng vào hoạt động thương mại, qua đó cả hai bên đều cùng có lợi. Các doanh nghiệp lớn hơn có vai trò quan trọng và có thể kết nối các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa với nhà đầu tư hoặc cung cấp tài trợ để tăng cường năng lực xuất khẩu sản phẩm của họ trên toàn cầu.¹⁴ Doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa cũng có thể áp dụng các công cụ kỹ thuật số tương thích với mạng lưới hậu cần quốc tế để theo dõi hiệu quả hơn – ví dụ: tận dụng công cụ My Choice® dành cho Doanh nghiệp của UPS, cho phép các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa tập trung dữ liệu vận chuyển và giảm nhẹ gánh nặng quản lý nhiều luồng hậu cần trên các hệ thống khác nhau.¹⁵

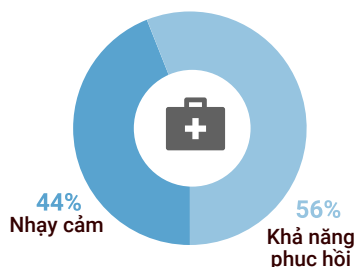
hình 4

Các công ty có thể giảm ảnh hưởng của cú sốc trong chuỗi cung ứng bằng cách đầu tư vào những tuyến thương mại có khả năng phục hồi trong từng phân khúc

Tỷ trọng thương mại của Việt Nam với khu vực Châu Á-12 nhạy cảm với các cú sốc địa chính trị, theo các phân khúc¹

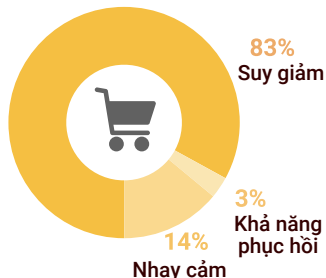
Tỷ trọng giá trị thương mại của từng phân khúc ưu tiên vào năm 2020 (%)

5 đối tác thương mại có khả năng phục hồi tốt nhất theo giá trị hiện nay



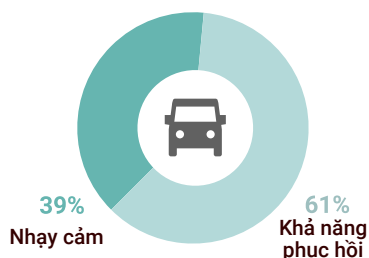
Trung Quốc
Thái Lan
Malaysia
Indonesia
Úc

Chăm sóc sức khỏe



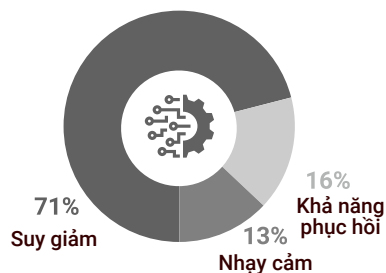
Thái Lan
Philippines

Bán lẻ



Trung Quốc
Đài Loan
Indonesia
Malaysia
Hong Kong

Sản xuất công nghiệp và ô tô



Hong Kong
Đài Loan
Thái Lan
Philippines
Indonesia

Công nghệ cao

1. Mỗi con số đại diện cho tỷ trọng giá trị thương mại vào năm 2020 được dự báo sẽ giảm và xếp theo từng loại vào năm 2030: khả năng phục hồi, nhạy cảm và suy giảm. Tuyến thương mại có khả năng phục hồi đề cập đến các tuyến thương mại có thể tăng trưởng tích cực trong kịch bản tích cực hoặc lạc quan. Tuyến thương mại nhạy cảm đề cập đến các tuyến thương mại chỉ có thể tăng trưởng tích cực trong kịch bản lạc quan. Tuyến thương mại suy giảm đề cập đến các tuyến thương mại có thể bị thu hẹp với số lượng nhỏ ở một trong hai kịch bản.

NGUỒN: ITC; Phân tích của AlphaBeta

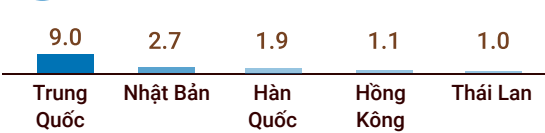
hình 5

Trung Quốc sẽ tiếp tục là đối tác thương mại quan trọng trên tất cả các phân khúc còn các thị trường ASEAN mang đến cơ hội tăng trưởng cho Việt Nam

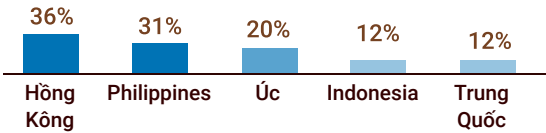
5 đối tác hàng đầu về tuyến thương mại dự kiến, theo giá trị vào năm 2030, tỷ USD¹



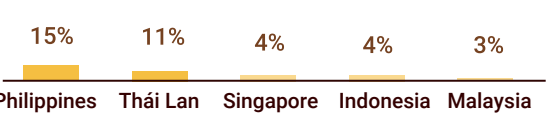
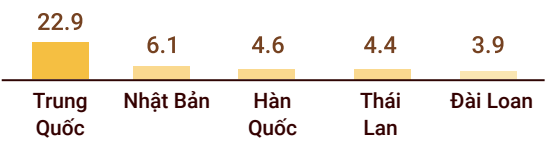
Chăm sóc sức khỏe



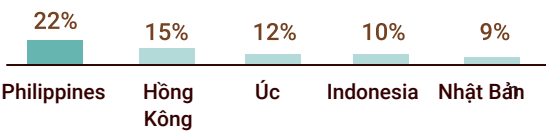
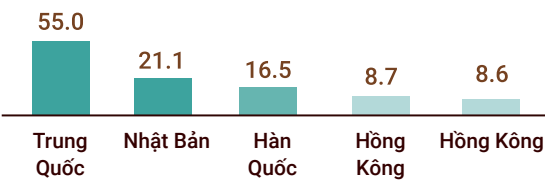
5 đối tác hàng đầu về tuyến thương mại dự kiến, theo tốc độ tăng trưởng đến năm 2030, %¹



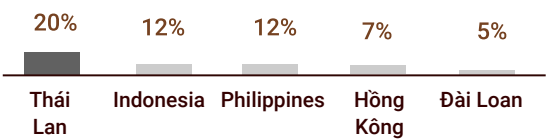
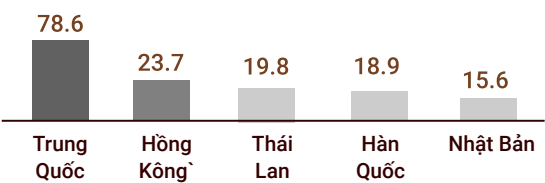
Bán lẻ



Sản xuất công nghiệp và ô tô



Công nghệ cao



1. Các dự báo được nêu trong Chương 1 dựa trên kịch bản lạc quan về môi trường thương mại của châu Á trong đó thương mại nội Á sẽ có bước đột phá, được thúc đẩy bởi các xu hướng như hiệp định thương mại khu vực, đổi mới chuỗi cung ứng và gia tăng số hóa. Những dự báo này nên được coi là kết quả lý tưởng thay vì là hướng dẫn.
NGUỒN: ITC; Phân tích của AlphaBeta

Endnotes

1. Bích T. Tran, ISEAS (2021), "Việt Nam tiếp tục nỗ lực giảm phụ thuộc thương mại vào Trung Quốc". Xem tại: <https://www.iseas.edu.sg/articles-commentaries/iseas-perspective/2021-114-vietnam-continues-efforts-to-reduce-trade-dependence-on-china-by-bich-t-tran/>
2. Chỉ số chấp nhận kỹ thuật số của Ngân hàng Thế giới (DAI) dành cho doanh nghiệp, với phạm vi từ 0 đến 1, đo lường mức độ sử dụng các công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp để tăng năng suất (với 1 là mức cao nhất). Xem Ngân hàng Thế giới (2016), Chỉ số chấp nhận kỹ thuật số. Xem tại: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016/Digital-Adoption-Index>
3. GSMA (2020), Nền kinh tế di động của khu vực Châu Á Thái Bình Dương năm 2020. Xem tại: https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/06/GSMA_MobileEconomy_2020_AsiaPacific.pdf
4. LuậtVietnam (2018), "Nghị quyết số 23/NQ-TW ngày 22 tháng 3 năm 2018". Xem tại: <https://english.luatvietnam.vn/resolution-no-23-nq-tw-dated-march-22-2018-of-the-political-bureau-on-the-orientation-to-formulate-the-national-industrial-development-towards-2030-192560-Doc1.html>
5. Vietnam News (2020), "Chuyển đổi kỹ thuật số giúp các doanh nghiệp gia nhập chuỗi cung ứng mới". Xem tại: <https://vietnamnews.vn/economy/770264/digital-transformation-helps-firms-join-new-supply-chain.html>
6. Nguồn bao gồm: PwC Việt Nam (2020), "Chuỗi cung ứng của tương lai". Xem tại: <https://www.pwc.com/vn/en/publications/2020/pwc-vietnam-supply-chain-of-tomorrow-en.pdf>; TechWire in Asia (2022), "Việt Nam và ngành sản xuất: Điều gì làm nên thành công?". Xem tại: <https://techwireasia.com/2022/01/vietnam-and-manufacturing-whats-driving-its-success/>; Fitch Ratings (2022), "Việt Nam tăng cường xuất khẩu để nhanh chóng phục hồi tăng trưởng". Xem tại: <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/vietnams-robust-exports-to-underpin-rapid-growth-rebound-25-01-2022>
7. International Finance Corporation (2020), "IFC hỗ trợ phát triển ngành hậu cần Việt Nam nhằm nâng cao giá trị thương mại và năng lực cạnh tranh của nền kinh tế". Xem tại: <https://pressroom.ifc.org/all/pages/PressDetail.aspx?ID=17764>
8. International Finance Corporation (2020), "IFC hỗ trợ phát triển ngành hậu cần Việt Nam nhằm nâng cao giá trị thương mại và năng lực cạnh tranh của nền kinh tế". Xem tại: <https://pressroom.ifc.org/all/pages/PressDetail.aspx?ID=17764>
9. Ngân hàng Phát triển Châu Á (2021), Báo cáo về điều kiện thuận lợi cho thương mại tại khu vực Châu Á Thái Bình Dương năm 2021. Xem tại: <http://dx.doi.org/10.22617/SPR210365-2>
10. Vietnam News (2021), "Đại dịch tăng tốc quá trình số hóa, chuyển đổi công nghệ". Xem tại: <https://vietnamnews.vn/economy/1033622/pandemic-speeds-up-digitisation-technology-transformation.html>
11. Open Gov Asia (2021), "Chuyển đổi kỹ thuật số tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam trong thời kỳ COVID-19". Xem tại: <https://opengovasia.com/digital-transformation-in-vietnamese-smes-amid-covid-19/>
12. Vietnam Investment Review (2021), "Hiện đại hóa chuỗi cung ứng ở Việt Nam là thực tiễn tốt nhất trong ngành cho khu vực Đông Nam Á". Xem tại: <https://vir.com.vn/supply-chain-modernisation-in-vietnam-presents-industry-best-practice-for-southeast-asia-88213.html>
13. South China Morning Post (2019), "Trung Quốc cam kết dỡ bỏ 'các rào cản và hạn chế bất hợp lý' để hỗ trợ những doanh nghiệp vừa và nhỏ trong bối cảnh chiến tranh thương mại". Xem tại: <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3005218/china-pledges-remove-unreasonable-barriers-and-restrictions>
14. UPS (2022), "Kiên cường đầy kiêu hãnh". Xem tại: https://solutions.ups.com/woman-owned-proudlyunstoppable-ussp-page.html?WT.mc_id=VAN701936
15. UPS (2022), "My Choice dành cho doanh nghiệp". Xem tại: <https://www.ups.com/vn/en/services/tracking/my-choice-for-business.page>

