

Nhận thức hội nhập kinh tế quốc tế của doanh nghiệp Việt Nam

NGUYỄN THỊ HIÊN & TRẦN THỊ THANH LAN

Viện IRED

Nhận bài: 15/03/2016 – Duyệt đăng: 30/08/2016

Tóm tắt

Có thể nói năm 2015 là năm bước ngoặt của VN trong hội nhập kinh tế quốc tế với hai sự kiện quan trọng là đàm phán thành công Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và chính thức ra mắt Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC). Câu hỏi đặt ra là DNVN nhận thức như thế nào về hội nhập kinh tế và đâu là những nhân tố tác động đến nhận thức hội nhập của DNVN? Kết quả nghiên cứu nhằm cung cấp cơ sở dữ liệu khách quan và khoa học giúp định vị nhận thức hội nhập của DNVN, thúc đẩy DN tìm hiểu và chuẩn bị để có thể tận dụng được những cơ hội và vượt qua những thách thức mà hội nhập mang lại. Bằng phương pháp nghiên cứu khảo sát trực tiếp và phỏng vấn qua email một số đại diện của DNVN, kết quả cho thấy phần lớn DNVN chưa sẵn sàng hội nhập, nhận thức về các nội dung hội nhập kinh tế còn rất hạn chế. Truyền thông là yếu tố quan trọng tác động đến cách nhận thức của DN hiện nay.

Từ khóa: Nhận thức hội nhập, hội nhập kinh tế quốc tế, doanh nghiệp VN.

Abstract

The year of 2015 has been considered as a turning-point of the Vietnamese business community in terms of its international economic integration featured by the two important events: the successful negotiation for entering the Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement (TPP) and the official inauguration of the ASEAN Economic Community (AEC). The question is that how Vietnamese businesses have been aware of international economic integration and what factors have affected their awareness of it? The study aimed to provide objective and scientific evidences helping get insights into their awareness of the international economic integration, then stimulate them to learn further and well prepare themselves for making full use of the advantages and for overcoming challenges derived from the integration. A survey instrumented by questionnaires and interviews with purposively selected businesses was conducted. The findings revealed that most of the Vietnamese businesses were not ready for integrating into international economy and that their awareness on key contents of agreements committed by Vietnam were limited. The research also showed that mass media was the most crucial factor impacting their awareness on the integration.

Keywords: Integration, cognitive integration, international economic integration.