



BÁO CÁO CHÍNH SÁCH 2024

**Chiến lược định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ:
Các cơ hội mở ra cho các doanh nghiệp Việt Nam**

Huỳnh Thế Du và Trần Ngọc Anh
Đại học Indiana & Sáng kiến Việt Nam

Tháng 10 - 2024

ĐỘI NGŨ NGHIÊN CỨU VÀ HỖ TRỢ

Báo cáo này được thực hiện bởi Đại học Indiana, Sáng kiến Việt Nam với sự hỗ trợ của các đối tác đồng tổ chức Diễn đàn Mùa Thu Việt Mỹ, cùng nhiều chuyên gia Hoa Kỳ. Bốn nhóm nghiên cứu thực hiện các phân tích nền là:

Các chính sách của Chính phủ Mỹ: Maya Benysh, Aaron Creef, Hoai Nguyen, Asrorbek Parpiev, Luuc Roemer, Munkhjin Tserennadmid, và Ellie Wilson.

Chiến lược và tiếp cận của các công ty Mỹ: Oluwanifemi Adekoya, Jayvee Del Rosario, Tatiana Gabriichuk, Jessica Gigerich, Mohammad Hajizada, Neda Mirdadi, Joseph O'Regan, và Sameer Prakash.

Chiến lược và tiếp cận của các nước đang phát triển: Abidemi Adeoye, Arista, Ganzorig Dolingor, Philipp Elkemann, Nicolle Helms, Beatrice Momodu-Kamara, và Alasdair Rivers.

Chiến lược và tiếp cận của các doanh nghiệp các nước khác: Kayla Brooks, Owen Garrett, Hakan Karakus, Soonhwan Kwon, Ololade Omosunlade, Valeria Pittsford, Annalise Weeks, và Catherine Books.

Trong quá trình triển khai, chúng tôi đã trao đổi và tham khảo ý kiến của những người am hiểu về các vấn đề liên quan, đặc biệt là những nội dung trao đổi với anh Markus Taussig và anh Vũ Tú Thành.

UBND Thành phố Hồ Chí Minh đã có nhiều đóng góp quý giá và cùng chúng tôi tổ chức Diễn đàn Mùa Thu 2024. Chúng tôi cảm ơn Tạp chí Doanh nhân Sài Gòn đã cùng với Sáng kiến Việt Nam tổ chức tọa đàm *“Sự định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ và cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam”* cùng sự đóng góp và hỗ trợ của anh Trần Hoàng, anh Phạm Quang Chiến, và anh Huỳnh Tuấn Kiệt ở Tạp chí Doanh nhân Sài Gòn. Chúng tôi xin chân thành cảm ơn những người tham gia Tọa đàm, đặc biệt là những người đã có những ý kiến đóng góp.

Chúng tôi chân thành cảm ơn chị Dương Hồng Loan, anh Đặng Văn Phú, chị Đinh Kim Anh, và chị Đỗ Hồng Phương ở Viện Sáng kiến Việt Nam, các đối tác và những bên liên quan đã hỗ trợ để chúng tôi có thể thực hiện được tài liệu này. Xin cảm ơn chị Trương Thị Hằng Nga đã giúp chúng tôi đọc bản thảo và kiểm tra các nội dung.

Các nội dung phân tích là tiếp cận và góc nhìn của các tác giả, không nhất thiết phản ánh quan điểm của tổ chức mà các tác giả làm việc. Những sai sót (nếu có) hoàn toàn thuộc trách nhiệm của các tác giả.

TÓM TẮT

Tài liệu này cung cấp thông tin về những chiến lược và chính sách hiện nay của Chính phủ Mỹ và các tập đoàn xuyên quốc gia của Mỹ nhằm định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu. Đồng thời, tài liệu chia sẻ những kinh nghiệm thành công của các doanh nghiệp và chính phủ của các quốc gia khác trong việc tận dụng các cơ hội.

07 chính sách quan trọng của Mỹ gồm: Chiến tranh thương mại với Trung Quốc, Khung kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (IPEF), Sắc lệnh của Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Mỹ, Luật Giảm lạm phát, Luật cơ sở hạ tầng lưỡng đảng, Luật CHIPS và khoa học, và Đối tác chiến lược toàn diện Hoa Kỳ - Việt Nam. Những chính sách này mở ra những kênh xuất khẩu và đầu tư mới cho Việt Nam nhưng cũng đòi hỏi doanh nghiệp và các địa phương Việt Nam điều chỉnh các chính sách tiếp cận thị trường, thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ một cách chiến lược, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ, năng lượng sạch, và chế biến chế tạo.

Chính sách của **07** tập đoàn của Mỹ về lựa chọn các nhà cung ứng và đối tác được phân tích ở đây là Apple, Amazon, Costco, Nike, Walmart, Weee!, và Whole Foods. Báo cáo cung cấp thông tin về chính sách nhập khẩu, đầu tư và chuyển giao công nghệ của các tập đoàn này. Doanh nghiệp Việt Nam cần xem xét điều chỉnh quy trình sản xuất, thiết kế và chất lượng sản phẩm để có thể làm tốt hơn các đối thủ cạnh tranh, nhanh chóng đạt chuẩn cung ứng trực tiếp cho các tập đoàn hàng đầu của Mỹ.

Tài liệu cũng tóm lược những chiến lược và các chính sách cụ thể của **10** nước để tận dụng việc định hình lại chuỗi giá trị của Mỹ. Đó là Ấn Độ, Hàn Quốc, Indonesia, Malaysia, Mexico, Nhật Bản, Pakistan, Philippines, Singapore, và Thái Lan. Những chiến lược này bao gồm cách thu hút đầu tư trong tình hình mới, đàm phán các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như “Mua hàng của Mỹ” - chính sách đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ và chuyển giao công nghệ từ những tập đoàn của Mỹ.

Bài học thành công từ **10** doanh nghiệp các nước mà Việt Nam có thể tham khảo gồm: CP của Thái Lan, DBS Bank của Singapore, Grupo Bimbo của Mexico, Jollibee Foods của Philippine, Khaadi của Pakistan, Samsung của Hàn Quốc, TSC của Ấn Độ, Top Glove của Malaysia, Toyota của Nhật Bản và TSMC của Đài Loan. Đây là những bài học thực tế mà doanh nghiệp Việt Nam có thể áp dụng để giảm rủi ro bị trừng phạt, đa dạng hóa thị trường, và tiến dần lên các công đoạn có giá trị cao trên các chuỗi cung ứng toàn cầu.

Các doanh nghiệp Việt Nam đang có nhiều cơ hội để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các cơ hội này, các doanh nghiệp cần phải vượt qua các thách thức về nâng cao năng lực cạnh tranh, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế và cải thiện năng lực đổi mới sáng tạo. Các chính sách hỗ trợ của Nhà nước và hợp tác với các đối tác quốc tế là yếu tố quan trọng cho thành công.

MỤC LỤC

ĐỘI NGŨ NGHIÊN CỨU VÀ HỖ TRỢ	i
TÓM TẮT	ii
GIỚI THIỆU	1
PHẦN I. BẢY CHÍNH SÁCH QUAN TRỌNG CỦA MỸ	2
I. Chiến tranh thương mại với Trung Quốc	2
1. Mục tiêu và các nội dung chính	2
2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	2
3. Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam	3
II. Khung kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (IPEF)	3
1. Các trụ cột của sáng kiến IPEF	3
2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	4
3. Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam	5
III. Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Mỹ	5
1. Mục tiêu và các nội dung chính của Sắc lệnh	5
2. Những nhóm hàng hóa thuộc ưu tiên dịch chuyển của Mỹ	6
3. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	7
4. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam	8
IV. Luật giảm lạm phát	8
1. Mục tiêu và các nội dung chính của Luật	8
2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	9
3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam	10
V. Luật cơ sở hạ tầng lưỡng đảng	10
1. Mục tiêu và nội dung chính	10
2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	11
3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam	12
VI. Luật CHIPS và khoa học	12
1. Mục tiêu và nội dung chính	12
2. Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam	13
3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam	14
VII. Đối tác chiến lược toàn diện Hoa Kỳ - Việt Nam	15
1. Nội dung hợp tác chiến lược	15
2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam	16

3. Những thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam.....	17
PHẦN II. TIẾP CẬN VÀ CHIẾN LƯỢC CỦA CÁC DOANH NGHIỆP MỸ	17
I. Tiếp cận về thương mại, đầu tư và công nghệ	17
1. Thương Mại	17
2. Đầu Tư	18
3. Khoa Học Công Nghệ.....	19
II. Chính sách và tiêu chuẩn đối với các nhà cung cấp của các doanh nghiệp Mỹ.....	20
1. Apple.....	20
2. Amazon.....	21
3. Costco	23
4. Nike.....	24
5. Walmart.....	26
6. Weee!	27
7. Whole Foods.....	29
PHẦN III. CHÍNH SÁCH TẬN DỤNG CƠ HỘI CỦA MỘT SỐ NƯỚC.....	30
I. Ấn Độ	30
II. Hàn Quốc	31
III. Indonesia.....	32
IV. Malaysia	33
V. Mexico.....	34
VI. Nhật Bản.....	35
VII. Pakistan	37
VIII. Philippines	38
IX. Singapore.....	39
X. Thái Lan.....	40
PHẦN IV. CHIẾN LƯỢC CỦA MỘT SỐ DOANH NGHIỆP CÁC NƯỚC	41
I. CP, Thái Lan	41
II. DBS Bank, Singapore	42
III. Grupo Bimbo, Mexico	43
IV. Jollibee Foods Corporation, Philippines.....	44
V. Khaadi, Pakistan.....	45
VI. Samsung, Hàn Quốc	46
VII. Tata Consultancy Services (TCS), Ấn Độ	48

VIII. Top Glove Corporation Berhad, Malaysia.....	49
IX. Toyota, Nhật Bản.....	50
X. TSMC, Đài Loan	51
THÔNG ĐIỆP CUỐI.....	52
TÀI LIỆU THAM KHẢO	55

GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh thế giới đang phải đối mặt với nhiều biến động kinh tế và chính trị, Mỹ đã triển khai hàng loạt các chính sách nhằm định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu, giảm thiểu rủi ro từ sự phụ thuộc vào các chuỗi cung ứng truyền thống và tăng cường an ninh kinh tế. Bảy chính sách nổi bật mà tài liệu này đề cập bao gồm: Chiến tranh thương mại với Trung Quốc, Khung kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (IPEF), Sắc lệnh của Tổng thống về Chuỗi cung ứng của Mỹ, Luật Giảm lạm phát, Luật cơ sở hạ tầng lưỡng đảng, Luật CHIPS và khoa học, và Đối tác chiến lược toàn diện Hoa Kỳ - Việt Nam. Những chính sách này không chỉ nhằm củng cố vị thế của Mỹ mà còn đặt ra những tiêu chuẩn và yêu cầu mới cho các doanh nghiệp toàn cầu.

Đối với Việt Nam, một quốc gia có nền kinh tế đang phát triển và xuất khẩu là một động lực quan trọng, các chính sách của Mỹ mở ra cả cơ hội lẫn thách thức. Việt Nam có thể tận dụng các cơ hội này để gia tăng xuất khẩu, thu hút đầu tư nước ngoài, và nâng cao trình độ công nghệ, từ đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các cơ hội đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải thích ứng nhanh chóng với các yêu cầu mới về tiêu chuẩn chất lượng, tuân thủ các quy định khắt khe về môi trường và lao động, đồng thời đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt từ các quốc gia khác.

Tài liệu này phân tích chi tiết bảy chính sách quan trọng của Mỹ, tiếp cận và chiến lược của các doanh nghiệp Mỹ, cách thức các doanh nghiệp và chính phủ các nước đã phản ứng và tận dụng các cơ hội, từ đó đưa ra những bài học kinh nghiệm có giá trị cho các doanh nghiệp Việt Nam. Cấu trúc của tài liệu được chia thành bốn phần: (1) Tóm lược bảy chính sách quan trọng của Mỹ, (2) Chiến lược và tiếp cận của các doanh nghiệp Mỹ, (3) Chính sách của một số nước, và (4) Chiến lược và tiếp cận của một số doanh nghiệp các nước.

PHẦN I. BẢY CHÍNH SÁCH QUAN TRỌNG CỦA MỸ

I. Chiến tranh thương mại với Trung Quốc

1. Mục tiêu và các nội dung chính

Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung bắt đầu vào năm 2018 dưới thời Tổng thống Donald Trump và đánh dấu một trong những căng thẳng kinh tế lớn nhất giữa hai nền kinh tế hàng đầu thế giới. Trọng tâm của cuộc chiến này là các vấn đề liên quan đến thâm hụt thương mại, quyền sở hữu trí tuệ, và chính sách công nghiệp của Trung Quốc, mà Mỹ cho rằng gây ra sự mất cân đối thương mại và làm tổn hại đến các doanh nghiệp Mỹ. Sâu xa hơn là Mỹ muốn kiềm chế sự trỗi dậy của Trung Quốc.

Trong năm 2017, Mỹ ghi nhận thâm hụt thương mại lên đến 375 tỷ USD với Trung Quốc. Chính quyền Trump cáo buộc Trung Quốc có các hành vi không công bằng như trợ cấp cho các doanh nghiệp trong nước, ép buộc chuyển giao công nghệ từ các công ty nước ngoài, và vi phạm quyền sở hữu trí tuệ. Những hành vi này, theo Mỹ, làm tổn hại đến sức cạnh tranh của các công ty Mỹ trên toàn cầu.

Cuộc chiến thương mại chính thức bắt đầu vào tháng 7 năm 2018 khi Mỹ áp đặt thuế quan 25% lên hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc trị giá 34 tỷ USD, nhằm gây áp lực buộc Trung Quốc thay đổi chính sách. Trung Quốc đáp trả bằng việc áp thuế tương tự lên các sản phẩm của Mỹ. Hai bên sau đó liên tiếp đưa ra nhiều đợt áp thuế và trả đũa nhau, với tổng giá trị hàng hóa bị ảnh hưởng lên đến hàng trăm tỷ USD. Các mặt hàng bị ảnh hưởng bao gồm sản phẩm công nghệ, nông sản, và hàng tiêu dùng. Kết quả, thị phần của Trung Quốc trong lượng hàng nhập khẩu của Hoa Kỳ đã giảm đáng kể từ 21,6% (năm 2017) xuống còn 16,3% (năm 2022). Số tuyệt đối trong giai đoạn 2018 - 2023 đã giảm hơn 110 tỷ USD. Các công ty Hoa Kỳ đang giảm bớt sự phụ thuộc vào Trung Quốc và hướng đến các nước đang phát triển.

2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Chuyển dịch chuỗi cung ứng và đầu tư nước ngoài. Khi thuế quan đối với hàng hóa Trung Quốc tăng cao, nhiều doanh nghiệp tìm cách dịch chuyển sản xuất sang các nước khác để tránh bị ảnh hưởng bởi chi phí tăng. Việt Nam, với chi phí lao động cạnh tranh và vị trí địa lý gần Trung Quốc, trở thành một lựa chọn lý tưởng. Các ngành công nghiệp như dệt may, giày dép, điện tử, và đồ gỗ được hưởng lợi từ sự chuyển dịch này khi nhiều doanh nghiệp nước ngoài tăng đặt hàng từ Việt Nam thay vì Trung Quốc. Điều này giúp mở rộng thị phần xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ và các thị trường khác.

Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Cuộc chiến thương mại đã thúc đẩy làn sóng đầu tư FDI vào Việt Nam, khi các doanh nghiệp quốc tế tìm cách thiết lập nhà máy sản xuất tại các quốc gia có chi phí thấp hơn và ít bị ảnh hưởng bởi thuế quan cao. Các tập đoàn lớn, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ và điện tử, đã bắt đầu chuyển một phần hoạt động sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam để tận dụng các

ưu đãi thuế quan và giảm thiểu rủi ro từ chiến tranh thương mại. Điều này không chỉ tạo ra nhiều việc làm mà còn thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp phụ trợ.

Tăng trưởng xuất khẩu sang Mỹ. Với việc hàng hóa Trung Quốc bị đánh thuế cao khi nhập khẩu vào Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội mở rộng xuất khẩu sang thị trường này. Việt Nam đã tăng cường xuất khẩu các mặt hàng như điện tử, máy móc, dệt may, và nông sản sang Mỹ. Sự gia tăng này giúp các doanh nghiệp Việt Nam chiếm lĩnh thị phần của các sản phẩm trước đây được sản xuất tại Trung Quốc, đồng thời cải thiện cán cân thương mại với Mỹ.

Đa dạng hóa thị trường và giảm phụ thuộc vào Trung Quốc. Chiến tranh thương mại cũng thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm đối tác và thị trường mới, giảm bớt sự phụ thuộc vào Trung Quốc. Việc mở rộng quan hệ thương mại với Mỹ và các nước khác giúp tăng cường tính đa dạng trong chuỗi cung ứng, từ đó giảm rủi ro khi xảy ra biến động quốc tế.

3. Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam

Thứ nhất, sự gia tăng đầu tư và chuyển dịch chuỗi cung ứng có thể làm tăng áp lực lên hạ tầng logistics, giao thông và nguồn nhân lực. Việc phải cạnh tranh với các công ty nước ngoài trong việc thuê đất, nhân công và chi phí sản xuất có thể làm gia tăng chi phí và ảnh hưởng đến lợi nhuận của các doanh nghiệp trong nước.

Thứ hai, Việt Nam có thể phải đối mặt với nguy cơ bị áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại từ Mỹ nếu không kiểm soát chặt chẽ xuất xứ hàng hóa. Do sự gia tăng xuất khẩu từ Việt Nam, các doanh nghiệp có nguy cơ bị cáo buộc lẩn tránh thuế quan hoặc vi phạm các quy định về xuất xứ, dẫn đến các biện pháp trừng phạt từ phía Mỹ.

II. Khung kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (IPEF)

Khung Kinh Tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (Indo-Pacific Economic Framework, IPEF) là một sáng kiến kinh tế được khởi xướng bởi Hoa Kỳ vào tháng 5 năm 2022. Đây là nỗ lực nhằm thúc đẩy hợp tác kinh tế khu vực giữa các quốc gia Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương. Khung kinh tế này có sự tham gia của 14 quốc gia, bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản, Ấn Độ, Hàn Quốc, Úc, New Zealand và 11 quốc gia thuộc Hiệp hội Các Quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) như Việt Nam, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thái Lan, Philippines, Brunei và Fiji. IPEF không phải là một hiệp định thương mại tự do truyền thống mà tập trung vào bốn trụ cột chính: thương mại, chuỗi cung ứng, năng lượng sạch và chống tham nhũng.

1. Các trụ cột của sáng kiến IPEF

Thương mại: IPEF tập trung vào thương mại hiện đại, bao gồm các tiêu chuẩn cao về lao động, bảo vệ môi trường, và kinh tế số. Các quốc gia thành viên sẽ hợp tác để xây dựng các quy tắc thương mại bền vững và công bằng, cải thiện khả năng tiếp cận thị trường và bảo vệ quyền lợi của người lao động. Những quy định này nhằm tạo

điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuyên biên giới, đồng thời nâng cao tiêu chuẩn trong các lĩnh vực công nghệ và dịch vụ số.

Chuỗi cung ứng: Một trong những mục tiêu quan trọng của IPEF là tăng cường sự bền vững và tính linh hoạt của chuỗi cung ứng khu vực. Các quốc gia tham gia sẽ hợp tác để xây dựng các chuỗi cung ứng đáng tin cậy và giảm sự phụ thuộc chủ yếu vào một số nguồn cung cấp, đặc biệt là trong các lĩnh vực nhạy cảm như công nghệ, y tế và nông nghiệp. Việc này giúp các doanh nghiệp ứng phó tốt hơn với các rủi ro gián đoạn và khủng hoảng kinh tế.

Năng lượng sạch và cơ sở hạ tầng: IPEF thúc đẩy việc hợp tác phát triển năng lượng tái tạo, hạ tầng xanh, và các công nghệ giảm phát thải carbon. Các quốc gia thành viên cam kết chia sẻ kinh nghiệm và công nghệ để đạt được các mục tiêu phát triển bền vững và chống lại biến đổi khí hậu.

Chống tham nhũng và cải cách thuế: Một trong những mục tiêu quan trọng của IPEF là đảm bảo tính minh bạch trong quản lý và tài chính công. Các quốc gia thành viên cam kết hợp tác để giảm thiểu tham nhũng, cải cách thuế và đảm bảo tính liêm chính của hệ thống kinh tế, qua đó thúc đẩy môi trường kinh doanh lành mạnh.

2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu: IPEF mang lại cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Khi các quốc gia thành viên hợp tác để đa dạng hóa chuỗi cung ứng, các công ty Việt Nam có thể trở thành nhà cung cấp đáng tin cậy cho các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt trong các ngành như điện tử, công nghệ thông tin, sản xuất thiết bị y tế, và nông sản.

Tăng cường xuất khẩu sang các thị trường lớn: Việc hợp tác trong IPEF giúp Việt Nam có thể cải thiện tiêu chuẩn và nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các yêu cầu khắt khe của các thị trường lớn như Hoa Kỳ, Nhật Bản, và Úc. Điều này tạo điều kiện thuận lợi để gia tăng xuất khẩu, đặc biệt là các sản phẩm công nghệ cao, nông sản và hàng hóa chế biến.

Thu hút đầu tư nước ngoài: Với sự cam kết về phát triển năng lượng sạch và cơ sở hạ tầng bền vững, Việt Nam có cơ hội thu hút nhiều dự án đầu tư vào lĩnh vực năng lượng tái tạo và công nghệ môi trường. Các nhà đầu tư quốc tế, đặc biệt là từ Hoa Kỳ và Nhật Bản, có thể xem Việt Nam như một điểm đến hấp dẫn để phát triển các dự án năng lượng mặt trời, gió, và sản xuất pin.

Chuyển đổi số và kinh tế số: IPEF nhấn mạnh đến phát triển kinh tế số, điều này mang lại cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc nâng cấp công nghệ và ứng dụng các giải pháp kỹ thuật số vào sản xuất và dịch vụ. Việt Nam có thể thúc đẩy các ngành công nghiệp công nghệ thông tin, phần mềm, và dịch vụ số, qua đó tăng cường tính cạnh tranh của nền kinh tế.

3. Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam

Tuân thủ các tiêu chuẩn cao. IPEF yêu cầu các quốc gia thành viên đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về môi trường, lao động và quản trị doanh nghiệp. Các doanh nghiệp

Việt Nam có thể gặp khó khăn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm và quản lý để đạt được các tiêu chuẩn này. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư thêm vào công nghệ, quy trình sản xuất và hệ thống quản lý.

Cạnh tranh gia tăng. Khi IPEF mở ra cơ hội tiếp cận thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các doanh nghiệp trong khu vực như Thái Lan, Indonesia, và Philippines. Để giữ vững thị phần và mở rộng xuất khẩu, các công ty Việt Nam cần nâng cao năng lực sản xuất, đổi mới sáng tạo và đầu tư vào thương hiệu.

Áp lực về chuyển đổi xanh. IPEF thúc đẩy phát triển năng lượng tái tạo và hạ tầng xanh, điều này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải chuyển đổi sang sản xuất sạch và giảm thiểu phát thải. Các ngành công nghiệp tiêu thụ năng lượng lớn như sản xuất thép, xi măng, và dệt may có thể gặp khó khăn khi phải áp dụng các biện pháp giảm thiểu tác động môi trường.

Phụ thuộc vào chính sách của các quốc gia lớn. Vì IPEF được khởi xướng bởi Hoa Kỳ và có sự tham gia của nhiều quốc gia lớn, Việt Nam cần phải cân nhắc và linh hoạt trong việc tuân thủ các quy định và yêu cầu từ các nước dẫn đầu. Các thay đổi về chính sách kinh tế và thương mại của các quốc gia khác có thể tác động trực tiếp đến lợi ích của các doanh nghiệp Việt Nam.

III. Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Mỹ

1. Mục tiêu và các nội dung chính của Sắc lệnh

Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Hoa Kỳ, được ban hành vào tháng 2 năm 2021, nhằm mục đích tăng cường độ bền vững và an ninh của các chuỗi cung ứng quan trọng cho nền kinh tế Mỹ. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 đã bộc lộ nhiều điểm yếu trong chuỗi cung ứng toàn cầu, sắc lệnh này đã đưa ra nhiều biện pháp để khắc phục những vấn đề này, từ đó đảm bảo cung cấp hàng hóa thiết yếu và tạo nền tảng cho sự phục hồi kinh tế bền vững.

Xác định các chuỗi cung ứng quan trọng. Sắc lệnh yêu cầu các cơ quan liên quan phải xác định và đánh giá các chuỗi cung ứng quan trọng, bao gồm sản xuất linh kiện điện tử, dược phẩm, thực phẩm và năng lượng. Việc này không chỉ giúp nhận diện các lĩnh vực dễ bị tổn thương mà còn xác định những điểm mạnh của nền kinh tế Mỹ trong việc sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

Tăng cường sản xuất trong nước. Một trong những mục tiêu chính của sắc lệnh là khuyến khích sản xuất trong nước. Chính phủ Mỹ cam kết hỗ trợ các doanh nghiệp

trong nước thông qua các chính sách ưu đãi, tài trợ và đầu tư vào công nghệ mới để nâng cao năng lực sản xuất. Việc này nhằm giảm sự phụ thuộc vào các nhà cung ứng nước ngoài, đặc biệt là trong các lĩnh vực quan trọng như y tế và công nghệ.

Cải thiện tính minh bạch và khả năng theo dõi. Sắc lệnh cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc cải thiện tính minh bạch trong chuỗi cung ứng. Các công ty sẽ được khuyến khích sử dụng các công nghệ mới để theo dõi và quản lý chuỗi cung ứng của họ, từ đó giúp xác định các rủi ro tiềm ẩn và cải thiện khả năng ứng phó với khủng hoảng. Chính phủ cũng cam kết cung cấp thông tin và dữ liệu để hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xây dựng và duy trì các chuỗi cung ứng bền vững.

Hợp tác quốc tế. Sắc lệnh không chỉ tập trung vào các vấn đề trong nước mà còn nhấn mạnh tầm quan trọng của hợp tác quốc tế. Mỹ sẽ làm việc với các đồng minh và đối tác để củng cố chuỗi cung ứng toàn cầu, đảm bảo rằng các quốc gia có thể hỗ trợ lẫn nhau trong việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ thiết yếu. Hợp tác này không chỉ giúp tăng cường an ninh cho các chuỗi cung ứng mà còn giúp cải thiện khả năng ứng phó với các khủng hoảng toàn cầu.

Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển. Sắc lệnh cũng chỉ ra rằng cần tăng cường đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) để đổi mới công nghệ và nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế Mỹ. Các khoản đầu tư này sẽ tập trung vào các lĩnh vực như công nghệ xanh, sản xuất tiên tiến và công nghệ thông tin, nhằm đảm bảo rằng Mỹ có thể duy trì vị thế hàng đầu trong các ngành công nghiệp quan trọng.

Tạo việc làm và tăng trưởng bền vững. Cuối cùng, Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tạo ra việc làm và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Các biện pháp hỗ trợ sản xuất trong nước và cải thiện chuỗi cung ứng sẽ không chỉ giúp bảo vệ các ngành công nghiệp quan trọng mà còn tạo ra cơ hội việc làm cho người lao động Mỹ.

2. Những nhóm hàng hóa thuộc ưu tiên dịch chuyển của Mỹ

Theo sắc lệnh điều hành về chuỗi cung ứng của Mỹ số 1417 của Tổng thống Mỹ ban hành ngày 24/02/2021, bốn nhóm có tính chất chiến lược cần phải đảm bảo gồm: (1) y tế công cộng và các vật phẩm sinh học, (2) công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), (3) năng lượng, và (4) các khoáng sản và vật liệu quan trọng. Cơ quan Quản lý Thương mại Quốc tế (ITA) của Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã xây dựng một danh sách khoảng 2.400 hàng hóa và nguyên liệu quan trọng trong bốn chuỗi cung ứng đó.

Trong các hàng hóa thuộc diện ưu tiên dịch chuyển đến nước bạn của Hoa Kỳ và quan tâm của các doanh nghiệp Hoa Kỳ tại Việt Nam, 10 lĩnh vực mà Việt Nam có thể tham gia hoặc nên tận dụng gồm: (1) điện tử bán dẫn, (2) khai thác tinh chế khoáng chất giá trị cao phục vụ ngành bán dẫn, (3) hạ tầng số, (4) trí tuệ nhân tạo, (5) y tế và chăm sóc sức khỏe, (6) năng lượng, (7) phát triển nguồn điện và dịch chuyển xanh, (8) phát triển cơ sở hạ tầng và logistics, (9) nâng cao năng lực nghiên cứu, và (10) giáo dục đại học.

Đây cũng là các vấn đề được nêu trong đối tác chiến lược toàn diện với Việt Nam.

3. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Sắc lệnh này tập trung vào việc giảm sự phụ thuộc vào các nguồn cung ứng bên ngoài của Mỹ, đặc biệt là từ Trung Quốc, đồng thời thúc đẩy sản xuất trong nước và tăng cường quan hệ đối tác quốc tế. Trong bối cảnh này, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng một số cơ hội đáng kể.

Tăng cường xuất khẩu và mở rộng thị trường. Khi Mỹ giảm sự phụ thuộc vào Trung Quốc, Việt Nam nổi lên như một lựa chọn thay thế hấp dẫn cho các doanh nghiệp Mỹ.

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng cơ hội này để gia tăng xuất khẩu sang Mỹ, đặc biệt là các ngành sản xuất và chế tạo như dệt may, da giày, điện tử, và nội thất. Sự chuyển dịch chuỗi cung ứng khỏi Trung Quốc có thể mở ra nhiều hợp đồng sản xuất mới và gia tăng nhu cầu về các sản phẩm của Việt Nam.

Tham gia vào chuỗi cung ứng của Mỹ. Sắc lệnh Hành pháp kêu gọi đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu để giảm thiểu rủi ro gián đoạn. Điều này tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng của Mỹ, đặc biệt trong các ngành công nghệ cao như sản xuất thiết bị y tế, linh kiện điện tử, và công nghệ thông tin. Việc trở thành một phần của chuỗi cung ứng tại Mỹ có thể giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và tiếp cận công nghệ tiên tiến.

Hợp tác đầu tư và sản xuất. Việt Nam có thể thu hút các dự án đầu tư trực tiếp từ Mỹ khi các doanh nghiệp Mỹ tìm kiếm địa điểm sản xuất thay thế ngoài Trung Quốc. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể thiết lập liên doanh hoặc hợp tác với các công ty Mỹ để phát triển cơ sở sản xuất, chia sẻ công nghệ và chuyển giao kiến thức. Lợi thế về chi phí lao động cạnh tranh và chính sách ưu đãi đầu tư của Việt Nam có thể thu hút các doanh nghiệp Mỹ xây dựng nhà máy hoặc cơ sở sản xuất tại Việt Nam.

Phát triển công nghệ xanh và năng lượng tái tạo. Sắc lệnh cũng khuyến khích các giải pháp bền vững và năng lượng sạch trong chuỗi cung ứng. Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, sản xuất thiết bị năng lượng mặt trời, gió, hoặc các sản phẩm có công nghệ thân thiện với môi trường. Các công ty Việt Nam có thể xuất khẩu các sản phẩm này sang Mỹ hoặc tham gia vào các dự án năng lượng tái tạo được triển khai tại Mỹ.

Nâng cao tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Việc tham gia vào chuỗi cung ứng của Mỹ đồng nghĩa với việc tuân thủ các tiêu chuẩn cao về chất lượng và an toàn sản phẩm. Điều này thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao tiêu chuẩn sản xuất và chất lượng sản phẩm, từ đó cải thiện năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Việc đáp ứng các tiêu chuẩn này không chỉ giúp doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường Mỹ mà còn gia tăng uy tín và thương hiệu trên các thị trường khác.

4. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Hoa Kỳ đặt ra một số thách thức đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam khi muốn tham gia vào chuỗi cung ứng của Mỹ. Đầu tiên, việc đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng, bảo vệ môi trường và quyền lao động là một yêu cầu bắt buộc. Các doanh nghiệp phải đầu tư vào nâng cấp quy trình sản xuất, công nghệ, và quản lý chất lượng để tuân thủ các quy định nghiêm ngặt này, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ cao và y tế.

Thứ hai, sự cạnh tranh trong khu vực gia tăng khi các quốc gia như Thái Lan, Indonesia và Philippines cũng tìm cách thay thế vị trí của Trung Quốc trong chuỗi cung ứng. Điều này đặt các doanh nghiệp Việt Nam vào thế phải tăng cường năng lực sản xuất và đổi mới để duy trì và mở rộng thị phần.

Thứ ba, sự phụ thuộc vào các chính sách của các nước, bao gồm cả sự thay đổi chính sách thương mại và nhập khẩu của Mỹ, có thể tạo ra bất ổn và khó khăn cho các doanh nghiệp. Những biến động trong chính sách nội bộ của Hoa Kỳ và tình hình địa chính trị có thể ảnh hưởng đến các chiến lược kinh doanh dài hạn.

Cuối cùng, yêu cầu phát triển bền vững và chuyển đổi sang sản xuất xanh đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư vào công nghệ thân thiện với môi trường, giảm thiểu khí thải và tiết kiệm năng lượng, tạo thêm áp lực về chi phí và thời gian. Những thách thức này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải nhanh chóng thích ứng và có chiến lược kinh doanh linh hoạt.

IV. Luật giảm lạm phát

1. Mục tiêu và các nội dung chính của Luật

Luật Giảm Lạm Phát của Mỹ (Inflation Reduction Act - IRA), được ban hành vào tháng 8 năm 2022, là một trong những đạo luật kinh tế lớn nhằm kiểm soát lạm phát, giảm thâm hụt ngân sách, và thúc đẩy tăng trưởng bền vững trong các lĩnh vực năng lượng sạch và chăm sóc sức khỏe. Đạo luật này là một phần trong nỗ lực của chính phủ Mỹ để đối phó với tình trạng lạm phát cao kéo dài và biến đổi khí hậu.

Đạo luật bao gồm gói ngân sách trị giá khoảng 740 tỷ USD, trong đó có 369 tỷ USD dành cho các khoản đầu tư vào năng lượng sạch và giảm phát thải khí nhà kính. Mục tiêu chính là giảm 40% lượng khí thải carbon của Mỹ vào năm 2030, thông qua các chương trình khuyến khích phát triển năng lượng tái tạo như điện gió, điện mặt trời, và xe điện. IRA cung cấp các khoản tín dụng thuế và hỗ trợ tài chính cho các cá nhân và doanh nghiệp chuyển đổi sang sử dụng năng lượng sạch, cũng như tài trợ cho nghiên cứu và phát triển công nghệ năng lượng mới.

Bên cạnh các biện pháp về khí hậu, Luật Giảm Lạm Phát còn đưa ra nhiều chính sách quan trọng nhằm cải thiện hệ thống chăm sóc sức khỏe. Đạo luật cho phép Chính phủ liên bang thương lượng giá thuốc cho Medicare, giúp giảm chi phí thuốc cho người cao tuổi và người thu nhập thấp. Đồng thời, IRA cũng mở rộng các khoản trợ cấp bảo

hiểm y tế theo Đạo luật bảo hiểm y tế (Affordable Care Act), giúp hàng triệu người Mỹ tiếp tục được hưởng lợi từ chi phí bảo hiểm thấp hơn.

IRA cũng tập trung vào việc tạo ra việc làm và thúc đẩy kinh tế địa phương, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp xanh. Bằng cách đầu tư vào năng lượng sạch và cơ sở hạ tầng bền vững, chính phủ hy vọng sẽ tạo ra hàng triệu việc làm mới và tăng cường sự cạnh tranh của Mỹ trong các lĩnh vực công nghệ tiên tiến và năng lượng tái tạo.

Nhìn chung, Luật Giảm Lạm Phát của Mỹ đại diện cho một nỗ lực toàn diện để giải quyết các thách thức kinh tế, môi trường và xã hội hiện tại. Đạo luật không chỉ nhằm kiểm soát lạm phát mà còn xây dựng một nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững và bảo vệ sức khỏe của người dân Mỹ trong tương lai. Đây thực chất là một chính sách công (ngành) kiểu mới của Mỹ.

2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Năng lượng tái tạo và thiết bị điện tử. Với việc IRA phân bổ 369 tỷ USD cho các khoản đầu tư vào năng lượng sạch, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng cơ hội này để xuất khẩu các sản phẩm liên quan đến ngành năng lượng tái tạo. Điều này bao gồm việc cung cấp linh kiện cho các hệ thống năng lượng mặt trời, điện gió, và xe điện, như tấm pin mặt trời, tuabin gió, hoặc các loại pin lưu trữ điện. Các công ty sản xuất và lắp ráp thiết bị điện tử tại Việt Nam có thể tìm cách cung cấp linh kiện cho các doanh nghiệp Mỹ đang mở rộng hoặc chuyển đổi sang sản xuất các sản phẩm năng lượng sạch.

Xuất khẩu sản phẩm thân thiện với môi trường. Luật IRA khuyến khích sử dụng các sản phẩm và vật liệu có lượng phát thải carbon thấp. Các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất hàng hóa thân thiện với môi trường, như đồ gỗ bền vững, hàng tiêu dùng xanh, hoặc sản phẩm may mặc có chứng nhận về môi trường, có thể gia tăng khả năng xuất khẩu sang Mỹ. Các doanh nghiệp sản xuất hàng nông sản hữu cơ hoặc sản phẩm từ nông nghiệp bền vững cũng có thể khai thác nhu cầu ngày càng cao đối với sản phẩm thân thiện với môi trường từ thị trường Mỹ.

Chuỗi cung ứng pin và vật liệu tái chế. Với việc IRA tập trung vào khuyến khích xe điện và các hệ thống lưu trữ năng lượng, nhu cầu về các loại pin lithium và các vật liệu tái chế sẽ tăng mạnh. Việt Nam là quốc gia có trữ lượng khoáng sản như niken và đất hiếm, những nguyên liệu cần thiết cho sản xuất pin. Các công ty khai thác, chế biến khoáng sản, hoặc tái chế pin tại Việt Nam có thể đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng quốc tế, đặc biệt là nguyên liệu cho các nhà sản xuất tại Mỹ.

Dịch vụ công nghệ và phát triển phần mềm. Các doanh nghiệp công nghệ thông tin của Việt Nam có thể tận dụng cơ hội để cung cấp các dịch vụ phần mềm và công nghệ hỗ trợ cho các dự án năng lượng tái tạo và hiệu quả năng lượng tại Mỹ. Điều này có thể bao gồm các giải pháp IoT (Internet of Things), phần mềm quản lý, hoặc

các công cụ phân tích dữ liệu để tối ưu hóa hiệu suất của các hệ thống năng lượng tái tạo.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng bền vững. Luật IRA mở rộng các khoản đầu tư vào cơ sở hạ tầng bền vững tại Mỹ, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp xây dựng và cung cấp vật liệu xây dựng bền vững từ Việt Nam. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực xây dựng có thể tìm cách hợp tác với các đối tác Mỹ để tham gia vào các dự án phát triển cơ sở hạ tầng xanh và công trình tiết kiệm năng lượng.

3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Luật Giảm lạm phát của Mỹ đặt ra một số thách thức đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam khi muốn tham gia vào thị trường Hoa Kỳ và chuỗi cung ứng của Mỹ.

Đầu tiên, IRA ưu tiên các sản phẩm và nhà cung cấp trong nước nhằm thúc đẩy sản xuất nội địa, điều này có thể làm giảm cơ hội cho các doanh nghiệp nước ngoài, bao gồm Việt Nam. Để tham gia thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam phải cạnh tranh với các nhà cung cấp trong nước và đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về xuất xứ, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp như xe điện, pin, và năng lượng tái tạo.

Thứ hai, luật này yêu cầu tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về sản xuất xanh và phát triển bền vững. Các doanh nghiệp Việt Nam phải đầu tư đáng kể vào công nghệ thân thiện với môi trường, giảm khí thải và tuân thủ các tiêu chuẩn về phát triển bền vững nếu muốn hưởng lợi từ các ưu đãi thuế và hỗ trợ. Chi phí đầu tư ban đầu để đáp ứng những yêu cầu này có thể là một trở ngại lớn.

Thứ ba, sự cạnh tranh gia tăng từ các nước khác cũng đang tìm cách tận dụng cơ hội từ IRA. Các quốc gia như Mexico, Canada, và các nước ASEAN khác đều có lợi thế nhờ vị trí địa lý hoặc các hiệp định thương mại tự do với Hoa Kỳ, khiến doanh nghiệp Việt Nam gặp thách thức lớn hơn trong việc thâm nhập thị trường này.

V. Luật cơ sở hạ tầng lưỡng đảng

1. Mục tiêu và nội dung chính

Luật Hạ tầng Lưỡng đảng của Mỹ (Bipartisan Infrastructure Law), còn được gọi là Đạo luật Đầu tư và Việc làm trong Hạ tầng, được ban hành vào tháng 11 năm 2021, đánh dấu một bước tiến quan trọng trong việc cải thiện cơ sở hạ tầng của quốc gia. Đây là một đạo luật lớn với tổng trị giá khoảng 1.2 nghìn tỷ USD, bao gồm 550 tỷ USD đầu tư mới vào cơ sở hạ tầng của Mỹ trong vòng 5 năm tới.

Giao thông và cơ sở hạ tầng truyền thống. Một phần lớn của ngân sách được phân bổ cho việc cải thiện hệ thống giao thông, bao gồm cầu đường, đường sắt, và hệ thống giao thông công cộng. Cụ thể, khoảng 110 tỷ USD sẽ được đầu tư vào sửa chữa và xây dựng cầu đường, nhằm giảm thiểu tình trạng cầu hư hỏng và cải thiện an toàn giao thông. Ngoài ra, 66 tỷ USD được dành cho đường sắt, với mục tiêu nâng cấp và mở rộng mạng lưới Amtrak (đường sắt tốc độ cao), đồng thời cải thiện các tuyến

đường liên bang. Khoản đầu tư này cũng nhằm giảm tắc nghẽn giao thông và khuyến khích sử dụng các phương tiện giao thông công cộng để giảm ô nhiễm môi trường.

Năng lượng và môi trường. Luật Hạ tầng Lưỡng đảng cũng tập trung vào năng lượng và môi trường, với khoản đầu tư lớn vào hệ thống nước sạch, năng lượng tái tạo và xử lý chất thải. Khoảng 55 tỷ USD sẽ được dùng để cải thiện hệ thống cấp thoát nước. Luật còn dành 65 tỷ USD cho việc nâng cấp hệ thống lưới điện, phát triển công nghệ lưu trữ năng lượng và thúc đẩy sử dụng năng lượng tái tạo. Mục tiêu là cải thiện an ninh năng lượng, giảm thiểu rủi ro từ các thảm họa thiên nhiên và tăng cường khả năng tiếp cận với các nguồn năng lượng sạch hơn.

Internet băng thông rộng và kết nối số. Một khoản đầu tư đáng kể trị giá 65 tỷ USD được phân bổ cho việc mở rộng Internet băng thông rộng trên toàn quốc, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn và cộng đồng chưa được kết nối đầy đủ. Điều này nhằm đảm bảo tất cả người dân Mỹ có thể truy cập Internet tốc độ cao, hỗ trợ học tập, làm việc từ xa, và kinh doanh.

Đầu tư vào Phương tiện giao thông điện và giảm phát thải. Đạo luật cũng dành 7.5 tỷ USD cho việc xây dựng mạng lưới trạm sạc xe điện trên toàn quốc và 5 tỷ USD để mua các phương tiện giao thông công cộng không phát thải, như xe buýt điện.

2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Hàng hóa và dịch vụ cơ sở hạ tầng. Các doanh nghiệp Việt Nam chuyên về vật liệu xây dựng (thép, xi măng) hoặc công nghệ tiên tiến (kỹ thuật, tư vấn), cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và công nghệ năng lượng sạch có thể cung cấp hàng hóa và dịch vụ cần thiết cho các dự án BIL.

Dự án năng lượng sạch và môi trường. Các công ty có chuyên môn về năng lượng tái tạo (năng lượng mặt trời, gió, lưu trữ pin) có thể đóng góp vào các dự án năng lượng do BIL tài trợ, đặc biệt là thông qua quan hệ đối tác công tư (PPP).

Công nghệ và viễn thông. Các công ty trong lĩnh vực công nghệ băng thông rộng, cáp quang và 5G có thể tham gia vào dự án mở rộng băng thông rộng trị giá 65 tỷ đô la. Các công ty trong lĩnh vực an ninh mạng và giải pháp cơ sở hạ tầng thông minh (ví dụ: AI, Internet vạn vật) cũng có cơ hội hình thành quan hệ đối tác chiến lược với các thành phố của Hoa Kỳ để hiện đại hóa cơ sở hạ tầng của họ.

Tập trung vào việc đáp ứng các tiêu chuẩn Công nghệ Xanh và Sạch. BIL nhấn mạnh mạnh mẽ vào tính bền vững của môi trường. Bằng cách theo đuổi các ưu đãi về thuế và đạt được chứng nhận phát thải carbon, báo cáo tính bền vững cho các sản phẩm của mình, các công ty có thể đáp ứng tốt hơn các tiêu chuẩn của thị trường Hoa Kỳ.

Hợp tác với các công ty Hoa Kỳ. Thành lập liên doanh với các công ty Hoa Kỳ để điều hướng các yêu cầu pháp lý của các điều khoản "Mua hàng Mỹ" và tiếp cận các

dự án liên bang. Các công ty nên nhắm mục tiêu vào các dự án cơ sở hạ tầng quy mô lớn bằng cách tham gia vào các PPP với các thực thể của Hoa Kỳ.

Tận dụng chuyên môn thích hợp. Các doanh nghiệp Việt Nam có kiến thức chuyên môn trong các lĩnh vực như sản xuất tiên tiến hoặc công nghệ lưới điện thông minh có thể cung cấp các giải pháp độc đáo trong các dự án liên quan đến BIL như năng lượng sạch, giao thông vận tải và băng thông rộng.

3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Cạnh tranh gia tăng. Luật này khuyến khích đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng, dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Các công ty Mỹ sẽ ưu tiên cho các nhà thầu nội địa, do đó các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tạo ra sự khác biệt và chứng minh khả năng cạnh tranh về giá cả, chất lượng và công nghệ.

Tiêu chuẩn khắt khe. Các doanh nghiệp Việt Nam phải tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng và quy định khắt khe của Hoa Kỳ trong lĩnh vực cơ sở hạ tầng. Điều này bao gồm việc đảm bảo tính bền vững, an toàn và bảo vệ môi trường. Việc đáp ứng những yêu cầu này có thể đòi hỏi đầu tư lớn vào công nghệ và quy trình sản xuất.

Rào cản pháp lý. Hệ thống pháp lý phức tạp của Mỹ có thể gây khó khăn cho các doanh nghiệp nước ngoài trong việc tham gia vào các dự án cơ sở hạ tầng. Việc hiểu và tuân thủ các quy định liên bang và tiểu bang có thể là một thách thức lớn, đặc biệt là đối với các công ty chưa quen thuộc với môi trường kinh doanh ở Mỹ.

Khó khăn trong việc tiếp cận vốn. Để tham gia vào các dự án cơ sở hạ tầng lớn, các doanh nghiệp Việt Nam có thể cần huy động vốn đầu tư lớn. Tuy nhiên, việc tiếp cận vốn từ các tổ chức tài chính Mỹ có thể gặp khó khăn do các yêu cầu về bảo đảm và uy tín tài chính.

VI. Luật CHIPS và khoa học

1. Mục tiêu và nội dung chính

Luật CHIPS và Khoa học của Mỹ (CHIPS and Science Act), được ban hành vào tháng 8 năm 2022, là một sáng kiến lớn nhằm củng cố vị thế của Hoa Kỳ trong lĩnh vực sản xuất chip bán dẫn và công nghệ tiên tiến, đồng thời tăng cường đầu tư vào nghiên cứu khoa học. Đạo luật ra đời trong bối cảnh căng thẳng chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt là sự phụ thuộc quá mức vào chip bán dẫn từ nước ngoài, và sự cạnh tranh gay gắt trong công nghệ giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc.

Đạo luật này dành ra khoảng 280 tỷ USD để thúc đẩy sản xuất chip và nghiên cứu khoa học, trong đó 52 tỷ USD được dành riêng cho việc phát triển và sản xuất chip bán dẫn trong nước. Mục tiêu chính là tăng cường khả năng tự cung tự cấp, hỗ trợ các công ty Mỹ xây dựng và mở rộng các nhà máy sản xuất chip, và thúc đẩy nghiên cứu về các công nghệ bán dẫn tiên tiến. Trong 52 tỷ USD này, có khoảng 39 tỷ USD

dành cho các chương trình khuyến khích sản xuất, cùng với 13 tỷ USD cho các chương trình nghiên cứu và đào tạo nguồn nhân lực trong ngành công nghệ chip.

Một yếu tố quan trọng của Luật CHIPS là giảm bớt sự phụ thuộc của Hoa Kỳ vào các nguồn cung cấp nước ngoài, đặc biệt là từ châu Á, nơi phần lớn chip bán dẫn được sản xuất. Tình trạng gián đoạn nguồn cung ứng chip trong đại dịch COVID-19 đã làm nổi bật những rủi ro tiềm ẩn đối với nền kinh tế và an ninh quốc gia của Mỹ, khi các ngành công nghiệp quan trọng như ô tô, điện tử và quốc phòng đều bị ảnh hưởng. Do đó, việc tăng cường sản xuất trong nước được xem là một bước đi quan trọng để bảo vệ chuỗi cung ứng và duy trì sự cạnh tranh của Hoa Kỳ trong ngành công nghệ.

Ngoài các khoản đầu tư vào ngành công nghiệp bán dẫn, luật cũng bao gồm các khoản tài trợ lớn cho nghiên cứu khoa học, nhằm duy trì vị thế dẫn đầu của Mỹ trong các lĩnh vực như công nghệ lượng tử, trí tuệ nhân tạo (AI), và vũ trụ. Cơ quan Quản lý Năng lượng và NASA được hưởng lợi từ các khoản đầu tư lớn này để tăng cường các hoạt động nghiên cứu và phát triển công nghệ. Ngoài ra, luật còn thúc đẩy các khoản đầu tư vào giáo dục STEM (khoa học, công nghệ, kỹ thuật và toán học), nhằm đảm bảo Hoa Kỳ có một nguồn nhân lực chất lượng cao và sẵn sàng đối mặt với các thách thức công nghệ trong tương lai.

Luật CHIPS và Khoa học của Mỹ không chỉ đơn thuần là một biện pháp kinh tế mà còn là một chiến lược an ninh quốc gia. Bằng cách đầu tư mạnh vào công nghệ bán dẫn và nghiên cứu khoa học, Mỹ kỳ vọng sẽ củng cố năng lực cạnh tranh toàn cầu, bảo vệ lợi ích quốc gia trước các thách thức địa chính trị, và đảm bảo sự thịnh vượng kinh tế lâu dài. Đây là một nỗ lực toàn diện không chỉ nhằm đối phó với các vấn đề trước mắt, mà còn xây dựng một nền tảng vững chắc cho sự phát triển công nghệ và kinh tế trong những thập kỷ tới.

2. Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam

Cơ hội trong chuỗi cung ứng bán dẫn. Luật CHIPS tập trung vào phát triển sản xuất và chuỗi cung ứng chất bán dẫn tại Mỹ, với hơn 52 tỷ USD đầu tư để xây dựng và mở rộng các nhà máy sản xuất chip. Điều này mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng quốc tế, đặc biệt trong việc cung cấp nguyên liệu, linh kiện và thiết bị phục vụ cho sản xuất chip.

Xuất khẩu nguyên liệu và vật liệu bán dẫn. Với nhu cầu ngày càng tăng về các vật liệu đặc thù như silicon, gallium nitride, và các kim loại quý dùng trong sản xuất chip, Việt Nam có thể cung cấp nguyên liệu thô và tinh chế các khoáng sản thiết yếu cho ngành công nghiệp bán dẫn. Việc khai thác và chế biến các nguyên liệu này có thể là cơ hội kinh doanh lớn cho các công ty khai thác khoáng sản hoặc các doanh nghiệp có năng lực trong việc sản xuất vật liệu bán dẫn.

Đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu và phát triển (R&D). Luật CHIPS và Khoa học cũng khuyến khích tăng cường đầu tư vào nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, với hơn 170 tỷ USD dành cho các chương trình R&D, giáo dục và đào tạo công

nghe cao. Các doanh nghiệp công nghệ Việt Nam có thể tham gia vào các dự án nghiên cứu chung, hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu, hoặc công ty công nghệ tại Mỹ để phát triển các giải pháp công nghệ mới. Điều này không chỉ giúp tăng cường năng lực cạnh tranh mà còn mở rộng mạng lưới hợp tác quốc tế và nâng cao vị thế của Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ cao.

Cơ hội đầu tư vào sản xuất và lắp ráp. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể xem xét đầu tư vào các cơ sở sản xuất tại Mỹ để tận dụng các ưu đãi của luật CHIPS. Việc thiết lập nhà máy lắp ráp hoặc hợp tác với các công ty Mỹ trong việc sản xuất thiết bị bán dẫn và linh kiện điện tử sẽ giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các khoản hỗ trợ tài chính, ưu đãi thuế, và các chương trình khuyến khích khác.

Nâng cao kỹ năng và đào tạo nhân lực. Luật CHIPS cũng bao gồm các chương trình hỗ trợ đào tạo và phát triển kỹ năng công nghệ cho lực lượng lao động. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng những chương trình này để nâng cao trình độ của nhân viên, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ cao như AI, mạng 5G, và kỹ thuật bán dẫn.

3. Thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Luật CHIPS và Khoa học của Mỹ, được thông qua nhằm thúc đẩy sản xuất chất bán dẫn và đổi mới công nghệ, mang lại một số thách thức đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Cạnh tranh khốc liệt. Một trong những thách thức lớn nhất là sự cạnh tranh gay gắt từ các công ty Mỹ và các quốc gia khác trong lĩnh vực sản xuất chất bán dẫn. Với các ưu đãi và hỗ trợ tài chính mạnh mẽ từ chính phủ Mỹ, các công ty Mỹ có khả năng tăng cường năng lực sản xuất và đổi mới công nghệ, điều này khiến cho các doanh nghiệp Việt Nam khó có thể cạnh tranh về giá cả và chất lượng sản phẩm.

Tiêu chuẩn và quy định nghiêm ngặt. Các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với các tiêu chuẩn chất lượng và quy định khắt khe khi muốn tham gia vào chuỗi cung ứng của ngành công nghiệp bán dẫn. Việc đáp ứng các yêu cầu về bảo mật dữ liệu, chất lượng sản phẩm và quy trình sản xuất có thể đòi hỏi đầu tư lớn vào công nghệ và quy trình sản xuất.

Thiếu hụt nguồn lực. Năng lực trong lĩnh vực chất bán dẫn của Việt Nam vẫn còn rất hạn chế. Đây là một thách thức rất lớn đối với Việt Nam.

Rủi ro trong chuỗi cung ứng. Sự biến động trong chuỗi cung ứng, đặc biệt là trong bối cảnh địa chính trị hiện nay, có thể gây rủi ro cho các doanh nghiệp Việt Nam khi cố gắng gia nhập thị trường chất bán dẫn.

VII. Đối tác chiến lược toàn diện Hoa Kỳ - Việt Nam

1. Nội dung hợp tác chiến lược

Quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện Việt Nam - Hoa Kỳ được nâng cấp vào tháng 9 năm 2023, đánh dấu bước tiến quan trọng trong quan hệ song phương giữa hai quốc gia. Đây là kết quả của quá trình hợp tác và đối thoại kéo dài hơn hai thập kỷ, kể từ khi bình thường hóa quan hệ ngoại giao năm 1995. Quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện mới này nhằm tăng cường hợp tác trên nhiều lĩnh vực như kinh tế, công nghệ, an ninh quốc phòng, giáo dục, và ứng phó biến đổi khí hậu.

Hợp tác kinh tế và thương mại. Mỹ hiện là một trong những đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Việc nâng cấp quan hệ sẽ thúc đẩy thương mại song phương và đầu tư, mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường Mỹ dễ dàng hơn. Các lĩnh vực ưu tiên bao gồm sản xuất công nghệ cao, năng lượng tái tạo, và cơ sở hạ tầng. Cải thiện hợp tác kinh tế sẽ giúp Việt Nam tiếp cận các công nghệ tiên tiến từ Mỹ, từ đó thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số và ngành công nghiệp 4.0.

Khoa học và công nghệ. Trong bối cảnh công nghệ đóng vai trò ngày càng quan trọng, mối quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện tạo điều kiện thuận lợi cho hợp tác trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ bán dẫn, và mạng viễn thông 5G. Mỹ cam kết hỗ trợ Việt Nam nâng cao năng lực trong các ngành công nghiệp công nghệ cao, đặc biệt là đào tạo nguồn nhân lực và chuyển giao công nghệ.

An ninh và quốc phòng. Việc nâng cấp quan hệ cũng củng cố hợp tác trong lĩnh vực an ninh quốc phòng. Hai nước tăng cường hợp tác về an ninh hàng hải, đối phó với các thách thức an ninh khu vực, và đảm bảo tự do hàng hải ở Biển Đông. Việc hợp tác này nhằm tăng cường khả năng của Việt Nam trong việc bảo vệ chủ quyền và duy trì ổn định khu vực.

Giáo dục và giao lưu nhân dân. Mối quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện sẽ thúc đẩy hơn nữa các chương trình trao đổi giáo dục, học bổng, và hợp tác giữa các trường đại học. Mỹ là điểm đến hàng đầu của du học sinh Việt Nam, và sự hợp tác sâu rộng hơn sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các chương trình hợp tác đào tạo và nghiên cứu.

Ứng phó biến đổi khí hậu. Cả Việt Nam và Mỹ cam kết tăng cường hợp tác trong việc ứng phó với biến đổi khí hậu, bao gồm việc phát triển năng lượng tái tạo và bảo vệ môi trường. Các chương trình hỗ trợ kỹ thuật và tài chính từ Mỹ sẽ giúp Việt Nam thực hiện các cam kết quốc tế về giảm phát thải khí nhà kính.

Quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện Việt Nam - Hoa Kỳ đánh dấu một giai đoạn phát triển mới, mở ra nhiều cơ hội hợp tác sâu rộng và hiệu quả hơn, giúp thúc đẩy quan hệ hai nước phát triển toàn diện.

2. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam

Quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện Việt Nam - Hoa Kỳ mở ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam trong các lĩnh vực kinh tế, thương mại, công nghệ, giáo dục, và ứng phó biến đổi khí hậu. Việc nâng cấp quan hệ này không chỉ tạo điều kiện thuận lợi để tiếp cận thị trường Mỹ mà còn thúc đẩy hợp tác toàn diện trên nhiều lĩnh vực, giúp Việt Nam phát triển bền vững và nâng cao vị thế quốc tế.

Cơ hội thương mại và đầu tư. Mỹ là một trong những đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam, với kim ngạch thương mại song phương liên tục tăng trong những năm qua. Quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Mỹ, đặc biệt là các mặt hàng chủ lực như dệt may, giày dép, đồ gỗ, và nông sản. Việc cải thiện quan hệ cũng có thể giúp giảm các rào cản thương mại, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào Mỹ hoặc hợp tác với các đối tác Mỹ để tiếp cận các nguồn vốn và công nghệ tiên tiến.

Công nghệ và chuyển giao kỹ thuật. Một trong những trọng tâm của quan hệ đối tác mới là hợp tác về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ cao như công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (AI), và bán dẫn, có cơ hội hợp tác với các công ty công nghệ Mỹ để chuyển giao công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh. Việc hợp tác này không chỉ giúp cải thiện khả năng sản xuất mà còn nâng cao chất lượng sản phẩm, từ đó gia tăng giá trị xuất khẩu.

Phát triển năng lượng và ứng phó biến đổi khí hậu. Cả Việt Nam và Mỹ đều cam kết thúc đẩy phát triển bền vững và ứng phó với biến đổi khí hậu. Các doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, như điện mặt trời, điện gió, và công nghệ tiết kiệm năng lượng, có thể tìm thấy cơ hội hợp tác để nhận được sự hỗ trợ kỹ thuật, tài chính, và chuyển giao công nghệ từ Mỹ. Điều này giúp đẩy nhanh quá trình chuyển đổi năng lượng sạch của Việt Nam, đồng thời thu hút các nhà đầu tư nước ngoài vào các dự án năng lượng tái tạo.

Giáo dục và đào tạo nhân lực. Quan hệ đối tác toàn diện cũng mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo. Các công ty có thể hợp tác với các trường đại học và tổ chức giáo dục Mỹ để cung cấp các chương trình đào tạo chuyên sâu, nâng cao trình độ cho nguồn nhân lực. Việc đào tạo nhân lực công nghệ cao đáp ứng nhu cầu thị trường sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, tăng cường sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Mở rộng đầu tư và hợp tác kinh doanh tại Mỹ. Việc nâng cấp quan hệ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào Mỹ hoặc liên doanh với các đối tác Mỹ để sản xuất và phân phối sản phẩm. Những lĩnh vực như sản xuất công nghệ cao, nông sản chế biến, và dược phẩm là những lĩnh vực tiềm năng mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể khai thác.

3. Những thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Yêu cầu về tiêu chuẩn cao hơn. Quan hệ đối tác chiến lược toàn diện giữa Việt Nam và Hoa Kỳ đòi hỏi các doanh nghiệp phải tuân thủ các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng sản phẩm, lao động và bảo vệ môi trường. Các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đầu tư nâng cao quy trình sản xuất để đáp ứng các tiêu chuẩn này, gây áp lực lớn về chi phí và nguồn lực.

Cạnh tranh quốc tế khốc liệt. Việc tăng cường hợp tác kinh tế và mở rộng thị trường có thể dẫn đến sự cạnh tranh gia tăng từ các đối thủ nước ngoài, đặc biệt là từ các công ty Mỹ có tiềm lực tài chính và công nghệ mạnh mẽ. Điều này buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải cải tiến liên tục để duy trì thị phần.

Sự phụ thuộc vào các chuỗi cung ứng toàn cầu. Với việc tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với rủi ro về gián đoạn chuỗi cung ứng và biến động giá cả nguyên vật liệu. Điều này có thể ảnh hưởng đến năng lực sản xuất và xuất khẩu.

Áp lực nâng cao năng lực công nghệ và đổi mới sáng tạo. Các doanh nghiệp cần đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) để theo kịp các tiêu chuẩn công nghệ quốc tế. Tuy nhiên, nguồn lực dành cho R&D ở Việt Nam còn hạn chế, tạo ra thách thức lớn trong việc theo đuổi các công nghệ tiên tiến.

PHẦN II. TIẾP CẬN VÀ CHIẾN LƯỢC CỦA CÁC DOANH NGHIỆP MỸ

I. Tiếp cận về thương mại, đầu tư và công nghệ

Chính phủ Mỹ đã đưa ra nhiều chiến lược nhằm định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu, đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng với các nước như Trung Quốc. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ đã chủ động điều chỉnh hoạt động kinh doanh của mình để thích ứng với những chính sách này. Dưới đây là cái nhìn chi tiết về cách các doanh nghiệp Mỹ đã triển khai các chiến lược trong ba khía cạnh: thương mại, đầu tư và khoa học công nghệ.

1. Thương Mại

Đẩy mạnh xuất khẩu. Các doanh nghiệp Mỹ đang nỗ lực không ngừng để mở rộng thị trường xuất khẩu của mình.

Boeing, một trong những nhà sản xuất máy bay lớn nhất thế giới, đã ký kết nhiều hợp đồng xuất khẩu với các quốc gia khác nhau. Công ty đã hợp tác với chính phủ Mỹ để xúc tiến thương mại và mở rộng các hoạt động xuất khẩu máy bay sang các quốc gia như Ấn Độ, Brazil và các nước Trung Đông. Sự hỗ trợ của chính phủ thông qua các hiệp định thương mại và các chương trình xúc tiến thương mại đã giúp Boeing củng cố vị thế của mình trên thị trường quốc tế.

Cargill, một trong những công ty nông nghiệp lớn nhất ở Mỹ, đã tìm cách mở rộng xuất khẩu sản phẩm nông sản sang các thị trường mới nổi như Châu Phi và Châu Á. Công ty đã làm việc với chính phủ để tham gia vào các chương trình xúc tiến thương mại, điều này giúp họ tiếp cận nhiều khách hàng quốc tế hơn và tăng trưởng doanh thu.

Tăng cường chuyển đổi chuỗi cung ứng. Trước các thách thức từ chuỗi cung ứng toàn cầu, các doanh nghiệp Mỹ đang tập trung vào việc chuyển đổi chuỗi cung ứng để đảm bảo tính linh hoạt và hiệu quả.

Apple đã thực hiện chiến lược đa dạng hóa chuỗi cung ứng bằng cách chuyển một phần sản xuất từ Trung Quốc sang các nước như Việt Nam và Ấn Độ. Sự chuyển đổi này không chỉ giúp Apple giảm thiểu rủi ro do căng thẳng thương mại mà còn tăng cường khả năng đáp ứng nhu cầu từ thị trường toàn cầu.

Nike đã tái cấu trúc chuỗi cung ứng của mình bằng cách tìm kiếm các nhà sản xuất mới ở các quốc gia khác nhau để giảm thiểu sự phụ thuộc vào Trung Quốc. Họ đã chuyển nhiều hoạt động sản xuất sang Việt Nam và Indonesia, nơi có chi phí sản xuất thấp hơn và chính sách thương mại thuận lợi hơn.

Tham gia các hiệp định thương mại. Các doanh nghiệp Mỹ cũng đang tích cực tham gia vào các hiệp định thương mại quốc tế để bảo vệ lợi ích và thúc đẩy xuất khẩu.

Ford đã tích cực tham gia vào các cuộc đàm phán về Hiệp định Mỹ-Mexico-Canada (USMCA) để bảo vệ lợi ích cho ngành ô tô. Họ đã vận động chính phủ Mỹ duy trì các quy định có lợi cho sản xuất ô tô trong khu vực này và đảm bảo rằng các sản phẩm của họ được sản xuất tại Bắc Mỹ có thể được xuất khẩu mà không gặp rào cản thương mại.

Microsoft đã tham gia vào các hiệp định thương mại để thúc đẩy tự do hóa thương mại trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Họ đã làm việc với chính phủ Mỹ để đảm bảo rằng các quy định trong các hiệp định này không chỉ bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp mà còn thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghệ.

2. Đầu Tư

Đầu tư nội địa. Các doanh nghiệp Mỹ đang tích cực đầu tư vào cơ sở hạ tầng và sản xuất trong nước để củng cố nền tảng kinh tế. Ví dụ, General Motors đã công bố kế hoạch đầu tư 35 tỷ USD vào việc phát triển và sản xuất xe điện tại các nhà máy ở Mỹ. Intel đã quyết định đầu tư 20 tỷ USD để xây dựng nhà máy sản xuất chip mới tại Ohio.

Khuyến khích đầu tư bền vững. Các doanh nghiệp Mỹ cũng đang tập trung vào việc đầu tư bền vững, nhằm tạo ra các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường.

Tesla đã đầu tư hàng tỷ USD vào việc phát triển xe điện và năng lượng tái tạo. Họ đã mở rộng các nhà máy sản xuất ở Mỹ để tăng cường sản xuất và cung cấp sản phẩm

bền vững, qua đó không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn giúp chính phủ Mỹ đạt được các mục tiêu về giảm phát thải carbon.

NextEra Energy, một trong những công ty năng lượng tái tạo lớn nhất ở Mỹ, đã đầu tư hàng tỷ USD vào các dự án năng lượng mặt trời và gió.

Tăng cường đầu tư nước ngoài. Các doanh nghiệp Mỹ cũng đang mở rộng đầu tư ra nước ngoài để tìm kiếm thị trường mới và tối ưu hóa chi phí sản xuất.

Procter & Gamble đã mở rộng hoạt động đầu tư ra nước ngoài nhằm phát triển thị trường mới và tăng trưởng doanh thu. Họ đã xây dựng các nhà máy sản xuất ở các quốc gia châu Á, nơi có nhu cầu tiêu thụ sản phẩm tiêu dùng ngày càng tăng, điều này giúp công ty không chỉ giảm chi phí mà còn tăng cường sự hiện diện toàn cầu.

Johnson & Johnson đã thực hiện nhiều dự án đầu tư vào các thị trường mới nổi như Ấn Độ và Trung Quốc. Công ty đã mở rộng các cơ sở sản xuất và nghiên cứu tại những khu vực này để tận dụng tiềm năng phát triển và mở rộng thị trường cho các sản phẩm chăm sóc sức khỏe.

3. Khoa Học Công Nghệ

Tăng cường đầu tư vào R&D. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ đang tăng cường đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) để duy trì vị thế cạnh tranh trong ngành công nghệ.

Google đã đầu tư một phần lớn ngân sách hàng năm vào R&D, đặc biệt là trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo và điện toán đám mây. Sự đầu tư này không chỉ giúp Google duy trì vị thế dẫn đầu trong ngành công nghệ mà còn thúc đẩy sự đổi mới trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

Pfizer đã tăng cường đầu tư vào R&D để phát triển các loại vaccine và thuốc mới. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, công ty đã phát triển vaccine mRNA một cách nhanh chóng, minh chứng cho khả năng thích ứng và đầu tư hiệu quả vào nghiên cứu.

Hợp tác với các trường đại học. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ cũng đang tích cực hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu để phát triển công nghệ mới và nâng cao năng lực nghiên cứu.

IBM đã thiết lập nhiều chương trình hợp tác với các trường đại học hàng đầu để phát triển chương trình đào tạo trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo. Sự hợp tác này giúp IBM tạo ra một nguồn nhân lực có tay nghề cao, đồng thời thúc đẩy nghiên cứu trong lĩnh vực công nghệ.

Amazon đã hợp tác với MIT để nghiên cứu các công nghệ mới trong lĩnh vực logistics và trí tuệ nhân tạo. Sự hợp tác này không chỉ giúp Amazon cải thiện quy trình vận chuyển hàng hóa mà còn đóng góp vào sự phát triển của ngành công nghiệp logistics toàn cầu.

Ứng dụng công nghệ mới trong sản xuất. Các doanh nghiệp cũng đang áp dụng công nghệ mới trong quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất và giảm chi phí. Siemens đã áp dụng công nghệ tự động hóa và Internet vạn vật (IoT) trong quy trình sản xuất của mình. Công ty đã triển khai các giải pháp công nghệ mới giúp nâng cao hiệu quả sản xuất và giảm thiểu lãng phí trong quy trình.

II. Chính sách và tiêu chuẩn đối với các nhà cung cấp của các doanh nghiệp Mỹ

Trong phần này chúng tôi cung cấp một số thông tin chung về các chính sách và tiêu chuẩn đối với các nhà cung cấp của một số doanh nghiệp Mỹ. Các vấn đề tập trung gồm: tiêu chuẩn chất lượng, trách nhiệm xã hội, tính minh bạch, đổi mới công nghệ, quản lý rủi ro và đầu tư phát triển. Các nội dung về yêu cầu của các doanh nghiệp là khá tương tự nhau. Đối với các nội dung cụ thể với từng doanh nghiệp cần được phân tích và tìm hiểu riêng.

1. Apple

Apple Inc. đã xây dựng một hệ thống tiêu chuẩn khắt khe đối với các nhà cung ứng nước ngoài để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tính bền vững, và sự tuân thủ các quy định pháp lý. Các tiêu chuẩn này không chỉ phản ánh cam kết của Apple trong việc cung cấp sản phẩm hàng đầu thế giới mà còn tạo ra một chuỗi cung ứng có trách nhiệm và hiệu quả. Dưới đây là các tiêu chuẩn chính mà Apple áp dụng cho các nhà cung ứng nước ngoài.

Tiêu chuẩn chất lượng. Apple yêu cầu các nhà cung ứng của mình phải tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng cao nhất trong quy trình sản xuất. Điều này bao gồm việc sử dụng nguyên liệu đạt tiêu chuẩn, quy trình sản xuất chính xác và việc kiểm tra chất lượng liên tục. Các nhà cung ứng phải đảm bảo rằng sản phẩm đáp ứng hoặc vượt qua các yêu cầu chất lượng mà Apple đặt ra.

Ví dụ: Nhà cung ứng như Foxconn phải duy trì các tiêu chuẩn sản xuất nghiêm ngặt để đảm bảo rằng mọi sản phẩm, từ iPhone đến MacBook, đều đạt được độ hoàn thiện tối ưu.

Trách nhiệm xã hội và quyền lao động. Apple cam kết bảo vệ quyền lợi của người lao động và yêu cầu các nhà cung ứng tuân thủ các quy định về lao động. Điều này bao gồm việc không sử dụng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, và đảm bảo môi trường làm việc an toàn và công bằng. Apple thực hiện các cuộc đánh giá định kỳ để kiểm tra điều kiện làm việc tại các cơ sở sản xuất của nhà cung ứng. Công ty yêu cầu các đối tác phải cung cấp môi trường làm việc an toàn, đã qua đào tạo, và đảm bảo quyền lợi cho tất cả nhân viên.

Bảo vệ môi trường. Apple cũng đặt ra tiêu chuẩn nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường cho các nhà cung ứng. Công ty cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường và yêu cầu các đối tác thực hiện các biện pháp để giảm thiểu khí thải và xử lý chất thải đúng cách.

Ví dụ: Các nhà cung ứng phải có kế hoạch cụ thể về việc giảm lượng năng lượng tiêu thụ, sử dụng nguyên liệu tái chế, và giảm thiểu ô nhiễm trong quá trình sản xuất.

Đổi mới và công nghệ. Apple khuyến khích các nhà cung ứng đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất và chất lượng sản phẩm. Công ty tìm kiếm các đối tác có khả năng đổi mới và phát triển sản phẩm, từ đó giúp Apple duy trì vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Ví dụ: Apple hợp tác với Corning để phát triển công nghệ kính siêu bền Gorilla Glass, một phần không thể thiếu trong các sản phẩm của hãng.

Tính linh hoạt và quản lý rủi ro. Đối mặt với sự biến động của thị trường toàn cầu, Apple yêu cầu các nhà cung ứng phải có khả năng linh hoạt trong sản xuất và giao hàng. Điều này bao gồm việc sẵn sàng điều chỉnh sản xuất để đáp ứng nhu cầu thay đổi của thị trường.

Ví dụ: Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, Apple đã điều chỉnh hợp đồng với các nhà cung ứng để đảm bảo rằng sản phẩm vẫn có sẵn trên thị trường. Việc có nhiều nhà cung ứng giúp Apple giảm thiểu rủi ro và duy trì tính linh hoạt trong chuỗi cung ứng.

Đánh giá và cải tiến liên tục. Apple thực hiện đánh giá định kỳ các nhà cung ứng để đảm bảo rằng họ tiếp tục đáp ứng các tiêu chuẩn đã đặt ra. Các cuộc đánh giá này bao gồm kiểm tra quy trình sản xuất, điều kiện làm việc, và thực hiện các quy định về bảo vệ môi trường. Apple cũng khuyến khích các nhà cung ứng tham gia vào các chương trình đào tạo và phát triển để cải thiện khả năng sản xuất và tuân thủ các tiêu chuẩn của công ty.

Cam kết đầu tư. Apple thường xuyên đầu tư vào các nhà cung ứng để nâng cao năng lực sản xuất và công nghệ của họ. Việc này không chỉ giúp Apple duy trì chất lượng sản phẩm mà còn xây dựng các mối quan hệ lâu dài và bền vững với các đối tác.

Ví dụ: Công ty đã đầu tư vào các nhà máy của Foxconn để cải thiện quy trình sản xuất và đảm bảo rằng họ có thể đáp ứng nhu cầu của Apple trong tương lai.

Tóm lại, chính sách và tiêu chuẩn đối với các nhà cung ứng nước ngoài của Apple không chỉ tạo ra một chuỗi cung ứng hiệu quả mà còn thể hiện cam kết của công ty đối với chất lượng, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này không chỉ giúp Apple duy trì vị thế cạnh tranh mà còn tạo ra giá trị cho các đối tác và cộng đồng.

2. Amazon

Amazon, tập đoàn thương mại điện tử lớn nhất toàn cầu, cũng xây dựng các tiêu chuẩn khắt khe cho các nhà cung ứng nước ngoài của mình. Những tiêu chuẩn này không chỉ hướng tới việc đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn nâng cao trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và tính minh bạch trong chuỗi cung ứng. Các tiêu chuẩn chính mà Amazon áp dụng cho các nhà cung ứng nước ngoài bao gồm:

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Amazon yêu cầu tất cả các nhà cung ứng phải tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng cao và an toàn trong cung cấp sản phẩm, bao gồm việc tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn an toàn quốc tế cũng như các yêu cầu cụ thể từ Amazon. Các sản phẩm cần được kiểm tra chất lượng trước khi nhập kho của Amazon.

Ví dụ: Các sản phẩm điện tử phải tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn điện của FCC (Ủy ban Truyền thông Liên bang) và phải được kiểm định để đảm bảo không gây hại cho người tiêu dùng.

Trách nhiệm xã hội và quyền lao động. Amazon cam kết bảo vệ quyền lợi người lao động và yêu cầu các đối tác cung ứng thực hiện các chính sách và thực hành lao động công bằng. Cam kết này bao gồm việc ngăn chặn lao động trẻ em và lao động cưỡng bức, đồng thời đảm bảo tất cả nhân viên được đối xử công bằng và làm việc trong môi trường an toàn. Amazon thường xuyên tổ chức các cuộc kiểm tra để đánh giá điều kiện lao động tại cơ sở của các nhà cung ứng. Trong trường hợp phát hiện vi phạm, Amazon có quyền chấm dứt hợp tác với các nhà cung ứng không đáp ứng các tiêu chuẩn đã đặt ra.

Bảo vệ môi trường. Amazon chú trọng đến việc giảm thiểu tác động đến môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Các nhà cung ứng phải có kế hoạch quản lý môi trường hiệu quả, bao gồm việc sử dụng nguyên liệu bền vững và giảm thiểu chất thải.

Ví dụ: Amazon yêu cầu các nhà cung ứng phải báo cáo về các sáng kiến giảm khí thải carbon trong quy trình sản xuất của họ và thực hiện các biện pháp tiết kiệm năng lượng.

Tính minh bạch và báo cáo. Amazon yêu cầu các nhà cung ứng cung cấp thông tin minh bạch về quy trình sản xuất và chuỗi cung ứng của họ. Điều này giúp Amazon theo dõi chất lượng sản phẩm và đảm bảo tính bền vững. Các nhà cung ứng phải báo cáo định kỳ về tiến độ thực hiện các mục tiêu bền vững và trách nhiệm xã hội của họ, bao gồm cả việc tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường.

Tiêu chuẩn về công nghệ và đổi mới. Amazon khuyến khích các nhà cung ứng đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất và chất lượng sản phẩm. Việc áp dụng công nghệ hiện đại giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất và giảm chi phí.

Ví dụ: Amazon đã hợp tác với một số nhà cung ứng để triển khai các giải pháp tự động hóa và công nghệ thông tin nhằm cải thiện quy trình logistics và vận chuyển hàng hóa.

Quản lý rủi ro. Amazon yêu cầu các nhà cung ứng xây dựng kế hoạch quản lý rủi ro để ứng phó với những biến động trong thị trường toàn cầu. Điều này bao gồm việc đánh giá các rủi ro liên quan đến chuỗi cung ứng, như thiên tai, khủng hoảng chính trị và dịch bệnh. Amazon cung cấp hỗ trợ và hướng dẫn cho các nhà cung ứng trong việc xây dựng các chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả nhằm giảm thiểu tác động đến hoạt động sản xuất.

Cam kết đầu tư và phát triển. Amazon thường xuyên đầu tư vào các nhà cung ứng để nâng cao năng lực sản xuất và công nghệ của họ. Điều này không chỉ giúp Amazon đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn tạo ra mối quan hệ đối tác lâu dài và bền vững.

Ví dụ: Amazon đã thực hiện các chương trình đào tạo cho các nhà cung ứng để cải thiện năng lực sản xuất và quản lý chất lượng, từ đó nâng cao hiệu suất tổng thể trong chuỗi cung ứng.

3. Costco

Costco, một trong những nhà bán lẻ lớn nhất thế giới, đã thiết lập một hệ thống tiêu chuẩn khắt khe đối với các nhà cung ứng nước ngoài nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm, trách nhiệm xã hội và bền vững môi trường. Dưới đây là các tiêu chuẩn chính mà Costco yêu cầu từ các nhà cung ứng nước ngoài của mình.

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Costco yêu cầu tất cả các nhà cung ứng phải đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao và an toàn cho người tiêu dùng. Điều này bao gồm việc tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn an toàn thực phẩm cũng như các tiêu chuẩn chất lượng do Costco đề ra. Các sản phẩm cần được kiểm tra và chứng nhận trước khi được đưa vào hệ thống phân phối của Costco.

Ví dụ: Các sản phẩm thực phẩm phải được kiểm tra theo tiêu chuẩn của FDA (Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ) và phải đảm bảo không chứa chất gây hại cho sức khỏe con người.

Trách nhiệm xã hội. Costco cam kết bảo vệ quyền lợi của người lao động và yêu cầu các nhà cung ứng thực hiện các chính sách và thực tiễn lao động công bằng. Các nhà cung ứng phải đảm bảo rằng họ không sử dụng lao động trẻ em hay lao động cưỡng bức và phải tạo điều kiện làm việc an toàn và công bằng cho tất cả nhân viên. Costco tiến hành các cuộc thanh tra định kỳ tại các cơ sở sản xuất của nhà cung ứng để đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn này. Trong trường hợp phát hiện vi phạm, Costco có quyền chấm dứt hợp đồng với nhà cung ứng.

Bảo vệ môi trường. Costco đặt ra các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường cho các nhà cung ứng của mình. Điều này bao gồm việc yêu cầu các nhà cung ứng thực hiện các biện pháp để giảm thiểu chất thải, tiết kiệm năng lượng và sử dụng nguyên liệu bền vững.

Ví dụ: Các nhà cung ứng cần có kế hoạch cụ thể để giảm lượng khí thải carbon và xử lý chất thải theo cách thân thiện với môi trường.

Tính minh bạch. Costco yêu cầu các nhà cung ứng cung cấp thông tin minh bạch về quy trình sản xuất và chuỗi cung ứng của họ. Các nhà cung ứng phải sẵn sàng cung cấp các báo cáo về chất lượng sản phẩm, quy trình sản xuất và trách nhiệm xã hội.

Đổi mới và công nghệ. Costco khuyến khích các nhà cung ứng đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất, chất lượng sản phẩm và tiết giảm chi phí.

Ví dụ: Costco đã hợp tác với một số nhà cung ứng để triển khai công nghệ tự động hóa trong quy trình sản xuất, từ đó cải thiện hiệu suất và giảm thiểu sai sót.

Quản lý rủi ro. Costco yêu cầu các nhà cung ứng phát triển các chiến lược quản lý rủi ro để ứng phó với các diễn biến bất thường trong thị trường toàn cầu. Các nhà cung ứng cần đánh giá các rủi ro liên quan như thiên tai, đại dịch hay khủng hoảng chính trị. Costco cũng hướng dẫn và hỗ trợ cho các nhà cung ứng trong việc xây dựng các kế hoạch quản lý rủi ro hiệu quả.

Đào tạo và phát triển. Costco thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo cho các nhà cung ứng nhằm nâng cao năng lực sản xuất và quản lý chất lượng. Việc này không chỉ giúp các nhà cung ứng cải thiện quy trình sản xuất mà còn tạo mối quan hệ đối tác lâu dài và bền vững.

Costco đã triển khai các chương trình đào tạo về quản lý chất lượng và tiết kiệm năng lượng cho các nhà cung ứng của mình.

Tóm lại, Costco đã thiết lập một loạt tiêu chuẩn khắt khe đối với các nhà cung ứng nước ngoài nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm, trách nhiệm xã hội và bền vững môi trường. Những tiêu chuẩn này không chỉ giúp Costco duy trì vị thế cạnh tranh trong ngành bán lẻ mà còn góp phần vào việc xây dựng một chuỗi cung ứng có trách nhiệm và bền vững. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này là điều kiện tiên quyết cho các nhà cung ứng muốn hợp tác lâu dài với Costco.

4. Nike

Nike, thương hiệu thể thao nổi tiếng toàn cầu, cũng đề ra một loạt tiêu chuẩn nghiêm ngặt cho các nhà cung ứng nước ngoài của mình nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm cũng như tập trung vào trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và tính bền vững trong chuỗi cung ứng. Dưới đây là những tiêu chuẩn chính mà Nike áp dụng cho các nhà cung ứng nước ngoài.

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Nike đặt ra yêu cầu cho tất cả nhà cung ứng về việc đảm bảo sản phẩm đạt chất lượng cao và an toàn cho người tiêu dùng. Điều này bao gồm tuân thủ các quy định, tiêu chuẩn và các yêu cầu riêng từ phía Nike. Trước khi sản phẩm được đưa vào sản xuất và phân phối, chất lượng cần được kiểm tra kỹ lưỡng.

Ví dụ: Nike áp dụng các quy trình kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt cho tất cả các sản phẩm, từ giày dép đến trang phục, nhằm đảm bảo sản phẩm không chỉ đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng mà còn an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng.

Trách nhiệm xã hội. Nike luôn đảm bảo quyền lợi của người lao động trong mạng lưới cung ứng toàn cầu. Công ty yêu cầu các đối tác tuân thủ những tiêu chuẩn lao động cốt lõi, bao gồm ngăn chặn tình trạng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức và bảo đảm mọi nhân viên đều được đối xử công bằng trong môi trường làm việc an toàn. Nike thường xuyên thực hiện các cuộc kiểm tra tại các cơ sở sản xuất của đối tác để đánh giá các điều kiện lao động. Nếu phát hiện các vi phạm, Nike có thể chấm dứt hợp đồng với bất kỳ nhà cung cấp nào không tuân thủ các quy định này.

Bảo vệ môi trường. Nike chú trọng đến việc giảm thiểu tác động môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Các nhà cung ứng phải có kế hoạch quản lý môi trường hiệu quả, bao gồm việc sử dụng nguyên liệu bền vững và giảm thiểu chất thải.

Ví dụ: Nike yêu cầu các nhà cung ứng phải sử dụng các vật liệu tái chế trong sản xuất và thực hiện các biện pháp để giảm lượng khí thải carbon. Nike đã đặt mục tiêu trở thành công ty không phát thải carbon trong toàn bộ chuỗi cung ứng của mình.

Tính minh bạch. Nike yêu cầu các nhà cung ứng cung cấp thông tin minh bạch về quy trình sản xuất và chuỗi cung ứng của họ. Điều này giúp Nike theo dõi chất lượng sản phẩm và đảm bảo tính bền vững. Các nhà cung ứng phải báo cáo định kỳ về tiến độ thực hiện các mục tiêu bền vững và trách nhiệm xã hội của họ, bao gồm cả việc tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường và xã hội.

Đổi mới và công nghệ. Nike khuyến khích các nhà cung ứng đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất. Việc áp dụng công nghệ hiện đại không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất mà còn nâng cao chất lượng sản phẩm.

Ví dụ: Nike đã hợp tác với một số nhà cung ứng để triển khai các giải pháp tự động hóa trong quy trình sản xuất, từ đó cải thiện hiệu suất và giảm thiểu sai sót.

Quản lý rủi ro. Nike đề nghị các nhà cung cấp chuẩn bị những chiến lược ứng phó rủi ro, nhằm đảm bảo khả năng đối phó với các thay đổi bất ngờ trên thị trường toàn cầu. Yêu cầu này bao gồm việc nhận diện các rủi ro tiềm ẩn trong chuỗi cung ứng, chẳng hạn như thiên tai hay bất ổn chính trị. Để hỗ trợ, Nike cung cấp các tài liệu hướng dẫn và hỗ trợ kỹ thuật, giúp nhà cung cấp thiết lập các kế hoạch quản trị rủi ro nhằm duy trì hoạt động sản xuất ổn định trước các tác động tiêu cực.

Đào tạo và phát triển. Nike tổ chức các buổi huấn luyện định kỳ cho các đối tác cung ứng, tập trung vào việc nâng cao kỹ năng trong sản xuất và quản lý chất lượng. Thông qua các chương trình này, nhà cung ứng có thể cải tiến quy trình làm việc của mình, đồng thời tăng cường sự gắn kết và hợp tác bền vững với Nike trong dài hạn.

Ví dụ: Nike đã triển khai các chương trình đào tạo về quản lý chất lượng và tiết kiệm năng lượng cho các nhà cung ứng của mình.

Nhìn chung, Nike đã xây dựng hệ thống tiêu chuẩn nghiêm ngặt đối với các nhà cung ứng nước ngoài. Những tiêu chuẩn này không chỉ giúp Nike duy trì vị thế cạnh tranh

trong ngành thể thao, đảm bảo chất lượng sản phẩm, nâng cao trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường mà còn góp phần vào việc xây dựng một chuỗi cung ứng bền vững. Đây là tiêu chuẩn bắt buộc đối với các nhà cung ứng khi hợp tác lâu dài với Nike.

5. Walmart

Walmart là một trong những tập đoàn bán lẻ hàng đầu thế giới, nổi tiếng với các tiêu chuẩn nghiêm ngặt dành cho các nhà cung ứng quốc tế. Mục đích của những tiêu chuẩn này không chỉ là bảo đảm chất lượng sản phẩm mà còn để thúc đẩy tính bền vững, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường trong chuỗi cung ứng. Những tiêu chuẩn quan trọng mà Walmart yêu cầu từ các nhà cung ứng nước ngoài bao gồm:

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Walmart yêu cầu các nhà cung ứng đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao nhất, tuân thủ tuyệt đối các quy định và tiêu chuẩn quốc gia cũng như quốc tế về chất lượng sản phẩm. Các nhà cung ứng phải thực hiện kiểm tra chất lượng định kỳ và có quy trình kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt trong toàn bộ quá trình sản xuất.

Ví dụ: Walmart yêu cầu các nhà cung ứng trong ngành thực phẩm phải tuân thủ tiêu chuẩn an toàn thực phẩm của FDA và các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 22000 để đảm bảo rằng sản phẩm thực phẩm an toàn cho người tiêu dùng.

Trách nhiệm xã hội và quyền lao động. Tương tự như các tập đoàn nêu trên, Walmart cũng cam kết mạnh mẽ trong bảo vệ quyền lợi của người lao động và tuân thủ các tiêu chuẩn về lao động công bằng bao gồm việc không sử dụng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, và đảm bảo rằng tất cả người lao động đều có quyền được đối xử công bằng và được trả lương hợp lý. Walmart tiến hành các cuộc kiểm tra định kỳ nhằm đánh giá điều kiện làm việc tại các cơ sở sản xuất của nhà cung ứng, và chấm dứt hợp tác nếu các nhà cung ứng không đạt tiêu chuẩn.

Bảo vệ môi trường. Walmart cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường và yêu cầu các nhà cung ứng phải có kế hoạch quản lý môi trường hiệu quả. Các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường của Walmart bao gồm việc giảm thiểu chất thải, tiết kiệm năng lượng và sử dụng nguyên liệu bền vững.

Ví dụ: Walmart đã thực hiện nhiều sáng kiến về giảm thiểu khí thải carbon trong chuỗi cung ứng, yêu cầu các nhà cung ứng phải sử dụng công nghệ xanh và quy trình sản xuất ít gây ô nhiễm.

Tính minh bạch và báo cáo. Walmart đặt ra yêu cầu cho các nhà cung ứng về việc cung cấp thông tin chi tiết liên quan đến quy trình sản xuất, nguồn gốc nguyên liệu và chuỗi cung ứng của họ. Yêu cầu này nhằm giúp Walmart quản lý chất lượng và bảo đảm tính bền vững trong toàn bộ hệ thống cung ứng. Các nhà cung ứng cũng phải thực hiện báo cáo thường xuyên về tiến độ thực hiện các mục tiêu bền vững và trách nhiệm xã hội, từ đó cho phép Walmart theo dõi và đánh giá hiệu suất của từng đối tác một cách hiệu quả.

Đổi mới và công nghệ. Walmart thúc đẩy các nhà cung cấp xem xét việc đầu tư vào công nghệ tiên tiến và cải thiện quy trình sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả và chất lượng sản phẩm. Sự tích hợp của công nghệ hiện đại không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình mà còn góp phần giảm thiểu chi phí sản xuất cho các nhà cung cấp.

Ví dụ: Walmart hợp tác với các nhà cung ứng trong việc phát triển các giải pháp tự động hóa và công nghệ thông tin nhằm cải thiện quy trình logistics và giảm thiểu lãng phí.

Quản lý rủi ro. Walmart yêu cầu các nhà cung cấp phải có những biện pháp chủ động để quản lý rủi ro trong bối cảnh biến động của thị trường toàn cầu. Điều này bao gồm việc nhận diện và phản ứng với các mối đe dọa có thể ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng, như thiên tai, khủng hoảng chính trị và đại dịch. Walmart cũng cam kết hỗ trợ các nhà cung cấp bằng cách đưa ra hướng dẫn và hỗ trợ tài nguyên để xây dựng các chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến hoạt động sản xuất.

Cam kết đầu tư và phát triển. Walmart thường xuyên đầu tư vào các nhà cung ứng để nâng cao năng lực sản xuất và công nghệ của họ. Điều này không chỉ giúp Walmart đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn tạo ra mối quan hệ đối tác lâu dài và bền vững.

Ví dụ: Walmart đã thiết lập các chương trình đào tạo cho các nhà cung ứng để cải thiện năng lực sản xuất và quản lý chất lượng, từ đó nâng cao hiệu suất tổng thể trong chuỗi cung ứng.

Walmart đã thiết lập một hệ thống tiêu chuẩn khắt khe cho các nhà cung cấp nước ngoài, tập trung vào chất lượng sản phẩm, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Những tiêu chuẩn này giúp Walmart duy trì vị thế cạnh tranh và xây dựng một chuỗi cung ứng bền vững. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này là điều kiện thiết yếu cho các nhà cung cấp muốn hợp tác lâu dài với Walmart.

6. Weee!

Cùng với Walmart, Weee! là một trong những nhà bán lẻ hàng đầu tại Mỹ, nổi bật với cam kết cung cấp sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng. Để đạt được mục tiêu này, Weee! cũng đề ra yêu cầu nghiêm ngặt đối với các nhà cung ứng nước ngoài. Những tiêu chuẩn này không chỉ đảm bảo sản phẩm đạt chất lượng mà còn tạo ra môi trường hợp tác bền vững giữa Weee! và các nhà cung ứng.

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Weee! yêu cầu tất cả sản phẩm từ các nhà cung cấp quốc tế phải đạt tiêu chuẩn chất lượng cao, tuân thủ các quy định an toàn thực phẩm và chất lượng từ FDA. Mỗi sản phẩm cần trải qua kiểm tra chất lượng chặt chẽ và có chứng nhận hợp lệ trước khi phân phối. Đồng thời, Weee! khuyến khích các nhà cung cấp tham gia vào các chương trình cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao chất lượng, đảm bảo mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm an toàn và đáng tin cậy.

Ví dụ: Đối với sản phẩm thực phẩm, các nhà cung ứng cần có giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm và tuân thủ quy trình sản xuất an toàn.

Đảm bảo nguồn gốc nguyên liệu. Weee! đặt yêu cầu cao về nguồn gốc của nguyên liệu đầu vào. Các nhà cung ứng cần chứng minh rằng nguyên liệu được sử dụng trong sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng và hợp pháp, nhằm bảo đảm rằng sản phẩm cuối cùng đến tay người tiêu dùng là an toàn và chất lượng.

Ví dụ: Các nhà cung ứng thực phẩm cần có tài liệu chứng minh nguồn gốc xuất xứ của nguyên liệu, đồng thời phải có các báo cáo kiểm nghiệm định kỳ.

Trách nhiệm xã hội. Weee! cam kết với trách nhiệm xã hội và yêu cầu các nhà cung ứng tuân thủ các quy định về lao động, đảm bảo quyền lợi của người lao động. Điều này bao gồm việc không sử dụng lao động trẻ em, đảm bảo môi trường làm việc an toàn và công bằng.

Ví dụ: Weee! thực hiện các cuộc kiểm tra định kỳ tại các cơ sở sản xuất để đảm bảo rằng nhà cung ứng tuân thủ các tiêu chuẩn lao động và sẽ có biện pháp xử lý nếu phát hiện vi phạm.

Bảo vệ môi trường. Bảo vệ môi trường là một trong những ưu tiên hàng đầu của Weee!. Công ty yêu cầu các nhà cung ứng thực hiện các biện pháp giảm thiểu tác động đến môi trường trong quy trình sản xuất. Điều này bao gồm việc quản lý chất thải, sử dụng năng lượng tái tạo và giảm thiểu khí thải.

Ví dụ: Weee! khuyến khích các nhà cung ứng áp dụng công nghệ sản xuất sạch và bền vững nhằm giảm thiểu ảnh hưởng đến môi trường.

Tính minh bạch và công bố thông tin. Weee! yêu cầu các nhà cung ứng cung cấp thông tin minh bạch về quy trình sản xuất, nguồn gốc nguyên liệu và các tiêu chuẩn mà họ tuân thủ. Điều này giúp tạo dựng lòng tin giữa Weee! và các nhà cung ứng, cũng như giữa Weee! và khách hàng.

Ví dụ: Các nhà cung ứng phải cung cấp tài liệu chi tiết về quy trình sản xuất, bao gồm cả chứng nhận chất lượng và an toàn của sản phẩm.

Đổi mới và nâng cao chất lượng. Weee! khuyến khích các nhà cung ứng thực hiện đổi mới trong quy trình sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm. Công ty thường xuyên tổ chức các hội thảo và chương trình đào tạo nhằm hỗ trợ các nhà cung ứng trong việc cải tiến công nghệ và quy trình sản xuất.

Ví dụ: Weee! có thể hợp tác với các nhà cung ứng để triển khai công nghệ mới trong sản xuất nhằm nâng cao hiệu suất và chất lượng sản phẩm.

Đào tạo và hỗ trợ. Weee! tổ chức các chương trình đào tạo cho các nhà cung ứng nhằm nâng cao năng lực sản xuất và tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng. Các chương

trình này giúp các nhà cung ứng hiểu rõ hơn về các yêu cầu của Weee! và cải thiện quy trình sản xuất của họ.

Ví dụ: Weee! có thể tổ chức các khóa đào tạo về quản lý chất lượng cho các nhà cung ứng để giúp họ nắm bắt các phương pháp sản xuất hiện đại và bền vững.

Tóm lại, Weee! đã thiết lập một hệ thống tiêu chuẩn nghiêm ngặt đối với các nhà cung ứng nước ngoài nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Những tiêu chuẩn này không chỉ giúp Weee! duy trì uy tín và lòng tin của khách hàng mà còn tạo điều kiện cho sự hợp tác bền vững với các nhà cung ứng. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này là điều kiện tiên quyết cho các nhà cung ứng muốn hợp tác lâu dài với Weee! tại Mỹ.

7. Whole Foods

Whole Foods Market là chuỗi siêu thị thực phẩm tự nhiên và hữu cơ hàng đầu tại Hoa Kỳ. Whole Foods đã xây dựng hệ thống tiêu chuẩn khắt khe cho các nhà cung ứng nước ngoài của mình nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm và tính bền vững, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường.

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Sản phẩm từ các nhà cung ứng cho Whole Foods phải đạt tiêu chuẩn chất lượng cao và an toàn cho người tiêu dùng, tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm của USDA và FDA. Các sản phẩm cần được kiểm tra chất lượng định kỳ và chứng nhận trước khi đưa vào hệ thống phân phối của Whole Foods.

Ví dụ: Whole Foods yêu cầu tất cả các sản phẩm thực phẩm phải được kiểm tra không chỉ về chất lượng mà còn về nguồn gốc và quá trình sản xuất để đảm bảo rằng không có hóa chất độc hại hoặc chất bảo quản không an toàn.

Cam kết về thực phẩm hữu cơ và tự nhiên. Whole Foods cam kết cung cấp thực phẩm hữu cơ và tự nhiên cho người tiêu dùng. Các nhà cung ứng phải chứng minh rằng sản phẩm của họ đáp ứng tiêu chuẩn hữu cơ theo quy định của USDA. Điều này bao gồm việc sử dụng nguyên liệu hữu cơ và không có sự can thiệp của hóa chất tổng hợp hoặc thuốc trừ sâu.

Ví dụ: Các nhà cung ứng sản phẩm rau quả hữu cơ phải có chứng nhận hữu cơ hợp lệ và tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về quy trình canh tác.

Trách nhiệm xã hội. Whole Foods yêu cầu các nhà cung ứng tuân thủ các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội, bao gồm quyền lợi của người lao động, đảm bảo không có lao động trẻ em, lao động cưỡng bức và trả lương công bằng cho mọi nhân viên với điều kiện làm việc an toàn.

Whole Foods tổ chức thanh tra định kỳ để đảm bảo các nhà cung ứng thực hiện đúng các tiêu chuẩn này và sẽ có các biện pháp xử lý nghiêm khắc, bao gồm việc chấm dứt hợp đồng với các nhà cung ứng để xử lý.

Bảo vệ môi trường. Whole Foods tập trung vào bảo vệ môi trường và yêu cầu các nhà cung cấp thực hiện biện pháp bền vững, như giảm thiểu chất thải, sử dụng bao bì thân thiện với môi trường và quản lý nước hiệu quả trong sản xuất.

Ví dụ: Whole Foods khuyến khích các nhà cung ứng sử dụng bao bì có thể tái chế hoặc phân hủy sinh học, cũng như giảm thiểu lượng nhựa trong sản phẩm của họ.

Tính minh bạch. Các nhà cung ứng của Whole Foods phải sẵn sàng chia sẻ thông tin về các thành phần trong sản phẩm và nguồn gốc của các nguyên liệu để đảm bảo tính minh bạch về quy trình sản xuất và nguồn gốc nguyên liệu.

Đổi mới và công nghệ. Các nhà cung ứng của Whole Foods cũng được khuyến khích ứng dụng công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất để nâng cao hiệu suất và chất lượng sản phẩm để tối ưu hóa quy trình sản xuất và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Ví dụ: Whole Foods đã hợp tác với một số nhà cung ứng để triển khai công nghệ truy xuất nguồn gốc, cho phép khách hàng biết rõ hơn về nguồn gốc sản phẩm mà họ mua.

Đào tạo và hỗ trợ. Whole Foods thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo cho các nhà cung ứng nhằm nâng cao năng lực sản xuất và đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng. Các chương trình này giúp các nhà cung ứng hiểu rõ hơn về các yêu cầu của Whole Foods và cải thiện quy trình sản xuất của họ.

Ví dụ: Whole Foods đã triển khai các chương trình đào tạo về thực hành canh tác bền vững cho các nhà cung ứng nông sản, từ đó giúp họ cải thiện chất lượng sản phẩm và giảm thiểu tác động đến môi trường.

Nhìn chung, hệ thống tiêu chuẩn cao của Whole Foods yêu cầu các nhà cung cấp nước ngoài phải đảm bảo chất lượng sản phẩm bên cạnh các yếu tố về trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Tuân thủ các tiêu chuẩn này là điều kiện bắt buộc cho các nhà cung cấp muốn hợp tác lâu dài với Whole Foods. Những tiêu chuẩn này không chỉ giúp Whole Foods duy trì danh tiếng trong lĩnh vực thực phẩm tự nhiên và hữu cơ mà còn xây dựng chuỗi cung ứng bền vững.

PHẦN III. CHÍNH SÁCH TẬN DỤNG CƠ HỘI CỦA MỘT SỐ NƯỚC

I. Ấn Độ

Ấn Độ đã chủ động tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ thông qua một loạt các chính sách và sáng kiến nhằm thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Dưới đây là một số chính sách chính cùng với các ví dụ cụ thể:

Chính sách "Make in India". Chính phủ Ấn Độ đã triển khai chương trình "Make in India" nhằm khuyến khích sản xuất trong nước, thu hút đầu tư nước ngoài và tạo ra việc làm. Ấn Độ đã thành công trong việc thu hút các công ty lớn như Apple và

Samsung thiết lập dây chuyền sản xuất tại Ấn Độ. Apple đã hợp tác với các đối tác như Wistron và Foxconn để sản xuất iPhone tại Ấn Độ, qua đó giảm bớt phụ thuộc vào Trung Quốc.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng. Chính phủ Ấn Độ đã đặt ưu tiên cho việc phát triển cơ sở hạ tầng để cải thiện khả năng kết nối và logistics. Ấn Độ đã triển khai nhiều dự án cơ sở hạ tầng lớn, bao gồm cả hệ thống giao thông và cảng biển. Dự án Cảng biển Mumbai đang được mở rộng để tăng cường khả năng tiếp nhận hàng hóa và giảm thời gian giao hàng, từ đó thu hút các công ty nước ngoài đầu tư vào chuỗi cung ứng.

Đổi mới và nâng cao công nghệ. Chính phủ Ấn Độ đã khuyến khích đổi mới công nghệ và phát triển công nghiệp 4.0 thông qua nhiều sáng kiến. Chương trình "Digital India" nhằm mục tiêu số hóa nền kinh tế và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Infosys và Tata Consultancy Services (TCS) đã tận dụng chương trình này để phát triển các giải pháp công nghệ thông tin phục vụ cho các công ty nước ngoài, đặc biệt là trong lĩnh vực phân tích dữ liệu và trí tuệ nhân tạo.

Cải cách chính sách thuế và thương mại. Chính phủ Ấn Độ đã thực hiện nhiều cải cách trong chính sách thuế và thương mại để thu hút đầu tư nước ngoài. Chính phủ đã giảm thuế thu nhập doanh nghiệp để khuyến khích đầu tư. Các công ty như Microsoft đã mở rộng hoạt động tại Ấn Độ nhờ vào môi trường thuế thuận lợi.

Chính sách Hỗ trợ Xuất khẩu. Ấn Độ đã triển khai các chính sách hỗ trợ để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ. Chính phủ đã xây dựng các chương trình hỗ trợ xuất khẩu như Merchandise Exports from India Scheme (MEIS). Các công ty dệt may Ấn Độ đã tận dụng chương trình này để mở rộng thị trường xuất khẩu sang Mỹ và EU, tăng cường giá trị gia tăng cho sản phẩm.

Đầu tư vào Năng lượng Sạch và Bền Vững. Chính phủ Ấn Độ đã thúc đẩy đầu tư vào năng lượng tái tạo và bền vững để giảm thiểu tác động môi trường. Các công ty như First Solar đã đầu tư vào nhà máy sản xuất pin mặt trời tại Ấn Độ, đồng thời tham gia vào các dự án năng lượng mặt trời quy mô lớn.

II. Hàn Quốc

Hàn Quốc cũng là quốc gia hưởng lợi từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Quốc gia này đã triển khai một loạt chính sách và sáng kiến nhằm thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp và tối ưu hóa chuỗi cung ứng như sau:

Chính sách "K-Chips". Hàn Quốc đã triển khai chương trình "K-Chips" nhằm thúc đẩy sản xuất và phát triển ngành công nghiệp bán dẫn, một trong những lĩnh vực quan trọng trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Chính phủ Hàn Quốc đã cam kết đầu tư 510 tỷ USD cho ngành công nghiệp bán dẫn đến năm 2030. Các tập đoàn như Samsung và SK Hynix đang mở rộng quy mô sản xuất chip tại Hàn Quốc, đồng thời hợp tác với các công ty công nghệ của Mỹ như Intel và Qualcomm để phát triển công nghệ tiên tiến.

Đầu tư vào công nghệ thông tin và truyền thông. Hàn Quốc đã chú trọng phát triển ngành công nghiệp ICT để tăng cường khả năng cạnh tranh trong lĩnh vực công nghệ. Hàn Quốc là một trong những quốc gia đầu tiên triển khai mạng 5G toàn diện. Các công ty như SK Telecom và KT Corporation đã hợp tác với các doanh nghiệp Mỹ như Cisco và Google để phát triển giải pháp IoT và các ứng dụng thông minh, từ đó tạo ra giá trị gia tăng trong chuỗi cung ứng.

Chương trình "K-Green". Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện chương trình "K-Green" nhằm phát triển năng lượng tái tạo và công nghệ xanh. Hàn Quốc đặt mục tiêu đạt 20% năng lượng tái tạo vào năm 2030. Các công ty như Hanwha Q CELLS đã đầu tư vào sản xuất pin mặt trời và hợp tác với các công ty Mỹ như First Solar để mở rộng thị trường năng lượng sạch.

Cải cách chính sách thương mại và đầu tư. Hàn Quốc đã thực hiện nhiều cải cách trong chính sách thương mại và đầu tư nhằm thu hút đầu tư nước ngoài và thúc đẩy xuất khẩu. Hàn Quốc đã ký kết nhiều hiệp định FTA với các quốc gia, bao gồm cả Mỹ. Hiệp định FTA Hàn-Mỹ đã tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu các sản phẩm công nghệ cao của Hàn Quốc sang thị trường Mỹ, trong khi cũng tạo cơ hội cho các công ty Mỹ đầu tư vào Hàn Quốc.

Hợp tác Đầu tư và Nghiên cứu Quốc tế. Hàn Quốc đã tích cực tham gia vào các dự án hợp tác quốc tế để thu hút đầu tư và chia sẻ công nghệ. Hàn Quốc đã thiết lập các liên minh công nghệ với các công ty Mỹ để phát triển các sản phẩm mới và cải thiện chuỗi cung ứng. Ví dụ, LG Chem đã hợp tác với General Motors trong việc phát triển pin cho xe điện, giúp tăng cường khả năng sản xuất trong ngành công nghiệp ô tô.

Chính sách "Digital New Deal". Chính phủ Hàn Quốc đã triển khai "Digital New Deal" để chuyển đổi số nền kinh tế và tăng cường khả năng cạnh tranh. Hàn Quốc đã đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng số và công nghệ số hóa. Các công ty như Naver và Kakao đang phát triển các nền tảng số và dịch vụ trực tuyến, tạo điều kiện thuận lợi cho giao thương và tối ưu hóa chuỗi cung ứng.

Đầu tư vào Nguồn Nhân Lực. Chính phủ Hàn Quốc đã chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của ngành công nghiệp. Các trường đại học và tổ chức nghiên cứu tại Hàn Quốc đã hợp tác với các công ty Mỹ để phát triển chương trình đào tạo nhân lực trong lĩnh vực công nghệ thông tin và sản xuất tiên tiến. Chương trình này nhằm nâng cao kỹ năng cho lực lượng lao động và tạo ra đội ngũ nhân viên có năng lực phù hợp với yêu cầu của thị trường.

III. Indonesia

Indonesia cũng nỗ lực xây dựng và triển khai các chính sách thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển công nghiệp, và tối ưu hóa chuỗi cung ứng dựa trên chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ.

Khuyến khích đầu tư nước ngoài. Chính phủ Indonesia đã thực hiện nhiều biện pháp để tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư quốc tế, đặc biệt là từ Mỹ. Indonesia đã

ban hành nhiều chính sách ưu đãi thuế và giảm bớt các thủ tục hành chính để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Ví dụ, Boeing đã đầu tư vào việc thiết lập một trung tâm sản xuất máy bay tại Indonesia nhằm tận dụng thị trường Đông Nam Á đang phát triển.

Phát triển cơ sở hạ tầng. Để tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh, Indonesia đã tập trung đầu tư vào hạ tầng giao thông và logistics. Chương trình phát triển hạ tầng quốc gia: Chính phủ Indonesia đã chi hàng tỷ USD để xây dựng và nâng cấp đường bộ, cầu, cảng và sân bay. Cảng Tanjung Priok, cảng lớn nhất của Indonesia, đã được mở rộng để tăng cường khả năng tiếp nhận hàng hóa, thu hút các công ty như Amazon và Alibaba trong việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng.

Định hình lại chuỗi cung ứng. Indonesia đã nỗ lực cải thiện và tái cấu trúc chuỗi cung ứng để nâng cao năng lực cạnh tranh. Chương trình "Indonesia 4.0" nhằm nâng cao năng lực công nghiệp thông qua số hóa và tự động hóa. Chính sách này khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng công nghệ mới và tối ưu hóa quy trình sản xuất. PT Unilever Indonesia đã áp dụng công nghệ tự động hóa trong quy trình sản xuất, giúp giảm chi phí và nâng cao hiệu quả.

Thúc đẩy Ngành Công nghiệp Sản xuất. Chính phủ Indonesia đã xác định ngành sản xuất là một trong những lĩnh vực ưu tiên trong chiến lược phát triển kinh tế. Chính phủ đã khuyến khích các công ty sản xuất, đặc biệt là trong các lĩnh vực như thực phẩm, dệt may, và điện tử. Foxconn, một trong những nhà sản xuất linh kiện điện tử lớn nhất thế giới, đã mở rộng hoạt động tại Indonesia, tạo ra hàng nghìn việc làm và nâng cao trình độ công nghệ cho ngành công nghiệp điện tử trong nước.

Tăng cường Nguồn Nhân lực. Chính phủ Indonesia đã chú trọng đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của các nhà đầu tư nước ngoài. Các sáng kiến nhằm đào tạo và phát triển kỹ năng cho lực lượng lao động đã được triển khai. Chính phủ hợp tác với các tổ chức giáo dục và doanh nghiệp để cung cấp chương trình đào tạo nghề, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin và chế tạo. Siemens đã hợp tác với chính phủ Indonesia để triển khai chương trình đào tạo kỹ sư công nghệ.

IV. Malaysia

Malaysia đã chủ động áp dụng nhiều chính sách để tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ, nhằm thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển công nghiệp và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cải cách môi trường đầu tư. Chính phủ Malaysia đã thực hiện các cải cách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp Mỹ. Malaysia cung cấp các ưu đãi thuế cho các nhà đầu tư trong các lĩnh vực công nghệ cao và chế tạo. Ví dụ, MDEC (Cơ quan Phát triển Kinh tế Kỹ thuật số Malaysia) đã triển khai các chương trình khuyến khích đầu tư vào công nghệ thông tin và truyền

thông, qua đó thu hút các công ty lớn như Google và Facebook thiết lập văn phòng và trung tâm nghiên cứu tại Malaysia.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng. Để hỗ trợ cho phát triển công nghiệp và thu hút đầu tư, Malaysia đã chú trọng đến việc nâng cấp cơ sở hạ tầng. Chương trình Pan Borneo Highway, kết nối các bang trên đảo Borneo, được đầu tư mạnh mẽ nhằm cải thiện giao thông và tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hóa. Dự án này không chỉ giúp kết nối các khu vực mà còn mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics và phân phối.

Phát triển công nghiệp chế biến và chế tạo. Malaysia đã đặt mục tiêu trở thành một trung tâm sản xuất và chế biến hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á. Chính phủ đã phát triển các khu công nghiệp công nghệ cao như Kuala Lumpur Cybercity và Iskandar Malaysia, nơi tập trung các doanh nghiệp công nghệ cao. Intel là một ví dụ điển hình khi họ đã đầu tư vào nhà máy lắp ráp và kiểm định chip tại Penang, khẳng định vị thế của Malaysia trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo. Chính phủ Malaysia đang khuyến khích chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp để nâng cao năng lực cạnh tranh. Chương trình Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) trong việc áp dụng công nghệ số. Một ví dụ điển hình là Grab, nền tảng dịch vụ gọi xe và giao hàng, đã phát triển mạnh mẽ tại Malaysia nhờ vào sự hỗ trợ của MDEC trong việc tiếp cận công nghệ và thị trường.

Phát triển nguồn nhân lực. Malaysia đã chú trọng đầu tư vào giáo dục và đào tạo để phát triển nguồn nhân lực có tay nghề cao. Chính phủ đã triển khai các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kỹ năng cho lực lượng lao động. Ví dụ, chương trình TVET (Giáo dục và Đào tạo Nghề nghiệp) đã cung cấp các khóa học về công nghệ thông tin, điện tử và cơ khí, giúp người lao động có thể làm việc trong các ngành công nghiệp công nghệ cao.

Khuyến khích phát triển bền vững. Malaysia cũng đã áp dụng các chính sách phát triển bền vững để thu hút các doanh nghiệp quan tâm đến trách nhiệm xã hội và môi trường. Chương trình Green Technology Master Plan khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ xanh và phát triển bền vững. Ví dụ, các công ty như PETRONAS đã đầu tư vào năng lượng tái tạo và công nghệ sạch, góp phần vào việc giảm thiểu tác động môi trường và nâng cao hình ảnh của Malaysia trong mắt các nhà đầu tư quốc tế.

V. Mexico

Mexico đã chủ động áp dụng nhiều chính sách nhằm tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Những chính sách này không chỉ giúp cải thiện vị thế cạnh tranh của Mexico trong nền kinh tế toàn cầu mà còn thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp Mỹ.

Cải cách môi trường đầu tư. Mexico đã ban hành các luật nhằm đơn giản hóa thủ tục và giảm thuế cho các doanh nghiệp nước ngoài. Ví dụ, Luật Đầu tư nước ngoài năm 1993 đã được điều chỉnh, cho phép các doanh nghiệp Mỹ đầu tư hoàn toàn trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là sản xuất và dịch vụ.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng. Chính phủ Mexico đã chú trọng đầu tư vào hạ tầng để tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất và vận chuyển hàng hóa. Một trong những dự án lớn là Bến cảng Veracruz, được mở rộng để phục vụ cho nhu cầu vận chuyển hàng hóa ngày càng tăng. Điều này không chỉ giúp giảm thời gian vận chuyển mà còn cải thiện khả năng cạnh tranh của Mexico trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Khuyến khích phát triển công nghiệp chế tạo. Mexico đã xác định công nghiệp chế tạo là một trong những lĩnh vực chiến lược, nhằm thu hút đầu tư và tạo ra việc làm. Chương trình "Manufacturing and Maquiladora" khuyến khích các nhà máy lắp ráp (maquiladoras) hoạt động gần biên giới với Mỹ. Chương trình này cho phép các doanh nghiệp sản xuất tại Mexico mà không phải chịu thuế nhập khẩu cho nguyên liệu đầu vào, giúp giảm chi phí sản xuất. Ví dụ, General Motors và Ford đã đầu tư hàng tỷ đô la vào các nhà máy lắp ráp tại Mexico.

Phát triển nguồn nhân lực. Chính phủ Mexico đã chú trọng phát triển nguồn nhân lực có tay nghề cao để đáp ứng nhu cầu của ngành công nghiệp. Mexico đã thiết lập các chương trình hợp tác giữa chính phủ và khu vực tư nhân để đào tạo kỹ năng cho lực lượng lao động. Ví dụ, Instituto Nacional de Educación para los Adultos (INEA) đã tổ chức các khóa học nhằm nâng cao kỹ năng cho người lao động trong các ngành công nghệ cao, đáp ứng nhu cầu từ các nhà đầu tư như Samsung và LG.

Tăng cường đổi mới sáng tạo. Chính phủ Mexico đang thúc đẩy đổi mới sáng tạo để tăng cường khả năng cạnh tranh và thu hút đầu tư vào các lĩnh vực công nghệ cao. Chính phủ đã triển khai các chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp và đổi mới công nghệ. Chương trình INNOVATE cung cấp tài chính và hỗ trợ kỹ thuật cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực công nghệ, giúp họ cải thiện sản phẩm và quy trình sản xuất.

Tăng cường hợp tác quốc tế. Mexico đã chủ động tham gia vào các hiệp định thương mại và hợp tác quốc tế để mở rộng thị trường cho các sản phẩm của mình. Mexico đã ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do, bao gồm với Liên minh Châu Âu và các quốc gia châu Á. Những hiệp định này giúp mở rộng thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm chế tạo và nông sản, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư nước ngoài.

VI. Nhật Bản

Nhật Bản đã triển khai nhiều chính sách để tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Sự chuyển hướng này không chỉ nhằm cải thiện vị thế kinh tế của Nhật Bản mà còn để củng cố mối quan hệ thương mại với Mỹ và

các nước khác trong khu vực. Dưới đây là tóm tắt các chính sách chính cùng với các ví dụ cụ thể.

Tăng cường đầu tư vào công nghệ và đổi mới. Nhật Bản đã xác định công nghệ và đổi mới là động lực chính cho sự phát triển kinh tế trong bối cảnh các chuỗi giá trị toàn cầu đang thay đổi. Chính phủ Nhật Bản đã đưa ra nhiều chính sách nhằm thúc đẩy đầu tư vào R&D. Ví dụ, chương trình "Society 5.0" được giới thiệu nhằm kết hợp giữa công nghệ và xã hội để giải quyết các vấn đề như già hóa dân số và biến đổi khí hậu. Chương trình này khuyến khích các công ty đầu tư vào công nghệ AI, IoT và robot.

Cải cách môi trường đầu tư. Nhật Bản đã điều chỉnh các quy định và chính sách để thu hút đầu tư nước ngoài, đặc biệt là từ các doanh nghiệp Mỹ. Chính sách tạo thuận lợi cho đầu tư nước ngoài: Nhật Bản đã nới lỏng các quy định về đầu tư nước ngoài để khuyến khích các công ty như Amazon và Google mở rộng hoạt động. Chương trình "Invest Japan" nhằm cung cấp thông tin và hỗ trợ cho các nhà đầu tư nước ngoài để họ dễ dàng tiếp cận thị trường Nhật Bản.

Thúc đẩy chuỗi cung ứng nội địa. Nhật Bản đã tập trung vào việc xây dựng và củng cố các chuỗi cung ứng nội địa để giảm thiểu sự phụ thuộc vào các nguồn cung ứng bên ngoài. Nhật Bản đã đầu tư vào các nhà máy sản xuất để gia tăng năng lực sản xuất nội địa. Ví dụ, Sony đã mở rộng nhà máy sản xuất chip bán dẫn của họ và TSMC đã đầu tư nhà máy 8 tỷ USD vào Nhật Bản nhằm giảm thiểu sự phụ thuộc vào nguồn cung từ nước ngoài, đặc biệt là từ Đài Loan và Hàn Quốc.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng. Chính phủ Nhật Bản đã xác định đầu tư vào cơ sở hạ tầng là một trong những ưu tiên hàng đầu để củng cố chuỗi giá trị toàn cầu. Nhật Bản đã triển khai các dự án lớn để nâng cấp hệ thống giao thông và logistics, nhằm tăng cường khả năng kết nối với các thị trường quốc tế. Ví dụ, dự án mở rộng cảng Tokyo đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất nhập khẩu, giúp tăng cường khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Nhật Bản.

Hợp tác với các quốc gia khác. Nhật Bản đã chủ động xây dựng quan hệ hợp tác với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới để phát triển chuỗi cung ứng bền vững. Nhật Bản đã tăng cường hợp tác với Mỹ trong các lĩnh vực công nghệ cao và sản xuất. Chẳng hạn, Toyota và Panasonic đã hợp tác với các công ty Mỹ để phát triển pin cho xe điện, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về năng lượng sạch.

Thích ứng với sự thay đổi của nhu cầu thị trường. Nhật Bản đã nhanh chóng thích ứng với sự thay đổi của nhu cầu thị trường toàn cầu, đặc biệt trong bối cảnh dịch COVID-19. Trong đại dịch, nhiều công ty Nhật Bản đã chuyển đổi dây chuyền sản xuất để đáp ứng nhu cầu về khẩu trang và thiết bị y tế. Ví dụ, Uniqlo đã chuyển đổi sản xuất để cung cấp áo phông và khẩu trang cho các nhân viên y tế, vừa đáp ứng nhu cầu trong nước vừa mở rộng xuất khẩu.

VII. Pakistan

Pakistan đã và đang áp dụng nhiều chính sách nhằm tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Trong bối cảnh các doanh nghiệp và chính phủ trên toàn cầu đang tìm kiếm cách thức tối ưu hóa chuỗi cung ứng và giảm thiểu rủi ro, Pakistan đã chủ động điều chỉnh chính sách để thu hút đầu tư và phát triển kinh tế.

Cải cách chính sách đầu tư. Chính phủ Pakistan đã thực hiện nhiều cải cách để thu hút vốn đầu tư nước ngoài, đặc biệt từ Mỹ. Luật Đầu tư 2020 đã nới lỏng các quy định về sở hữu nước ngoài, cho phép các nhà đầu tư Mỹ có thể sở hữu 100% vốn trong một số lĩnh vực như công nghệ thông tin và sản xuất. Điều này đã thu hút các công ty như Amazon và Tesla xem xét đầu tư vào thị trường Pakistan.

Đầu tư vào hạ tầng. Chính phủ Pakistan đã nhận thức rõ tầm quan trọng của cơ sở hạ tầng trong việc thu hút đầu tư và phát triển kinh tế. Các dự án lớn như CPEC (Hành lang Kinh tế Trung Quốc-Pakistan) đang được triển khai để cải thiện hệ thống giao thông và logistics. Việc nâng cấp cảng Karachi và các tuyến đường bộ đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hóa, thu hút đầu tư từ các công ty nước ngoài.

Phát triển ngành công nghiệp. Pakistan đã chú trọng phát triển các ngành công nghiệp chủ lực để tăng cường xuất khẩu và tạo việc làm. Chính phủ đã thiết lập các chính sách hỗ trợ cho ngành công nghiệp dệt may, điện tử và nông nghiệp. Ví dụ, chương trình hỗ trợ tài chính cho các nhà máy dệt may đã giúp các công ty như Khaadi và Alkaram Studio mở rộng sản xuất và gia tăng xuất khẩu sang Mỹ.

Tăng cường phát triển nguồn nhân lực. Chính phủ đã chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao để phục vụ cho các ngành công nghiệp mới và công nghệ cao. Pakistan đã hợp tác với các tổ chức quốc tế để nâng cao kỹ năng cho lao động trong các lĩnh vực như công nghệ thông tin, sản xuất và dịch vụ. Ví dụ, chương trình đào tạo cho kỹ sư công nghệ thông tin đã được thực hiện nhằm đáp ứng nhu cầu của các công ty công nghệ như IBM và Microsoft.

Ứng dụng công nghệ thông tin. Pakistan đã tận dụng công nghệ thông tin và truyền thông để nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh. Chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng công nghệ số vào quy trình sản xuất và quản lý. Chương trình này đã giúp các doanh nghiệp như Careem và Daraz cải thiện dịch vụ và tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng.

Bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Pakistan cũng đã chú trọng đến các chính sách bảo vệ môi trường trong quá trình phát triển kinh tế. Chính phủ đã đặt mục tiêu tăng tỷ lệ năng lượng tái tạo trong tổng nguồn năng lượng quốc gia. Các công ty như Engro Energy và Thar Coal đã đầu tư vào năng lượng gió và mặt trời, giúp giảm phụ thuộc vào năng lượng hóa thạch và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài.

VIII. Philippines

Chính phủ Philippines cũng đã triển khai một loạt chính sách nhằm tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Trong bối cảnh thương mại quốc tế đang thay đổi nhanh chóng, đặc biệt sau chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và đại dịch COVID-19, Philippines đã nỗ lực thu hút đầu tư nước ngoài và tăng cường khả năng cạnh tranh của mình.

Cải cách chính sách đầu tư. Philippines đã thực hiện nhiều cải cách trong chính sách đầu tư để thu hút vốn từ nước ngoài, đặc biệt là từ Mỹ. Philippines đã sửa đổi Luật Đầu tư nước ngoài để nới lỏng quy định về quyền sở hữu và quản lý cho các nhà đầu tư nước ngoài. Ví dụ, luật mới cho phép các doanh nghiệp nước ngoài sở hữu đến 100% vốn trong một số lĩnh vực như bán lẻ và dịch vụ, điều này đã thu hút nhiều công ty Mỹ như Amazon và Walmart vào thị trường Philippines.

Thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu. Chính phủ Philippines đã chú trọng phát triển ngành sản xuất để gia tăng xuất khẩu và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu. Chương trình "Make it Happen in the Philippines" nhằm thu hút đầu tư vào lĩnh vực sản xuất. Chương trình này tập trung vào các lĩnh vực như điện tử, dệt may và chế biến thực phẩm. Các công ty như Intel và Texas Instruments đã mở rộng sản xuất tại Philippines, tạo ra nhiều việc làm và gia tăng xuất khẩu.

Đầu tư vào hạ tầng. Chính phủ Philippines đã nhận thức rõ tầm quan trọng của cơ sở hạ tầng trong việc thu hút đầu tư và phát triển kinh tế. Chương trình "Build, Build, Build" là chương trình đầu tư hạ tầng lớn của chính phủ nhằm xây dựng và nâng cấp các công trình giao thông, năng lượng và nước. Ví dụ, các dự án cầu đường và cảng biển đã được triển khai để cải thiện khả năng vận chuyển hàng hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Mỹ và các nhà đầu tư khác.

Tăng cường phát triển nguồn nhân lực. Philippines đã chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao để phục vụ cho các ngành công nghiệp mới và công nghệ cao. Chính phủ đã hợp tác với các tổ chức quốc tế và doanh nghiệp để nâng cao kỹ năng cho lao động trong các lĩnh vực như công nghệ thông tin, sản xuất và dịch vụ. Ví dụ, chương trình đào tạo kỹ sư công nghệ thông tin đã được thực hiện nhằm đáp ứng nhu cầu của các công ty công nghệ như Google và Microsoft.

Ứng dụng công nghệ thông tin. Philippines đã tận dụng công nghệ thông tin và truyền thông để nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh. Chính phủ đã khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng công nghệ số vào quy trình sản xuất và quản lý. Chương trình này giúp các doanh nghiệp như Globe Telecom và PLDT cải thiện dịch vụ và tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng.

Bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Philippines cũng đã chú trọng đến các chính sách bảo vệ môi trường trong quá trình phát triển kinh tế. Chính phủ đã đặt mục tiêu tăng tỷ lệ năng lượng tái tạo trong tổng nguồn năng lượng quốc gia. Các công ty

như First Gen Corporation đã đầu tư vào năng lượng gió và mặt trời, giúp giảm phụ thuộc vào năng lượng hóa thạch và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài.

IX. Singapore

Chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ cũng tác động tới Singapore. Với vị trí địa lý thuận lợi, cơ sở hạ tầng hiện đại và môi trường kinh doanh thân thiện, Singapore đã thu hút sự chú ý của nhiều công ty Mỹ trong bối cảnh thay đổi chuỗi cung ứng toàn cầu.

Cải cách chính sách đầu tư. Singapore đã tạo ra một môi trường đầu tư hấp dẫn cho các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các công ty Mỹ. Chính phủ Singapore đã thực hiện nhiều chính sách ưu đãi như giảm thuế doanh nghiệp cho các công ty nước ngoài. Chẳng hạn, các công ty như Amazon Web Services (AWS) đã chọn Singapore làm trung tâm khu vực cho các dịch vụ điện toán đám mây nhờ vào chính sách hỗ trợ đầu tư của chính phủ.

Phát triển hạ tầng và logistics. Hệ thống hạ tầng vận chuyển và logistics tiên tiến là một trong những điểm mạnh của Singapore. Là một trong những cảng bận rộn nhất thế giới, cảng Singapore đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối các chuỗi cung ứng toàn cầu. Procter & Gamble đã thành lập một trung tâm phân phối lớn tại Singapore, cho phép công ty này tối ưu hóa quy trình logistics và giảm thời gian giao hàng tới các thị trường trong khu vực.

Đầu tư vào công nghệ và đổi mới sáng tạo. Singapore đã chú trọng vào việc phát triển công nghệ và đổi mới sáng tạo để trở thành trung tâm công nghệ của châu Á. Chính phủ Singapore đã đầu tư mạnh mẽ vào các quỹ nghiên cứu và phát triển (R&D), khuyến khích các công ty công nghệ như Google và Facebook thành lập các trung tâm nghiên cứu tại đây. Điều này không chỉ tạo ra việc làm mà còn thúc đẩy sự phát triển công nghệ trong nước.

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Singapore đã tập trung vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của các ngành công nghiệp mới. Chương trình kỹ năng Singapore nhằm nâng cao năng lực cho người lao động trong các lĩnh vực công nghệ và sản xuất. Các công ty như Siemens đã tham gia vào các chương trình đào tạo, giúp người lao động địa phương sẵn sàng cho các công việc trong lĩnh vực công nghệ cao.

Khuyến khích đầu tư xanh và bền vững. Singapore cũng đã nhấn mạnh đến tầm quan trọng của phát triển bền vững trong các chuỗi giá trị. Chính phủ đã khuyến khích các công ty thực hiện các sáng kiến bảo vệ môi trường. Các công ty như Sembcorp Industries đã đầu tư vào năng lượng tái tạo và giải pháp bền vững, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về các sản phẩm và dịch vụ xanh.

Tăng cường hợp tác quốc tế. Singapore đã tích cực tham gia vào các sáng kiến hợp tác quốc tế để nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu. Singapore đã tổ chức và tham gia vào nhiều hội nghị quốc tế nhằm thúc đẩy hợp tác thương mại và đầu tư

trong khu vực. Việc tham gia vào các diễn đàn này giúp Singapore tăng cường mối quan hệ với các đối tác kinh tế lớn như Mỹ, Nhật Bản và các nước ASEAN khác.

X. Thái Lan

Thái Lan cũng là quốc gia nhạy bén trong việc nắm bắt cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Những chính sách này nhằm thu hút đầu tư nước ngoài, thúc đẩy phát triển công nghiệp, nâng cao khả năng cạnh tranh, và đảm bảo sự bền vững cho nền kinh tế của quốc gia này.

Khuyến khích đầu tư nước ngoài. Thái Lan đã tạo ra môi trường thuận lợi cho các nhà đầu tư quốc tế, đặc biệt là từ Mỹ, thông qua các chính sách ưu đãi. Chương trình "Thailand 4.0", đây là một chiến lược phát triển kinh tế nhằm chuyển đổi Thái Lan thành một nền kinh tế đổi mới, sáng tạo và công nghệ cao. Chính phủ cung cấp ưu đãi thuế, hỗ trợ tài chính và giảm bớt quy định cho các nhà đầu tư nước ngoài trong các lĩnh vực như công nghệ thông tin, sản xuất và năng lượng tái tạo. Ford Motor Company đã đầu tư vào dây chuyền sản xuất xe điện tại Thái Lan, tận dụng cơ hội từ nhu cầu ngày càng tăng về phương tiện giao thông xanh tại khu vực.

Phát triển cơ sở hạ tầng. Để tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh, Thái Lan đã đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng. Chương trình Eastern Economic Corridor (EEC) nhằm phát triển khu vực Đông Nam Thái Lan thành trung tâm kinh tế và công nghiệp. Chính phủ đang nâng cấp cảng, sân bay và các hệ thống giao thông để thu hút đầu tư từ các công ty đa quốc gia. Cảng Laem Chabang, một trong những cảng lớn nhất của Thái Lan, đã được mở rộng để tăng khả năng vận chuyển hàng hóa, giúp các doanh nghiệp như Amazon và Walmart tối ưu hóa chuỗi cung ứng của họ trong khu vực.

Thúc đẩy công nghệ và đổi mới sáng tạo. Chính phủ Thái Lan khuyến khích hợp tác trong lĩnh vực công nghệ và đổi mới sáng tạo. Chính phủ đã thành lập quỹ để hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ, nhằm khuyến khích đổi mới và phát triển sản phẩm mới. Chương trình này đã thu hút sự quan tâm của nhiều công ty Mỹ như Google và Microsoft, giúp họ đầu tư vào các công ty khởi nghiệp tại Thái Lan và thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái công nghệ.

Định hình lại chuỗi cung ứng. Thái Lan đã nỗ lực định hình lại chuỗi cung ứng để nâng cao khả năng cạnh tranh. Chương trình "Chuỗi cung ứng bền vững" nhằm tối ưu hóa chuỗi cung ứng bằng cách tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước và quốc tế. Các công ty như Toyota đã hợp tác với các nhà cung cấp địa phương để tăng cường tính linh hoạt của chuỗi cung ứng, giảm thiểu rủi ro và cải thiện khả năng đáp ứng nhu cầu.

Đào tạo nguồn nhân lực. Để đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng cao, Thái Lan đã chú trọng vào việc phát triển kỹ năng lao động. Chính phủ hợp tác với các tổ chức giáo dục và doanh nghiệp để triển khai các chương trình đào tạo kỹ năng, nhằm nâng cao năng lực lao động cho các ngành công nghiệp. Chương trình Dual Vocational

Training đã kết hợp giữa học lý thuyết và thực hành, giúp sinh viên sẵn sàng làm việc cho các công ty đa quốc gia như Siemens và Bosch.

PHẦN IV. CHIẾN LƯỢC CỦA MỘT SỐ DOANH NGHIỆP CÁC NƯỚC

I. CP, Thái Lan

Một trong những công ty tiêu biểu của Thái Lan trong việc tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ là CP Group (Charoen Pokphand Group), một trong những tập đoàn hàng đầu tại Thái Lan, hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực thực phẩm, nông nghiệp, và chăn nuôi.

Đầu tư vào công nghệ và nâng cao chất lượng sản phẩm. CP Group đã xác định việc nâng cao chất lượng sản phẩm và ứng dụng công nghệ mới là yếu tố then chốt để tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Tập đoàn đã đầu tư mạnh vào công nghệ chế biến thực phẩm và quản lý nông nghiệp thông minh. CP Group đã triển khai các giải pháp công nghệ cao như IoT để theo dõi quy trình sản xuất, từ khâu chăn nuôi cho đến chế biến. Điều này giúp cải thiện năng suất, giảm lãng phí, và đảm bảo an toàn thực phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Mỹ.

CP Group cũng đã phát triển các sản phẩm thực phẩm chế biến sẵn và hữu cơ, nhắm vào nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng Mỹ về sản phẩm an toàn và chất lượng cao. Những sản phẩm này không chỉ giúp mở rộng thị phần mà còn tạo ra giá trị gia tăng cho thương hiệu.

Mở rộng thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh các chuỗi cung ứng toàn cầu đang được điều chỉnh, CP Group đã tập trung vào việc mở rộng thị trường xuất khẩu sang Mỹ. Tập đoàn đã ký kết nhiều hợp đồng xuất khẩu sản phẩm thịt gia cầm và thủy sản sang thị trường Mỹ, tận dụng những cơ hội từ chiến tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc. Việc này không chỉ giúp tăng doanh thu mà còn nâng cao uy tín của thương hiệu CP trên thị trường quốc tế. CP Group cũng tham gia vào các hội chợ thương mại và triển lãm thực phẩm tại Mỹ, giới thiệu sản phẩm và kết nối với các nhà phân phối. Những sự kiện này không chỉ giúp tăng cường nhận diện thương hiệu mà còn mở ra nhiều cơ hội hợp tác mới.

Tăng cường hợp tác quốc tế. CP Group đã chủ động thiết lập các quan hệ đối tác với các công ty và tổ chức tại Mỹ và các nước khác. Tập đoàn đã hợp tác với các công ty công nghệ Mỹ để phát triển các giải pháp bền vững trong sản xuất nông nghiệp. Sự hợp tác này không chỉ mang lại công nghệ tiên tiến mà còn giúp CP Group áp dụng những quy trình sản xuất hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

CP Group cũng đã tham gia vào các liên minh kinh doanh và mạng lưới hỗ trợ doanh nghiệp tại Mỹ, từ đó thu thập thông tin thị trường và xu hướng tiêu dùng. Những dữ liệu này giúp tập đoàn điều chỉnh chiến lược kinh doanh và phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường.

Cam kết về bền vững và trách nhiệm xã hội. Một trong những ưu tiên hàng đầu của CP Group là phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội, điều này ngày càng được người tiêu dùng Mỹ quan tâm. Tập đoàn đã triển khai các chương trình bảo vệ môi trường, như quản lý chất thải và sử dụng năng lượng tái tạo trong quá trình sản xuất. CP Group cam kết giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, từ đó tạo dựng hình ảnh tích cực và thu hút người tiêu dùng.

CP Group cũng đã thực hiện các chương trình xã hội nhằm hỗ trợ cộng đồng và phát triển bền vững trong ngành nông nghiệp, như hỗ trợ nông dân địa phương cải thiện kỹ thuật canh tác. Những nỗ lực này không chỉ nâng cao trách nhiệm xã hội của tập đoàn mà còn giúp củng cố mối quan hệ với cộng đồng và người tiêu dùng.

II. DBS Bank, Singapore

Một trong những công ty tiêu biểu của Singapore trong việc tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ là DBS Bank, một trong những ngân hàng lớn nhất tại Đông Nam Á. Trong bối cảnh các chuỗi cung ứng toàn cầu đang thay đổi, DBS đã triển khai nhiều chiến lược nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng hoạt động.

Tăng cường đầu tư vào công nghệ tài chính. DBS Bank đã tích cực đầu tư vào công nghệ tài chính (FinTech) để nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình kinh doanh. Ngân hàng đã phát triển nền tảng ngân hàng trực tuyến và ứng dụng di động với nhiều tính năng tiên tiến, cho phép khách hàng thực hiện giao dịch một cách nhanh chóng và thuận tiện. Điều này giúp tăng cường sự gắn bó của khách hàng và thu hút người dùng mới, nhất là trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ.

DBS đã hợp tác với nhiều công ty FinTech để tích hợp các dịch vụ tài chính mới, như thanh toán điện tử và quản lý đầu tư thông minh. Qua đó, ngân hàng không chỉ mở rộng dịch vụ mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

Thúc đẩy xuất khẩu và tài trợ thương mại. DBS Bank đã chú trọng đến việc hỗ trợ các doanh nghiệp Singapore trong việc mở rộng ra thị trường toàn cầu, đặc biệt là Mỹ. Ngân hàng cung cấp các sản phẩm tài trợ thương mại linh hoạt, giúp doanh nghiệp xuất khẩu dễ dàng tiếp cận nguồn vốn cần thiết để mở rộng hoạt động kinh doanh. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh doanh nghiệp phải đối mặt với sự bất ổn từ chuỗi cung ứng toàn cầu.

DBS đã phát triển các chương trình tư vấn chuyên sâu về thị trường Mỹ, cung cấp thông tin về luật lệ, quy định và xu hướng tiêu dùng tại đây. Các doanh nghiệp có thể tận dụng những thông tin này để xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường hiệu quả hơn.

Xây dựng mạng lưới đối tác toàn cầu. DBS đã chủ động xây dựng mạng lưới đối tác chiến lược với các công ty và tổ chức tài chính quốc tế. Ngân hàng đã hợp tác với các ngân hàng Mỹ và các tổ chức tài chính khác để tăng cường khả năng cung cấp dịch vụ tài chính cho khách hàng tại thị trường Mỹ. Mối quan hệ này không chỉ giúp

ngân hàng mở rộng phạm vi dịch vụ mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Singapore trong việc tiếp cận thị trường.

DBS cũng đã tham gia vào các diễn đàn và hội nghị quốc tế để kết nối với các đối tác và tìm kiếm cơ hội hợp tác mới. Sự hiện diện này giúp ngân hàng nâng cao nhận thức về thương hiệu và tạo dựng mối quan hệ với các khách hàng tiềm năng.

Phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội. DBS đã cam kết thực hiện các hoạt động kinh doanh bền vững, đồng thời tích cực tham gia vào các hoạt động xã hội. Ngân hàng đã triển khai chương trình cho vay ưu đãi cho các dự án bền vững, như năng lượng tái tạo và công nghệ xanh. Qua đó, ngân hàng không chỉ đáp ứng nhu cầu tài chính của doanh nghiệp mà còn góp phần vào việc bảo vệ môi trường.

DBS cũng đã tổ chức các chương trình đào tạo và hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc phát triển bền vững. Ngân hàng hướng dẫn họ áp dụng các tiêu chuẩn môi trường và xã hội trong hoạt động kinh doanh, từ đó nâng cao trách nhiệm xã hội và giảm thiểu rủi ro.

III. Grupo Bimbo, Mexico

Grupo Bimbo là một trong những công ty thực phẩm lớn nhất thế giới, chuyên sản xuất bánh mì và các sản phẩm bánh ngọt, có hoạt động rộng rãi tại Mexico và nhiều quốc gia khác, bao gồm cả Mỹ.

Tăng cường hoạt động xuất khẩu. Grupo Bimbo đã tích cực mở rộng hoạt động xuất khẩu sang thị trường Mỹ, nơi nhu cầu về các sản phẩm thực phẩm chất lượng cao đang tăng lên. Công ty đã đầu tư vào các nhà máy sản xuất tại biên giới Mexico-Mỹ để giảm thiểu thời gian vận chuyển và chi phí logistics. Bằng cách này, Grupo Bimbo có thể cung cấp các sản phẩm mới ra thị trường Mỹ nhanh chóng, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Grupo Bimbo cũng đã phát triển các sản phẩm phù hợp với khẩu vị và nhu cầu dinh dưỡng của người tiêu dùng Mỹ, như các sản phẩm bánh mì nguyên cám và không chứa gluten. Điều này không chỉ giúp công ty mở rộng thị trường mà còn nâng cao thương hiệu của mình tại Mỹ.

Đầu tư vào công nghệ và đổi mới sản phẩm. Grupo Bimbo đã không ngừng đầu tư vào công nghệ hiện đại để tối ưu hóa quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Công ty đã áp dụng công nghệ tự động hóa trong các dây chuyền sản xuất để nâng cao hiệu suất và giảm chi phí sản xuất. Các robot và hệ thống quản lý thông minh giúp Grupo Bimbo giảm thiểu lỗi trong sản xuất và cải thiện độ chính xác trong quy trình. Grupo Bimbo cũng đã đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để đổi mới sản phẩm. Công ty thường xuyên tổ chức các cuộc khảo sát thị trường để tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và phát triển các sản phẩm mới theo xu hướng tiêu dùng. Gần đây, công ty đã giới thiệu các dòng sản phẩm mới như bánh sandwich lạnh mạnh, phục vụ cho nhu cầu ăn kiêng của người tiêu dùng.

Chiến lược bền vững và trách nhiệm xã hội. Grupo Bimbo đã áp dụng các chính sách bền vững trong hoạt động sản xuất và phân phối, nhằm giảm tác động đến môi trường. Công ty đã triển khai các chương trình tiết kiệm năng lượng và sử dụng năng lượng tái tạo tại các nhà máy của mình. Một trong những nhà máy lớn nhất của Grupo Bimbo tại Mexico sử dụng 100% năng lượng tái tạo, giúp giảm lượng khí thải carbon và bảo vệ môi trường. Grupo Bimbo cũng tham gia vào các chương trình trách nhiệm xã hội, hỗ trợ các cộng đồng địa phương nơi công ty hoạt động. Công ty đã tổ chức nhiều hoạt động cộng đồng, như các chương trình giáo dục dinh dưỡng và hỗ trợ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn.

Mở rộng mối quan hệ đối tác quốc tế. Grupo Bimbo đã chủ động xây dựng các mối quan hệ đối tác chiến lược với các nhà cung cấp và phân phối quốc tế. Công ty đã hợp tác với nhiều nhà phân phối lớn tại Mỹ để mở rộng kênh phân phối và tăng cường sự hiện diện trên thị trường. Việc hợp tác này giúp Grupo Bimbo dễ dàng tiếp cận nhiều khách hàng hơn và mở rộng thị phần tại Mỹ. Grupo Bimbo cũng tham gia vào các hiệp hội ngành thực phẩm quốc tế để tạo dựng mạng lưới kết nối và học hỏi từ những kinh nghiệm của các công ty khác trong ngành. Điều này không chỉ giúp công ty nắm bắt xu hướng mới mà còn tạo cơ hội hợp tác trong tương lai.

IV. Jollibee Foods Corporation, Philippines

Jollibee Foods Corporation là một trong những thương hiệu thực phẩm nhanh lớn nhất tại Philippines và đang mở rộng ra thị trường quốc tế.

Tăng cường xuất khẩu và mở rộng thị trường quốc tế. Jollibee đã nắm bắt được cơ hội từ sự dịch chuyển của các chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt là sau chiến tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc. Jollibee đã mở rộng hoạt động kinh doanh tại Mỹ, nơi có một cộng đồng người Philippines lớn và thị trường tiêu thụ tiềm năng. Công ty đã đầu tư vào việc mở các chi nhánh mới tại các thành phố lớn như Los Angeles và New York. Việc này không chỉ giúp Jollibee thâm nhập thị trường Mỹ mà còn nâng cao nhận diện thương hiệu trong cộng đồng người Philippines ở nước ngoài. Jollibee cũng đã ký kết hợp đồng nhượng quyền thương hiệu với nhiều đối tác tại Mỹ và các nước khác để mở rộng quy mô hoạt động. Bằng cách này, công ty đã tăng cường khả năng tiếp cận thị trường mà không cần đầu tư quá nhiều vốn.

Đầu tư vào công nghệ và nâng cao chất lượng dịch vụ. Nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng và tối ưu hóa quy trình hoạt động, Jollibee đã đầu tư mạnh vào công nghệ. Công ty đã triển khai hệ thống đặt hàng trực tuyến và giao hàng tận nơi qua các nền tảng ứng dụng di động. Sự tiện lợi này giúp Jollibee thu hút khách hàng trẻ tuổi, những người thường xuyên sử dụng dịch vụ trực tuyến. Việc này đã mang lại doanh thu tăng trưởng đáng kể, đặc biệt trong bối cảnh dịch COVID-19.

Jollibee cũng đã áp dụng công nghệ tự động hóa trong các quy trình chế biến và phục vụ để cải thiện hiệu suất làm việc. Công ty đã sử dụng robot để thực hiện các công việc đơn giản như chiên gà và làm bánh, giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi của khách hàng.

Cam kết về chất lượng và an toàn thực phẩm. Jollibee luôn chú trọng đến chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm để đáp ứng nhu cầu của khách hàng tại các thị trường khác nhau, đặc biệt là ở Mỹ. Công ty đã thiết lập các tiêu chuẩn chất lượng cao trong quy trình sản xuất và chế biến thực phẩm, bao gồm kiểm tra nguyên liệu đầu vào và quy trình chế biến. Jollibee đã thực hiện các cuộc kiểm tra định kỳ tại các chi nhánh để đảm bảo mọi sản phẩm đều đáp ứng tiêu chuẩn an toàn thực phẩm. Jollibee cũng đã tăng cường truyền thông về nguồn gốc thực phẩm và quy trình chế biến tới khách hàng. Công ty thường xuyên tổ chức các sự kiện giới thiệu sản phẩm và các chương trình truyền thông xã hội để nâng cao nhận thức về chất lượng và độ an toàn của thực phẩm.

Tăng cường quan hệ đối tác quốc tế. Jollibee đã chủ động xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các công ty quốc tế để mở rộng cơ hội kinh doanh. Công ty đã hợp tác với các nhà cung cấp thực phẩm quốc tế để đa dạng hóa nguồn cung và nâng cao chất lượng nguyên liệu đầu vào. Những mối quan hệ này không chỉ giúp công ty giảm thiểu rủi ro trong chuỗi cung ứng mà còn đảm bảo sản phẩm luôn có chất lượng tốt nhất. Jollibee cũng tham gia vào các hiệp hội thương mại quốc tế để tạo dựng mạng lưới kết nối và học hỏi từ những kinh nghiệm của các công ty khác trong ngành thực phẩm. Những sự kiện này giúp Jollibee nắm bắt các xu hướng mới và áp dụng các chiến lược kinh doanh hiệu quả.

V. Khaadi, Pakistan

Công ty Khaadi, một trong những thương hiệu thời trang và sản phẩm dệt may hàng đầu của Pakistan, đã có những chiến lược sáng tạo để tận dụng cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Với sự thay đổi trong cách thức thương mại và đầu tư của các công ty Mỹ, Khaadi đã nắm bắt được xu hướng và nhu cầu của người tiêu dùng, đồng thời phát triển những sản phẩm phù hợp để mở rộng thị trường xuất khẩu.

Đổi mới sản phẩm và thương hiệu. Khaadi đã tập trung vào việc đổi mới sản phẩm và thương hiệu để thu hút khách hàng tại Mỹ. Công ty đã phát triển dòng sản phẩm “Ethnic Chic” kết hợp giữa thiết kế truyền thống của Pakistan và xu hướng thời trang hiện đại. Những sản phẩm này không chỉ thu hút sự chú ý của người tiêu dùng Mỹ mà còn thể hiện văn hóa và nghệ thuật địa phương, từ đó tạo ra sự khác biệt trong thị trường cạnh tranh. Để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao về sản phẩm bền vững, Khaadi đã đầu tư vào việc sản xuất vải hữu cơ và các sản phẩm thân thiện với môi trường. Điều này đã giúp công ty thu hút được những khách hàng Mỹ có ý thức về môi trường và tìm kiếm sản phẩm bền vững.

Tăng cường xuất khẩu sang thị trường mỹ. Khaadi đã chủ động tìm kiếm và mở rộng cơ hội xuất khẩu sang thị trường Mỹ, nơi có nhu cầu cao về sản phẩm thời trang độc đáo và chất lượng. Công ty đã tham gia các hội chợ thương mại quốc tế, như New York Fashion Week, để giới thiệu sản phẩm và xây dựng mối quan hệ với các nhà phân phối và bán lẻ tại Mỹ. Sự hiện diện tại các sự kiện này đã giúp Khaadi có được nhiều hợp đồng hợp tác và tăng cường thương hiệu. Khaadi đã thiết lập quan hệ đối

tác chiến lược với các nhà bán lẻ lớn tại Mỹ, chẳng hạn như Macy's và Nordstrom, để phân phối sản phẩm. Những hợp tác này đã giúp công ty tăng cường khả năng tiếp cận thị trường và mở rộng kênh phân phối hiệu quả.

Đầu tư vào công nghệ mới. Để cải thiện quy trình sản xuất và tiếp cận khách hàng, Khaadi đã đầu tư mạnh vào công nghệ mới. Công ty đã áp dụng công nghệ sản xuất thông minh trong quy trình dệt may, giúp nâng cao hiệu suất sản xuất và giảm thiểu lãng phí. Sử dụng hệ thống quản lý chuỗi cung ứng thông minh giúp Khaadi tối ưu hóa quy trình sản xuất và giao hàng. Khaadi cũng đã phát triển nền tảng thương mại điện tử để bán hàng trực tuyến, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tại Mỹ tiếp cận sản phẩm. Công ty đã cải thiện trải nghiệm mua sắm trực tuyến thông qua việc tối ưu hóa giao diện và dịch vụ khách hàng.

Tập trung vào truyền thông và marketing. Khaadi đã triển khai các chiến lược truyền thông mạnh mẽ để nâng cao nhận diện thương hiệu và quảng bá sản phẩm. Công ty đã sử dụng mạng xã hội như Instagram và Facebook để tương tác với khách hàng và giới thiệu sản phẩm mới. Việc sử dụng hình ảnh sống động và video quảng cáo đã thu hút được sự chú ý của người tiêu dùng Mỹ. Khaadi cũng hợp tác với các influencer và blogger nổi tiếng tại Mỹ để quảng bá sản phẩm. Những bài viết và video của họ đã giúp công ty mở rộng đối tượng khách hàng và tăng cường nhận thức về thương hiệu.

Phát triển bền vững. Khaadi đã cam kết phát triển bền vững trong quy trình sản xuất và cung cấp sản phẩm. Công ty thực hiện chương trình “Khaadi Green” nhằm giảm thiểu tác động đến môi trường. Chương trình này bao gồm việc sử dụng nguồn nguyên liệu tái chế và phát triển các sản phẩm hữu cơ, từ đó tạo ra sự khác biệt trong ngành thời trang tại Mỹ. Khaadi cũng đã thực hiện các chương trình xã hội nhằm hỗ trợ cộng đồng địa phương, từ việc tạo ra việc làm cho người lao động đến việc phát triển các kỹ năng cho các nghệ nhân. Những hoạt động này không chỉ giúp cải thiện cuộc sống của người lao động mà còn tạo dựng hình ảnh thương hiệu tích cực.

VI. Samsung, Hàn Quốc

Trong bối cảnh chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ, nhiều công ty Hàn Quốc đã nắm bắt cơ hội để tối ưu hóa vị thế cạnh tranh của mình. Điển hình trong số đó là Samsung, một tập đoàn đa quốc gia hàng đầu trong lĩnh vực công nghệ và điện tử tiêu dùng.

Đầu tư vào công nghệ và sản xuất. Samsung Electronics đã đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ sản xuất và nghiên cứu phát triển (R&D) để tận dụng cơ hội từ sự thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Công ty này đã mở rộng quy mô sản xuất tại các quốc gia khác ngoài Hàn Quốc, đặc biệt là tại Việt Nam và Ấn Độ.

Tại Việt Nam, Samsung đã xây dựng các nhà máy sản xuất điện thoại di động và linh kiện điện tử. Các cơ sở này không chỉ giúp giảm chi phí sản xuất mà còn tăng cường

khả năng cung ứng nhanh chóng cho thị trường Mỹ, nơi có nhu cầu lớn về sản phẩm công nghệ.

Tại Ấn Độ, Samsung đã khánh thành một nhà máy sản xuất điện thoại thông minh tại Noida, trở thành nhà máy lớn nhất của Samsung trên toàn cầu. Điều này không chỉ giúp giảm thiểu rủi ro trong chuỗi cung ứng mà còn đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường Mỹ và toàn cầu.

Tăng cường hợp tác quốc tế. Samsung cũng đã gia tăng hợp tác với các công ty và tổ chức nghiên cứu tại Mỹ để phát triển công nghệ mới. Sự hợp tác này không chỉ giúp cải thiện sản phẩm mà còn tăng cường vị thế cạnh tranh của Samsung trên thị trường toàn cầu. Samsung đã hợp tác với MIT (Viện Công nghệ Massachusetts) để nghiên cứu và phát triển công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet of Things (IoT). Mục tiêu là tạo ra các sản phẩm thông minh hơn, phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Mỹ và nâng cao chất lượng cuộc sống. Công ty cũng đã tham gia vào các chương trình hợp tác với American National Standards Institute (ANSI) để thiết lập tiêu chuẩn cho các sản phẩm công nghệ, giúp sản phẩm của Samsung dễ dàng thâm nhập vào thị trường Mỹ hơn.

Đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững. Bên cạnh việc tối ưu hóa sản xuất và hợp tác, Samsung còn tập trung vào đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng cao từ thị trường Mỹ về bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Samsung đã đầu tư vào các công nghệ năng lượng tái tạo và phát triển các sản phẩm tiết kiệm năng lượng. Công ty đã cam kết sử dụng 100% năng lượng tái tạo cho các hoạt động tại Mỹ, điều này không chỉ nâng cao hình ảnh thương hiệu mà còn thu hút sự quan tâm từ các nhà đầu tư và người tiêu dùng Mỹ.

Samsung cũng tham gia vào các chương trình phát triển cộng đồng, bao gồm việc hỗ trợ giáo dục STEM (Khoa học, Công nghệ, Kỹ thuật và Toán học) tại các trường học ở Mỹ, nhằm xây dựng hình ảnh tích cực và tạo mối quan hệ tốt đẹp với cộng đồng địa phương.

Điều chỉnh chiến lược kinh doanh. Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu, Samsung đã điều chỉnh chiến lược kinh doanh để phù hợp với xu hướng và nhu cầu của thị trường Mỹ. Công ty đã chú trọng vào các sản phẩm công nghệ cao, đặc biệt là trong lĩnh vực điện thoại thông minh và thiết bị gia dụng thông minh. Samsung đã cho ra mắt dòng sản phẩm Galaxy Z Flip, một chiếc điện thoại thông minh gập lại, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng Mỹ về các sản phẩm đổi mới. Sản phẩm này đã nhận được nhiều phản hồi tích cực và góp phần nâng cao thị phần của Samsung tại Mỹ.

Trong lĩnh vực thiết bị gia dụng, Samsung đã phát triển các sản phẩm như máy giặt và tủ lạnh thông minh, với tính năng kết nối Internet. Những sản phẩm này không chỉ thu hút người tiêu dùng Mỹ mà còn góp phần tăng trưởng doanh thu cho công ty.

VII. Tata Consultancy Services (TCS), Ấn Độ

Tata Consultancy Services (TCS) là một trong những công ty công nghệ thông tin lớn nhất tại Ấn Độ, cung cấp dịch vụ tư vấn, phát triển phần mềm và giải pháp công nghệ cho khách hàng toàn cầu. Trong bối cảnh Mỹ đang thực hiện các chiến lược định hình lại chuỗi giá trị toàn cầu nhằm giảm sự phụ thuộc vào các quốc gia khác và tăng cường sản xuất nội địa, TCS đã có những bước đi chiến lược nhằm tận dụng cơ hội từ xu hướng này.

Chiến lược định hình lại chuỗi giá trị của Mỹ. Mỹ đang cố gắng xây dựng lại chuỗi cung ứng của mình thông qua việc khuyến khích sản xuất nội địa, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ và dịch vụ số. Chính phủ Mỹ đã đưa ra nhiều chính sách để thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp công nghệ thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty trong nước và tìm kiếm đối tác nước ngoài có thể cung cấp dịch vụ hỗ trợ.

TCS đã tận dụng các cơ hội này bằng cách tăng cường hiện diện tại Mỹ thông qua việc mở nhiều văn phòng và trung tâm phát triển ở Mỹ nhằm tăng cường khả năng phục vụ khách hàng và đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của thị trường. Việc này không chỉ giúp TCS tiếp cận gần hơn với khách hàng mà còn giúp công ty giảm thiểu rủi ro về chuỗi cung ứng.

Đầu tư vào công nghệ tiên tiến. TCS đã đầu tư mạnh mẽ vào các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo (AI), máy học và phân tích dữ liệu. Bằng cách cung cấp các giải pháp công nghệ tiên tiến, TCS giúp khách hàng Mỹ tối ưu hóa quy trình kinh doanh và cải thiện hiệu quả hoạt động.

Hợp tác với các công ty Mỹ: TCS đã thiết lập mối quan hệ hợp tác với nhiều công ty lớn tại Mỹ, từ đó cung cấp các dịch vụ và giải pháp tích hợp. Hợp tác này không chỉ giúp TCS mở rộng danh mục dịch vụ mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

TCS đã triển khai hệ thống quản lý ngân hàng BaNCS cho nhiều ngân hàng lớn ở Mỹ, giúp nâng cao hiệu suất và tính cạnh tranh của họ. Đây là một minh chứng cho việc TCS không chỉ cung cấp dịch vụ IT mà còn tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng qua các giải pháp công nghệ hiện đại.

Tuy nhiên, TCS cũng đối mặt với nhiều thách thức trong việc duy trì vị thế của mình tại Mỹ, bao gồm sự cạnh tranh từ các đối thủ trong nước và quốc tế, cũng như các quy định pháp lý khắt khe.

Triển vọng cho TCS vẫn rất khả quan. Với chiến lược phát triển rõ ràng và sự đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ, TCS có khả năng tiếp tục mở rộng thị trường và gia tăng doanh thu tại Mỹ. Việc củng cố quan hệ đối tác và tập trung vào đổi mới sáng tạo sẽ giúp TCS khẳng định vị thế của mình trong chuỗi giá trị toàn cầu.

VIII. Top Glove Corporation Berhad, Malaysia

Top Glove Corporation Berhad là một trong những nhà sản xuất găng tay cao su lớn nhất thế giới. Với sự gia tăng nhu cầu về găng tay y tế, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19, Top Glove đã áp dụng nhiều chiến lược để mở rộng thị trường và tối ưu hóa chuỗi cung ứng của mình.

Mở rộng sản xuất và xuất khẩu. Top Glove đã tập trung vào việc tăng cường năng lực sản xuất để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng từ thị trường Mỹ và toàn cầu. Công ty đã đầu tư mạnh vào việc xây dựng thêm nhà máy sản xuất tại Malaysia, giúp tăng công suất sản xuất găng tay từ 70 tỷ đôi mỗi năm lên 100 tỷ đôi. Việc mở rộng này không chỉ giúp đáp ứng nhu cầu từ thị trường nội địa mà còn phục vụ cho thị trường xuất khẩu, đặc biệt là Mỹ, nơi có nhu cầu cao về găng tay y tế. Top Glove cũng đã hợp tác với các nhà phân phối tại Mỹ để mở rộng mạng lưới phân phối sản phẩm. Sự hợp tác này cho phép công ty dễ dàng đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhanh chóng và hiệu quả hơn, từ đó gia tăng thị phần tại thị trường này.

Đầu tư vào công nghệ và đổi mới. Để tối ưu hóa quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm, Top Glove đã đầu tư vào công nghệ tiên tiến và đổi mới sản phẩm. Công ty đã áp dụng công nghệ tự động hóa trong dây chuyền sản xuất để giảm thiểu chi phí lao động và tăng hiệu suất sản xuất. Việc sử dụng robot trong quá trình sản xuất giúp giảm thiểu lỗi và đảm bảo chất lượng sản phẩm cao hơn. Top Glove cũng chú trọng đến việc phát triển các dòng sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Công ty đã giới thiệu các sản phẩm găng tay không chứa bột, găng tay phẫu thuật và găng tay y tế với nhiều kích cỡ và chất liệu khác nhau, phù hợp với nhu cầu của khách hàng Mỹ.

Chính sách bền vững và trách nhiệm xã hội. Top Glove đã triển khai nhiều chính sách nhằm đảm bảo phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội trong hoạt động sản xuất của mình. Công ty đã cam kết sử dụng nguyên liệu từ các nguồn bền vững và đảm bảo quy trình sản xuất thân thiện với môi trường. Top Glove đã áp dụng các biện pháp tiết kiệm năng lượng và giảm thiểu chất thải trong quy trình sản xuất, góp phần bảo vệ môi trường. Top Glove cũng đã tham gia vào các hoạt động xã hội, như hỗ trợ cộng đồng trong thời gian đại dịch COVID-19. Công ty đã quyên góp găng tay và sản phẩm y tế cho các bệnh viện và cơ sở y tế, nhằm giúp đỡ những người đang gặp khó khăn.

Đa dạng hóa thị trường và tăng cường quan hệ đối tác. Top Glove đã chủ động tìm kiếm cơ hội mới trên các thị trường khác nhau và xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược. Ngoài thị trường Mỹ, Top Glove đã mở rộng hoạt động xuất khẩu sang các thị trường khác như Châu Âu, Châu Á và Nam Mỹ. Việc đa dạng hóa thị trường giúp công ty giảm thiểu rủi ro từ những biến động trong một thị trường cụ thể. Top Glove cũng đã ký kết hợp đồng với các tổ chức y tế và chính phủ ở nhiều quốc gia để cung cấp găng tay y tế. Những hợp đồng này không chỉ tạo ra nguồn doanh thu ổn định mà còn củng cố vị thế của công ty trên thị trường quốc tế.

IX. Toyota, Nhật Bản

Trong bối cảnh chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ, nhiều công ty Nhật Bản đã tích cực điều chỉnh chiến lược kinh doanh của mình để tận dụng những cơ hội mới. Một trong những công ty tiêu biểu trong việc này là Toyota Motor Corporation, một trong những nhà sản xuất ô tô lớn nhất thế giới.

Tăng cường đầu tư và sản xuất tại bắc mỹ. Toyota đã đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở sản xuất tại Bắc Mỹ để giảm thiểu rủi ro từ các chính sách thương mại và tăng cường khả năng phục vụ nhu cầu của thị trường Mỹ. Toyota đã công bố kế hoạch đầu tư khoảng 1,29 tỷ USD vào nhà máy sản xuất tại Kenton, Kentucky để mở rộng sản xuất các mẫu xe điện (EV). Điều này không chỉ giúp Toyota nâng cao khả năng cạnh tranh trong lĩnh vực xe điện mà còn đảm bảo rằng sản phẩm của họ được sản xuất gần gũi với thị trường tiêu thụ lớn nhất của mình. Công ty cũng đã mở một nhà máy sản xuất mới tại Baja California, Mexico, nơi sản xuất linh kiện ô tô và các sản phẩm liên quan. Việc này giúp Toyota giảm thiểu chi phí vận chuyển và thời gian giao hàng cho các nhà máy lắp ráp ở Mỹ.

Đổi Mới Công Nghệ và Nâng Cao Chất Lượng Sản Phẩm. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao từ thị trường Mỹ, Toyota đã đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển (R&D) công nghệ mới nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm. Toyota đã công bố hợp tác với Mỹ và các trường đại học để nghiên cứu phát triển công nghệ pin cho xe điện, tập trung vào việc cải thiện hiệu suất và độ bền của pin. Sự hợp tác này không chỉ giúp Toyota nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn thúc đẩy sự đổi mới trong ngành công nghiệp ô tô.

Công ty cũng đã triển khai chương trình Toyota Production System (TPS) tại các nhà máy ở Bắc Mỹ, nhằm tối ưu hóa quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. TPS tập trung vào việc giảm lãng phí và cải thiện hiệu suất, từ đó giúp Toyota giữ vững danh tiếng về chất lượng.

Thích ứng với thay đổi trong chính sách thương mại. Trong bối cảnh chiến tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc, Toyota đã điều chỉnh chiến lược thương mại của mình để giảm thiểu rủi ro và tận dụng các cơ hội từ việc chuyển hướng chuỗi cung ứng. Toyota đã chuyển một phần sản xuất linh kiện từ Trung Quốc sang các quốc gia Đông Nam Á như Việt Nam và Thái Lan. Việc này không chỉ giảm thiểu rủi ro liên quan đến thuế quan mà còn đảm bảo nguồn cung linh kiện ổn định cho các nhà máy tại Mỹ.

Công ty cũng đã tăng cường hợp tác với các nhà cung cấp nội địa tại Mỹ, nhằm giảm thiểu thời gian vận chuyển và chi phí. Điều này giúp Toyota duy trì hoạt động sản xuất liên tục và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường.

Đẩy mạnh chính sách bền vững. Trong khi phát triển kinh doanh, Toyota cũng chú trọng đến các mục tiêu bền vững và trách nhiệm xã hội. Công ty đã cam kết đầu tư vào công nghệ xanh và giảm thiểu tác động môi trường. Toyota đã đặt mục tiêu trở thành một công ty không phát thải khí nhà kính vào năm 2050. Công ty đang phát

triển các mẫu xe chạy bằng hydro và điện với mục tiêu giảm lượng khí thải CO2 từ các sản phẩm của mình. Công ty cũng đã tham gia vào các dự án cộng đồng tại Mỹ, bao gồm các chương trình giáo dục về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, nhằm tạo dựng hình ảnh tích cực trong cộng đồng và tăng cường mối quan hệ với khách hàng.

X. TSMC, Đài Loan

Công ty Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSMC), một trong những nhà sản xuất chip bán dẫn hàng đầu thế giới, đã tận dụng hiệu quả các cơ hội từ chiến lược định hình lại các chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ, đặc biệt trong bối cảnh Mỹ đang cố gắng tăng cường sản xuất nội địa và giảm phụ thuộc vào chuỗi cung ứng từ Trung Quốc. Dưới đây là những chiến lược mà TSMC áp dụng.

Đầu tư vào năng lực sản xuất tại mỹ. TSMC đã quyết định đầu tư mạnh vào việc thiết lập nhà máy sản xuất tại Mỹ, một bước đi quan trọng trong chiến lược mở rộng sản xuất và giảm thiểu rủi ro từ chuỗi cung ứng toàn cầu. Năm 2020, TSMC thông báo sẽ đầu tư 12 tỷ USD để xây dựng nhà máy sản xuất chip tại Arizona. Nhà máy này dự kiến sẽ đi vào hoạt động vào năm 2024, với khả năng sản xuất chip 5 nanomet, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng từ các công ty công nghệ lớn như Apple và Qualcomm. Đầu tư này không chỉ giúp TSMC củng cố vị thế trên thị trường Mỹ mà còn tạo ra hàng nghìn việc làm cho người dân địa phương. TSMC cũng đã hợp tác với các tổ chức giáo dục địa phương để phát triển chương trình đào tạo nhân lực cho ngành công nghiệp bán dẫn, từ đó cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho nhà máy tại Arizona.

Tăng cường quan hệ đối tác chiến lược. TSMC đã chủ động xây dựng quan hệ đối tác với các công ty công nghệ lớn tại Mỹ, nhằm mở rộng thị trường và tăng cường khả năng cạnh tranh. TSMC đã ký hợp đồng với Apple để sản xuất chip cho các sản phẩm như iPhone và iPad. Hợp tác này không chỉ giúp TSMC tăng doanh thu mà còn giúp Apple giảm phụ thuộc vào các nhà cung cấp chip từ Trung Quốc. Ngoài Apple, TSMC còn hợp tác với các công ty như NVIDIA và AMD, cung cấp chip cho các sản phẩm công nghệ cao như card đồ họa và máy chủ. Những quan hệ đối tác này giúp TSMC mở rộng thị trường và gia tăng vị thế trong ngành công nghiệp bán dẫn.

Đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng sản phẩm. Để duy trì vị thế cạnh tranh, TSMC đã đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) nhằm cải tiến công nghệ và chất lượng sản phẩm. TSMC đã đầu tư khoảng 3 tỷ USD vào nghiên cứu và phát triển công nghệ sản xuất chip mới trong năm 2021. Công ty đã phát triển thành công công nghệ 3 nanomet, giúp cải thiện hiệu suất và tiết kiệm năng lượng cho các sản phẩm chip. TSMC cũng đã triển khai quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, giảm thiểu lượng khí thải và chất thải trong quá trình sản xuất chip. Những nỗ lực này không chỉ đáp ứng yêu cầu về bền vững từ khách hàng mà còn tạo ra hình ảnh tích cực cho công ty trên thị trường toàn cầu.

Tích cực tham gia các chính sách kinh tế của chính phủ Mỹ. TSMC đã chủ động tham gia vào các chính sách kinh tế của chính phủ Mỹ, nhằm tạo thuận lợi cho việc mở rộng sản xuất và thu hút đầu tư. TSMC đã tích cực tham gia vào các chương trình hỗ trợ từ chính phủ Mỹ, như Đạo luật CHIPS, nhằm nhận được các ưu đãi thuế và hỗ trợ tài chính cho việc đầu tư vào sản xuất chip tại Mỹ. Công ty cũng đã hợp tác với các tổ chức chính phủ để phát triển chính sách và chiến lược nhằm tăng cường năng lực sản xuất chip ở Mỹ, giúp đảm bảo an ninh chuỗi cung ứng cho quốc gia.

THÔNG DIỆP CUỐI

Các chính sách của chính phủ Hoa Kỳ ảnh hưởng đáng kể đến các vấn đề toàn cầu. Tóm tắt chính sách này tập trung vào bảy chính sách quan trọng của Hoa Kỳ mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể tham khảo cho việc tìm kiếm các cơ hội kinh doanh. Cơ hội và thách thức được thể hiện ở ba vấn đề: thương mại, đầu tư và công nghệ như sau:

1. Thương Mại

Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn khi Mỹ thúc đẩy tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt là thông qua chiến tranh thương mại với Trung Quốc và các chính sách như: Đạo luật Giảm lạm phát và Khung kinh tế Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương. Những thay đổi này tạo ra những khoảng trống mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng gồm:

Tăng cường xuất khẩu. Với sự giảm sút trong xuất khẩu của Trung Quốc sang Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam có thể gia tăng xuất khẩu các sản phẩm như dệt may, giày dép, điện tử và đồ gỗ. Việt Nam có thể tận dụng các ưu đãi từ các thỏa thuận thương mại để thúc đẩy các mặt hàng có lợi thế so sánh.

Đa dạng hóa thị trường. Khung kinh tế IPEF mang đến cơ hội cho Việt Nam để cải thiện khả năng tiếp cận thị trường và mở rộng hợp tác với các quốc gia khác, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ, năng lượng sạch, và sản xuất công nghiệp.

Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam cũng phải đối mặt với một số thách thức khi cạnh tranh trên thị trường quốc tế:

Tuân thủ các tiêu chuẩn cao cấp. Để tiếp cận thị trường Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam phải đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng và môi trường. Các tiêu chuẩn này bao gồm các quy định về lao động, bảo vệ môi trường, và nguồn gốc sản phẩm, đòi hỏi sự đầu tư lớn về công nghệ và quản lý.

Nguy cơ bị trừng phạt. Do mối quan hệ kinh tế sâu rộng với Trung Quốc, Việt Nam cần thận trọng trong việc tránh các lệnh trừng phạt từ Mỹ liên quan đến nguồn gốc sản phẩm hoặc các quy định về hàng hóa có yếu tố Trung Quốc.

2. Đầu Tư



Việt Nam đang trở thành điểm đến đầu tư hấp dẫn cho các doanh nghiệp Mỹ trong bối cảnh Mỹ đẩy mạnh sản xuất trong nước và tìm kiếm các đối tác đầu tư ở nước ngoài. Một số cơ hội đầu tư quan trọng gồm:

Thu hút đầu tư nước ngoài. Chính phủ Việt Nam có thể tận dụng các chính sách như Đạo luật Giảm lạm phát (IRA) và Sắc lệnh Hành pháp về Chuỗi cung ứng của Mỹ để khuyến khích đầu tư vào các lĩnh vực năng lượng sạch, công nghệ cao, và cơ sở hạ tầng. Các ưu đãi về thuế và hỗ trợ đầu tư có thể thu hút các doanh nghiệp Mỹ tìm kiếm các cơ sở sản xuất mới.

Thúc đẩy quan hệ đối tác công tư (PPP). Để tham gia vào các dự án lớn của Mỹ về cơ sở hạ tầng và năng lượng, các doanh nghiệp Việt Nam có thể thiết lập các quan hệ đối tác công tư với các công ty Mỹ. Điều này giúp tăng cường năng lực đầu tư, tiếp cận công nghệ tiên tiến và mở rộng mạng lưới kinh doanh.

Dù cơ hội đầu tư có nhiều tiềm năng, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải đối mặt với một số thách thức:

Năng lực cạnh tranh hạn chế. Các doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt là trong các ngành công nghệ cao và sản xuất tiên tiến, để thu hút đầu tư. Sự hạn chế về cơ sở hạ tầng và lao động có kỹ năng cao cũng là rào cản lớn.

Tuân thủ các quy định đầu tư nghiêm ngặt. Các chính sách đầu tư của Mỹ, như quy định "Mua hàng Mỹ" hoặc các tiêu chuẩn về bền vững, có thể tạo ra những khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam muốn tham gia vào các dự án do Mỹ tài trợ.

3. Công Nghệ

Công nghệ là một trong những lĩnh vực quan trọng trong mối quan hệ hợp tác giữa Mỹ và Việt Nam, đặc biệt là trong bối cảnh Mỹ thúc đẩy sản xuất công nghệ cao và giảm sự phụ thuộc vào Trung Quốc.

Phát triển các ngành công nghệ cao. Các chính sách như Đạo luật CHIPS và Khoa học của Mỹ khuyến khích sản xuất công nghệ cao và các sản phẩm liên quan đến bán dẫn. Điều này tạo cơ hội cho Việt Nam phát triển các ngành công nghệ tiên tiến như sản xuất linh kiện điện tử, năng lượng tái tạo và thiết bị y tế.

Chuyển giao công nghệ. Hợp tác với các công ty công nghệ Mỹ có thể giúp các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận các công nghệ tiên tiến, từ đó nâng cao năng lực đổi mới và cải thiện sản phẩm. Các chính sách như IPEF và Đối tác Chiến lược Toàn diện Mỹ-Việt cung cấp nền tảng cho việc chia sẻ công nghệ và hợp tác trong nghiên cứu và phát triển.

Dù cơ hội trong lĩnh vực công nghệ là rất lớn, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn đối diện với nhiều thách thức:

Năng lực nghiên cứu và phát triển còn yếu. Việt Nam cần đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu và phát triển, cũng như nâng cao chất lượng giáo dục, đặc biệt là trong các lĩnh vực STEM, để tăng cường khả năng tiếp cận và phát triển công nghệ mới.

Cạnh tranh quốc tế khốc liệt. Trong các ngành công nghệ cao, Việt Nam phải cạnh tranh với các nước khác như Hàn Quốc, Đài Loan và Ấn Độ, nơi có nền công nghiệp công nghệ phát triển mạnh mẽ và được đầu tư lớn.

Tóm lại, các doanh nghiệp Việt Nam đang có nhiều cơ hội để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của Mỹ. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các cơ hội này, các doanh nghiệp cần phải vượt qua các thách thức về nâng cao năng lực cạnh tranh, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế và cải thiện năng lực đổi mới sáng tạo. Các chính sách hỗ trợ của Nhà nước và hợp tác với các đối tác quốc tế là yếu tố quan trọng cho thành công.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Anzenbacher, A., & Wagner, M. (2020). The role of công ty exploration and exploitation for innovation success: Effects of business models on organizational ambidexterity in the semiconductor industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 571-594.
- Aspen Pharmacare. (2023). Strategic partnerships and distribution. Aspen Pharmacare Investor Presentations.
- Bitron Group History (2024). Electromechanics & Electronics Devices and Systems | Bitron Bitron.
- BL Mumbai Bureau. (2023). Tata Projects bags contract to build Micron's \$2.75 billion semiconductor plant in Gujarat. *The Hindu Business Line*. Bond, S. (2024). China's influence operations against the U.S. are bigger than TikTok. NPR;
- Các website của Amazon, Apple, Costco, CP, DBS Bank, Grupo Bimbo, Jollibee Foods, Khaadi, Nike, Samsung, TSC, Top Glove, Toyota, TSMC, Walmart, Weee!
- Cassiman, B., Di Guardo, M. C., & Valentini, G. (2009). Organising R&D projects to profit from innovation: Insights from co-opetition.
- Chính phủ Mỹ. (2024). Các đạo luật liên quan đến bảo chính sách
- Enterprise Africa. (2023). Global growth continues for SA powerhouse. *Enterprise Africa*.
- Entrepreneur Staff. (2024). Tata Electronics and ASMPT forge strategic partnership to bolster India's semiconductor ecosystem. *Entrepreneur India*.
- Equitymaster. (2024). Which Tata Group company will manufacture semiconductors? *Equitymaster*.
- Greiner, L. (2024). Fab wars: Intel, Tata Group, CG Power all launch foundry plans. *IT World Canada*.
- Grupo Bimbo. (2024). Diversity, equity, and belonging.
- Grupo Bimbo. (n.d.). Grupo Bimbo.
- Kauppila, O. P. (2010). Creating ambidexterity by integrating and balancing structurally separate interorganizational partnerships. *Strategic Organization*, 8(4), 283-312.
- Masipa, M. (2023). How Aspen Pharmacare Name.
- McGregor, J. (2024). It is time to take Intel seriously as a chip foundry. *Forbes*.
- Mishra, S., & Jani, N. (2024). The dawn of India's semiconductor era. *The Diplomat*.
- Oracle Chosen as TikTok's Secure Cloud Provider. (2020). *Oracle.com*.
- PETRONAS. (2024). Partners & stakeholders: Malaysia E&P. PETRONAS.
- Powerchip Semiconductor Manufacturing Company. (2024). Tata joins hands with PSMC to build India's first 12-inch fab.
- Rekhi, D. (2024). Tata Electronics begins export of semiconductor chip samples from Bengaluru centre. *The Economic Times*.
- Republic of Turkey Energy Market Regulatory Authority (EMRA). (2022). Zorlu Enerji's role in Turkey's renewable energy market.

Sopel, A. (2024). WHO and TikTok to collaborate on more science-based information on health and well-being. Who.int; World Health Organization: WHO.

Sun Pharma (2024). Business Development, TikTok corporate social responsibility: TikTok's CSR: Inspiring Social Entrepreneurship in the Digital Age. (2024, June 20). FasterCapital.

TOI Business Desk. (2024). Boost for India's semiconductor prowess! Tata Electronics starts exporting chip samples to partners in Japan, US, Europe. Times of India.

Zorlu Enerji. (2023). Annual report 2023. Zorlu Enerji.