

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

BÁO CÁO THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ VIỆT NAM 2025

**CÁC ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI
CHO THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM
TRONG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH
BẢN TÓM TẮT**

HÀ NỘI – 2025

THAM GIA BIÊN SOẠN

Chủ biên: PGS. TS. Đào Ngọc Tiến, TS. Vũ Kim Ngân

Các tác giả:

PGS. TS. Đào Ngọc Tiến, TS. Vũ Kim Ngân, ThS. Trần Vũ Trung: Chương 1

PGS. TS. Đào Ngọc Tiến, TS. Vũ Kim Ngân, ThS. Nguyễn Minh Phương:
Chương 2

TS. Đỗ Ngọc Kiên, TS. Cao Thị Hồng Vinh: Chương 3

PGS. TS. Nguyễn Ngọc Hà, TS. Phùng Thị Yến, ThS. Trịnh Thị Thu Hiền,
ThS. Trịnh Thị Lan Anh: Chương 4

PGS. TS. Trịnh Thị Thu Hương, PGS. TS. Nguyễn Thị Bình: Chương 5

Hỗ trợ kỹ thuật:

PGS. TS. Trần Thị Ngọc Quyên

ThS. Vũ Hoàng Anh

CN. Trần Ý Nhi

Báo cáo Thương mại Quốc tế Việt Nam 2025 được thực hiện trong khuôn khổ Chương trình WTO Chairs tại Trường Đại học Ngoại thương, phối hợp với Viện Nghiên cứu sáng tạo (Trường Đại học Ngoại thương). Nội dung của Báo cáo thể hiện quan điểm của các tác giả, không thể hiện quan điểm của Trường Đại học Ngoại thương hay bất kỳ cơ quan, tổ chức nào khác có liên quan.

Bản quyền của Báo cáo thuộc về Trường Đại học Ngoại thương.

© Trường Đại học Ngoại thương.

Trích dẫn:

Trường Đại học Ngoại thương, *Báo cáo Thương mại quốc tế Việt Nam 2025: Các động lực tăng trưởng mới cho thương mại quốc tế của Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình (Bản tóm tắt)*, Hà Nội, 2025.

MỤC LỤC

MỤC LỤC	iv
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT ĐƯỢC SỬ DỤNG TRONG BÁO CÁO	vi
LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: KIẾN TẠO TƯƠNG LAI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM - ĐỘNG LỰC MỚI VÀ TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC ĐỂ CẮT CÁNH TRONG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH	3
1.1. Vai trò của thương mại quốc tế đối với phát triển kinh tế Việt Nam	4
1.2. Bối cảnh quốc tế mới: cơ hội và thách thức	4
1.3. Nhận diện và phân tích mối liên hệ giữa các động lực tăng trưởng mới	7
1.4. Tầm nhìn chung về thương mại quốc tế và phối hợp hành động giữa Nhà nước – doanh nghiệp – trường đại học	8
CHƯƠNG 2: HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI – ĐỘNG LỰC NỀN TẢNG THỂ CHẾ ĐỂ HỘI NHẬP TOÀN DIỆN	11
2.1. Bối cảnh địa chính trị và sự định hình của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới	11
2.2. Cam kết chiến lược của Việt Nam trong các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới	12
2.3. Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới – Động lực nền tảng thể chế cho thương mại quốc tế Việt Nam	13
2.4. Cơ hội và thách thức	15
2.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp	16
CHƯƠNG 3: THƯƠNG MẠI SỐ – ĐỘNG LỰC CÔNG NGHỆ ĐỂ BỨT PHÁ	19
3.1. Thương mại số – Cách mạng hóa giao dịch và mở ra biên giới thương mại mới	19

3.2. Vị thế và nền tảng phát triển thương mại số của Việt Nam trong cuộc đua toàn cầu.....	20
3.3. Thương mại số: Động lực công nghệ cho thương mại quốc tế Việt Nam	22
3.4. Cơ hội và thách thức	23
3.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp.....	24
CHƯƠNG 4: THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG - ĐỘNG LỰC CHUẨN MỰC ĐỂ CHIẾM LĨNH THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	27
4.1. Thương mại bền vững: Định hình chuẩn mực của thị trường toàn cầu.....	27
4.2. Thương mại bền vững Việt Nam: Chính phủ kiến tạo và doanh nghiệp chuyển mình	28
4.3. Thương mại bền vững: Động lực chuẩn mực cho thương mại quốc tế Việt Nam	32
4.4. Cơ hội và thách thức	33
4.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp.....	34
CHƯƠNG 5: CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU – ĐỘNG LỰC CẤU TRÚC ĐỂ NÂNG TẦM VỊ THẾ VIỆT NAM.....	37
5.1. Cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu và sự tái định hình trật tự thương mại quốc tế	37
5.2. Vị thế và định vị của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu	38
5.3. Tái cấu trúc chuỗi giá trị – Động lực chiến lược cho Việt Nam.....	39
5.4. Cơ hội và thách thức	42
5.5. Hàm ý chính sách và kiến nghị cho doanh nghiệp.....	44
KẾT LUẬN	47

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
AFS	: Hiệp định trợ cấp nghề cá của WTO
AI	: Trí tuệ nhân tạo
ASC	: Chứng nhận nuôi trồng bền vững
ASEAN	: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
CBAM	: Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon
CNTT	: Công nghệ thông tin
CPTPP	: Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
CSDDD	: Chỉ thị về Thẩm định tính bền vững của doanh nghiệp
CSDR	: Chỉ thị về Báo cáo bền vững doanh nghiệp
DEPA	: Hiệp định đối tác kinh tế số
DIP	: Nền tảng trung gian số lớn
DVA	: Giá trị gia tăng nội địa
EPR	: Trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất
ESG	: Môi trường – xã hội – quản trị
ESRS	: Chuẩn mực Báo cáo bền vững châu Âu
EU	: Liên minh châu Âu
EUDR	: Quy định về chống phá rừng của Liên minh châu Âu
EVFTA	: Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu
FDI	: Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FSC	: Chứng nhận quản lý rừng bền vững
FTA	: Hiệp định thương mại tự do

GDP	: Tổng sản phẩm quốc dân
GVCs	: Chuỗi giá trị toàn cầu
ILO	: Tổ chức Lao động Quốc tế
IoT	: Internet vạn vật
IUU	: Khai thác hải sản bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định
MSMEs	: Doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ
OECD	: Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
R&D	: Nghiên cứu và phát triển
RAC	: Chứng nhận của Liên minh Rừng mưa
RCEP	: Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực
SME	: Doanh nghiệp vừa và nhỏ
TMĐT	: Thương mại điện tử
UKVFTA	: Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Vương quốc Anh
USMCA	: Hiệp định Hoa Kỳ - Mexico - Canada
VCCI	: Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
WTO	: Tổ chức Thương mại Thế giới

LỜI NÓI ĐẦU

Sau gần bốn thập kỷ thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế và kiên định theo đuổi đường lối hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, Việt Nam đã đạt được những thành tựu mang tính bước ngoặt, tạo dựng nền tảng vững chắc cho quá trình phát triển đất nước. Trong suốt giai đoạn này, thương mại quốc tế đã trở thành một trong những động lực tăng trưởng chủ chốt, giúp Việt Nam đạt được những bước tiến vượt bậc về quy mô và mức độ hội nhập của nền kinh tế.

Tuy nhiên, bối cảnh thương mại toàn cầu hiện nay đang chịu tác động đồng thời của bốn xu hướng lớn, mang tính định hình lại “luật chơi” quốc tế và vị thế của mỗi quốc gia. *Thứ nhất*, cạnh tranh giữa các cường quốc và căng thẳng khu vực làm gia tăng xu hướng phân mảnh địa chính trị, dẫn tới sự hình thành các *khối công nghệ* và chiến lược *friend-shoring*, thay thế động lực truyền thống thuần túy dựa trên lợi thế so sánh. *Thứ hai*, Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư đang thúc đẩy sự nổi lên của mô hình thương mại dựa trên dữ liệu, với khoảng 60% giao dịch được hỗ trợ bởi công nghệ số. *Thứ ba*, yêu cầu về phát triển bền vững trở thành tiêu chuẩn thị trường bắt buộc: các quy định và tiêu chí môi trường – xã hội – quản trị (ESG), cơ chế CBAM và các công cụ xanh khác đang chuyển từ tính khuyến khích sang điều kiện tiên quyết để tiếp cận thị trường. *Cuối cùng*, sự giao thoa của các yếu tố này đang buộc chuỗi giá trị toàn cầu (GVCs) phải tái cấu trúc sâu sắc, dịch chuyển trọng tâm từ ưu tiên hiệu quả chi phí sang ưu tiên về an ninh, sức chống chịu và tính minh bạch.

Những thách thức nêu trên đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với Việt Nam trong việc tìm kiếm và khai thác các động lực tăng trưởng mới, nhằm chuyển dịch từ mô hình tăng trưởng dựa trên chi phí sang mô hình dựa trên năng suất và đổi mới sáng tạo, đồng thời giải quyết triệt để những điểm nghẽn cấu trúc nội tại của nền kinh tế. Đây cũng chính là bước cụ thể hóa các chủ trương, định hướng lớn của Đảng và Nhà nước về phát triển và hội nhập trong giai đoạn mới, đặc biệt được thể hiện trong Nghị quyết số 59-NQ/TW năm 2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới, với chủ trương “*đối ngoại tiên phong, hội nhập đồng bộ và sâu rộng*”.

Báo cáo này được xây dựng với mục tiêu nhận diện và phân tích chuyên sâu bốn động lực tăng trưởng mới mang tính xuyên tầng—khởi phát từ những xu hướng ở cấp độ toàn cầu nhưng được hiện thực hóa và phối hợp ở cấp độ quốc gia và doanh nghiệp. Sau Chương 1 giới thiệu tổng quan về các động lực tăng trưởng mới và vai trò của Nhà nước kiến tạo - doanh nghiệp trung tâm - trường đại học kết nối, báo cáo được kết cấu thành các chương tiếp theo như sau:

Chương 2: “Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới – Động lực nền tảng thể chế để hội nhập toàn diện” phân tích cách các FTA thế hệ mới thiết lập khuôn khổ pháp lý vững chắc, thúc đẩy cải cách thể chế, bảo vệ dữ liệu, và thực

hiện cam kết phát triển bền vững, trở thành cơ sở pháp lý để quản trị rủi ro và tăng sức chống chịu của chuỗi giá trị.

Trên nền tảng thể chế này, **Chương 3: “Thương mại số - Động lực công nghệ để bứt phá”** tập trung vào vai trò của công nghệ số, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI) và công nghệ chuỗi khối (Blockchain), trong việc giảm chi phí giao dịch, tăng khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs), cũng như nâng cao tính minh bạch trong việc tuân thủ các các chuẩn mực phát triển bền vững.

Chương 4: “Thương mại bền vững – Động lực chuẩn mực để chiếm lĩnh thị trường toàn cầu” khẳng định thương mại bền vững là xu thế tất yếu, là các chuẩn mực bắt buộc để doanh nghiệp duy trì khả năng tiếp cận các thị trường có tiêu chuẩn cao. Việc tuân thủ chuẩn mực bền vững giúp doanh nghiệp chuyển từ mô hình cạnh tranh dựa trên giá rẻ sang cạnh tranh dựa trên giá trị, từ đó nâng tầm vị thế trong GVCs và củng cố thương hiệu quốc gia trong dài hạn.

Cuối cùng, **Chương 5: “Chuỗi giá trị toàn cầu – Động lực cấu trúc để nâng tầm vị thế Việt Nam”** nhấn mạnh khả năng định vị lại vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu là kết quả tổng hòa của ba động lực trên: i) có khuôn khổ pháp lý quốc tế rõ ràng và ổn định thông qua các FTA thế hệ mới; ii) có công cụ công nghệ số để tối ưu hoá hoạt động sản xuất – kinh doanh, qua đó tận dụng hiệu quả các cơ hội do thương mại số mang lại; và iii) đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng cao của thị trường toàn cầu thông qua thương mại bền vững.

Báo cáo kiến nghị một chiến lược hành động tổng thể, đồng bộ và đa tầng, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa **“Nhà nước kiến tạo – doanh nghiệp trung tâm – trường đại học kết nối”** để chuyển hóa các động lực bên ngoài thành lợi thế phát triển nội sinh, giúp Việt Nam bứt phá và khẳng định vai trò là một mắt xích giá trị cao trong chuỗi giá trị toàn cầu trong kỷ nguyên mới.

CHƯƠNG 1:

KIẾN TẠO TƯƠNG LAI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM - ĐỘNG LỰC MỚI VÀ TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC ĐỂ CÁT CÁNH TRONG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH

Việt Nam đã dần định vị rõ nét trên bản đồ kinh tế toàn cầu sau gần bốn thập kỷ kiên trì thực hiện đường lối hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, đạt được những thành tựu mang tính bước ngoặt và tạo dựng nền tảng vững chắc cho quá trình phát triển đất nước. Đặc biệt, sau khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào năm 2007, Việt Nam đã tiếp tục đẩy mạnh hội nhập quốc tế toàn diện thông qua đàm phán, ký kết và thực thi hàng loạt FTA, trong đó nổi bật là các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA. Các hiệp định này vượt xa khuôn khổ cam kết truyền thống của WTO, khi bao gồm nhiều quy định WTO+ (mở rộng phạm vi và độ sâu cam kết so với WTO) và WTO-X (cam kết mới nằm ngoài khuôn khổ WTO), phản ánh xu thế chuyển đổi mô hình tăng trưởng thương mại quốc tế từ tự do hoá đơn thuần sang tích hợp sâu về thể chế, tiêu chuẩn và công nghệ.

Với cách tiếp cận đa lĩnh vực, sự tham gia ngày càng gắn kết của nhiều chủ thể trong nền kinh tế đã giúp thương mại quốc tế của Việt Nam đạt được mức tăng trưởng ấn tượng và hội nhập sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu này, thương mại quốc tế của Việt Nam vẫn đang đối diện với nhiều thách thức mang tính cấu trúc và chiến lược, tiềm ẩn nguy cơ cản trở tiến trình phát triển bền vững trong trung và dài hạn. *Thứ nhất*, cơ cấu xuất nhập khẩu vẫn phụ thuộc lớn vào một số thị trường chủ lực, khiến nền kinh tế dễ tổn thương trước các biến động địa chính trị, kinh tế và thương mại quốc tế, đặc biệt trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ và phân mảnh thương mại đang gia tăng. *Thứ hai*, mặc dù cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đã chuyển dịch theo hướng công nghệ cao và chế biến sâu, tỷ lệ giá trị gia tăng nội địa (DVA) trong xuất khẩu của Việt Nam chỉ đạt khoảng 20–25%, do các doanh nghiệp trong nước chủ yếu tham gia vào các khâu lắp ráp và gia công, dẫn đến biên lợi nhuận thấp và mức độ dễ tổn thương cao trước sự đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu. *Thứ ba*, tồn tại một nghịch lý đáng chú ý khi khu vực doanh nghiệp FDI tại Việt Nam thường hoạt động như những “ốc đảo năng suất”; trong khi đó, khu vực doanh nghiệp trong nước vẫn còn hạn chế về vốn, công nghệ, năng lực quản trị và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế, tạo ra những rào cản đáng kể đối với quá trình liên kết và tham gia sâu hơn vào GVCs. Những thách thức nội tại này, kết hợp với các áp lực ngoại sinh mới từ bối cảnh toàn cầu biến động, khẳng định nhu cầu cấp thiết phải tìm kiếm và khai thác các động lực tăng trưởng mới, đề nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường khả năng chống chịu và đảm bảo tiến trình phát triển bền vững của thương mại quốc tế Việt Nam trong giai đoạn tới.

1.1. Vai trò của thương mại quốc tế đối với phát triển kinh tế Việt Nam

Thương mại quốc tế đóng vai trò là động lực tăng trưởng chủ chốt, giúp Việt Nam đạt được những bước tiến vượt bậc về quy mô thương mại quốc tế và độ mở cửa của nền kinh tế. Trong giai đoạn 2007–2024, kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng ấn tượng từ 48,6 tỷ USD lên 406 tỷ USD, đưa Việt Nam trở thành một trong 20 quốc gia xuất khẩu lớn nhất trên thế giới. Quan trọng hơn, độ mở của nền kinh tế hiện thuộc nhóm cao nhất toàn cầu, với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2024 đạt gần 200% GDP. Con số này không chỉ phản ánh mức độ hội nhập sâu rộng, mà còn thể hiện vai trò then chốt của thương mại trong việc thúc đẩy tổng cầu và tăng trưởng kinh tế vĩ mô.

Một điểm nhấn quan trọng khác là khả năng duy trì thặng dư thương mại liên tục từ năm 2012, góp phần ổn định cán cân thanh toán quốc tế và nâng cao dự trữ ngoại hối. Thành tựu này minh chứng cho năng lực cạnh tranh ngày càng cải thiện của hàng hóa Việt Nam, điển hình trong các ngành công nghiệp chế biến và chế tạo. Bên cạnh đó, việc tham gia vào các FTA thế hệ mới với các cam kết chuyên sâu về lao động, môi trường và sở hữu trí tuệ,... đã thúc đẩy cải cách thể chế bên trong, tăng cường minh bạch hoá và chuyển đổi phương thức quản trị theo chuẩn mực quốc tế.

Hội nhập kinh tế quốc tế cũng góp phần tăng cường thu hút FDI, tạo ra hàng triệu việc làm mới, nâng cao năng suất tổng thể và củng cố năng lực cạnh tranh quốc gia. Nguồn vốn FDI không chỉ bổ sung nguồn lực tài chính và công nghệ mà còn góp phần tích cực vào quá trình chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng giá trị gia tăng cao.

Tiếp đến, sự chuyển dịch rõ nét trong cơ cấu xuất khẩu là minh chứng thuyết phục cho tác động của thương mại quốc tế đến nền kinh tế. Trong hai thập kỷ qua, Việt Nam đã chuyển dần từ xuất khẩu chủ yếu dựa vào tài nguyên thiên nhiên và nông sản thô (dầu thô, gạo, cà phê,...) sang các sản phẩm công nghệ cao và chế biến. Nhóm hàng điện tử, máy tính, điện thoại và linh kiện hiện chiếm hơn 38% tổng kim ngạch xuất khẩu, khẳng định sự tham gia ngày càng sâu của Việt Nam vào các chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, sự chuyển dịch này cũng đi kèm với thách thức về tính bền vững, khi khu vực FDI đóng góp đến 70% kim ngạch xuất khẩu năm 2024, chủ yếu tập trung vào các ngành công nghệ cao. Mặc dù vậy, đặc trưng hoạt động phụ thuộc vào mạng lưới cung ứng toàn cầu và mô hình gia công – lắp ráp của khu vực này khiến nền kinh tế dễ bị tổn thương trước các biến động quốc tế.

1.2. Bối cảnh quốc tế mới: cơ hội và thách thức

Trong thập niên gần đây, thương mại toàn cầu chịu tác động mạnh mẽ của bốn xu hướng lớn: i) phân mảnh địa chính trị; ii) cách mạng công nghiệp 4.0; iii) yêu cầu phát triển bền vững; và iv) tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu. Các xu

hướng này đang định hình lại “luật chơi”, tạo nên môi trường hoạt động phức tạp, đồng thời đặt ra cả cơ hội chiến lược và thách thức đối với thương mại quốc tế của Việt Nam.

Một là, địa chính trị ngày càng trở thành yếu tố mang tính quyết định, chi phối sâu sắc hoạt động thương mại quốc tế và làm suy yếu những động lực tăng trưởng thuần túy dựa trên lợi thế so sánh truyền thống. Những căng thẳng địa chính trị, trong đó một phần quan trọng bắt nguồn từ sự tập trung dồi dào các khoáng sản chiến lược tại một số quốc gia, đang định hình lại cán cân quyền lực kinh tế toàn cầu và ngày càng tạo ra nhiều thách thức đối với các nền kinh tế. Đảm bảo khả năng tiếp cận nguồn tài nguyên chiến lược vì vậy đã trở thành ưu tiên quan trọng của nhiều quốc gia nhằm củng cố lợi thế cạnh tranh toàn cầu và tăng cường khả năng ứng phó với các cú sốc trên thị trường thế giới.

Sự gia tăng cạnh tranh giữa các cường quốc và căng thẳng khu vực đã thúc đẩy xu hướng phân mảnh thương mại toàn cầu (trade fragmentation), buộc các quốc gia, vùng lãnh thổ và doanh nghiệp phải cân nhắc rủi ro an ninh và độ tin cậy của chuỗi cung ứng bên cạnh hiệu quả kinh tế. Cùng với đó, các nước đang phát triển thường phải gánh chịu phần lớn chi phí môi trường từ các hoạt động sản xuất toàn cầu, trong khi những lợi ích thu được lại tương đối hạn chế: họ xuất khẩu các nguyên liệu thô có giá trị gia tăng thấp, nhập khẩu các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đồng thời chịu sức ép ngày càng lớn từ các nguồn rác thải công nghiệp. Những thách thức này đòi hỏi tăng cường hợp tác quốc tế, huy động và kết nối hiệu quả các nguồn lực, đồng thời xây dựng các chính sách bền vững, nhằm đảm bảo tiếp cận ổn định các nguồn tài nguyên chiến lược, cân bằng lợi ích giữa các bên và duy trì tính bền vững của chuỗi cung ứng toàn cầu.

Đối với Việt Nam, bối cảnh trên kéo theo nhiều rủi ro và sức ép mới. Thứ nhất, nguy cơ bị cuốn vào các tranh chấp thương mại quốc tế ngày càng tăng, thể hiện qua việc nhiều mặt hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ như gỗ dán, thép và nhôm,... bị áp thuế đối ứng, đặc biệt là những sản phẩm sử dụng nguồn nguyên liệu đầu vào từ Trung Quốc. Thứ hai, sự hình thành các “khối công nghệ” (technology blocks) và xu hướng friend-shoring (chuyển dịch sản xuất về các nước đối tác tin cậy) có nguy cơ hạn chế khả năng tiếp cận công nghệ cao của Việt Nam, vốn đang phụ thuộc lớn vào nhập khẩu linh kiện và công nghệ từ nhiều nguồn khác nhau.

Hai là, Cách mạng công nghiệp 4.0 đang định hình một mô hình thương mại mới dựa trên dữ liệu và công nghệ số. Hiện nay, khoảng 60% hoạt động thương mại toàn cầu được hỗ trợ trực tiếp hoặc gián tiếp bởi các công nghệ số, phản ánh sự chuyển dịch mạnh mẽ từ các kênh giao dịch truyền thống sang thương mại số. Thương mại số đang trở thành phương thức giao dịch chủ đạo, cho phép các SMEs tiếp cận thị trường quốc tế mà không cần hiện diện vật lý, qua đó giảm đáng kể chi phí và rào cản gia nhập. Bên cạnh đó, sự ứng dụng của các công nghệ như IoT, Blockchain và AI trong thương mại quốc tế đang mang lại những cải thiện

đáng kể về hiệu quả. Các nghiên cứu cho thấy những công nghệ này giúp tăng cường tính minh bạch, giảm chi phí giao dịch toàn cầu từ 15–20% trong thập kỷ tới, đồng thời rút ngắn đáng kể thời gian thông quan và xử lý logistics xuyên biên giới. Tuy nhiên, Việt Nam đang phải đối diện với nhiều rào cản số nghiêm trọng. Mặc dù đã tham gia nhiều FTA có cam kết về thương mại điện tử, khung pháp lý trong nước về bảo vệ dữ liệu cá nhân, an ninh mạng và luồng dữ liệu xuyên biên giới vẫn chưa hoàn toàn tương thích và thiếu tính đồng bộ, dẫn đến nguy cơ xung đột với các chuẩn mực quốc tế. Bên cạnh đó, năng lực số của phần lớn doanh nghiệp còn hạn chế, trong khi nguồn nhân lực công nghệ thông tin (CNTT) trình độ cao vẫn thiếu hụt, ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tham gia vào các phân khúc có giá trị gia tăng cao trong GVCs. Ngoài ra, sự gia tăng nhu cầu xử lý, chuyển đổi và lưu trữ dữ liệu do ứng dụng các công nghệ tiên tiến như Blockchain, AI, mạng di động thế hệ thứ 6 (6G) cũng kéo theo lượng khí thải ngày càng lớn tại nhiều quốc gia, đặt ra những yêu cầu cấp bách về phát triển công nghệ số bền vững.

Những thách thức này đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách, doanh nghiệp và người tiêu dùng phải cùng đổi mới tư duy, chính sách và hành động để tạo nên những mô hình kinh doanh tuần hoàn, phát triển logistics hiệu quả về năng lượng, thúc đẩy đóng gói bền vững và thực hành tiêu dùng có trách nhiệm hơn.

Thứ ba, yêu cầu phát triển bền vững và ứng phó với biến đổi khí hậu đang trở thành yếu tố định hình lại “luật chơi” của thương mại quốc tế, khi các tiêu chuẩn môi trường được chuyển đổi từ tính chất khuyến khích sang điều kiện bắt buộc để tiếp cận thị trường.

Trong bối cảnh kỷ nguyên số, nhu cầu sử dụng năng lượng và nước ngày càng gia tăng do hoạt động của các trung tâm dữ liệu, hệ thống mạng và quá trình sản xuất công nghệ cao. Đây đang là một trong những mối quan ngại lớn nhất hiện nay, đòi hỏi nỗ lực phối hợp giữa các công ty công nghệ và các nhà hoạch định chính sách nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và giảm tiêu thụ nước. Bên cạnh đó, các linh kiện và thiết bị số ngày càng trở nên phức tạp, kéo theo nhu cầu gia tăng mạnh đối với các nguồn tài nguyên chiến lược phục vụ cho cả công nghệ số và công nghệ carbon thấp. Theo ước tính của Ngân hàng Thế giới, nhu cầu toàn cầu đối với các khoáng sản quan trọng như cobalt, graphite và lithium có thể tăng tới 500% vào năm 2050, phản ánh quy mô áp lực tài nguyên ngày càng lớn.

Đồng thời, các nền kinh tế lớn đã triển khai hàng loạt công cụ chính sách xanh, biến tiêu chuẩn môi trường thành điều kiện tiên quyết để tiếp cận thị trường quốc tế. Việt Nam đã thể hiện cam kết mạnh mẽ bằng mục tiêu đạt phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050. Tuy nhiên, các ngành xuất khẩu chủ lực như thép, xi măng, dệt may, và thủy sản có cường độ phát thải cao và đang phải chịu sức ép lớn từ các tiêu chuẩn xanh mới. Bên cạnh đó, chi phí đầu tư vào công nghệ

sạch, hệ thống giám sát chuỗi cung ứng và chứng chỉ quốc tế tạo ra gánh nặng lớn cho doanh nghiệp, đặc biệt là các SMEs. Thực tiễn cho thấy, gắn kết thương mại với phát triển bền vững không còn là lựa chọn mà đã trở thành điều kiện bắt buộc để duy trì khả năng tiếp cận các thị trường quốc tế, cũng như để nâng cao năng lực cạnh tranh dài hạn của nền kinh tế.

Thứ tư, cấu trúc GVCs — trụ cột của quá trình toàn cầu hóa cuối thế kỷ XX — đang có dấu hiệu chững lại và bước vào giai đoạn tái định hình sâu sắc. GVCs đang dịch chuyển từ mô hình tối ưu hóa hiệu quả chi phí sang mô hình mới dựa trên ba trụ cột: sức chống chịu, số hóa và phát triển bền vững. Các quốc gia đang phát triển giàu tài nguyên và năng lực sản xuất đang tìm cách tận dụng quá trình tái cấu trúc GVCs để mở rộng cơ hội phát triển kinh tế, thông qua khai thác lợi thế tài nguyên nhằm thu hút đầu tư và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, nếu chỉ dừng lại ở vai trò cung cấp nguyên liệu thô mà không nâng cấp chuỗi giá trị, các quốc gia này có nguy cơ mắc kẹt trong “bẫy giá trị gia tăng thấp” của thương mại quốc tế. Đồng thời, việc khai thác ồ ạt các nguồn tài nguyên chiến lược mà thiếu quản lý bền vững cũng tiềm ẩn rủi ro môi trường và xã hội nghiêm trọng, đi ngược lại xu thế phát triển bền vững toàn cầu.

Việt Nam có nhiều lợi thế để nắm bắt cơ hội tái cấu trúc GVCs, bao gồm vị trí địa chiến lược ở trung tâm Đông Nam Á, môi trường chính trị ổn định và mạng lưới FTA thế hệ mới rộng khắp, qua đó thu hút mạnh mẽ dòng vốn FDI trong thời gian qua. Tuy nhiên, những thách thức nội tại như tỷ lệ giá trị gia tăng nội địa thấp và sự phụ thuộc lớn vào khu vực FDI cho thấy Việt Nam cần chuyển đổi nhanh chóng từ mô hình tăng trưởng dựa trên chi phí sang mô hình dựa trên năng suất và đổi mới sáng tạo, nhằm nâng cao vị thế trong GVCs đang tái cấu trúc.

1.3. Nhận diện và phân tích mối liên hệ giữa các động lực tăng trưởng mới

Khái niệm “động lực tăng trưởng mới” phản ánh quá trình chuyển dịch từ lợi thế so sánh tĩnh (như lao động giá rẻ và ưu đãi thuế quan truyền thống) sang lợi thế so sánh nội sinh, được hình thành thông qua khai thác các yếu tố bên ngoài và chuyển hóa thành năng lực phát triển nội tại dựa trên bốn trụ cột chính: nền tảng thể chế, tiên phong công nghệ, chuẩn mực phát triển bền vững và sự tái định hình của chuỗi giá trị toàn cầu.

Việt Nam cần khai thác đồng bộ bốn động lực tăng trưởng mới, mang tính chất xuyên tầng (cross-level drivers), khởi phát ở cấp độ toàn cầu nhưng được hiện thực hóa và phối hợp ở cấp độ quốc gia và doanh nghiệp. Cụ thể: 1) FTA thế hệ mới cung cấp khuôn khổ pháp lý quốc tế, tạo động lực điều chỉnh hệ thống luật pháp quốc gia theo các chuẩn mực toàn cầu, vượt ra ngoài lợi ích truyền thống về thương mại và đầu tư; 2) Thương mại số giúp giảm chi phí giao dịch xuyên biên giới, mở rộng kênh phân phối và thúc đẩy sự tham gia của SMEs vào nền kinh tế số; 3) Thương mại bền vững thiết lập các chuẩn mực bắt buộc mà doanh nghiệp

phải tuân thủ để duy trì khả năng tiếp cận các thị trường cao cấp; và 4) Tái cấu trúc Chuỗi giá trị toàn cầu tạo cơ hội định vị lại vai trò và nâng cao vị thế của Việt Nam trong mạng lưới sản xuất – thương mại quốc tế.

Bốn động lực này không hoạt động độc lập, mà tác động tương hỗ chặt chẽ, tạo nên hiệu ứng tổng hợp (synergy) nhằm mở rộng không gian tăng trưởng và nâng cao hiệu quả thương mại quốc tế của Việt Nam:

- **FTA – Nền tảng thể chế:** FTA thể hệ mới tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho thương mại quốc tế, bao gồm bảo vệ dữ liệu để hỗ trợ thương mại số, thực thi các cam kết phát triển bền vững nhằm đáp ứng yêu cầu thương mại bền vững, và quản trị rủi ro để tăng sức chống chịu của chuỗi giá trị.
- **Thương mại số – Công cụ công nghệ:** Công nghệ số giúp mở rộng sự tham gia, nâng cao hiệu quả và tính minh bạch trong GVCs. Việc giảm chi phí giao dịch nhờ thương mại số, kết hợp với minh bạch hoá thông tin nhờ công nghệ như Blockchain, giúp doanh nghiệp đáp ứng tốt hơn các quy tắc xuất xứ phức tạp trong FTA cũng như các tiêu chuẩn bền vững toàn cầu.
- **Thương mại bền vững – Chuẩn mực thị trường:** Thương mại bền vững là xu thế tất yếu và sẽ trở thành tiêu chuẩn chung của thị trường toàn cầu. Việc tuân thủ đồng thời các chuẩn mực ESG và tận dụng công nghệ số để tối ưu hoạt động giúp doanh nghiệp chuyển từ mô hình cạnh tranh chi phí thấp sang mô hình cạnh tranh giá trị, qua đó nâng cao vị thế trong GVCs.
- **Tái cấu trúc GVCs – Động lực cấu trúc:** Khả năng định vị lại vị thế của Việt Nam trong GVCs phụ thuộc vào sự kết hợp hài hòa của ba yếu tố còn lại: khuôn khổ pháp lý quốc tế rõ ràng (FTA), công cụ công nghệ hiệu quả (thương mại số), và năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn thị trường cao (thương mại bền vững).

1.4. Tầm nhìn chung về thương mại quốc tế và phối hợp hành động giữa Nhà nước – doanh nghiệp – trường đại học

Tầm nhìn chung

Trong bối cảnh thương mại quốc tế đang chịu tác động mạnh mẽ từ cạnh tranh địa chính trị, chuyển đổi xanh – số và sự tái định hình của chuỗi giá trị toàn cầu, Việt Nam cần một tầm nhìn chiến lược thống nhất, có chiều sâu và mang tính hành động để duy trì đà hội nhập, nâng cấp vị thế và củng cố năng lực tự chủ trong kỷ nguyên mới. Tầm nhìn này phải vượt lên khỏi cách tiếp cận rời rạc, hướng tới một chiến lược tổng thể có sự phối hợp nhịp nhàng giữa ba chủ thể then chốt: Nhà nước – Doanh nghiệp – Trường đại học.

Trước mắt, với trọng tâm là hoàn thiện thể chế và tận dụng cơ hội từ các FTA thế hệ mới, Việt Nam cần chủ động và đẩy nhanh quá trình nội luật hóa các cam kết quốc tế về lao động, môi trường, thương mại số và nâng cao năng lực thực thi, đặc biệt là ở các địa phương. Đồng thời, việc triển khai hạ tầng logistics thông minh và nền tảng dữ liệu tuân thủ chung sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí và đáp ứng nhanh các tiêu chuẩn thị trường.

Bên cạnh đó, Việt Nam cần tập trung củng cố năng lực cạnh tranh quốc gia thông qua đầu tư vào hạ tầng số, logistics hiện đại và phát triển nguồn nhân lực theo chuẩn GVCs. Việt Nam cũng cần đẩy mạnh liên kết doanh nghiệp FDI – nội địa để hình thành mạng lưới cung ứng linh hoạt, nâng tỷ lệ nội địa hóa và tăng giá trị gia tăng nội địa (DVA).

Trong dài hạn, các nhiệm vụ trên sẽ hướng đến hình thành hệ sinh thái thương mại tích hợp các yếu tố xanh và số, nơi doanh nghiệp Việt Nam không chỉ tham gia mà còn dẫn dắt một số mắt xích có giá trị cao trong GVCs. Việt Nam cần xây dựng thương hiệu quốc gia, phát triển năng lực R&D, đẩy mạnh xuất khẩu dịch vụ số và sản phẩm công nghệ cao, đồng thời giảm đáng kể phát thải chuỗi cung ứng.

Lộ trình này phản ánh một tư duy chủ động, biến các xu thế toàn cầu thành lợi thế cạnh tranh quốc gia, đồng thời tạo không gian chiến lược để Việt Nam nâng cấp vị thế trong trật tự thương mại quốc tế đang tái định hình. Tầm nhìn chung về thương mại quốc tế của Việt Nam trong kỷ nguyên mới có thể được khái quát ngắn gọn như sau: ***“Chủ động hội nhập sâu rộng, nâng cấp năng lực nội sinh, gắn kết chuyển đổi xanh – số, và tham gia định hình luật chơi toàn cầu”***.

Phối hợp hành động và vai trò của các chủ thể

Để hiện thực hóa tầm nhìn này, không thể chỉ dựa vào chính sách của Nhà nước hay nỗ lực riêng lẻ của doanh nghiệp. Cần xây dựng một liên minh hành động chiến lược ba bên, trong đó mỗi chủ thể đóng vai trò đặc thù nhưng gắn kết chặt chẽ:

- **Nhà nước** đóng vai trò kiến tạo thể chế và chiến lược quốc gia, xây dựng khung pháp lý tiên tiến, ổn định môi trường chính sách, thúc đẩy hạ tầng cứng và mềm, và dẫn dắt quá trình hội nhập quốc tế chủ động.
- **Doanh nghiệp** là lực kéo thực thi và sáng tạo, chủ động chuyển đổi mô hình kinh doanh, đầu tư vào công nghệ và năng lực quản trị để đáp ứng các tiêu chuẩn mới; đồng thời hình thành mạng lưới liên kết chuỗi để tăng sức cạnh tranh.
- **Trường đại học** và viện nghiên cứu đảm nhiệm vai trò cung cấp tri thức, đào tạo nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu – đổi mới sáng tạo và chuyển

giao công nghệ, hỗ trợ doanh nghiệp nâng cấp năng lực và thích ứng nhanh với thay đổi của thị trường toàn cầu.

Ba trụ cột này không vận hành tách biệt mà tạo thành một hệ sinh thái phối hợp, trong đó chính sách, thị trường và tri thức tương tác lẫn nhau, cùng hướng đến mục tiêu nâng tầm vị thế của Việt Nam trong GVCs và hệ thống thương mại toàn cầu. Trong kỷ nguyên thương mại quốc tế đang chuyển dịch nhanh chóng, *ai định hình được vị thế của mình sớm hơn, người đó sẽ có lợi thế chiến lược lâu dài*. Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn để bứt phá — và điều quyết định nằm ở khả năng hành động đồng bộ giữa Nhà nước, doanh nghiệp và trường đại học.

Kết nối các chương của Báo cáo

Các phân tích trong Chương 1 tạo nền tảng lý thuyết và thực tiễn cho các chương tiếp theo, nơi các động lực tăng trưởng mới sẽ được luận giải một cách có hệ thống và chuyên sâu. Chương 2 sẽ làm rõ vai trò của các FTA thế hệ mới như một động lực nền tảng thể chế, tập trung vào những cam kết chiến lược và tác động của chúng đối với thương mại, chuỗi giá trị, cũng như quá trình chuyển đổi bền vững và số hóa. Chương 3 sẽ phân tích thương mại số như động lực công nghệ, khám phá cách thức Việt Nam có thể tận dụng công nghệ để mở rộng biên giới thương mại và bứt phá trong cuộc cạnh tranh toàn cầu. Chương 4 sẽ đi sâu vào thương mại bền vững như một động lực chuẩn mực, nhấn mạnh vai trò của các tiêu chuẩn quốc tế cùng sự phối hợp giữa Nhà nước kiến tạo và doanh nghiệp trong việc chiếm lĩnh các thị trường cao cấp. Cuối cùng, Chương 5 sẽ xem xét tái cấu trúc GVCs như một động lực cấu trúc, đánh giá vị thế hiện tại và đề xuất định hướng chiến lược nhằm nâng tầm Việt Nam trong trật tự thương mại quốc tế mới. Những phân tích này sẽ dẫn đến các khuyến nghị chính sách cụ thể, góp phần hiện thực hóa tầm nhìn về một nền thương mại quốc tế bền vững, cạnh tranh và chủ động hội nhập của Việt Nam trong kỷ nguyên mới.

CHƯƠNG 2:

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI – ĐỘNG LỰC NỀN TẢNG THỂ CHẾ ĐỂ HỘI NHẬP TOÀN DIỆN

Trong bối cảnh thương mại quốc tế đang chuyển dịch sâu sắc, các FTA thế hệ mới đã trở thành một trong những động lực chủ chốt định hình cấu trúc hội nhập toàn cầu. Đối với Việt Nam, quá trình ký kết và thực thi các FTA này không chỉ mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường mà còn thúc đẩy chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng xanh – số và hội nhập sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Chương này phân tích vai trò của FTA thế hệ mới trong chiến lược thương mại quốc tế của Việt Nam, tập trung vào bối cảnh địa chính trị, các cam kết chiến lược, động lực thể chế, cơ hội – thách thức và hàm ý chính sách cho doanh nghiệp.

2.1. Bối cảnh địa chính trị và sự định hình của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

Sự phát triển của các FTA thế hệ mới diễn ra trong bối cảnh địa chính trị toàn cầu biến động nhanh chóng và phức tạp. Những căng thẳng địa chính trị kéo dài, cùng với các biện pháp thương mại đơn phương, chiến tranh công nghệ, và xu hướng phân mảnh chuỗi cung ứng, đã làm suy yếu hiệu quả của các thể chế thương mại đa phương hiện hữu, từ đó thúc đẩy nhu cầu xây dựng những khuôn khổ thể chế thương mại sâu rộng và linh hoạt hơn. Các FTA thế hệ mới không chỉ tập trung vào thương mại hàng hóa và dịch vụ truyền thống, mà còn mở rộng sang những lĩnh vực mang tính định hình tương lai như lao động, môi trường, thương mại số, sở hữu trí tuệ, mua sắm công, và cải cách doanh nghiệp nhà nước.

Tính đến tháng 3 năm 2025, Việt Nam đã ký kết và thực thi 17 FTA, trong đó có nhiều hiệp định tiêu biểu mang tính *thế hệ mới* như CPTPP và EVFTA. Đây là hai FTA có phạm vi và mức độ cam kết sâu rộng nhất từ trước đến nay, bao trùm nhiều lĩnh vực vượt khỏi khuôn khổ cam kết trong WTO và mang tính ràng buộc cao về tiêu chuẩn quốc tế. Hiệp định CPTPP, với sự tham gia của 12 nước thành viên, không chỉ mở ra thị trường hơn 500 triệu dân, mà còn thiết lập khung thể chế tiên bộ về lao động, môi trường và thương mại số. Trong khi đó, EVFTA giúp Việt Nam tiếp cận một trong những thị trường có tiêu chuẩn cao nhất thế giới, đồng thời thúc đẩy cải cách thể chế trong nước nhằm đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ phía EU.

Sự ra đời của các FTA thế hệ mới gắn liền với những thay đổi sâu sắc trong cục diện thương mại toàn cầu. Trong bối cảnh hệ thống thương mại đa phương do WTO dẫn dắt rơi vào tình trạng bế tắc và chịu sức ép cải tổ sâu rộng, nhiều quốc gia đã chuyển hướng sang đàm phán và ký kết các FTA song phương và khu vực. Động thái này phản ánh mong muốn và tham vọng tiếp tục thúc đẩy hội nhập kinh

tế sâu rộng, trong khi FTA trở thành cơ chế khả thi và linh hoạt nhất để hiện thực hóa các cam kết hội nhập vượt lên trên khuôn khổ WTO. Các FTA thế hệ mới vì thế không chỉ là công cụ tự do hóa thương mại, mà còn trở thành một cấu phần quan trọng trong chiến lược địa kinh tế, giúp các quốc gia vừa thúc đẩy hội nhập kinh tế, vừa thích ứng với môi trường cạnh tranh và rủi ro địa chính trị ngày càng gia tăng. Việt Nam là một trong số những quốc gia ASEAN tích cực nhất trong tiến trình này, nổi bật với việc tham gia CPTPP (2019), EVFTA (2020), và RCEP (2022).

Những FTA kể trên phản ánh chiến lược *đa dạng hóa – đa phương hóa* của Việt Nam, nhằm giảm phụ thuộc vào một vài thị trường truyền thống, mở rộng không gian kinh tế, đồng thời định vị Việt Nam như một mắt xích quan trọng trong GVCs. Việc hội nhập sâu rộng thông qua các FTA thế hệ mới diễn ra song song với bối cảnh chuyển dịch chuỗi giá trị toàn cầu hậu đại dịch COVID-19, xu hướng *friend-shoring* và *near-shoring*, tạo ra những cơ hội chiến lược cho Việt Nam trong việc thu hút đầu tư, mở rộng thị trường và nâng cấp vị thế trong mạng lưới thương mại khu vực.

2.2. Cam kết chiến lược của Việt Nam trong các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới

Việt Nam đã chuyển từ cách tiếp cận hội nhập ‘truyền thống’ thiên về mở cửa thị trường hàng hóa sang cách tiếp cận chiến lược, chủ động và toàn diện hơn trong các FTA thế hệ mới. Điều này thể hiện qua ba khía cạnh nổi bật: phạm vi cam kết sâu và rộng; mức độ hội nhập vượt chuẩn WTO; và sự gắn kết với các cải cách thể chế trong nước nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Thứ nhất, các FTA thế hệ mới đòi hỏi phạm vi cam kết sâu rộng vượt xa các hiệp định thương mại tự do truyền thống. Nếu như trước đây, FTA chủ yếu tập trung vào cắt giảm thuế quan và mở cửa thị trường hàng hóa, nay phạm vi đã được mở rộng đáng kể, bao trùm nhiều lĩnh vực mang tính thể chế và tiêu chuẩn như lao động, môi trường, thương mại điện tử – số, đầu tư, mua sắm chính phủ, doanh nghiệp nhà nước, bảo vệ sở hữu trí tuệ, và cơ chế giải quyết tranh chấp hiện đại. CPTPP, chẳng hạn, bao gồm hơn 30 chương, với nhiều cam kết mang tính *WTO+* và *WTO-X*. EVFTA cũng có một chương riêng về phát triển bền vững, với các quy định về lao động, môi trường, qua đó đặt ra yêu cầu cải cách sâu cho hệ thống pháp luật trong nước.

Thứ hai, Việt Nam thể hiện rõ cam kết chiến lược trong các lĩnh vực lao động và môi trường, phù hợp với xu thế toàn cầu về thương mại bền vững. Trong EVFTA và UKVFTA, Việt Nam lần đầu tiên chấp nhận các cam kết có tính ràng buộc cao về tiêu chuẩn lao động quốc tế. Việt Nam đã phê chuẩn 7/8 công ước cơ bản của ILO, bao gồm các công ước quan trọng về thương lượng tập thể, xóa bỏ lao động cưỡng bức, chống phân biệt đối xử, và xóa bỏ lao động trẻ em. Về môi

trường, các FTA thế hệ mới như EVFTA, CPTPP chứa đựng những điều khoản cụ thể về bảo vệ môi trường, phát triển bền vững và thực thi các hiệp định đa phương về môi trường. Việt Nam đã cam kết thực hiện Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu, ngăn chặn nạn phá rừng, quản lý nguồn lợi thủy sản bền vững, và bảo vệ đa dạng sinh học. Những cam kết này góp phần thúc đẩy chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng xanh và bền vững, đồng thời đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe từ các thị trường xuất khẩu lớn như EU và Anh.

Thứ ba, Việt Nam thể hiện cam kết mạnh mẽ trong lĩnh vực thương mại điện tử và thương mại số thông qua CPTPP và RCEP. CPTPP có một chương riêng về thương mại điện tử, trong đó quy định cấm áp thuế đối với truyền tải điện tử xuyên biên giới, yêu cầu bảo vệ dữ liệu cá nhân, cấm bắt buộc doanh nghiệp lưu trữ dữ liệu trong nước, và bảo đảm luồng dữ liệu xuyên biên giới thông suốt. RCEP cũng bao gồm các cam kết quan trọng về thương mại điện tử, góp phần thiết lập một khuôn khổ pháp lý chung trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương, tạo thuận lợi cho hợp tác và hội nhập số khu vực. Những cam kết này phù hợp với định hướng chuyển đổi số của Việt Nam, đồng thời tạo áp lực cải cách thể chế về quản lý dữ liệu, an ninh mạng, và hạ tầng số.

Đặc biệt, việc tham gia CPTPP, EVFTA và RCEP giúp Việt Nam đa dạng hóa quan hệ thương mại, giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống. Ví dụ, trong giai đoạn 2020–2024, xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng trung bình 14–15%/năm, trong khi xuất khẩu sang khối CPTPP tăng 11%/năm, bất chấp bối cảnh thương mại toàn cầu suy giảm. Đồng thời, những cam kết này giúp Việt Nam củng cố vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, trở thành điểm đến hấp dẫn cho các dòng đầu tư dịch chuyển trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi giá trị quốc tế.

Tóm lại, cam kết chiến lược của Việt Nam trong các FTA thế hệ mới mang tính toàn diện và sâu sắc, phản ánh quyết tâm hội nhập chủ động và nâng tầm vị thế quốc gia trong trật tự thương mại toàn cầu. Các cam kết không chỉ mở rộng không gian thị trường mà còn thúc đẩy cải cách thể chế nội địa, gắn chặt với chiến lược phát triển bền vững và chuyển đổi số quốc gia.

2.3. Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới – Động lực nền tảng thể chế cho thương mại quốc tế Việt Nam

Các FTA thế hệ mới đóng vai trò không chỉ là công cụ mở cửa thị trường mà còn thúc đẩy cải cách chính sách, pháp luật và thiết chế kinh tế, từ đó trở thành động lực thể chế có tính nền tảng, giúp Việt Nam hội nhập sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu và chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng xanh – số. Tác động này thể hiện rõ qua ba khía cạnh then chốt: (i) mở rộng thị trường và thu hút đầu tư gắn với nâng chuẩn thể chế, (ii) thúc đẩy cải cách pháp luật và thể chế kinh tế, và (iii) dẫn dắt chuyển đổi mô hình phát triển thương mại bền vững và thương mại số.

Thứ nhất, các FTA thế hệ mới mở ra không gian thị trường rộng lớn với các điều kiện ưu đãi, qua đó tạo động lực cho Việt Nam điều chỉnh chính sách thương mại, quy tắc xuất xứ, thủ tục hải quan và tiêu chuẩn kỹ thuật để phù hợp với các cam kết quốc tế. Thay vì chỉ đơn thuần hưởng ưu đãi thuế quan, Việt Nam đã chủ động nâng cấp khung pháp lý và cơ chế quản lý xuất nhập khẩu nhằm bảo đảm thực thi FTA một cách hiệu quả. Song song, các cơ chế xúc tiến đầu tư, bảo vệ nhà đầu tư và cải cách hành chính được đẩy mạnh, giúp nâng cao tính minh bạch và ổn định của môi trường kinh doanh. Nhờ đó, Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn trong dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu. Vốn FDI từ các nước CPTPP tăng bình quân khoảng 18%/năm, từ EU tăng gần 15%/năm giai đoạn 2020–2024. Đây là nền tảng để Việt Nam chuyển từ vị thế *công xưởng gia công* sang tham gia nhiều khâu giá trị cao hơn trong GVCs, đặc biệt ở các ngành chế biến – chế tạo, năng lượng tái tạo và logistics.

Thứ hai, các FTA thế hệ mới đã trở thành đòn bẩy cải cách pháp lý và thể chế kinh tế trong nước. CPTPP và EVFTA đòi hỏi Việt Nam tuân thủ những tiêu chuẩn cao về minh bạch hóa chính sách, cải cách hải quan, bảo hộ sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ và tiêu chuẩn kỹ thuật. Để đáp ứng, Việt Nam đã sửa đổi hoặc ban hành hàng loạt văn bản pháp luật, như Luật Sở hữu trí tuệ (sửa đổi 2022), Luật Lao động (2019), các nghị định về thương mại điện tử, quy tắc xuất xứ, đầu tư và mua sắm công. Hệ thống thủ tục hải quan điện tử, cơ chế một cửa quốc gia và các chuẩn mực kỹ thuật – kiểm định chất lượng cũng được nâng cấp. Việc nội luật hóa các cam kết giúp giảm chi phí giao dịch, nâng cao năng lực quản trị và cải thiện chất lượng thể chế kinh tế. Theo OECD, tỷ lệ giá trị gia tăng nước ngoài trong xuất khẩu của Việt Nam giảm từ 45% năm 2010 xuống khoảng 35% năm 2022, phản ánh mức độ nội địa hóa tăng và vị thế được nâng lên trong GVCs.

Thứ ba, các FTA thế hệ mới trở thành động lực thúc đẩy thương mại bền vững và thương mại số, chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng bền vững và số hóa.

– ***Về phát triển bền vững***, EVFTA, UKVFTA và CPTPP đưa ra các tiêu chuẩn cao về lao động (ILO), khí hậu (Paris Agreement), quản lý thủy sản, IUU, ESG. Để thực thi, Việt Nam đã phê chuẩn thêm các công ước lao động cốt lõi, triển khai Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh, ban hành Luật Bảo vệ môi trường (2020) và chương trình hành động chống IUU.

– ***Về thương mại số***, CPTPP và RCEP thiết lập các chuẩn mực về luồng dữ liệu xuyên biên giới, bảo vệ dữ liệu cá nhân và tiêu chuẩn kỹ thuật số. Việt Nam đã ban hành Luật Giao dịch điện tử (sửa đổi 2023), Nghị định bảo vệ dữ liệu cá nhân (2023) và phát triển hạ tầng số, từ đó tạo nền tảng pháp lý cho thương mại xuyên biên giới.

Tổng hợp lại, các FTA thế hệ mới không chỉ mở cửa thị trường mà còn kích hoạt một quá trình điều chỉnh sâu rộng về chính sách, pháp luật và thể chế kinh tế ở Việt Nam, qua đó tạo ra khung thể chế hiện đại, tiêu chuẩn cao. Đây là nền tảng quan trọng để Việt Nam tận dụng cơ hội hội nhập, thúc đẩy chuyển đổi xanh – số và nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

2.4. Cơ hội và thách thức

Việc tham gia và thực thi các FTA thế hệ mới mang lại cho Việt Nam những cơ hội chiến lược quan trọng, đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức về thể chế, năng lực và chuyển đổi mô hình phát triển. Các cơ hội và thách thức này gắn chặt với quá trình định vị lại của Việt Nam trong thương mại quốc tế và GVCs.

Cơ hội

Trước hết, các FTA thế hệ mới mở ra không gian thị trường rộng lớn và ưu đãi thuế quan sâu cho hàng hóa và dịch vụ Việt Nam. Theo EVFTA, EU sẽ xóa bỏ thuế quan cho khoảng 99,2% số dòng thuế, 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sau tối đa 10 năm; CPTPP cũng cam kết đưa hầu hết các dòng thuế về 0% theo lộ trình. Điều này giúp hàng hóa Việt Nam gia tăng sức cạnh tranh tại các thị trường có tiêu chuẩn cao, giảm phụ thuộc vào các thị trường truyền thống và đa dạng hóa đầu ra. Xuất khẩu sang EU tăng bình quân 14–15%/năm, sang các nước CPTPP tăng khoảng 11%/năm trong giai đoạn 2020–2024, bất chấp bối cảnh suy giảm thương mại toàn cầu.

Thứ hai, các FTA giúp thu hút mạnh mẽ dòng vốn đầu tư nước ngoài chất lượng cao, đặc biệt từ EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và các nước CPTPP. Nhờ các cam kết về bảo vệ đầu tư, minh bạch chính sách và tiếp cận thị trường ưu đãi, vốn FDI từ các nước CPTPP tăng bình quân 18%/năm và từ EU tăng gần 15%/năm giai đoạn 2020–2024. Đây là điều kiện thuận lợi để Việt Nam nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, chuyển từ các khâu gia công sang sản xuất – xuất khẩu có giá trị gia tăng cao hơn.

Thứ ba, các FTA thế hệ mới tạo động lực cải cách thể chế nội địa. Việc thực thi các cam kết WTO+ và WTO–X trong CPTPP và EVFTA giúp cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, giảm chi phí giao dịch, nâng cao tiêu chuẩn lao động, môi trường và quản trị. Quá trình nội luật hóa các cam kết quốc tế đã giúp Việt Nam tiệm cận các chuẩn mực toàn cầu về minh bạch và cạnh tranh công bằng, đáp ứng yêu cầu mới trong lĩnh vực thương mại số, qua đó hình thành nền tảng thể chế quan trọng cho tăng trưởng dài hạn.

Thứ tư, các cam kết về thương mại bền vững và thương mại số mở ra những hướng phát triển mới phù hợp với xu thế toàn cầu. Tiêu chuẩn ESG, cam kết giảm phát thải và bảo vệ môi trường trong EVFTA, UKVFTA hay CPTPP khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ, đầu tư xanh và tham gia các chuỗi giá trị

sạch. Trong khi đó, các quy định về dữ liệu xuyên biên giới, bảo vệ dữ liệu cá nhân và thương mại điện tử trong CPTPP và RCEP giúp mở rộng không gian thương mại số, tạo cơ hội cho các SMEs tiếp cận thị trường quốc tế với chi phí thấp hơn.

Thách thức

Bên cạnh cơ hội, Việt Nam đối mặt với nhiều thách thức lớn trong thực thi và tận dụng hiệu quả các FTA thế hệ mới.

Thứ nhất, mức độ cam kết sâu và tiêu chuẩn cao đặt ra yêu cầu cải cách thể chế phức tạp. Các lĩnh vực như lao động, môi trường, mua sắm chính phủ, thương mại số, cạnh tranh, mua sắm công đòi hỏi hệ thống pháp luật và quản trị phải được điều chỉnh đồng bộ, trong khi năng lực thể chế của Việt Nam còn hạn chế.

Thứ hai, năng lực đáp ứng tiêu chuẩn của doanh nghiệp, đặc biệt là SMEs, còn yếu. Chi phí tuân thủ quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, chứng nhận môi trường – lao động ở mức cao, trong khi nguồn lực đổi mới công nghệ và quản trị còn hạn chế. Điều này khiến nhiều doanh nghiệp chưa tận dụng được ưu đãi thuế quan từ FTA: theo khảo sát của Bộ Công Thương, chỉ khoảng 35–40% kim ngạch xuất khẩu thực tế sử dụng C/O ưu đãi từ các FTA thế hệ mới.

Thứ ba, quá trình chuyển đổi xanh và số đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn cùng với năng lực quản trị hiện đại và thích ứng. Việc đáp ứng cam kết giảm phát thải, truy xuất nguồn gốc, áp dụng ESG, hay tham gia thương mại số xuyên biên giới là thách thức không nhỏ với các ngành truyền thống như nông – thủy sản, dệt may, hoặc doanh nghiệp nhỏ.

Cuối cùng, bối cảnh địa chính trị phức tạp, xung đột thương mại Mỹ–Trung, và xu hướng bảo hộ gia tăng cũng tạo ra những rủi ro khó lường cho chuỗi cung ứng và thị trường. Việt Nam cần có chiến lược hội nhập linh hoạt để vừa tận dụng cơ hội, vừa giảm thiểu rủi ro từ biến động quốc tế.

2.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp

Để tận dụng hiệu quả các FTA thế hệ mới, Việt Nam cần triển khai đồng bộ các chính sách ở tầm quốc gia và nâng cao năng lực hành động ở cấp doanh nghiệp. Đây là điều kiện then chốt để chuyển những cam kết hội nhập thành lợi ích thực tế, đồng thời củng cố vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Hàm ý chính sách

Thứ nhất, cần tiếp tục đẩy mạnh cải cách thể chế và hoàn thiện khung pháp lý phù hợp với các cam kết FTA thế hệ mới. Việc nội luật hóa phải đi đôi với nâng cao năng lực thực thi, đặc biệt trong các lĩnh vực như lao động, môi trường, thương mại số, cạnh tranh công bằng, mua sắm chính phủ và quản lý hải quan. Nhà nước

cần đảm bảo sự đồng bộ giữa luật quốc gia và nghĩa vụ quốc tế, tránh tình trạng *cam kết quốc tế đi trước, thể chế nội địa đi sau*, gây ra khoảng trống thực thi và rủi ro pháp lý.

Thứ hai, chính sách cần tập trung vào nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và doanh nghiệp. Điều này bao gồm đầu tư mạnh mẽ cho hạ tầng logistics, chuyển đổi số, năng lượng tái tạo và hệ thống giáo dục – đào tạo nhằm cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao. Việc hình thành các cụm liên kết ngành, trung tâm đổi mới sáng tạo và mạng lưới hỗ trợ kỹ thuật cho SMEs sẽ giúp nâng cao khả năng tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ ba, Nhà nước cần xây dựng các cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp thích ứng với tiêu chuẩn xanh và chuyển đổi số. Các chương trình hỗ trợ về tín dụng xanh, ưu đãi thuế cho đầu tư công nghệ sạch, đào tạo về ESG và thương mại số, cũng như phát triển hệ thống chứng nhận – truy xuất nguồn gốc minh bạch sẽ giúp doanh nghiệp đáp ứng tốt hơn các yêu cầu khắt khe từ thị trường FTA như EU và các nước CPTPP.

Thứ tư, cần tăng cường năng lực đàm phán, thực thi và phối hợp liên ngành để xử lý kịp thời các tranh chấp thương mại và tận dụng cơ chế giải quyết xung đột trong FTA. Trong bối cảnh cạnh tranh thương mại – công nghệ ngày càng gay gắt, Việt Nam cần chủ động xây dựng chiến lược hội nhập linh hoạt, vừa đảm bảo tuân thủ cam kết, vừa bảo vệ lợi ích quốc gia.

Khuyến nghị cho doanh nghiệp

Thứ nhất, đối với doanh nghiệp, đặc biệt là SMEs, điều quan trọng nhất là nâng cao hiểu biết và năng lực vận dụng các cam kết FTA. Hiện chỉ khoảng 35–40% kim ngạch xuất khẩu thực tế sử dụng C/O ưu đãi từ các FTA thể hệ mới do thiếu thông tin và khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ. Doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu quy định, tận dụng các nền tảng tư vấn, hỗ trợ của Bộ Công Thương, VCCI và các hiệp hội ngành hàng.

Thứ hai, doanh nghiệp cần đầu tư vào đổi mới công nghệ, quản trị và tiêu chuẩn xanh – số để đáp ứng yêu cầu từ thị trường quốc tế. Việc áp dụng ESG, chuyển đổi số trong quản lý chuỗi cung ứng, logistics thông minh, truy xuất nguồn gốc và thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh, giảm chi phí và tiếp cận thị trường cao cấp.

Thứ ba, doanh nghiệp nên tăng cường liên kết theo chuỗi và cụm ngành, thay vì hoạt động đơn lẻ. Việc hợp tác giữa doanh nghiệp lớn – nhỏ, giữa doanh nghiệp trong nước và FDI, và giữa các địa phương sẽ tạo ra mạng lưới giá trị linh hoạt, giúp đáp ứng đơn hàng lớn và tiêu chuẩn khắt khe từ các thị trường CPTPP, EVFTA hay RCEP.

Cuối cùng, cần thúc đẩy cơ chế hợp tác ba bên giữa Nhà nước – doanh nghiệp – trường đại học nhằm phát triển nguồn nhân lực, nghiên cứu công nghệ và cung cấp dịch vụ hỗ trợ chuyên sâu cho xuất khẩu. Đây là mô hình đã được nhiều quốc gia áp dụng thành công trong chiến lược hội nhập sâu vào GVCs.

Tiểu kết

Các FTA thế hệ mới mang lại cho Việt Nam cả cơ hội chiến lược lẫn thách thức thể chế – năng lực. Để tận dụng hiệu quả, Việt Nam cần một cách tiếp cận tổng thể, vừa cải cách chính sách, vừa nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Khi đó, các FTA không chỉ là công cụ hội nhập, mà trở thành động lực thể chế có tính chiến lược để Việt Nam nâng cấp mô hình tăng trưởng, mở rộng không gian kinh tế và nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

CHƯƠNG 3:

THƯƠNG MẠI SỐ – ĐỘNG LỰC CÔNG NGHỆ ĐỂ BÚT PHÁ

Thế kỷ XXI đang chứng kiến một cuộc cách mạng sâu sắc trong cách thức tổ chức và vận hành thương mại quốc tế, gắn liền với sự bùng nổ của công nghệ số và mức độ thâm nhập ngày càng sâu rộng của nó vào mọi khía cạnh hoạt động kinh tế. Trong bối cảnh đó, thương mại số đã nổi lên như một đột phá quan trọng, không chỉ hỗ trợ cho các hình thức thương mại truyền thống mà đang dần trở thành động lực dựa trên nền tảng công nghệ giúp các quốc gia có thể bút phá trong hội nhập và phát triển thương mại quốc tế.

Sự trỗi dậy của thương mại số là hệ quả tất yếu từ sự hội tụ của nhiều yếu tố công nghệ và kinh tế, bao gồm sự phát triển vượt bậc của internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo (AI), và các công nghệ kết nối. Đại dịch COVID-19 đã đóng vai trò như một chất xúc tác mạnh mẽ, đẩy nhanh quá trình số hóa trên phạm vi toàn cầu. Tính chất cách mạng của thương mại số thể hiện ở việc làm thay đổi căn bản phương thức giao dịch và khả năng mở rộng biên giới thương mại quốc tế. Thương mại số đại diện cho một phương thức mới trong tạo lập, phân phối và tiêu thụ giá trị kinh tế.

3.1. Thương mại số – Cách mạng hóa giao dịch và mở ra biên giới thương mại mới

Thương mại số là một khái niệm bao quát hơn thương mại điện tử (E-commerce), bao gồm các giao dịch, trong đó hàng hóa hoặc dịch vụ được đặt hàng hoặc được cung cấp thông qua phương tiện kỹ thuật số. Trong khi thương mại điện tử chỉ tập trung vào cơ chế đặt hàng số (digitally ordered), thương mại số bao gồm cả các giao dịch mà việc giao nhận được thực hiện hoàn toàn qua môi trường số (digitally delivered), như tải phần mềm, dịch vụ điện toán đám mây, hay phát trực tuyến nội dung số. Do đó, thương mại số đặc biệt nhấn mạnh đến tính chất xuyên biên giới.

Những đặc trưng cốt lõi của thương mại số tạo nên sự cách mạng hóa này là tính *phi vật thể* và tính *tức thời*. Tính phi vật thể thể hiện qua việc hàng hóa và dịch vụ chủ yếu tồn tại dưới dạng kỹ thuật số, loại bỏ hoàn toàn các chi phí logistics truyền thống và mở ra khả năng mở rộng quy mô kinh doanh không giới hạn. Tính tức thời cho phép các giao dịch và việc cung cấp sản phẩm dịch vụ diễn ra gần như ngay lập tức, phá vỡ các rào cản về thời gian và khoảng cách.

Thương mại số dẫn đến những thay đổi mang tính cách mạng trong giao dịch thương mại quốc tế thông qua cơ chế hiệu quả giao dịch (tối ưu hóa quy trình), cơ chế đổi mới (đột phá năng suất) và cơ chế minh bạch (xây dựng lòng tin):

- **Cơ chế hiệu quả giao dịch:** Thương mại số giúp giảm đáng kể chi phí giao dịch (transaction costs) (chi phí này hiện đang chiếm tới 10–15% giá trị giao dịch). Thương mại số đã loại bỏ các khâu trung gian và số hóa quy trình như sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng thông minh (smart contracts) trên nền tảng chuỗi khối (Blockchain) hay tối ưu hóa tuyến đường và dự báo nhu cầu logistics và hải quan.
- **Cơ chế đổi mới** được định hướng và đẩy mạnh nhờ sự hội tụ của nhiều loại công nghệ số như AI, dữ liệu lớn, điện toán đám mây... Sự phát triển của mô hình Phần mềm dưới dạng Dịch vụ (SaaS) là động lực mạnh mẽ, giúp các SMEs tiếp cận công nghệ tiên tiến với chi phí hợp lý. Ngoài ra, dữ liệu lớn và AI cho phép cá nhân hóa hàng loạt (mass customization), giúp sản xuất đại trà các sản phẩm được tùy chỉnh theo từng cá nhân với chi phí tương đương sản xuất hàng loạt truyền thống.
- **Cơ chế minh bạch** (xây dựng lòng tin): Tính minh bạch góp phần cung cấp thông tin cho người tiêu dùng về các hoạt động thương mại bền vững. Trong bối cảnh 73% người tiêu dùng toàn cầu sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm đến từ những công ty có trách nhiệm với môi trường và xã hội, tính minh bạch góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường toàn cầu. Các loại công nghệ đã góp phần không nhỏ vào quá trình minh bạch hóa, ví dụ như công nghệ Blockchain tạo ra một sổ cái phân tán, bất biến và minh bạch, cho phép truy xuất nguồn gốc sản phẩm từ khâu sản xuất đến tay người tiêu dùng. Bên cạnh đó, tính minh bạch còn hỗ trợ doanh nghiệp tuân thủ các quy định thương mại quốc tế khắt khe về xuất xứ hàng hóa, lao động và môi trường trong các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA.

Ngoài ra, cơ chế mở rộng thị trường là trung tâm của sự cách mạng hóa, thể hiện ở khả năng dân chủ hóa thương mại quốc tế. Thương mại số đã mở rộng khả năng tham gia thương mại xuyên biên giới cho tất cả các loại hình doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ (MSMEs). Sự phổ biến của các nền tảng thương mại điện tử, thương mại xã hội (social commerce), đặc biệt là thương mại dựa trên phát sóng trực tiếp (live streaming commerce) tạo ra hiệu ứng mạng, cung cấp khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu gần như không giới hạn cho các doanh nghiệp.

3.2. Vị thế và nền tảng phát triển thương mại số của Việt Nam trong cuộc đua toàn cầu

Mặc dù đóng góp tổng thể của Việt Nam vào bức tranh thương mại số toàn cầu còn khiêm tốn (đứng thứ 14 trong khu vực Đông Á về xuất khẩu dịch vụ số), Việt Nam ghi nhận mức tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ số trung bình 31% trong giai đoạn 2013–2023, trở thành một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng

nhanh nhất khu vực Đông Á. Tại Việt Nam, thương mại điện tử (TMĐT) đã và đang giữ vai trò nền tảng then chốt, chiếm hơn 60% tổng giá trị hàng hóa (GMV) của nền kinh tế số và là lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất (18% năm 2024). Điều này khẳng định vai trò của TMĐT là bước đệm vững chắc cho sự phát triển toàn diện của thương mại số.

Việt Nam đã có những nền tảng nhất định để bứt phá phát triển thương mại số trong cuộc đua công nghệ toàn cầu:

- **Chiến lược và chính sách phát triển quốc gia:** Việt Nam đã xây dựng hệ thống chính sách và chiến lược số quốc gia tương đối toàn diện để thúc đẩy thương mại số, hướng tới các mục tiêu cạnh tranh quốc tế rõ ràng. Nghị quyết số 57-NQ/TW năm 2024 và Quyết định số 411/QĐ-TTg năm 2022 phê duyệt Chiến lược quốc gia phát triển kinh tế số và xã hội số đến năm 2030 xác định mục tiêu đưa Việt Nam vào nhóm ba nước dẫn đầu Đông Nam Á về năng lực cạnh tranh số và R&D AI. Các văn bản này xác định các nền móng (thể chế, hạ tầng, nền tảng số, dữ liệu số, nhân lực số) chính là các yếu tố quan trọng cần được đầu tư đồng bộ. Trên cơ sở đó, các văn bản pháp luật như Nghị định số 117/2025/NĐ-CP, Nghị định số 13/2023/NĐ-CP và Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân năm 2025 đã được ban hành và đang dần hoàn thiện để quản lý các yếu tố vận hành của thương mại số như quy định quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh trên nền tảng TMĐT, yêu cầu các sàn thực hiện khấu trừ, kê khai và nộp thuế thay cho cá nhân, bảo vệ dữ liệu cá nhân, thiết lập nguyên tắc minh bạch và đồng thuận người dùng, xây dựng môi trường thương mại số an toàn. Đặc biệt, Luật Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo năm 2025 đã chính thức đưa cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) vào khuôn khổ pháp lý, cho phép các doanh nghiệp công nghệ tài chính (Fintech) và công nghệ khác được thử nghiệm sản phẩm dịch vụ mới trong môi trường kiểm soát rủi ro. Cơ chế này đóng vai trò thiết yếu trong việc giải quyết xung đột giữa tốc độ phát triển công nghệ và tốc độ ban hành luật khi cho phép các mô hình kinh doanh mới (cơ chế đổi mới) được triển khai nhanh chóng mà không bị ràng buộc bởi các quy định truyền thống.
- **Nền tảng năng lực số:** Việt Nam có lợi thế chiến lược từ cấu trúc dân số trẻ, với 79% dân số sử dụng Internet và 68% sở hữu điện thoại thông minh, tạo điều kiện phổ cập kỹ năng số. Khung năng lực số quốc gia (Thông tư 02/2025/TT-BGDDT) đã được triển khai, tập trung vào 6 miền năng lực và 24 thành phần, cung cấp lộ trình phát triển kỹ năng cho người học. Về năng lực số, 92% doanh nghiệp đã quan tâm và ứng dụng chuyển đổi số, với 44% SMEs đầu tư vào AI trong năm 2024—gấp đôi năm trước—chứng tỏ sự chuyển dịch rõ rệt từ vai trò người tiêu dùng sang người chủ động khai thác và ứng dụng công nghệ. Tuy nhiên, năng lực số chuyên sâu vẫn là một khoảng cách lớn. Khoảng cách kỹ năng số giữa các nhóm lao

động là đáng kể: 83.25% lao động chưa thành thạo về phân tích dữ liệu, 86% thiếu kỹ năng bảo mật thông tin và chỉ 74.1% đạt yêu cầu về tư duy hệ thống.

- **Hạ tầng số và công nghệ nền tảng:** Hạ tầng kết nối tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ. Mạng 4G phủ sóng 99% dân số; số lượng kết nối di động đạt 168.5 triệu lượt (169.8% so với dân số). Việt Nam đang nghiên cứu 6G từ năm 2022, dự kiến cấp phép tần số 6G vào năm 2028. Thị trường Cloud Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng kép hàng năm 17%. Hệ thống thanh toán số cũng tăng trưởng ấn tượng, đạt 149 tỷ USD năm 2024, với giao dịch QR code tăng 892.95% về số lượng so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù có tốc độ tăng trưởng hạ tầng nhanh, Việt Nam vẫn xếp hạng thấp về hệ sinh thái điện toán đám mây (53/76 quốc gia) và đối mặt với sự phụ thuộc vào nhập khẩu vi xử lý AI, máy chủ và công cụ tính toán hiệu năng cao.

3.3. Thương mại số: Động lực công nghệ cho thương mại quốc tế Việt Nam

Thương mại số đang trở thành động lực công nghệ quan trọng, định hình lại cách thức Việt Nam tham gia và nâng cấp vị thế trong thương mại quốc tế. Mặc dù hệ sinh thái thương mại số của Việt Nam đã có nhiều bước tiến, các cơ chế trung gian hỗ trợ giao dịch vẫn tồn tại những nút thắt lớn, cản trở khả năng bứt phá toàn diện.

Thứ nhất, về cơ chế hiệu quả giao dịch, khả năng tích hợp hạ tầng thanh toán điện tử tốt hơn và sự thay đổi hành vi người tiêu dùng đã giúp nâng cao hiệu quả giao dịch thương mại. Tuy nhiên, nút thắt lớn nhất là chi phí logistics, vốn chiếm 20–25% giá bán sản phẩm TMĐT, vẫn còn cao hơn nhiều so với các nước trong khu vực. Mức chi phí này làm suy giảm đáng kể hiệu quả chung của cơ chế giao dịch.

Thứ hai, về cơ chế minh bạch, Việt Nam đã đạt được những tiến bộ rõ rệt trong triển khai hải quan điện tử VNACCS/VCIS và các quy định về công khai dữ liệu. Tuy nhiên, vấn đề hàng giả, gian lận thương mại và rủi ro an ninh mạng vẫn diễn ra phổ biến, làm xói mòn lòng tin của người tiêu dùng và đối tác quốc tế. Mức thiệt hại này không chỉ là chi phí trực tiếp mà còn làm gia tăng chi phí niềm tin và chi phí giao dịch ẩn. Rủi ro an ninh mạng buộc các đối tác quốc tế phải áp dụng các biện pháp bảo hiểm và kiểm tra nghiêm ngặt hơn, làm giảm tốc độ và hiệu quả của các giao dịch xuyên biên giới.

Thứ ba, đối với cơ chế mở rộng thị trường, dù tạo ra sự dân chủ hóa, cơ chế này cũng phải đối mặt với rủi ro cố hữu là sự tập trung hóa quyền lực. Sự thống trị thị trường của các nền tảng trung gian số lớn (DIPs) thông qua hiệu ứng mạng khiến chúng trở thành những *người gác cổng* (gatekeepers). Điều này đặt ra thách thức về quản trị nền tảng số, đòi hỏi các quy định về chống độc quyền và bảo vệ

dữ liệu người bán để đảm bảo sự công bằng trong việc phân phối lợi ích từ thương mại số.

Thương mại số đang tạo ra cơ hội *nhảy vọt* (leapfrogging) cho Việt Nam, cho phép đất nước vượt qua các giai đoạn phát triển truyền thống và định vị lại lợi thế cạnh tranh quốc gia dựa trên hạ tầng số, nguồn nhân lực công nghệ và khung pháp lý tiên tiến, thay vì dựa vào lao động giá rẻ. Tuy vậy, quá trình chuyển hóa động lực công nghệ thành lợi thế kinh tế vĩ mô vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Một trong những rào cản lớn là sự phân cực số giữa các khu vực: Hà Nội/TP. Hồ Chí Minh đạt trên 70% ứng dụng phần mềm quản trị, trong khi con số này chỉ đạt 25–35% tại các khu vực Tây Bắc và Tây Nguyên. Nếu không thu hẹp khoảng cách này, lợi ích từ cơ chế mở rộng thị trường sẽ chỉ tập trung vào một bộ phận nhỏ, làm gia tăng bất bình đẳng trong tiếp cận cơ hội thương mại số.

Cuối cùng, để tận dụng tối đa động lực công nghệ cho hội nhập vào GVCs chất lượng cao, Việt Nam cần khai thác cơ chế minh bạch như một công cụ chiến lược. Việc ứng dụng các công nghệ như blockchain để chứng minh tuân thủ quy tắc xuất xứ, lao động và môi trường sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng cao cấp (như thực phẩm an toàn, hàng hóa bền vững), chuyển từ cạnh tranh dựa trên giá rẻ sang cạnh tranh dựa trên giá trị.

3.4. Cơ hội và thách thức

Việt Nam đang sở hữu một bộ ba lợi thế nền tảng để trở thành cường quốc thương mại số khu vực: i) Cấu trúc dân số: hơn 70% dân số dưới 40 tuổi, với 79% sử dụng Internet và 68% sở hữu smartphone. Đây là một thế hệ sẵn sàng chấp nhận và áp dụng công nghệ mới; ii) Vị trí địa lý chiến lược: nằm ở trung tâm ASEAN, kết nối với hai động lực kinh tế lớn là Trung Quốc và Ấn Độ, tạo cơ hội trở thành trung tâm kết nối thương mại số khu vực; iii) Cam kết chính trị mạnh mẽ: được thể hiện qua hệ thống các chiến lược và chương trình chuyển đổi số quốc gia toàn diện, với tầm nhìn rõ ràng.

Sự phát triển của thương mại số tại Việt Nam vẫn đối mặt với ba rào cản lớn về thể chế, công nghệ và năng lực: i) *Rào cản thể chế*: Chỉ số pháp lý về thương mại số RDTII (Regulatory Digital Trade Index) của Việt Nam ở mức 0.57, cho thấy sự mất cân bằng giữa kiểm soát và hỗ trợ đổi mới. Môi trường pháp lý chưa thúc đẩy đổi mới, có thể dẫn đến tăng chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp. Đặc biệt, các quy định về yêu cầu lưu trữ dữ liệu tại Việt Nam, nếu không được phân loại rõ mức độ nhạy cảm, sẽ tăng chi phí hạ tầng và có thể xung đột với các chuẩn quốc tế như GDPR của EU. ii) *Rào cản công nghệ*: Mức độ trưởng thành số của doanh nghiệp còn thấp, chỉ 2.2% doanh nghiệp đạt mức độ ứng dụng công nghệ để ra quyết định kinh doanh. Việt Nam vẫn phụ thuộc vào nhập khẩu vi xử lý AI, máy chủ và công cụ tính toán hiệu năng cao, khiến sự phát triển nội lực về nền tảng công nghệ bị ảnh hưởng bởi địa chính trị và chuỗi cung ứng toàn cầu. iii)

Rào cản năng lực: Khoảng cách kỹ năng số giữa các nhóm lao động và phân hóa giữa các khu vực (thành thị và nông thôn) trong việc ứng dụng công nghệ số đang gây ra sự phân cực số trong nước. Sự thiếu gắn kết giữa khung năng lực số và nhu cầu thực tế của thị trường thương mại số, vốn đòi hỏi tư duy phản biện, sáng tạo đa phương tiện, và khả năng ứng dụng AI, làm giảm hiệu quả chuyển đổi số, đặc biệt ở các vùng sâu, vùng xa, và chỉ mang lại lợi ích cục bộ.

3.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp

Chính sách của Nhà nước nhằm thúc đẩy thương mại số của Việt Nam được tóm tắt qua ba trụ cột chính:

Thứ nhất, hoàn thiện thể chế và quản trị dữ liệu: Nhà nước cần tạo ra một môi trường pháp lý vừa thông thoáng, vừa chặt chẽ và phù hợp với chuẩn mực quốc tế bao gồm: i) đẩy nhanh việc hoàn thiện khung pháp lý để quản lý các yếu tố vận hành của thương mại số; ii) thiết lập và mở rộng cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) để cho phép các mô hình kinh doanh số mới và công nghệ đột phá được triển khai nhanh chóng trong môi trường kiểm soát rủi ro, giải quyết xung đột giữa tốc độ công nghệ và tốc độ ban hành luật; iii) xây dựng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thông tin phù hợp với chuẩn mực quốc tế, đặc biệt là việc phân loại rõ mức độ nhạy cảm của dữ liệu để tránh tăng chi phí hạ tầng và xung đột quy định quốc tế cho doanh nghiệp; iv) chủ động và tích cực tham gia vào quá trình xây dựng các quy tắc thương mại số toàn cầu (thông qua WTO, DEPA) để định hình tương lai dòng chảy dữ liệu.

Thứ hai, đầu tư hạ tầng và công nghệ tiên tiến: Nhà nước cần tập trung vào việc xây dựng hạ tầng số hiện đại, đồng bộ và bền vững để tạo điều kiện cho thương mại số vận hành hiệu quả: i) hoàn thiện mạng 5G/6G và phát triển trung tâm dữ liệu siêu lớn để đảm bảo hạ tầng kết nối tiên tiến, hiện đại, đồng bộ, từ đó hỗ trợ việc chuyển hóa thành cơ chế đổi mới và hiệu quả giao dịch tối đa; ii) xây dựng năng lực R&D về AI nội địa để giảm sự phụ thuộc vào nhập khẩu vi xử lý AI, máy chủ và công cụ tính toán hiệu năng cao; iii) nhanh chóng giải quyết nút thắt chi phí logistics, vốn chiếm 20–25% giá bán sản phẩm TMĐT, để cải thiện đáng kể cơ chế hiệu quả giao dịch.

Thứ ba, phát triển bao trùm năng lực số chuyên sâu: Nhà nước cần tập trung vào việc nâng cao năng lực số của lực lượng lao động một cách bao trùm thông qua triển khai toàn diện: i) khung năng lực số quốc gia, tập trung đào tạo lại và nâng cao kỹ năng cho lực lượng lao động hiện tại; ii) đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng phân tích dữ liệu, bảo mật thông tin, và tư duy hệ thống, những lĩnh vực đang thiếu hụt nguồn nhân lực nghiêm trọng; iii) giải quyết triệt để sự phân cực số giữa các khu vực (thành thị và nông thôn) trong việc ứng dụng công nghệ số để đảm bảo lợi ích từ cơ chế mở rộng thị trường mang tính bao trùm.

Để phối hợp hành động nhằm mục tiêu bứt phá trong thương mại số, các doanh nghiệp và hiệp hội tại Việt Nam cần tập trung vào các giải pháp sau:

Thứ nhất, xây dựng chiến lược chuyển đổi số toàn diện: Doanh nghiệp cần chuyển từ vai trò *người tiêu dùng công nghệ* sang *người khai thác và tạo ra giá trị từ công nghệ*. Các doanh nghiệp cần phát triển lộ trình chuyển đổi số có hệ thống, bắt đầu bằng việc ưu tiên đầu tư vào công nghệ nền tảng để tạo ra các cơ chế trung gian hiệu quả: (i) đầu tư vào các công nghệ cốt lõi như AI và học máy để phục vụ hệ thống gợi ý và phân tích dự báo, Blockchain để tăng cường truy xuất nguồn gốc và điện toán đám mây để đảm bảo khả năng mở rộng cho hạ tầng công nghệ; (ii) nâng cấp ứng dụng AI vào phân tích hành vi khách hàng, cá nhân hóa dịch vụ và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, các hiệp hội ngành hàng cần đóng vai trò cầu nối, hỗ trợ SMEs tiếp cận công nghệ số, thiết lập các quỹ hỗ trợ chuyển đổi số, và đàm phán các điều kiện ưu đãi với các nền tảng thương mại điện tử lớn.

Thứ hai, đầu tư vào các quy trình và công nghệ để tăng cường tính minh bạch: Các doanh nghiệp cần xác định, việc đầu tư để tăng tính minh bạch không chỉ là chi phí tuân thủ mà là một chiến lược kinh doanh nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh. Các doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp và sản xuất, cần áp dụng Blockchain để tăng cường tính minh bạch và truy xuất nguồn gốc, nhằm vượt qua các rào cản thể chế phức tạp và tiếp cận các thị trường cao cấp đòi hỏi tiêu chuẩn tuân thủ nghiêm ngặt (EVFTA, CPTPP); triển khai cảm biến IoT để giám sát điều kiện vận chuyển theo thời gian thực và mở rộng việc sử dụng mã QR và tích hợp với các tiêu chuẩn quốc tế để công khai thông tin chi tiết về sản phẩm, xây dựng lòng tin số với người tiêu dùng toàn cầu.

Thứ ba, phát triển các mô hình kinh doanh số mới: Xây dựng thương hiệu số mạnh và phát triển khả năng bán trực tiếp đến người tiêu dùng (D2C) thông qua các nền tảng số và thương mại xã hội (social commerce), giúp doanh nghiệp tăng biên lợi nhuận và kiểm soát dữ liệu khách hàng. Các doanh nghiệp công nghệ Việt Nam cần chuyển từ mô hình gia công phần mềm sang phát triển các sản phẩm SaaS có thể xuất khẩu như công nghệ tài chính (fintech), công nghệ giáo dục (edtech) và công nghệ y tế (healthtech) để tham gia vào chuỗi giá trị cao hơn. Bên cạnh đó, các hiệp hội có liên quan cần thiết lập các tiêu chuẩn về chất lượng dịch vụ số, bảo mật thông tin và đạo đức số để nâng cao uy tín chung cho các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế. Việc làm này bao gồm cả việc phát triển các chương trình chứng nhận năng lực số phù hợp với Khung năng lực số quốc gia.

Tiểu kết

Thương mại số là động lực mới định hình lại thương mại quốc tế, tạo cơ hội cho Việt Nam thực hiện chiến lược *nhảy vọt* bằng cách tận dụng các đặc tính phi

vật thể, tức thời và xuyên biên giới thông qua bốn cơ chế cốt lõi: hiệu quả giao dịch, đổi mới sáng tạo, minh bạch hóa và mở rộng thị trường. Việt Nam đang sở hữu bộ ba lợi thế nền tảng (dân số, địa lý, và cam kết chính trị) để bứt phá trở thành một cường quốc thương mại số khu vực. Tuy nhiên, để chuyển hóa tiềm năng này thành hiện thực, quốc gia cần giải quyết triệt để các rào cản về phân cực số trong nước, chi phí giao dịch ẩn do an ninh mạng, và sự phân mảnh thể chế.

Việt Nam cần chuyển đổi tư duy từ *bắt kịp* sang *dẫn đầu* và tích cực tham gia vào quá trình xây dựng các quy tắc thương mại số toàn cầu (thông qua WTO, DEPA) để có tiếng nói trong việc định hình tương lai dòng chảy dữ liệu. Với lộ trình rõ ràng và quyết tâm chính trị mạnh mẽ, Việt Nam hoàn toàn có thể trở thành một trong những trung tâm kết nối thương mại số hàng đầu thế giới vào năm 2030, góp phần tái định hình bản đồ kinh tế thế giới trong thế kỷ XXI.

CHƯƠNG 4:

THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG - ĐỘNG LỰC CHUẨN MỰC ĐỂ CHIẾM LĨNH THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng và toàn diện, thương mại quốc tế không chỉ là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế mà còn là yếu tố quan trọng góp phần giải quyết các thách thức toàn cầu về môi trường, xã hội và phát triển bền vững. Tuy nhiên, mô hình thương mại truyền thống với trọng tâm là tăng trưởng và hiệu quả kinh tế đã bộc lộ nhiều hạn chế, dẫn tới những hệ lụy như ô nhiễm, cạn kiệt tài nguyên, bất bình đẳng xã hội và mai một giá trị văn hóa. Do đó, thương mại bền vững nổi lên như một xu thế tất yếu, là động lực chuẩn mực nhằm đảm bảo sự phát triển hài hòa giữa kinh tế, xã hội và môi trường trên phạm vi toàn cầu.

4.1. Thương mại bền vững: Định hình chuẩn mực của thị trường toàn cầu

Thương mại bền vững được hiểu là quá trình trao đổi hàng hóa, dịch vụ giữa các quốc gia nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nhưng đồng thời đảm bảo các mục tiêu về bảo vệ môi trường, phát triển xã hội và tôn trọng các giá trị nhân văn. Trong khuôn khổ các tổ chức quốc tế như Liên Hợp Quốc và WTO, nhiều tiêu chuẩn mang tính chất toàn cầu đã được thiết lập, làm nền tảng cho việc thực hiện thương mại bền vững. Các tiêu chuẩn này không chỉ hướng đến lợi ích kinh tế mà còn nhấn mạnh yếu tố công bằng, bảo vệ quyền lợi người lao động, gìn giữ tài nguyên thiên nhiên và thúc đẩy phát triển bền vững. Đồng thời, chúng cũng góp phần hình thành các cách tiếp cận về thương mại bền vững, bao gồm: i) tiếp cận dựa trên nguyên tắc phát triển bền vững; ii) tiếp cận dựa trên chuỗi giá trị, theo đó, các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị đều phải thực hiện những tiêu chuẩn chung; và iii) tiếp cận dựa trên các tiêu chuẩn, chứng nhận quốc tế về môi trường và xã hội.

Thương mại bền vững đã trở thành động lực tăng trưởng mới cho thương mại quốc tế thông qua việc thiết lập các chuẩn mực cho trao đổi thương mại quốc tế, từ đó thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyển đổi xanh, chuyển đổi số và tạo ra các sản phẩm, dịch vụ xanh, sạch, thân thiện với môi trường. Việc tích hợp các tiêu chuẩn bền vững vào chính sách thương mại, từ đó tạo nên các chuẩn mực mới, giúp các quốc gia không chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn góp phần giải quyết các vấn đề toàn cầu như biến đổi khí hậu, nghèo đói, bất bình đẳng. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn thương mại bền vững, dù có thể đặt ra nhiều khó khăn ban đầu, nhưng lại mang tới lợi ích lâu dài cho doanh nghiệp Việt Nam ở việc chinh phục thị trường toàn cầu, trong đó có nhiều thị trường có tiêu chuẩn bền vững khắt khe như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản... Nói cách khác, thương mại bền vững tạo

ra các chuẩn mực mới cho thị trường toàn cầu, buộc doanh nghiệp phải thích nghi, đổi mới và nâng cao giá trị gia tăng nếu muốn hội nhập sâu rộng.

4.2. Thương mại bền vững Việt Nam: Chính phủ kiến tạo và doanh nghiệp chuyển mình

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng và cam kết với các mục tiêu khí hậu toàn cầu, Việt Nam xem phát triển thương mại bền vững như một xu thế tất yếu và nhìn nhận việc tuân thủ các chuẩn mực về phát triển bền vững là yêu cầu bắt buộc để chiếm lĩnh thị trường toàn cầu. Để thực hiện điều này, Chính phủ đã kiến tạo nhiều chính sách cho thương mại bền vững và doanh nghiệp Việt Nam đã thực hiện chuyển mình tích cực. Cụ thể:

Từ góc độ kiến tạo chính sách của Chính phủ, trong thời gian qua, nhiều chính sách đã được Chính phủ ban hành nhằm thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi theo hướng sản xuất xanh, ứng dụng kinh tế tuần hoàn và đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường, xã hội ngày càng cao của thị trường quốc tế. Có thể kể đến các chính sách như:

Với chính sách đầu tư vào công nghệ sạch và sản phẩm bền vững, Luật Bảo vệ môi trường năm 2020 nhấn mạnh việc thúc đẩy công nghệ sạch và lần đầu tiên đưa vào khái niệm kinh tế tuần hoàn cùng yêu cầu xây dựng thị trường tín chỉ carbon. Cơ chế trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR) buộc doanh nghiệp phải thu hồi, tái chế sản phẩm sau tiêu dùng, từ đó tạo động lực cho doanh nghiệp đổi mới công nghệ, sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường và giảm chi phí tuân thủ. Chính phủ xác định chuyển đổi sang công nghệ sản xuất sạch và phát triển sản phẩm xanh là nền tảng cho thương mại bền vững. Quyết định số 1658/QĐ-TTg (2021) phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021–2030, nhấn mạnh mục tiêu xanh hóa các ngành kinh tế, giảm phát thải khí nhà kính, ứng dụng khoa học công nghệ, phát triển hạ tầng xanh, xây dựng lối sống xanh và đảm bảo chuyển đổi xanh công bằng, bao trùm.

Với các chương trình, đề án trọng điểm hỗ trợ doanh nghiệp để phát triển thương mại bền vững, Chính phủ đã ban hành nhiều chương trình nhằm hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư công nghệ sạch và sản xuất sản phẩm xanh. Quyết định số 889/QĐ-TTg (2020) về Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021–2030 đặt ra các nhiệm vụ như sử dụng hiệu quả tài nguyên, khuyến khích phát triển sản phẩm thân thiện môi trường, thúc đẩy mô hình tiêu dùng và sản xuất bền vững, tạo việc làm xanh và nâng cao chất lượng sống, hướng đến kinh tế tuần hoàn.

Về tăng cường chuyển đổi công nghệ xanh trong doanh nghiệp, nhờ hệ thống chính sách đồng bộ, hoạt động chuyển đổi công nghệ xanh tại doanh nghiệp được đẩy mạnh. Quyết định số 980/QĐ-TTg (2023) xác định danh mục các ngành công nghiệp môi trường ưu tiên đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp

sản xuất thiết bị xử lý môi trường, năng lượng tái tạo,... Bộ Công Thương và các cơ quan quản lý đã hỗ trợ doanh nghiệp cải tiến dây chuyền, áp dụng công nghệ sạch, tiết kiệm năng lượng, thay thế nhiên liệu hóa thạch, đặc biệt trong các dự án lớn về sử dụng năng lượng.

Về chính sách thuế, tín dụng và hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp xanh, bên cạnh các hỗ trợ kỹ thuật, Chính phủ còn triển khai các chính sách ưu đãi về thuế, tín dụng và tài chính nhằm khuyến khích doanh nghiệp chuyển đổi sang sản xuất xanh, thúc đẩy thương mại bền vững. Các chính sách này đóng vai trò là *đòn bẩy* quan trọng, thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng thân thiện môi trường và huy động nguồn lực đầu tư cho các dự án xanh, giúp hiện thực hóa mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia.

Về sự chuyển đổi chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp theo hướng bền vững, có thể thấy sự chuyển đổi này diễn ra ở hai cấp độ chính: ngành và doanh nghiệp.

Ở cấp độ ngành: Nhiều ngành sản xuất chủ lực đã lồng ghép mục tiêu phát triển bền vững vào chiến lược phát triển của mình, tạo tiền đề quan trọng cho doanh nghiệp:

- Dệt may và da giày: Gắn phát triển với bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội, phù hợp với mục tiêu phát triển bền vững và cam kết quốc tế (Quyết định số 1643/QĐ-TTg ngày 29/12/2022);
- Công nghiệp chế biến gỗ: Phát triển bền vững, đảm bảo 100% gỗ hợp pháp và có chứng chỉ quản lý rừng bền vững (Quyết định số 327/QĐ-TTg ngày 10/03/2022);
- Thủy sản: Hiện đại hóa, thân thiện môi trường, bảo tồn nguồn lợi, bảo tồn đa dạng sinh học, thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo đảm an toàn dịch bệnh, an toàn sinh học, an toàn xã hội, tập trung chế biến sâu để nâng cao giá trị (Quyết định số 339/QĐ-TTg ngày 11/03/2021);
- Nông nghiệp: Phát triển nông nghiệp hiện đại, bền vững, đảm bảo vững chắc an ninh lương thực, ổn định kinh tế - xã hội, có sức cạnh tranh cao, ứng phó biến đổi khí hậu (Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/01/2022);
- Công nghiệp khai khoáng: Sử dụng tiết kiệm, hiệu quả theo mô hình kinh tế xanh, tuần hoàn (Quyết định số 334/QĐ-TTg ngày 01/04/2023);
- Công nghiệp ô tô: Ngành công nghiệp ô tô đặt mục tiêu đến năm 2025 phải đáp ứng các yêu cầu về môi trường, phù hợp với xu hướng sử dụng năng lượng tiết kiệm (Quyết định số 1168/QĐ-TTg ngày 16/07/2014);

- Du lịch: Phát triển bền vững, bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc (Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020);
- Tài chính: Xây dựng nền tài chính quốc gia bền vững, phát triển sản phẩm trái phiếu xanh, bảo hiểm xanh (Quyết định số 368/QĐ-TTg ngày 21/03/2020).

Ở cấp độ doanh nghiệp, theo báo cáo của PwC năm 2022, 80% doanh nghiệp Việt Nam đã có cam kết hoặc kế hoạch cam kết thực hành các tiêu chuẩn ESG. Số liệu của nhóm thực hiện FTA Index 2024 cũng cho thấy có 35,8% doanh nghiệp sẵn sàng thực hiện cam kết về phát triển bền vững và 51,9% doanh nghiệp đã có kế hoạch để thực hiện cam kết phát triển bền vững. Các doanh nghiệp lớn đã bắt đầu ban hành chính sách nội bộ về bảo vệ người lao động, cộng đồng và môi trường, đặc biệt dưới tác động của các FTA thế hệ mới và xu hướng đầu tư xanh.

Sự chuyển dịch nêu trên đã góp phần đạt được những kết quả bước đầu khả quan về thương mại bền vững của Việt Nam. Cụ thể:

Về thương mại hàng hóa xanh và bền vững, thương mại hàng hóa Việt Nam đang dần “xanh hóa” ở nhiều ngành xuất – nhập khẩu chủ lực để chiếm lĩnh thị trường toàn cầu, cụ thể:

Đối với lĩnh vực nông sản: Chuyển dịch mạnh mẽ sang sản xuất hữu cơ, áp dụng các giải pháp ứng phó biến đổi khí hậu (ví dụ: mô hình sản xuất sàu riêng sạch, nhãn hiệu “Gạo Việt xanh phát thải thấp”). Xuất khẩu nông sản hữu cơ năm 2022 đạt 335 triệu USD/năm.

Đối với ngành thủy sản: Chuyển hướng nuôi trồng hiện đại, bền vững (nuôi biển) và triển khai các biện pháp chống khai thác IUU (bất hợp pháp, không báo cáo và không đúng quy định). Việt Nam có hơn 300 trang trại nuôi tôm và 50 trang trại nuôi cá tra đạt chứng nhận nuôi trồng bền vững (ASC).

Đối với ngành gỗ và sản phẩm từ gỗ: Tăng cường chuyển đổi sang sản phẩm bền vững, có chứng nhận FSC (Quản lý rừng bền vững) và gỗ rừng trồng để đáp ứng luật mới của Nhật Bản, Hoa Kỳ và EU.

Đối với ngành dệt may: Thực hiện chiến lược xanh hóa chuỗi sản xuất (ví dụ: Vinatex đo lường dấu chân carbon, May 10 thay thế nhiên liệu hóa thạch). Nhiều doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất sợi tái chế (SYRE, Sợi Thế kỷ...).

Về tổng thể, nhiều doanh nghiệp nêu trên đã vươn lên để chiếm lĩnh thị trường toàn cầu với các sản phẩm mang tính bền vững của mình, góp phần giúp

Việt Nam đứng trong nhóm các quốc gia xuất khẩu dẫn đầu đối với mặt hàng có liên quan.

Về thương mại dịch vụ bền vững, nhiều ngành dịch vụ của Việt Nam đã chuyển hướng theo hướng bền vững. Ví dụ, đối với dịch vụ logistics xanh, nhiều doanh nghiệp đã có sự thay đổi và đầu tư để thực hiện các giải pháp “xanh” để giảm khí thải và chi phí, như: vận tải xanh (sử dụng phương tiện ít phát thải, xe điện, nhiên liệu sinh học), kho bãi xanh (ứng dụng năng lượng tái tạo, quản lý năng lượng hiệu quả), bao bì xanh (vật liệu tái chế, tái sử dụng) và công nghệ số (tối ưu hóa lộ trình, quản lý kho thông minh, chia sẻ dữ liệu để giảm chi phí logistics). Hay đối với dịch vụ tài chính xanh, có thể thấy nhiều tổ chức tín dụng và tài chính ở Việt Nam đã phát triển các công cụ tài chính bền vững. Tổng giá trị phát hành trái phiếu xanh tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế của doanh nghiệp Việt đạt khoảng 1,4 – 1,7 tỷ USD từ 2021 đến nay. Các tổ chức tín dụng lớn như BIDV, Vietcombank... đã ban hành khung trái phiếu xanh. Du lịch bền vững cũng đang đóng vai trò quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu dịch vụ của Việt Nam. Một mặt, Việt Nam đẩy mạnh các loại hình như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa để tăng cường giá trị, tính bền vững của sản phẩm du lịch, từ đó thu hút lượng lớn khách du lịch nước ngoài tham gia. Mặt khác, đối với khách du lịch Việt Nam khi đi du lịch ở nước ngoài, xu hướng du lịch bền vững cũng đang được ưa chuộng.

Về thương mại bền vững liên quan về sở hữu trí tuệ, các hoạt động về quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại bền vững đã được thúc đẩy ở Việt Nam. Ví dụ, các chỉ dẫn địa lý (GI) đã giúp Việt Nam gia tăng giá trị và bảo vệ thương hiệu sản phẩm đặc thù, như “Nghêu Bến Tre” đạt GI kết hợp chứng nhận MSC, từ đó, có thể mở rộng thị trường xuất khẩu; các phương pháp canh tác bền vững đã giúp vải thiều Lục Ngạn có thể xuất khẩu và được bảo hộ GI tại Nhật Bản. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng đang khuyến khích xây dựng và phát triển nhãn hiệu xanh nhằm hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu gắn với môi trường và xã hội.

Về các vấn đề liên quan khác, Chính phủ và các doanh nghiệp đã tích cực thực hiện nhiều hoạt động khác liên quan đến thương mại bền vững. Việt Nam tích cực thực hiện cam kết về phát triển bền vững trong các FTA thế hệ mới (EVFTA, CPTPP...): Các cam kết về lao động và môi trường trong các FTA này đang buộc Việt Nam phải nâng cao tiêu chuẩn nội địa và giám sát xuất khẩu, đặt nền tảng cho thương mại bền vững. Đồng thời, Việt Nam có những chuyển dịch tích cực khác về năng lượng và tiêu dùng bền vững, trong đó nhiều doanh nghiệp đầu tư vào phát triển các dự án năng lượng tái tạo, cung cấp nguồn năng lượng sạch cho thương mại quốc tế.

4.3. Thương mại bền vững: Động lực chuẩn mực cho thương mại quốc tế Việt Nam

Thương mại bền vững được khẳng định là động lực chuẩn mực cho thương mại quốc tế Việt Nam. Điều này được khẳng định ở vấn đề: i) việc thiết lập các tiêu chuẩn mang tính toàn cầu về thương mại bền vững; ii) tiếp cận dựa trên chuỗi giá trị, theo đó, các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị đều phải thực hiện những tiêu chuẩn chung; và iii) tiếp cận dựa trên các tiêu chuẩn, chứng nhận quốc tế về môi trường và xã hội.

Với cách tiếp cận dựa trên các nguyên tắc của phát triển bền vững mang tính toàn cầu, một số tổ chức quốc tế đã tích cực xây dựng các mục tiêu và tiêu chuẩn về thương mại bền vững mà Việt Nam nói chung và doanh nghiệp Việt Nam nói riêng cần phải thực hiện. Liên Hợp Quốc đã thiết lập các mục tiêu phát triển bền vững; các điều ước quốc tế về môi trường (multilateral environmental agreements, MEA) và lao động (trong khuôn khổ ILO)... WTO đã xây dựng và tích hợp yếu tố bền vững vào lời nói đầu của Hiệp định Marrakesh; một số quy tắc nhất định điều chỉnh hàng hóa, dịch vụ môi trường, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến bền vững, cho phép áp dụng ngoại lệ chung để bảo vệ môi trường và cấm lao động cưỡng bức. WTO cũng đã thông qua Hiệp định Trợ cấp nghề cá (AFS) và vào năm 2022. Đến ngày 15/09/2025, AFS đã chính thức có hiệu lực và Việt Nam đã phê chuẩn Hiệp định này. Các FTA thế hệ mới mà Việt Nam tham gia đã, đang và sẽ trở thành khuôn khổ pháp lý mạnh mẽ, với các tiêu chuẩn mang tính bắt buộc hoặc tự nguyện về thương mại bền vững.

Với cách tiếp cận theo chuỗi giá trị, có thể thấy EU là trường hợp khá điển hình. Trong khuôn khổ Thỏa thuận Xanh được triển khai từ năm 2020, Chỉ thị về Thẩm định tính bền vững của doanh nghiệp (CSDDD), Chỉ thị về Báo cáo bền vững doanh nghiệp (CSRD) dẫn chiếu đến Chuẩn mực Báo cáo Bền vững châu Âu (ESRS), Chiến lược Dệt may tuần hoàn... yêu cầu các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi hoạt động của những doanh nghiệp EU thuộc phạm vi điều chỉnh của những văn bản nêu trên đều phải tuân thủ các yêu cầu và tiêu chuẩn về phát triển bền vững.

Với cách tiếp cận dựa trên các tiêu chuẩn, chứng nhận quốc tế về môi trường và xã hội, doanh nghiệp Việt Nam đã có nhận thức về tầm quan trọng, vị trí và vai trò của việc tuân thủ các tiêu chuẩn, chứng nhận quốc tế có liên quan cho thương mại bền vững. Trong trường hợp này, các doanh nghiệp Việt Nam thường sử dụng các hệ thống chứng nhận thương mại bền vững được nhiều tổ chức tư nhân trên thế giới xây dựng, như ISO 14001, ISO 26000, SA8000, Chứng nhận thương mại công bằng (Fairtrade), Chứng nhận quản lý rừng bền vững (FSC), Chứng nhận của Liên minh rừng mưa (Rainforest Alliance Certified, RAC), Chứng nhận thủy sản bền vững (MSC), GlobalGAP, Chứng nhận sản phẩm hữu cơ, Chứng nhận dệt may hữu cơ toàn cầu (Global Organic Textile Standard), Tiêu

chuẩn tái chế toàn cầu (Global Recycled Standard)... Việc sử dụng các chứng nhận này và thường xuyên cải tiến theo yêu cầu giúp các doanh nghiệp Việt Nam đáp ứng được các tiêu chuẩn thương mại bền vững của thị trường nước ngoài.

Có thể thấy thương mại bền vững dựa trên các chuẩn mực là xu hướng tất yếu. Việc tuân thủ các chuẩn mực này không chỉ mang tính khuyến khích mà còn là yêu cầu bắt buộc để gia nhập nhiều thị trường có tiêu chuẩn cao như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản.... Việc tuân thủ chuẩn mực bền vững giúp doanh nghiệp Việt Nam chuyển từ cạnh tranh giá rẻ sang cạnh tranh giá trị, từ đó, nâng cao vị thế và vai trò của các doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu và trong nhiều trường hợp, có thể vươn lên là một trong những đối tác dẫn đầu thị trường. Nội dung ở mục 4.4 sẽ phân tích rõ hơn điều này.

4.4. Cơ hội và thách thức

Thương mại bền vững mang lại những cơ hội thị trường lớn cho Việt Nam, nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức đáng kể về chi phí đầu tư và năng lực thực thi.

Về cơ hội, Việt Nam có ba cơ hội lớn để thúc đẩy thương mại bền vững:

Thứ nhất, nhu cầu toàn cầu đối với sản phẩm bền vững ngày càng tăng, xu thế tiêu dùng xanh là dòng chảy chính, mở ra cơ hội thị trường trị giá khoảng 774,6 tỷ USD (năm 2023). Người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cao để tiêu dùng các sản phẩm bền vững: Khảo sát năm 2024 của PwC cho thấy 46% người tiêu dùng toàn cầu mua sản phẩm bền vững hơn, và hơn 80% sẵn sàng trả thêm trung bình 9,7% giá trị cho các sản phẩm thân thiện với môi trường (nguyên liệu tái chế, dấu ấn carbon thấp).

Thứ hai, hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế và các hiệp định thương mại tự do. Có thể thấy, quá trình hội nhập cung cấp khuôn khổ pháp lý và nguồn lực cho chuyển đổi; trong đó, các cam kết trong FTA thế hệ mới (CPTPP, EVFTA, UKVFTA...) có chương riêng về phát triển bền vững, buộc Việt Nam hoàn thiện khung pháp lý theo hướng *xanh hóa*. Đồng thời, các tổ chức quốc tế đã cung cấp nhiều hỗ trợ tài chính cho chuyển đổi xanh của Việt Nam, như: EU cam kết 210 triệu Euro (2021–2024) cho chuyển đổi xanh; hay Thỏa thuận Đối tác Chuyển đổi Năng lượng Công bằng (JETP) huy động gói tài chính 15,5 tỷ USD (với 176 triệu Euro viện trợ không hoàn lại từ EU) giúp Việt Nam giảm điện than và hướng tới Net-Zero 2050.

Thứ ba, hợp tác giữa nhà nước và doanh nghiệp trong việc thực hiện thương mại bền vững. Yếu tố then chốt để hiện thực hóa tiềm năng là sự hợp lực giữa các bên liên quan: vai trò của Nhà nước đã được xác định ở góc độ kiến tạo thể chế, tạo hành lang pháp lý thông thoáng và chính sách ưu đãi tài chính để hỗ trợ doanh nghiệp; các doanh nghiệp là *đầu tàu* thực hiện, với 56% doanh nghiệp

nhận thấy biến đổi khí hậu mang lại cơ hội, cũng như đầu tư vào công nghệ sạch và kinh tế tuần hoàn.

Về thách thức, thực hiện thương mại bền vững cũng đặt ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp. Có thể kể đến ba thách thức chính là:

Thứ nhất, chi phí đầu tư ban đầu và công nghệ sản xuất sạch, áp lực từ các quy định khắt khe của EU (CBAM, CSDDD, EUDR, EUFLR), của Hoa Kỳ (tiêu chuẩn môi trường cao, chống lao động cưỡng bức, lao động người Duy Ngô Nhĩ...) tạo ra gánh nặng chi phí rất lớn cho doanh nghiệp. Cụ thể, với chi phí chuyển đổi công nghệ và tuân thủ, doanh nghiệp Việt Nam phải đầu tư lớn vào công nghệ sản xuất sạch (giảm phát thải, tiết kiệm năng lượng), hệ thống truy xuất nguồn gốc kỹ thuật số và chuyển đổi sang năng lượng tái tạo... Với gần 98% doanh nghiệp Việt Nam là SMEs (có nguồn lực hạn chế), chi phí chuyển đổi (có thể từ 30.000 USD đến vài trăm nghìn USD) vượt quá khả năng tài chính của họ. Đồng thời, điều này làm gia tăng giá thành của sản phẩm xuất khẩu.

Thứ hai, khó khăn trong việc nâng cao nhận thức về thương mại bền vững. Nhận thức chưa đồng đều trong cộng đồng doanh nghiệp và người tiêu dùng cản trở việc triển khai đồng bộ các tiêu chuẩn về thương mại bền vững. Ví dụ, nhận thức về ESG còn thấp, cụ thể, khảo sát năm 2023 của PwC cho thấy chỉ 29% doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có hiểu biết về ESG. Năm 2024, số liệu của nhóm nghiên cứu thực hiện FTA Index 2024 cũng chỉ ra chỉ 48% doanh nghiệp tự đánh giá mình có hiểu biết một phần về các yêu cầu liên quan đến phát triển bền vững. Nhiều doanh nghiệp nhỏ vẫn coi bền vững chỉ là yêu cầu tuân thủ tối thiểu thay vì chiến lược phát triển. Về nhận thức, sự chuyển biến chủ yếu diễn ra ở các tập đoàn lớn và người tiêu dùng đô thị. Các SMEs và hộ kinh doanh nhỏ lẻ chưa có sự thay đổi về nhận thức và hành động. Trong khi đó, về hành vi tiêu dùng, mặc dù hơn 72% người tiêu dùng Việt Nam sẵn sàng chi trả cho sản phẩm xanh (năm 2023), nhưng thói quen này vẫn chưa phổ biến rộng rãi, chưa tạo đủ sức ép cho sản xuất đại trà.

Thứ ba, cạnh tranh quốc tế và tiêu chuẩn khắt khe từ thị trường toàn cầu, quy định quốc tế ngày càng chặt chẽ đặt ra áp lực cạnh tranh gay gắt. Điều này tạo ra nguy cơ bị đào thải khỏi chuỗi cung ứng toàn cầu nếu doanh nghiệp Việt Nam không đáp ứng các tiêu chuẩn về thương mại bền vững. Đồng thời, việc cạnh tranh về *độ xanh* ở phạm vi khu vực và toàn cầu cũng ngày càng mạnh mẽ.

4.5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị cho doanh nghiệp

Hàm ý chính sách

Từ góc độ Chính phủ, cần thực hiện năm nhóm giải pháp chính để kiến tạo môi trường cho thương mại bền vững:

Thứ nhất, cập nhật tiêu chuẩn thương mại bền vững, hoàn thiện thể chế và pháp luật hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tuân thủ các tiêu chuẩn thương mại bền vững này.

Thứ hai, triển khai mạnh mẽ các công cụ thị trường và tài chính xanh, trong đó Việt Nam cần thúc đẩy xây dựng và vận hành thị trường carbon nội địa, đẩy mạnh huy động tài chính xanh (trái phiếu xanh, quỹ đầu tư xanh), ưu tiên nguồn vốn cho kinh tế tuần hoàn và phát triển năng lượng tái tạo.

Thứ ba, hỗ trợ kỹ thuật và nâng cao năng lực cho doanh nghiệp để giúp doanh nghiệp áp dụng sản xuất sạch, sử dụng hiệu quả tài nguyên, tư vấn, đào tạo về ESG, lập báo cáo phát triển bền vững, tuân thủ các yêu cầu theo các chứng nhận về thương mại bền vững. Việt Nam cũng cần phát triển chương trình chứng nhận/nhân sinh thái.

Thứ tư, hỗ trợ kết nối cung cầu trong thương mại bền vững, Việt Nam cần tiếp tục tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại xanh, xây dựng cơ chế liên kết bền vững giữa các bên trong chuỗi cung ứng.

Thứ năm, nâng cao nhận thức xã hội và hợp tác quốc tế, Việt Nam cần đẩy mạnh truyền thông, giáo dục về kinh tế tuần hoàn, kinh tế xanh, tiêu dùng bền vững.

Khuyến nghị đối với doanh nghiệp

Doanh nghiệp cần chuyển đổi tư duy và hành động theo năm hướng chiến lược:

Thứ nhất, coi phát triển bền vững là trọng tâm chiến lược: Chuyển đổi tư duy từ “lợi nhuận trước mắt” sang “kinh doanh bền vững”; tích hợp phát triển bền vững vào tầm nhìn và kế hoạch kinh doanh dài hạn.

Thứ hai, áp dụng bộ tiêu chí và chính sách ESG nội bộ: Cần đẩy mạnh xây dựng chính sách nội bộ về ESG và kinh tế tuần hoàn; cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn về lao động, nhân quyền và minh bạch trong chuỗi cung ứng.

Thứ ba, giảm thiểu tác động môi trường, xã hội trong chuỗi giá trị: Cần tăng cường đầu tư vào công nghệ sản xuất sạch hơn (BAT), nâng cao hiệu suất năng lượng, tăng cường sử dụng năng lượng/nguyên liệu tái tạo; áp dụng các giải pháp kinh tế tuần hoàn (tái sử dụng, tái chế).

Thứ tư, tập trung nguồn lực để xanh hóa chuỗi sản xuất: Coi quy trình xanh hóa là chìa khóa cạnh tranh (84% người tiêu dùng Việt Nam sẵn sàng trả giá cao hơn cho sản phẩm bền vững). Các doanh nghiệp lớn cần dẫn dắt, hỗ trợ đối tác nhỏ hơn tiếp cận vốn xanh (bảo lãnh, liên kết phát hành trái phiếu xanh) và chuyển giao tri thức.

Thứ năm, thực hành minh bạch hóa và nuôi dưỡng tinh thần đổi mới sáng tạo: Công bố định kỳ các báo cáo phát triển bền vững hoặc tích hợp thông tin ESG

để xây dựng niềm tin; đầu tư vào R&D sản phẩm xanh, mô hình kinh doanh tuần hoàn; và tập huấn nội bộ để toàn bộ nhân sự thấu hiểu mục tiêu bền vững.

Tiểu kết

Thương mại bền vững đang trở thành động lực chuẩn mực quan trọng giúp Việt Nam nâng cao vị thế và doanh nghiệp Việt Nam chiếm lĩnh thị trường toàn cầu. Việc coi phát triển bền vững, trên cơ sở đáp ứng các chuẩn mực có giá trị toàn cầu, là trọng tâm chiến lược kinh doanh không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần bảo vệ môi trường, tăng tính cạnh tranh và khả năng chống chịu trước các biến động. Đồng thời, Việt Nam cũng đã và đang thực thi nhiều tiêu chuẩn về thương mại bền vững, trên cơ sở chuẩn mực toàn cầu, cũng như các chính sách hỗ trợ khác, để hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng các chuẩn mực đó, cũng như để bảo vệ thị trường và người tiêu dùng trong nước.

CHƯƠNG 5:

CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU – ĐỘNG LỰC CẤU TRÚC ĐỂ NÂNG TẦM VỊ THẾ VIỆT NAM

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, chuyển đổi số và yêu cầu phát triển bền vững, GVCs không chỉ mở rộng kênh thương mại mà còn tái định hình trật tự và xác lập vị thế quốc gia. Thách thức đối với Việt Nam không phải là có tham gia hay không, mà là làm thế nào để dịch chuyển khỏi vai trò gia công giá trị thấp và tiến lên các bậc thang cao hơn. Dựa trên phân tích cấu trúc GVCs, các chỉ số đo lường quốc tế và thực trạng tham gia của Việt Nam, chương này đồng thời lựa chọn diện tử và dệt may là hai trường hợp minh họa điển hình để làm rõ các hạn chế nổi bật trong quá trình hội nhập và nâng cấp vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. Các điểm nghẽn lớn – phụ thuộc FDI, hạn chế về R&D, logistics và nhân lực – được nhận diện, trong khi thương mại số và thương mại bền vững được khẳng định là hai động lực then chốt mở ra không gian giá trị mới và tạo bản đồ chiến lược để Việt Nam nâng tầm vị thế trong mạng lưới toàn cầu.

Với cách tiếp cận kết hợp từ trên xuống (so sánh quốc tế, chỉ số toàn cầu) và từ dưới lên (nghiên cứu ngành điển hình), chương này khẳng định rằng nâng cấp vị thế trong GVCs chính là động lực chiến lược để Việt Nam bứt phá và khẳng định vai trò trong thương mại quốc tế trong kỷ nguyên mới.

5.1. Cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu và sự tái định hình trật tự thương mại quốc tế

Khái niệm chuỗi giá trị được tiếp cận ở nhiều cấp độ: doanh nghiệp, ngành nội địa và toàn cầu. Điểm chung của các cách tiếp cận là coi chuỗi giá trị như một hệ thống các hoạt động phối hợp nhằm tối đa hóa giá trị. Ở cấp toàn cầu, chuỗi giá trị phản ánh sự phân công lao động quốc tế hiện đại, trong đó thương mại không chỉ diễn ra ở thành phẩm mà chủ yếu ở từng công đoạn (trade in tasks). Thực tế, hàng trung gian hiện chiếm hơn 50% thương mại toàn cầu, cho thấy GVCs là nền tảng cấu trúc của thương mại hiện đại.

Cấu trúc GVCs được hình thành qua liên kết ngược (upstream) và xuôi (downstream), gắn với hai nhóm hoạt động chính: đầu chuỗi (R&D, thiết kế) và cuối chuỗi (marketing, phân phối), vốn tạo giá trị gia tăng cao; trong khi các khâu giữa như sản xuất, lắp ráp thường chỉ giữ lại lợi nhuận thấp – thể hiện qua mô hình *Đường cong nụ cười* (Smile Curve). Bốn yếu tố cốt lõi chi phối GVCs gồm: (i) cấu trúc đầu vào – đầu ra, (ii) phân bổ lãnh thổ, (iii) khung thể chế, và (iv) cơ chế quản trị. Trong đó, các doanh nghiệp dẫn dắt (lead firms) đóng vai trò trung tâm, đặt tiêu chuẩn, tổ chức mạng lưới và quyết định phân phối lợi ích. Vì vậy, việc nâng cấp vị trí trong chuỗi – dịch chuyển từ *giai đoạn trung gian* (midstream)

lên các khâu tri thức, công nghệ, thương hiệu – là con đường tất yếu để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Mức độ tham gia của quốc gia trong GVCs thường được phân loại thành bốn cấp: (1) xuất khẩu tài nguyên thô, (2) sản xuất hạn chế (gia công giá trị thấp), (3) sản xuất và dịch vụ tiên tiến (có năng lực thiết kế, R&D), và (4) đổi mới sáng tạo (sáng chế, sở hữu trí tuệ). Các chỉ số như DVA, chỉ số tham gia ngược/xuôi, tỷ lệ nội địa hóa và mức độ liên kết doanh nghiệp nội địa với chuỗi là thước đo quan trọng để xác định vị thế. Nhìn toàn cầu, các nước phát triển duy trì vị thế ở khâu giá trị cao; Trung Quốc đã nâng từ *gia công* sang sản xuất tiên tiến; Hàn Quốc và Đài Loan trở thành trung tâm công nghệ, trong khi nhiều nền kinh tế đang phát triển vẫn mắc kẹt ở gia công và sơ chế. Tuy nhiên, vị thế này không cố định, mà luôn chịu tác động trực tiếp từ những biến động bên ngoài, đặc biệt là các biến động địa chính trị, chuẩn mực phát triển bền vững và tiên bộ công nghệ.

Tóm lại, chuỗi giá trị toàn cầu không chỉ phản ánh sự phân công lao động quốc tế, mà còn định hình trật tự thương mại hiện đại. Vị thế của mỗi quốc gia trong mạng lưới này mang tính động và phụ thuộc vào khả năng nâng cấp vị thế trong chuỗi. Đối với Việt Nam, việc nắm bắt rõ cấu trúc và xu hướng tái định hình toàn cầu là nền tảng để xác định chiến lược tham gia hiệu quả, giảm phụ thuộc vào gia công giá trị thấp và tiến lên những nấc thang giá trị cao hơn.

5.2. Vị thế và định vị của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

Vị thế của Việt Nam trong GVCs hiện nay vẫn còn khiêm tốn, phản ánh qua nhiều chỉ số định lượng cốt lõi. Tỷ lệ DVA chỉ đạt 30–45%, thấp hơn nhiều so với mức benchmark >60%. Ngược lại, mức độ tham gia theo chiều ngược (phụ thuộc vào đầu vào nhập khẩu) lại rất cao, từ 55–70%, vượt xa ngưỡng khuyến nghị <40%. Điều này cho thấy Việt Nam chủ yếu vẫn đảm nhận vai trò gia công – lắp ráp, trong khi chưa nắm giữ các khâu có giá trị cao như R&D, thiết kế hay thương hiệu. Chỉ số nội địa hóa (15–35%) và mức độ liên kết doanh nghiệp nội với GVCs (15–25%) đều thấp, phản ánh hệ sinh thái công nghiệp hỗ trợ còn yếu.

Phân tích theo ngành càng làm rõ bức tranh này. Trong ngành dệt may – ngành chiếm gần 11% kim ngạch xuất khẩu – hơn 65% doanh nghiệp vẫn dừng ở khâu Cắt - May - Hoàn thiện (Cut–Make–Trim) với biên lợi nhuận mỏng (1–3%). Khoảng 70% nguyên phụ liệu phải nhập khẩu, khiến ngành dễ tổn thương trước biến động giá quốc tế. Các khâu thiết kế (ODM) hay xây dựng thương hiệu (OBM) gần như vắng bóng. So với Trung Quốc, Hàn Quốc hay Đài Loan – những nền kinh tế đã vươn lên bằng nội địa hóa, R&D và phát triển thương hiệu – Việt Nam vẫn mắc kẹt ở *đáy chuỗi* và chịu rủi ro cạnh tranh bằng lao động giá rẻ.

Ngành điện tử – chiếm 30–35% kim ngạch xuất khẩu và đưa Việt Nam vào nhóm 5 nước xuất khẩu lớn nhất thế giới – lại phụ thuộc nhiều vào khu vực FDI. Gần 98% giá trị xuất khẩu đến từ các tập đoàn như Samsung, Intel, LG, Foxconn. Doanh nghiệp Việt chủ yếu cung ứng linh kiện đơn giản, trong khi gần 100% vật

liệu cốt lõi (mạch tích hợp, chất nền) và hơn 90% linh kiện cấp 1–2 phải nhập khẩu. Dù các trung tâm sản xuất lớn đã hình thành ở Bắc Ninh, Thái Nguyên, Hải Phòng và thành phố Hồ Chí Minh, sự lan tỏa công nghệ – kỹ năng sang khu vực nội địa còn hạn chế. Các doanh nghiệp Việt chưa tham gia sâu vào R&D, thiết kế sản phẩm hay sở hữu trí tuệ. Điều này khiến ngành điện tử Việt Nam dù lớn về quy mô nhưng giá trị giữ lại trong nước thấp.

So sánh quốc tế càng làm rõ thách thức: trong khi Trung Quốc đã dịch chuyển từ *công xưởng lắp ráp* sang chuỗi giá trị cao hơn nhờ đầu tư mạnh vào công nghệ lõi và thương hiệu, Việt Nam vẫn phụ thuộc vào gia công và nhập khẩu. Bangladesh dù cũng dựa vào lao động giá rẻ nhưng đã nỗ lực nội địa hóa nguyên liệu và xây dựng cụm công nghiệp dệt nhuộm, cho thấy hướng đi cải thiện.

Từ thực tiễn trên, có thể khẳng định rằng Việt Nam đã hội nhập sâu vào GVCs, nhưng chất lượng tham gia còn thấp. Điểm nghẽn lớn nằm ở sự phụ thuộc vào FDI, thiếu vắng doanh nghiệp nội trong khâu chiến lược, năng lực R&D và công nghiệp hỗ trợ còn yếu, cùng với hạn chế trong logistics và nhân lực.

5.3. Tái cấu trúc chuỗi giá trị – Động lực chiến lược cho Việt Nam

Tái cấu trúc GVCs đang trở thành động lực chiến lược giúp Việt Nam nâng tầm vị thế trong thương mại quốc tế. Thay vì dừng lại ở vai trò gia công giá trị thấp, Việt Nam cần tận dụng quá trình tái phân bổ chuỗi đang diễn ra để xác lập vị trí cao hơn trong mạng lưới toàn cầu. Mục này tập trung phân tích bốn khía cạnh cạnh tranh cốt lõi: i) tác động địa chính trị, ii) thương mại số, iii) thương mại bền vững, cùng với iv) năng lực nội tại, là các trụ cột quyết định khả năng nâng tầm vị thế của Việt Nam.

Địa chính trị và sự tái phân bổ trong chuỗi giá trị toàn cầu

Địa chính trị đang tái định hình mạnh mẽ GVCs. Cạnh tranh Mỹ – Trung thúc đẩy xu hướng *China+1*, đưa Việt Nam nổi lên như điểm đến FDI chiến lược; sự hiện diện của Samsung, Foxconn, Intel đã biến điện tử thành ngành xuất khẩu lớn nhất, khẳng định vai trò ngày càng rõ nét trong GVCs.

Kinh nghiệm Ấn Độ và Mexico cho thấy, biết tận dụng thời điểm địa chính trị có thể biến cửa sổ cơ hội thành bước nhảy vọt: Ấn Độ vươn lên trung tâm điện tử nhờ ưu đãi từ Chương trình khuyến khích liên kết sản xuất (PLI), Mexico dựa vào Hiệp định thương mại tự do ba bên giữa Mỹ, Mexico và Canada (USMCA) để trở thành một trong những nhà xuất khẩu ô tô hàng đầu.

Tuy nhiên, những cơ hội này đi kèm rủi ro: chi phí logistics leo thang sau xung đột Nga–Ukraine, rào cản công nghệ từ chính sách kiểm soát bán dẫn của Mỹ–EU, hay biến động dòng vốn FDI trong bối cảnh bất ổn. Điều đó cho thấy địa chính trị vừa là động lực vừa là phép thử. Với Việt Nam, thách thức không dừng ở việc đón dòng FDI, mà là tận dụng tái phân bổ GVCs để tái cấu trúc nền sản

xuất, giảm phụ thuộc vào gia công, và dịch chuyển lên các khâu giá trị cao hơn, biến bất ổn toàn cầu thành động lực nâng tầm vị thế quốc gia.

Thương mại số: Đòn bẩy nâng tầm vị thế Việt Nam trong GVCs

Thế kỷ XXI chứng kiến sự bùng nổ thương mại số với giá trị xuất khẩu dịch vụ số toàn cầu đạt 4,5 nghìn tỷ USD, tăng gấp đôi so với thương mại hàng hóa. Xu thế này đang tái định nghĩa GVCs, khi năng lực cung ứng dịch vụ, công nghệ và dữ liệu ngày càng quyết định vị thế quốc gia. Đối với Việt Nam, thương mại số không chỉ mở rộng thị trường và giảm chi phí giao dịch, mà còn mở ra cơ hội tái định vị trong mạng lưới GVCs, chuyển trọng tâm từ sản xuất vật chất sang kinh tế tri thức và sáng tạo.

Tác động của thương mại số thể hiện rõ trên nhiều phương diện. Trước hết, số hóa thủ tục hải quan và ứng dụng Blockchain đã rút ngắn thời gian thông quan tại Việt Nam tới 56%, giảm chi phí giao dịch và đây chính là minh chứng cho quá trình nâng cấp quy trình (*process upgrading*) – một bước cần thiết để tiệm cận chuẩn mực toàn cầu. Thứ hai, các mô hình kinh doanh số như Trực tiếp đến người tiêu dùng (*Direct-to-Consumer – D2C*, ví dụ Coolmate) hay thương mại điện tử xuyên biên giới (Biti's) cho thấy doanh nghiệp nội có thể trực tiếp kiểm soát thị trường, gia tăng biên lợi nhuận và thực hiện nâng cấp chức năng (*functional upgrading*) – từ gia công sang thiết kế, sáng tạo thương hiệu và khai thác dữ liệu khách hàng. Thứ ba, công nghệ số như Blockchain, Internet vạn vật, mã QR đang trở thành công cụ trọng yếu cho nâng cấp tuân thủ (*compliance upgrading*), giúp minh bạch chuỗi cung ứng và đáp ứng yêu cầu ESG, biến rào cản thành lợi thế cạnh tranh để thâm nhập phân khúc cao cấp.

Quan trọng hơn, thương mại số còn dân chủ hóa hội nhập quốc tế khi mở ra không gian tham gia GVCs cho SMEs, doanh nghiệp khởi nghiệp và cả lao động cá thể thông qua các nền tảng số toàn cầu. Nhờ vậy, thương mại số không chỉ bổ sung kênh giao thương, mà còn trở thành nền tảng thực chứng giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cấp quy trình, chức năng và tuân thủ tiêu chuẩn, qua đó củng cố vị thế trong GVCs theo hướng bền vững và sáng tạo.

Thương mại bền vững: Tấm vé vào phân khúc giá trị cao

Trong kỷ nguyên khi GVCs trở thành động lực cấu trúc định hình trật tự thương mại, thương mại bền vững không còn là xu hướng, mà là tấm vé quyết định vị thế quốc gia trong mạng lưới giá trị toàn cầu. Các cơ chế như CBAM, EUDR hay UFLPA đang thiết lập chuẩn mực mới, buộc mọi nhà xuất khẩu phải chứng minh chuỗi cung ứng xanh, minh bạch và tuân thủ ESG. Đây chính là ranh giới phân định ai được bước vào phân khúc giá trị cao, ai bị đẩy xuống đáy chuỗi.

Đối với Việt Nam, thách thức thể hiện rõ qua việc EU đã đưa ra hơn 130 cảnh báo với nông – thủy sản trong năm 2024 hay việc dệt may giảm gần 18% xuất khẩu quý I/2023 do chưa bắt kịp chuẩn xanh. Tuy nhiên, chính sức ép này

cũng mở ra cơ hội chiến lược. Doanh nghiệp gổ với hơn 1.700 chứng chỉ FSC, thủy sản với 727 chứng chỉ BAP và hơn 240 chứng chỉ ASC, hay dệt may với 111 cơ sở đạt GOTS đang trở thành người mở đường, dịch chuyển từ gia công sang ODM/OBM và tiếp cận thị trường cao cấp.

Trong bức tranh GVCs, ESG vì thế không chỉ là hàng rào kỹ thuật mà là bộ lọc phân tầng: doanh nghiệp đáp ứng chuẩn sẽ leo lên nấc giá trị cao hơn, còn chậm thích ứng sẽ bị loại khỏi chuỗi. Với Việt Nam, coi thương mại bền vững chính là chiến lược quốc gia đồng nghĩa với việc biến áp lực thành lợi thế, chuyển từ lợi thế lao động giá rẻ sang lợi thế công nghệ – tiêu chuẩn. Đó chính là con đường để Việt Nam củng cố năng lực tự chủ và vươn lên khẳng định vị thế trong trật tự thương mại toàn cầu mới.

Năng lực nội tại: Trụ cột quyết định nấc thang GVCs

Khả năng nâng tầm vị thế của Việt Nam trong GVCs không chỉ phụ thuộc vào động lực bên ngoài như địa chính trị, thương mại số hay thương mại bền vững, mà còn được quyết định bởi nội lực quốc gia. Công nghệ, nhân lực và hạ tầng logistics chính là ba trụ cột định hình việc Việt Nam dùng lại duy trì vị trí trong các công đoạn thâm dụng lao động hay có thể dịch chuyển sang các khâu sáng tạo, thiết kế và thương hiệu. Xét trên từng trụ cột, có thể thấy một số hạn chế nổi bật còn cản trở tiến trình nâng cấp chuỗi giá trị của Việt Nam.

Thứ nhất, năng lực công nghệ và đổi mới sáng tạo còn nhiều hạn chế. Tỷ lệ chi cho R&D mới đạt 0,43% GDP, kém xa so với Trung Quốc (2,54%), Hàn Quốc (4,6%) và thấp hơn Malaysia (1%). Dù tỷ trọng đầu tư tư nhân tăng lên, hệ thống nghiên cứu vẫn chủ yếu dựa vào khu vực công và mật độ nhân viên R&D còn thấp. Trong ngành điện tử – trụ cột xuất khẩu số một – 97,8% giá trị vẫn do FDI nắm giữ, doanh nghiệp nội chỉ tham gia ở khâu phụ trợ, chưa vươn tới thiết kế, phát triển linh kiện hay sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, cũng đã có những tín hiệu tích cực: tỷ trọng đầu tư R&D ở khu vực tư nhân đang có xu hướng gia tăng, một số doanh nghiệp nội bắt đầu tham gia vào thiết kế phần mềm, linh kiện phụ trợ, và các chính sách quốc gia về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số đang dần tạo nền tảng để cải thiện vị thế trong nhiều ngành trong GVCs.

Thứ hai, nguồn nhân lực chất lượng cao chưa đáp ứng yêu cầu. Chỉ 11% lao động được đào tạo nghề chính quy; nhân lực kỹ năng cao chiếm tỷ lệ thấp so với các nền kinh tế trong khu vực. Khoảng trống kỹ năng trong các lĩnh vực tự động hóa, số hóa và quản trị chuỗi cung ứng khiến doanh nghiệp nội khó đảm nhận các khâu giá trị cao như R&D hay điều phối chuỗi toàn cầu. Dù vậy, lực lượng lao động trẻ dồi dào, tốc độ gia tăng tỷ lệ nhập học đại học và sự quan tâm của Chính phủ đến giáo dục STEM, đào tạo nghề chất lượng cao đang mở ra cơ hội thu hẹp khoảng cách kỹ năng.

Thứ ba, hạ tầng logistics còn yếu, chi phí chiếm tới 16–20% GDP, cao hơn đáng kể so với mức 10–12% của các nền kinh tế phát triển. Chỉ số cơ sở hạ tầng

logistics của Việt Nam (3,2) vẫn kém xa Singapore (4,6) và Thái Lan (3,7). Sự thiếu đồng bộ trong kết nối đa phương thức, cùng điểm nghẽn thể chế và chi phí *không chính thức*, tiếp tục cản trở khả năng nâng cấp GVCs. Song song với đó, nhiều dự án hạ tầng trọng điểm như cao tốc Bắc – Nam, cảng Lạch Huyện, sân bay Long Thành đang được triển khai, cùng với chiến lược phát triển logistics quốc gia đến 2035, được kỳ vọng sẽ giảm chi phí và nâng cao khả năng kết nối.

Tóm lại, tái cấu trúc GVCs không chỉ phản ánh bối cảnh toàn cầu biến động, mà chính là động lực chiến lược để Việt Nam nâng cấp vị thế. Địa chính trị, thương mại số và thương mại bền vững mở ra cơ hội, nhưng chỉ khi gắn với nâng cao năng lực công nghệ, nhân lực và logistics nội địa thì Việt Nam mới có thể dịch chuyển từ *gia công sang giá trị*, khẳng định vai trò mới trong trật tự thương mại quốc tế.

5.4. Cơ hội và thách thức

Trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu, Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội chiến lược để nâng cao vai trò trong chuỗi giá trị toàn cầu và thúc đẩy thương mại quốc tế theo hướng bền vững, giá trị cao. Những cơ hội này có thể được tổng hợp thành ba nhóm chính:

Thứ nhất, dịch chuyển đầu tư và tái định hình chuỗi cung ứng toàn cầu

Một trong những cơ hội lớn nhất đến từ làn sóng dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp quốc tế tìm kiếm mô hình China+1 để giảm phụ thuộc vào Trung Quốc. Căng thẳng địa chính trị, chi phí sản xuất tăng và các rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng đã khiến Việt Nam nổi lên như một điểm đến thay thế hấp dẫn.

Việt Nam không chỉ thu hút FDI trong các lĩnh vực sản xuất – lắp ráp truyền thống mà còn đang được các tập đoàn toàn cầu xem xét cho vai trò trong các khâu có giá trị gia tăng cao hơn như thiết kế, R&D, và logistics. Điều này mở ra khả năng chuyển dịch từ vai trò công xưởng gia công sang đối tác chiến lược trong các chuỗi giá trị toàn cầu, đồng thời thúc đẩy thương mại hàng hóa và dịch vụ quốc tế theo chiều sâu.

Thứ hai, tận dụng hiệu quả các FTA thế hệ mới

Việt Nam hiện là một trong những quốc gia có mạng lưới FTA rộng và sâu bậc nhất châu Á, với các hiệp định tiêu biểu như CPTPP, EVFTA. Các FTA thế hệ mới này không chỉ giúp giảm thuế quan mà còn mở rộng khả năng tiếp cận hơn 50 thị trường, chiếm khoảng 70% GDP toàn cầu.

Điều đặc biệt là các FTA thế hệ mới yêu cầu cao về tiêu chuẩn chất lượng, môi trường, lao động và quản trị – thúc đẩy doanh nghiệp Việt nâng cấp toàn diện, từ sản phẩm đến mô hình vận hành. Nhờ đó, Việt Nam có thể củng cố vai trò là cầu nối thương mại chiến lược giữa các nền kinh tế phát triển và đang phát triển,

đồng thời nâng cao giá trị xuất khẩu thông qua việc tham gia sâu hơn vào các mạng lưới cung ứng toàn cầu.

Thứ ba, cơ hội nâng cấp năng lực nội tại và chuyển đổi xanh – số

Sự phát triển nhanh chóng của thương mại số và nhu cầu toàn cầu đối với sản phẩm bền vững, truy xuất nguồn gốc, carbon thấp đang mở ra phân khúc thị trường mới, nơi mà Việt Nam có cơ hội dẫn đầu nếu thích ứng kịp thời. Việc gia nhập các chuỗi giá trị toàn cầu hiện đại đòi hỏi doanh nghiệp Việt phải chuyển đổi kép – số hóa quy trình sản xuất và xanh hóa sản phẩm.

Đồng thời, quá trình hội nhập này tạo áp lực tích cực để cải cách hệ thống giáo dục, đào tạo nghề theo hướng phát triển kỹ năng số, công nghệ cao, nhuần nhuyễn kỹ năng thực hành ESG, tuân thủ tiêu chuẩn bền vững. Đây là cơ hội để nâng cao năng suất lao động, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, trong đó có cả kiều bào và chuyên gia quốc tế.

Ngoài các cơ hội có được khi nâng tầm vị thế trong GVCs là loạt thách thức mang tính hệ thống, có thể cản trở quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế sản xuất chi phí thấp sang trung tâm cung ứng giá trị cao. Những thách thức này có thể được chia thành bốn nhóm chính:

Thứ nhất, áp lực cạnh tranh khu vực và toàn cầu gia tăng

Trong cuộc đua thu hút đầu tư và tham gia sâu vào GVCs, Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các quốc gia như Thái Lan, Indonesia, Philippines, Ấn Độ – những nước đang đầu tư mạnh vào hạ tầng, cải thiện thể chế và đào tạo nhân lực. Đồng thời, Trung Quốc – dù bị dịch chuyển đầu tư – vẫn đang giữ vai trò cốt lõi bằng cách chuyển hướng sang sản xuất công nghệ cao, giữ lại khâu có giá trị gia tăng lớn. Điều này đặt ra yêu cầu cấp bách cho Việt Nam trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh tổng thể, nếu không muốn tụt hậu trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thứ hai, phụ thuộc quá mức vào FDI và liên kết yếu với doanh nghiệp nội địa

Như đã phân tích, dù FDI đóng vai trò dẫn dắt trong tăng trưởng xuất khẩu, nhưng sự phụ thuộc quá mức và tỷ lệ nội địa hóa thấp khiến nền kinh tế dễ tổn thương. Ví dụ, ngành điện tử – lĩnh vực xuất khẩu chủ lực – có tỷ lệ nội địa hóa chỉ khoảng 10–30%. Phần lớn doanh nghiệp Việt Nam mới tham gia vào các khâu có giá trị thấp như gia công, lắp ráp, chưa vươn lên được các khâu thiết kế, R&D hay thương hiệu. Sự thiếu vắng doanh nghiệp dẫn đầu và phụ trợ trong nước cũng khiến Việt Nam khó tận dụng trọn vẹn lợi ích từ chuỗi giá trị.

Thứ ba, rào cản từ chuẩn mực quốc tế và yêu cầu phát triển bền vững

Các tiêu chuẩn quốc tế ngày càng khắt khe – như ESG, CBAM của EU, truy xuất nguồn gốc, vệ sinh an toàn thực phẩm... – đang trở thành những rào cản kỹ

thuật lớn. Nhiều doanh nghiệp Việt, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, thiếu năng lực để đáp ứng các yêu cầu này. Nếu không thích ứng kịp, nguy cơ bị loại khỏi các GVCs là hoàn toàn có thể xảy ra.

Thứ tư, hạn chế nội tại về thể chế và chất lượng nguồn nhân lực

Môi trường thể chế của Việt Nam còn nhiều bất cập: chính sách công nghiệp chưa rõ ràng, quy hoạch vùng thiếu liên kết, thủ tục hành chính phức tạp, thiếu cơ chế phối hợp giữa trung ương – địa phương và giữa các bộ ngành. Những rào cản này làm giảm tính hấp dẫn của Việt Nam đối với các nhà đầu tư công nghệ cao.

Bên cạnh đó, chất lượng nguồn nhân lực vẫn là điểm nghẽn. Dù có lực lượng lao động trẻ, Việt Nam lại thiếu kỹ năng chuyên sâu trong các lĩnh vực then chốt như công nghệ cao, R&D, kỹ thuật số. Năng suất lao động chỉ bằng 60% Thái Lan, 40% Malaysia và 15% Singapore – cho thấy khoảng cách đáng kể cần được rút ngắn nếu muốn tham gia vào các phân khúc cao của GVCs.

5.5. Hàm ý chính sách và kiến nghị cho doanh nghiệp

Chuyển đổi mô hình phát triển theo hướng chất lượng, đổi mới sáng tạo và bền vững là mục tiêu hướng đến. Dưới đây là những hàm ý chính sách then chốt đối với Nhà nước để nâng tầm vị thế của Việt Nam trong GVCs:

Thứ nhất, xây dựng chiến lược quốc gia nâng tầm GVCs

Việt Nam cần xây dựng một chiến lược quốc gia tổng thể về nâng tầm vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, tích hợp giữa thương mại, đầu tư, công nghệ và giáo dục – đào tạo. Chiến lược này cần xác định các ngành ưu tiên như điện tử, dệt may xanh, nông nghiệp công nghệ cao, từ đó xây dựng lộ trình chuyển đổi từ gia công sang thiết kế, sáng tạo thương hiệu, xanh hóa sản xuất và nâng cao giá trị gia tăng nội địa.

Thứ hai, phát triển hạ tầng logistics thông minh

Chính phủ cần thúc đẩy phát triển hạ tầng logistics thông minh và tích hợp, bao gồm cả hạ tầng cứng như cảng, kho lạnh, trung tâm logistics,... và hạ tầng mềm như hải quan điện tử, logistics số. Việc số hóa chuỗi cung ứng, kết nối vùng và quốc tế sẽ giúp giảm chi phí logistics, nâng cao hiệu quả xuất nhập khẩu, đồng thời tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt tham gia sâu hơn vào GVCs.

Thứ ba, tăng tỷ lệ nội địa hóa và kết nối doanh nghiệp FDI – nội địa

Để phát triển nội lực, Việt Nam cần giám sát thực thi chính sách tăng tỷ lệ nội địa hóa, điều chỉnh ngay trong quá trình thực thi, khuyến khích các tập đoàn FDI ký kết hợp đồng dài hạn với doanh nghiệp trong nước, hình thành mạng lưới cung ứng nội địa, và hỗ trợ kỹ thuật cho SMEs. Đồng thời, cần triển khai mô hình hợp tác ba bên giữa nhà nước – FDI – doanh nghiệp nội qua các quỹ R&D, từ đó từng bước nâng cao năng lực đổi mới và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu trung gian.

Thứ tư, phát triển nguồn nhân lực theo chuẩn GVCs

Nguồn nhân lực cần được phát triển theo hướng phù hợp với tiêu chuẩn GVCs, tập trung vào kỹ năng số, ESG và R&D. Chính phủ nên thiết kế các chương trình đào tạo tích hợp với doanh nghiệp, khuyến khích mô hình đào tạo kép, đào tạo lại và nâng kỹ năng (reskilling/upskilling), đồng thời xây dựng khung kỹ năng quốc gia cho các ngành then chốt, tạo nền tảng bền vững cho chuyển dịch sang các mắt xích có giá trị cao trong GVCs.

Thứ năm, thúc đẩy chuyển đổi số và chuyển đổi xanh

Việt Nam cần nhanh chóng thúc đẩy chuyển đổi số và chuyển đổi xanh trong doanh nghiệp thông qua việc thiết lập quỹ tín dụng xanh, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận công nghệ sạch, chứng nhận xanh và công nghệ số. Việc ứng dụng các công nghệ như Blockchain, IoT vào logistics, truy xuất nguồn gốc sẽ góp phần tăng minh bạch, đáp ứng chuẩn mực quốc tế và nâng cao năng lực cạnh tranh toàn cầu.

Thứ sáu, hành động theo lộ trình ngắn – trung – dài hạn

Chính sách cần được thực thi theo lộ trình rõ ràng: ngắn hạn (1–2 năm) tập trung thiết lập bộ máy điều phối, bản đồ nhà cung ứng, kiểm soát FDI chất lượng và khởi động các quỹ hỗ trợ; trung hạn (3–5 năm) hướng tới phát triển hạ tầng logistics thông minh, khung kỹ năng quốc gia và nền tảng dữ liệu truy xuất; dài hạn (5–10 năm) đặt mục tiêu hình thành trung tâm R&D quốc gia, thương hiệu quốc gia sản phẩm chủ lực, nâng tỷ lệ nội địa hóa và phát triển doanh nghiệp nội địa dẫn dắt ngành.

Bên cạnh đó, các kiến nghị dành cho doanh nghiệp và hiệp hội ngành hàng Việt Nam nhằm nâng tầm vị thế trong GVCs, được đề xuất như dưới đây:

Thứ nhất, thực hiện chuyển đổi kép: số hóa và xanh hóa

Doanh nghiệp cần chủ động thực hiện chuyển đổi số và chuyển đổi xanh nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn toàn cầu về hiệu quả, minh bạch và bền vững. Việc ứng dụng các công nghệ hiện đại như ERP, AI, IoT, Blockchain trong quản trị sản xuất và chuỗi cung ứng cần được lãnh đạo doanh nghiệp xem xét thấu đáo; đầu tư vào công nghệ sạch, năng lượng tái tạo, hệ thống tái chế và thiết bị tiết kiệm năng lượng để đáp ứng yêu cầu ESG, CBAM và truy xuất nguồn gốc. Việc minh bạch thông tin chuỗi cung ứng không chỉ giúp doanh nghiệp đáp ứng quy định quốc tế mà còn tăng khả năng tiếp cận các GVCs có giá trị cao.

Thứ hai, tăng cường liên kết với doanh nghiệp FDI và phát triển chuỗi cung ứng nội địa

Doanh nghiệp trong nước nên chủ động tham gia vào các chương trình phát triển nhà cung ứng do các tập đoàn FDI lớn như Samsung, LG, Foxconn triển khai. Để làm được điều này, cần nâng cao năng lực quản trị theo chuẩn quốc tế, minh bạch tài chính và cải thiện chất lượng sản phẩm – dịch vụ. Liên kết với FDI

không chỉ là cơ hội mở rộng thị trường mà còn là bước đệm quan trọng để nâng cao trình độ công nghệ, từng bước tham gia vào các khâu giá trị cao hơn trong chuỗi sản xuất toàn cầu.

Thứ ba, đầu tư phát triển nguồn nhân lực kỹ thuật cao

Doanh nghiệp và hiệp hội cần coi nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố then chốt để nâng tầm vị thế trong GVCs. Cần đẩy mạnh đào tạo kỹ năng chuyên sâu trong các lĩnh vực như thiết kế, công nghệ, R&D. Nên hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu để phát triển mô hình đào tạo kép, đào tạo lại (reskilling/upskilling), từ đó tạo dựng hệ sinh thái nhân lực bền vững, linh hoạt và sẵn sàng thích ứng với yêu cầu quốc tế.

Thứ tư, xây dựng chiến lược phát triển theo lộ trình dài hạn

Doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược phát triển dài hạn với lộ trình rõ ràng. Trong ngắn hạn (1–2 năm), doanh nghiệp nên chuyển đổi mô hình, ví dụ từ gia công (CMT/OEM) sang FOB, hướng tới OBM, đồng thời thiết lập mạng lưới nhà cung cấp nội địa và triển khai bước đầu của chuyển đổi số. Đối với trung hạn (3–5 năm), doanh nghiệp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến (AI, Blockchain, robot hóa), đạt chứng nhận quốc tế và tham gia hiệp hội ngành để chia sẻ chi phí tuân thủ ESG. Trong dài hạn (5–10 năm), doanh nghiệp hướng tới phát triển thương hiệu riêng, mở rộng phân phối quốc tế qua thương mại điện tử xuyên biên giới và đầu tư vào sản phẩm có giá trị gia tăng cao, gắn với bản sắc Việt. Đồng thời, doanh nghiệp cần xây dựng năng lực quản trị toàn diện chuỗi giá trị – từ sản xuất, logistics đến thương hiệu và R&D – để trở thành đối tác chiến lược, không chỉ là nhà thầu phụ trong GVCs.

Tiểu kết

Chuỗi giá trị toàn cầu đã vượt khỏi phạm vi phân công lao động truyền thống để trở thành động lực cấu trúc định hình trật tự thương mại hiện đại và vị thế quốc gia. Phân tích cho thấy Việt Nam hiện vẫn chủ yếu ở khâu gia công, phụ thuộc FDI và còn hạn chế về R&D, logistics, nhân lực. Trong bối cảnh tái cấu trúc GVCs, thương mại số và thương mại bền vững nổi lên như hai bàn đạp chiến lược, song để tận dụng cửa sổ cơ hội từ dịch chuyển chuỗi cung ứng, làn sóng số hóa – xanh và các FTA thế hệ mới, Việt Nam cần tháo gỡ điểm nghẽn về thể chế, nội địa hóa và chất lượng lao động. Nâng cấp vị thế chỉ khả thi nếu Nhà nước và doanh nghiệp đồng hành, dịch chuyển từ gia công sang sáng tạo, từ lắp ráp sang R&D, từ sản phẩm giá rẻ sang thương hiệu – công nghệ – tiêu chuẩn xanh, từ sản xuất nông nghiệp thô sơ sang công nghiệp chế biến sâu. Thông điệp cốt lõi là: nâng cấp trong GVCs chính là động lực chiến lược để Việt Nam củng cố năng lực tự chủ và khẳng định vị thế trong thương mại quốc tế của kỷ nguyên mới.

KẾT LUẬN

Bước vào giai đoạn phát triển mới, thương mại quốc tế tiếp tục là một trong những động lực then chốt thúc đẩy tăng trưởng và hội nhập của Việt Nam. Tuy nhiên, bối cảnh quốc tế đang thay đổi nhanh chóng với sự giao thoa của bốn xu hướng lớn: phân mảnh địa chính trị, Cách mạng công nghiệp 4.0, yêu cầu phát triển bền vững và tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu. Những xu hướng này đang định hình lại “luật chơi” thương mại quốc tế, đồng thời đặt ra cả cơ hội lẫn thách thức chiến lược đối với Việt Nam.

Báo cáo đã chỉ ra bốn động lực tăng trưởng mới mang tính xuyên tầng Việt Nam cần khai thác và phối hợp đồng bộ để chuyển đổi từ mô hình tăng trưởng dựa trên chi phí sang mô hình dựa trên năng suất, đổi mới sáng tạo và giá trị gia tăng cao:

1. **Các FTA thế hệ mới** đóng vai trò nền tảng thể chế, giúp mở rộng không gian thị trường, nâng cấp khung pháp lý và tạo sức ép cải cách thể chế, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và khả năng chống chịu trước biến động quốc tế.
2. **Thương mại số** là động lực công nghệ, cho phép giảm chi phí giao dịch, mở rộng biên giới thương mại, tăng cường tính minh bạch và thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp nhỏ và vừa vào chuỗi giá trị toàn cầu.
3. **Thương mại bền vững** trở thành động lực chuẩn mực, định hình tiêu chuẩn tiếp cận thị trường quốc tế, buộc doanh nghiệp phải chuyển đổi theo hướng xanh, minh bạch và có trách nhiệm hơn.
4. **Tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu** là động lực cấu trúc, mở ra cơ hội định vị lại vai trò của Việt Nam trong mạng lưới thương mại – sản xuất quốc tế, hướng tới các phân khúc có giá trị gia tăng cao hơn.

Điểm cốt lõi là bốn động lực này không tồn tại độc lập, mà tạo ra hiệu ứng tổng hợp khi được khai thác và phối hợp nhịp nhàng ở cả cấp độ Nhà nước, doanh nghiệp và trường đại học. Đây chính là nền tảng để Việt Nam chủ động hội nhập sâu rộng, gia tăng giá trị nội sinh và nâng tầm vị thế trong trật tự thương mại quốc tế đang tái định hình.

Để hiện thực hóa tiềm năng này, Báo cáo nhấn mạnh yêu cầu xây dựng một chiến lược hành động tổng thể, đa tầng và phối hợp chặt chẽ giữa ba chủ thể:

- **Nhà nước kiến tạo** thể chế hiện đại, ổn định chính sách và dẫn dắt chiến lược hội nhập;

- **Doanh nghiệp trung tâm** đổi mới mô hình kinh doanh, đầu tư vào công nghệ và năng lực quản trị;
- **Trường đại học kết nối** cung cấp tri thức, nghiên cứu – đổi mới sáng tạo và đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

Chiến lược này sẽ giúp chuyển hóa các động lực bên ngoài thành lợi thế phát triển nội sinh, tạo điều kiện cho Việt Nam không chỉ tham gia mà còn từng bước định hình luật chơi trong những lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh chiến lược. Trong kỷ nguyên vươn mình, khả năng nắm bắt sớm xu hướng, chủ động chuyển đổi và phối hợp hành động hiệu quả sẽ quyết định vị thế của Việt Nam trên bản đồ thương mại quốc tế trong nhiều thập kỷ tới.