**NGHIÊN CỨU VÀ SO SÁNH PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ PHÂN PHỐI VÀ CAM KẾT CỦA VIỆT NAM KHI GIA NHẬP WTO (kì II)**

**1.2.2 Sau khi gia nhập WTO**

# *1.2.2.1 Cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực đại lý ủy quyền*

Theo WTO thì dịch vụ đại lý ủy quyền chỉ bao gồm một hình thức duy nhất là dịch vụ đại lý ủy quyền theo danh mục W/120 của tổ chức thương mại thế giới, theo đó bên đại lý tiến hành các giao dịch theo sự ủy nhiệm (thay mặt) người khác. Ví dụ: họ bán những mặt hàng được cung cấp và thông thường những mặt hàng này thuộc sở hữu của người khác cho những người bán buôn, bán lẻ hoặc cá nhân (Nguyên văn tiếng Anh trong Tài liệu W/37 về dịch vụ phân phối viết: Commission agents are distinguished from the other categories in that they trade on behalf of others, i.e they sell products that are supplied and usually owned by others to retailers, wholesalers or other individuals)

Các cam kết của Việt Nam trong lĩnh cực đại lý ủy quyền được tóm tắt như sau:

1. Các nguyên tắc tiếp cận thị trường

Việt Nam chưa cam kết cung cấp dịch vụ đại lý ủy quyền theo phương thức (1) Cung cấp qua biên giới, tức là Việt Nam có quyền áp đặt các rào cản thương mại đối với giao dịch thông qua phương thức này ngoại trừ hai ngoại lệ đó là phân phối các sản phẩm phục vụ nhu cầu cá nhân và phân phối các phần mềm máy tính hợp pháp phục vụ nhu cầu cá nhân hoặc vì mục đích thương mại

Việc thực hiện theo phương thức (2) Tiêu dùng ở nước ngoài, Chính phủ Việt Nam không hạn chế việc thương nhân Việt Nam sử dụng dịch vụ đại lý ủy quyền tại nước ngoài

Phương thức (3) Hiện diện thương mại. Đối với phương thức này Chính phủ Việt Nam xây dựng một lộ trình hội nhập, rào cản thương mại theo chiều ngang, hạn chế sở hữu vốn cụ thể như sau:

* Đối với doanh nghiệp nước ngoài lần đầu tham gia thị trường dịch vụ phân phối Việt Nam thì phải thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam và tỷ lệ vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49% kể từ ngày 01/01/2008, hạn chế vốn góp 49% sẽ được bãi bỏ, kể từ ngày 01/01/2009 không hạn chế
* Về giới hạn nhóm sản phẩm này được quyền kinh doanh phân phối, khi doanh nghiệp có vốn nước ngoài tham gia kinh doanh lĩnh vực phân phối thì bị giới hạn khỏi các sản phẩm sau: xi măng và clinke; lốp, giây, máy kéo, phương tiện cơ giới, ô tô con và xe máy, thiết bị nghe nhìn, rượu và phân bón. Trong đó, đối với máy kéo, phương tiện cơ giới, ô tô con và xe máy thì giới hạn này bị bãi bỏ từ 01/01/2009. Trong vòng 03 năm kể từ ngày gia nhập, có nghĩa là sau thời điểm 11/01/2010, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực phân phối (bán buôn,bán lẻ, dịch vụ đại lý ủy quyền) được phép cung cấp dịch vụ phân phối cho tất cả các sản phẩm sản xuất và nhập khẩu hợp pháp tại Việt Nam
* Với phương thức (4) hiện diện thể nhân, Việt Nam chưa cam kết trừ các cam kết chung, có nghĩa là Việt Nam đồng ý các cam kết liên quan đến dịch vụ độc quyền
1. Đối xử quốc gia

Việc cung cấp dịch vụ đại lý ủy quyền theo phương thức (1) cung cấp qua biên giới chưa cam kết, ngoại trừ biện pháp tương tự tiếp cận thị trường, nghĩa là Chính phủ Việt Nam duy trì quyền áp dụng các rào cản, hạn chế đối xử quốc gia đối với việc cung cấp dịch vụ từ một thương nhân nước ngoài vào thị trường trong nước nhằm bảo vệ các nhà cung cấp dịch vụ nội địa

Đối với phương thức (2) tiêu dùng ở nước ngoài và phương thức (3) hiện diện thương mạu, không hạn chế, có nghĩa là Chính phủ Việt Nam cam kết áp dụng đầy đủ nguyên tắc WTO bao gồm cả nguyên tắc cơ bản và nguyên tắc đổi xử quốc gia, theo đó sẽ không có chính sách thương mại phân biệt đổi xử giữa các doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài

Đối với phương thức (4) hiện diện thể nhân, chưa cam kết, ngoại trừ những nguyên tắc chung, có nghĩa là Chính phủ Việt Nam bảo lưu quyền áp dụng các rào cản ngăn cản các thể nhân (cá nhân) đến từ quốc gia thành viên cung cấp dịch vụ đại lý ủy quyền tại Việt Nam

# *1.2.2.2 Quan niệm về bán buôn trong hệ thống ngành kinh tế Việt Nam và quan niệm của WTO về bán buôn*

Theo cách hiểu thông thường nhất “bán buôn” là cầu nối trung gian, mua hàng hóa của người sản xuất hay người bán buôn khác để bán lại cho người bán lẻ

Tuy nhiên ranh giới giữa bán buôn và bán lẻ rất khó phân biệt

Quyết định 10/2007/QĐ-TTg ngày 23/01/2007 của Thủ tướng chính phủ và chi tiết hóa bởi Quy định 337/2007/QĐ-BKHĐT ngày 10/4/2007 của Bộ trưởng Bộ kế hoạch đầu tư là văn bản có tính pháp lý duy nhất hiện nay có liên quan đến quan niệm bán buôn và bán lẻ

Người bán buôn, bên cạnh việc bán hàng có thể cung cấp thêm một số dịch vụ phụ trợ mà chúng ta xem những dịch vụ này không làm thay đổi bản chất hàng hoá như lắp ráp, phân loại, chia nhỏ hàng hóa…

Nội dung cam kết của bán buôn hoàn toàn tương tự như cam kết với dịch vụ đại lý ủy quyền

Một số cam kết WTO của các quốc gia khá về dịch vụ bán buôn. Các sản phẩm loại trừ tự do bán buôn được cam kết:

- Hoa Kỳ: sung và thiết bị quân sự;

- EU: vũ khí, hóa phẩm, chất nổ và kim loại quý;

- Nhật Bản: dầu mỏ và các chế phẩm dầu mỏ, gạo, thuốc lá, muối, nước uống có cồn và những hàng hóa được cung cấp tại thị trường bán buôn, ví dụ như thị trường được thành lập theo sự đồng ý của chính phủ trung ương hoặc địa phương cho phép làm dịch vụ đại lý ủy quyền và dịch vụ bán buôn đối với thực phẩm, bao gồm rau, quả, đồ biển, thịt các thực phẩm hàng ngày khác, các loại hoa, với phòng đấu giá hoặc đấu thầu, chỗ để xe và các tiện ích khác cho việc buôn bán và tiêu hủy những hàng hóa nói trên và hoạt động lâu dài

 - Hàn Quốc: các loại vũ khí cháy nổ, guơm, các tác phẩm nghệ thuật và đồ cổ, sự thiết lập hoạt động và dịch vụ phân phối tại các thị trường bán buôn cộng với các sản phẩm nông nghiệp, cá tôm và gia súc, gia cầm, gia cầm là những sản phẩm được cơ quan địa phương có thẩm quyền thị trường bán buôn chính thức chỉ định

-Ba Lan: nước uống có cồn các loại, các sản phẩm thuốc lá, dược phẩm và các loại thuốc, các trang thiết bị chỉnh hình và phẫu thuật

-Mê-hi-cô: các nguyên liệu từ xăng, than đá, vỏ đạn, đạn dược, phương tiện cơ giới, linh kiện và phụ tùng của phương tiện cơ giới

Tiêu biểu trong nhóm loại trừ này chính là Nhật Bản và Hàn Quốc là hai quốc gia thực hiện việc loại bỏ cam kết không áp dụng những rào cản thương mại hay hạn chế đối xử đối với việc tham gia của các thương nhân nước ngoài vào thị trường bán buôn công cộng của mình

Như vậy, xét ở góc độ chung nhất với tư cách là một quốc gia đang phát triển, với nền kinh tế thị trường còn non trẻ, nội dung những cam kết WTO mà Chính phủ Việt Nam xác lập, trong lĩnh vực buôn bán nói riêng và dịch vụ phân phối nói chung gần như là tương đương với các quốc gia phát triển khác

Cách thức Chính phủ Việt Nam thực hiện điều chỉnh bán buôn:

* Đối với khu vực trong nước, ban hành trình tự thủ tục cấp phép về đầu tư, nhấn mạnh theo vốn, theo lĩnh vực ngành nghề và theo địa bàn nhằm tránh đầu tư dàn trải thay vì chỉ thực thi khuyến khích đầu tư trong nước như trước đây như sự thay thế của Luật đầu tư năm 2014
* Đối với khu vực nước ngoài, tiếp tục duy trì thủ tục cấp phép với nhà đầu tư lần đầu gia nhập thị trường, đòng thời áp dụng nguyên tắc ưu tiên áp dụng các cam kết quốc tế, đồng thời nhà đầu tư nước ngoài được bình đẳng như nhà đầu tư Việt Nam trong một số lĩnh vực đầu tư có điều kiện nếu nhà đầu tư Việt Nam giữ nguyên kiểm soát vốn. Bên cạnh đó, xóa bỏ các phân biệt về chính sách thuế và chính sách khác giữa doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và doanh nghiệp trong nước
* Luật doanh nghiệp 2014: mô hình tổ chức, các quy định về sáp nhập, giải thể, tổ chức lại doanh nghiệp được áp dụng không chỉ cho đối tượng là doanh nghiệp trong nghiệp, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài mà cả thành phần kinh tế quốc doanh

Luật doanh nghiệp cũng xác lập thời gian chuyển tiếp 02 năm để các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã và đang hoạt động theo mô hình cũ được quyền lựa chọn việc chuyển thực hiện chuyển đổi sang mô hình mới hoặc tiếp tục hoạt động cho đến khi hết thời gian dự án

* Luật cạnh tranh 2004 áp dụng chung cho hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh (sau đây gọi chung là doanh nghiệp) bao gồm cả doanh nghiệp sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ công ích, doanh nghiệp hoạt động trong các ngành, lĩnh vực thuộc độc quyền nhà nước và doanh nghiệp nước ngoài hoạt động ở Việt Nam và cả Hiệp hội ngành nghề

# *1.2.2.3 Quan niệm về bán lẻ trong hệ thống ngành kinh tế Việt Nam và quan niệm của WTO về bán lẻ*

1. Quan niệm về bán lẻ trong hệ thống ngành kinh tế Việt Nam

Định nghĩa về bán lẻ được quy định trong Hệ thồng ngành kinh tế tại mã ngành 47, nhóm mã cấp 2, như sau:

“Bán lẻ là hoạt động bán lại (không làm biến đổi hàng hóa) hàng hóa loại mới và loại đã qua sử dụng cho cộng đồng, cho tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình hoặc tiêu dùng xã hội, được thực hiện ở các cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tổng hợp, trung tâm thương mại, quầy hàng, sạp bán hàng, cửa hàng nhận đặt và trả hàng qua bưu điện, hợp tác xã mua bán, bán hàng lưu động hoặc tại chợ”

Trên cơ sở định nghĩa này bán lẻ được phân định cụ thể thành:

* Bán lẻ tại các cửa hàng, nhóm 471(Bán lẻ trong các cửa hàng kinh doanh tổng hợp) đến 477 (Bán lẻ hàng hóa khác trong các cửa hàng chuyên doanh). Sau đó, trên cơ sở chủng loại hàng hóa mà người ta tiếp tục phân chia những ngành thành ngành cấp IV, cấp V căn cứ vào sản phẩm được bán
* Bán lẻ không ở cửa hàng được phân vào các nhóm 478: Bán lẻ lưu động hoặc bán tại chợ, sạp hàng, ki-ốt, quầy hàng tại chợ hoặc quầy, sạp lưu động và 479: Bán lẻ hình thức khác, loại trừ bán lẻ tại cửa hàng, lưu động hoặc tại chợ, ví dụ như nhận đặt hàng qua bưu điện, internet, trả hàng tại nhà, máy bán hàng tự động

Tương tự như bán buôn, một số hoạt động gia công (bằng thủ công hay bằng máy) như phân loại, bảo quản, đóng gói hàng hóa, lắp ráp thiết bị, đồ dùng gia đình… mang tính chất hỗ trợ cho hoạt động bán lẻ cũng đc xem là hoạt động đi kèm hoạt động ban lẻ và không được tính đến

Mặt khác, danh mục phân loại W/120 và nghiên cứu về dịch vụ phân phối tài liệu W/37 của WTO xác định bán lẻ một cách chung chung hơn, theo đó người bán lẻ bán hàng phục vụ mục đích tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình

Như vậy, rõ ràng quy định của Việt Nam nhấn mạnh đến hình thức thực hiện việc buôn bán (nơi bán hàng) và của chủ thể bán hàng (đại lý, người đấu giá) con theo quan niệm của WTO thì chú trọng đến chủ thể mua và mục đích mua

Bên cạnh đó thì còn có sự khác nhau về thủ tục cấp giấy phép đăng ký doanh nghiệp giữa các doanh nghiệp Việt Nam và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

1. Cam kết của WTO và tác động của nó trong dịch vụ bán lẻ

Nội dung cam kết WTO của Việt Nam về bán lẻ hoàn toàn tương tự như cam kết về bán buôn và dịch vụ đại lý ủy quyền hoa hồng. Vì bán buôn và bán lẻ là hai nội dung cơ bản nhất, quan trọng nhất của thương mại hàng hóa nên thông qua nội dung này dành phân tích sự điều chỉnh của pháp luật Việt Nam hiện hành đối với quy hoạch kết cấu hạ tầng thương mại và định hướng phát triển hình thành những siêu thị và những trung tâm thương mại lớn bên cạnh việc thực hiện quy hoạch và phát triển hệ thống chợ, hệ thống bán lẻ chính và chủ đạo hiện nay tại Việt Nam

* Quan niệm về trung tâm thương mại, siêu thị và chợ

Theo quan niệm của các nước châu Âu, trung tâm thương mại được định nghĩa là một nơi tập trung các cửa hàng kinh doanh giải trí, dịch vụ bán lẻ được quy hoạch, xây dựng và quản lý như một tổng thể thống nhất nhằm phục vụ dân cư khu vực xung quanh. Cụ thể, trung tâm thương mại thường thấy bao gồm một cửa hàng bán lẻ tổng hợp chuyên bán thực phẩm và hàng tiêu dùng thiết yếu hàng ngày cùng nhiều cửa hàng chuyên doanh như cửa hàng thời trang, giày dép và đủ loại dịch vụ khác. Tất cả tập trung trên một khu vực lớn nằm ngoại ô các thành phố và kèm theo là những bãi đổ xa rất rộng

Theo quyết định 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại (sau đây gọi tắt là Quyết định 1371/2004) thì: Trung tâm thương mại là loại hình tổ chức kinh doanh thương mại hiện đại, đa chức năng, bao gồm tổng hợp các loại hình cửa hàng, cơ sở hoạt động dịch vụ, hội trường , phòng họp, văn phòng cho thuê... được bố trí tập trung, liên hoàn trong một hoặc một số công trình kiến trúc liền kề , đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kĩ thuật và trình độ quản lý, tổ chức kinh doanh, có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện đáp ứng nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh của thương nhân và thỏa mãn nhu cầu về hàng hóa, dịch vụ khách hàng

Còn siêu thị được định nghĩa trong Quyết định 1371/2004/QĐ-BTM đã định nghĩa “Siêu thị là loại cửa hàng hiện đại, kinh doanh tổng hợp hoặc chuyên doanh, có cơ cấu chủng loại hàng hóa phong phú, đa dạng, bảo đảm chất lượng, đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kĩ thuật và trình độ quản lý, tổ chức kinh doanh; có phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thỏa mãn nhu cầu mua sắm hàng hóa của khách hàng”

Chuỗi siêu thị (hay chuỗi bán lẻ) là một nhóm các siêu thị, cửa hàng bán lẻ có cùng một thương hiệu được quản lý tập trung với phương thức kinh doanh thống nhất.Đại siêu thị có quy mô lớn hơn nhiều so với các siêu thị, đại siêu thị phải có bãi đỗ xa rộng, bán nhiều loại thực phẩm và nhiều loại hàng hóa khác với tính công nghiệp cao độ. Tóm lại, có thể có rất nhiều định nghĩa khác nhau về siêu thị nhưng từ các định nghĩa khác nhau này, người ta vẫn thấy rõ nội hàm của siêu thị là: dạng của hàng bán lẻ, áp dụng phương thức tự phục vụ và kinh doanh những hàng hóa tiêu dùng phổ biến

Còn khái niệm chợ được quy định từ rất sớm, Thông tư 15-TM/CSTTTN ngày 16/10/1996 của Bộ thương mại hướng dẫn tổ chức và quản lý chợ đã xác định: “Chợ là mạng lưới thương nghiệp hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền kinh tế - xã hội”. Sau đó, Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ nêu những khái niệm chi tiết:

+ Phạm vi chợ: là khu vực kinh doanh dành cho hoạt động chợ, bao gồm diện tích để bố trí các điểm kinh doanh, khu vực dịch vụ (như bãi để xe, kho tàng, khu ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác) và đường bao quanh chợ

+ Điểm kinh doanh tại chợ: bao gồm quầy hàng, sạp hàng, ki-ốt, cửa hàng được bố trí cố định trong phạm vi chợ theo thiết kế xây dựng chợ, có diện tích quy chuẩn tối thiểu là 3 mét vuông/ điểm

So sánh trung tâm thương mại, siêu thị và chợ có thể nhận thấy:

+ Giống nhau: Về mục đích hoạt động: Trung tâm thương mại, siêu thị và chợ đều với mục đích chính là bán hàng hay chi tiết hơn là bán lẻ hàng hóa, sản phẩm, cung cấp dịch vụ

+ Khác nhau: Về cấu trúc xây dựng: Trung tâm thương mại và siêu thị đều có cấu trúc khép kín trong một công trình kiến trúc, trong khi tại chợ thường có cấu trúc không gian mở. Về hình thức phục vụ: Siêu thị mang hình thức tự phục vụ còn chợ và trung tâm thương mại thì mang yếu tố phục vụ

# *1.2.2.4 Dịch vụ nhượng quyền thương mại*

Trong thời kỳ hội nhập kinh tế sâu và rộng như hiện nay, rất nhiều công ty nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam thông qua hình thức nhượng quyền thương mại – franchise. Theo hình thức nhượng quyền thương mại, doanh nghiệp nhượng quyền sẽ trao cho bên nhận quyền quyền kinh doanh, sử dụng mô hình, kỹ thuật kinh doanh, sản xuất hay dịch vụ của công ty mình, trên thương hiệu của mình. Đổi lại, doanh nghiệp nhận quyền phải trả cho bên nhượng quyền một khoản chi phí sử dụng bản quyền hay chiết khấu % doanh thu trong khoảng thời gian do hai bên thỏa thuận. Thông thường, các chi phí đầu tư cơ sở hạ tầng, nhân lực do bên nhận quyền đảm nhiệm, doanh nghiệp nhượng quyền chỉ chuyển giao mô hình kinh doanh, hỗ trợ về thương hiệu, quảng bá…

Việt Nam trong những năm gần đây có những điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động kinh doanh với tốc độ tăng trưởng GDP bình quân trên 8%, một quốc gia có dân số trên 85 triệu người, tình hình kinh tế ổn định, nhà nước khuyến khích đầu tư, sức mua của thị trường được đánh giá là rất cao trên thế giới. Hơn nữa, Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên thứ 150 của WTO, mở ra nhiều cơ hội cho các nhà kinh doanh cả trong và ngoài nước. Trong bối cảnh như vậy, rõ ràng việc quyết định lựa chọn hình thức kinh doanh nào đảm bảo cho nhà đầu tư có được hiệu quả tốt nhất về sử dụng vốn, phát triển nhanh thị trường, mở rộng nhanh thị phần và kiểm soát được hệ thống nhằm tạo được tiếng nói đối với thị trường này là điều rất được quan tâm. Rõ ràng, hình thức nhượng quyền thương mại sẽ là một sự lựa chọn cho cả nhà nhượng quyền và nhà nhận quyền và hình thức kinh doanh này sẽ phát triển mạnh tại ViệtNam trong những năm tới.

Theo bảng phân loại (CPC) của WTO, nhượng quyền thương mại được xếp vào nhóm các dịch vụ phân phối. Theo đó, khi gia nhập WTO, Việt Nam có những cam kết chung dành cho nhóm dịch vụ này cũng như cam kết dành riêng cho dịch vụ nhượng quyền thương mại.

Trong cam kết chung về phạm vi sản phẩm, Việt Nam loại ra ngoài cam kết những sản phẩm “nhạy cảm” như: thuốc lá và xì gà; sách, báo, và tạp chí; vật phẩm đã ghi hình; kim loại quý và đá quý; dược phẩm (không bao gồm các sản phẩm bổ dưỡng phi dược phẩm dưới dạng viên nén, viên con nhộng hoặc bột); thuốc nổ; dầu thô và dầu đã qua chế biến; gạo, đường mía và đường củ cải. Như vậy, các doanh nghiệp nước ngoài sẽ không được thực hiện việc nhượng quyền thương mại cho các doanh nghiệp khác tại Việt Nam đối với các sản phẩm đã nêu trên.

Ngoài ra, các cam kết dành riêng cho dịch vụ nhượng quyền thương mại khá “mở” dành cho các nhà đầu tư nước ngoài.Khi gia nhập WTO, Việt Nam đã cam kết không hạn chế cung cấp dịch vụ nhượng quyền thương mại qua phương thức cung cấp qua biên giới.Trong trường hợp hiện diện thương mại, công ty nước ngoài phải thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam và tỷ lệ vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49%.Kể từ ngày 1/1/2008, hạn chế vốn góp 49% đã được bãi bỏ.Và kể từ ngày 1/1/2009, sẽ không còn hạn chế. Sau 03 năm kể từ ngày gia nhập, sẽ cho phép thành lập chi nhánh, với điều kiện trưởng chi nhanh phải là người thường trú tại Việt Nam.Như vậy, vào thời điểm này, các hạn chế đối với hiện diện thương mại của các doanh nghiệp nước ngoài trong dịch vụ nhượng quyền thương mại hầu như đã được gỡ bỏ. Các doanh nghiệp có thể thành lập các hiện diện thương mại với 100% vốn của mình và sẽ tiếp tục được mở chi nhánh vào năm 2010 với điều kiện trưởng chi nhánh là người thường trú tại Việt Nam.

Có thể thấy, cam kết của Việt Nam trong WTO là phù hợp với định hướng phát triển ngành phân phối, trong đó có dịch vụ nhượng quyền thương mại.Các nhà đầu tư nước ngoài chắc chắn sẽ tận dụng những thuận lợi này để phát triển thương hiệu cũng như công việc kinh doanh của mình.Điều này sẽ thúc đẩy đáng kể nền kinh tế nước ta nhưng cũng là thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam nếu không vào cuộc ngay từ bây giờ.