

## **BÀI PHÁT BIỂU – THAM LUẬN**

### **Các vấn đề đặt ra đối với việc phát triển nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo khi tham gia CPTPP**

*Cục Công nghiệp, Bộ Công Thương*

Trong năm 2018, ngành công nghiệp tiếp tục thể hiện vai trò quan trọng trong bức tranh phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam với các sản phẩm công nghiệp xuất khẩu chủ lực, thiết yếu phục vụ sản xuất và tiêu dùng duy trì tốc độ tăng trưởng cao. Năm 2018, chỉ số sản xuất công nghiệp tiếp tục đà tăng trưởng cao và ổn định (tăng 10,2%, cao hơn mục tiêu Chính phủ giao là 9%). Trong đó, công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục là động lực chính thúc đẩy mức tăng trưởng chung của ngành công nghiệp. Cụ thể, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng trưởng 12,98%, tuy thấp hơn so với mức tăng của năm 2017 nhưng cao hơn nhiều so với mức tăng các năm từ 2012 đến 2016. Đây là kết quả của việc thực hiện các giải pháp tháo gỡ khó khăn, tạo môi trường thuận lợi thúc đẩy đầu tư sản xuất, kinh doanh trong thời gian qua của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, đồng thời là kết quả của việc vận dụng hiệu quả cơ hội của các hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương đã ký kết, góp phần mở rộng thị trường, gia tăng đầu tư để mở rộng sản xuất trong nước, thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam.

Năm 2019, phát triển sản xuất công nghiệp có một số yếu tố thuận lợi. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) chính thức có hiệu lực từ ngày 14 tháng 01 năm 2019 hứa hẹn mở ra cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu cho nhiều ngành hàng, trong đó có nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, CPTPP cũng đặt ra không ít thách thức, đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải có sự chuẩn bị kỹ lưỡng cũng như chiến lược dài hạn nâng cao sức cạnh tranh trên trường quốc tế.

Ký kết CPTPP là bước tiến mới của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Việc tham gia CPTPP giúp Việt Nam đa phương hóa các quan hệ kinh tế, thương mại, tránh được những rủi ro do phụ thuộc vào một vài thị trường lớn. Trong CPTPP, mức độ cam kết mở cửa mà các đối tác dành cho Việt Nam là sâu hơn và nhanh hơn so với những cam kết của Việt

Nam với đối tác. Cụ thể, Việt Nam sẽ được các nước xóa bỏ thuế quan ngay cho khoảng 78% - 95% số dòng thuế, với hàng hóa thông thường, lộ trình xóa bỏ thuế là 5 – 10 năm, đến cuối lộ trình thuế, sẽ xóa bỏ đến 98% - 100% số dòng thuế. Đây là mức cam kết cao nhất mà Việt Nam nhận được từ các FTA đã có. Ngược lại, Việt Nam loại bỏ ngay 65% số dòng thuế, đến năm thứ 11 sẽ xóa bỏ 97,8% số dòng thuế cho các đối tác.

Một ưu điểm khác của CPTPP mang lại cho Việt Nam là thiết lập thương mại tự do với nhiều đối tác xa hơn. Đồng thời, là động lực để doanh nghiệp Việt mạnh dạn khai phá các thị trường mới. Thêm vào đó, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của các thành viên CPTPP mang tính bổ sung và ít cạnh tranh với nhau. CPTPP có hiệu lực được cho là sẽ mở ra cánh cửa xuất khẩu cho nhiều mặt hàng công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam như: dệt may, da giày, đồ gỗ, thủy sản... sang các thị trường mới như Canada, Mexico, Peru.

CPTPP sẽ tạo cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ và các sản phẩm chế biến từ gỗ đẩy mạnh xuất khẩu khi các sản phẩm như ván dán, ván ghép, khung tranh, khung cửa và nhất là đồ nội thất có thuế nhập khẩu dao động từ 6% đến 9,5% sẽ được xóa bỏ ngay. Hàng thủ công mỹ nghệ bằng gỗ cũng sẽ được hưởng lợi khi Canada đồng ý xóa bỏ mức thuế nhập khẩu từ 7% về 0% ngay lập tức. Từ trước tới nay Mexico chưa phải là thị trường lớn của Việt Nam do mức thuế nhập khẩu áp cho đồ gỗ khá cao, dao động từ 10% tới 15%. Với CPTPP, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội để thâm nhập thị trường này sâu hơn vì Mexico đã cam kết xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu cho toàn bộ các sản phẩm gỗ, ván sàn và đồ nội thất, ngoại thất của Việt Nam với lộ trình tối đa là 10 năm. Khả năng gia tăng kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ một cách đột biến là không có nhiều, nhưng cơ hội cho doanh nghiệp Việt sẽ lớn dần theo lộ trình giảm thuế.

Với ngành dệt may, mức thuế xuất khẩu hàng dệt may tới các thị trường chưa có FTA chung hiện nay trung bình là trên 10%, khi CPTPP có hiệu lực, các sản phẩm Việt Nam đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật chung sẽ được hưởng thuế suất 0%. Khi đó, sản phẩm dệt may Việt Nam sẽ được củng cố lợi thế cạnh tranh về giá. Đó cũng là động lực để các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư phát triển ngành nguyên phụ liệu, công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam. Từ đó, thiết lập sự liên kết trong chuỗi dệt – may hiệu quả hơn, tạo nền tảng cho ngành dệt may Việt Nam phát triển bền vững. Mặt khác, nhờ có

CPTPP, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng sẽ quan tâm tìm hiểu và đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường mới ở khu vực Nam Mỹ.

Về cơ hội của ngành da giày, CPTPP mang lại cơ hội tiếp cận những thị trường tiềm năng cho Việt Nam như Mexico và Canada. Đó chính là cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam tham gia phát triển những dòng sản phẩm mới, có giá trị gia tăng cao hơn.

Có thể nói, CPTPP mở ra cơ hội rất lớn cho các ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, nhưng cơ hội đó có trở thành những con số cụ thể trong gia tăng kim ngạch, giá trị xuất khẩu hay không lại là vấn đề khác, phụ thuộc rất nhiều vào năng lực tận dụng ưu đãi của các doanh nghiệp. Điều kiện để được ưu đãi thuế trong một FTA kiểu mới, toàn diện như CPTPP không hề đơn giản bởi muốn nhận được các ưu đãi về thuế, hàng hóa Việt Nam phải đáp ứng được rất nhiều tiêu chuẩn khắt khe. Bên cạnh đó, hàng hóa Việt Nam còn phải đối mặt với rất nhiều rào cản kỹ thuật và yêu cầu xuất xứ nghiêm ngặt. Theo điều khoản về xuất xứ hàng hóa của CPTPP, các sản phẩm xuất khẩu trong các nước thành viên phải có xuất xứ nội khối CPTPP mới được hưởng ưu đãi. Đây là một bất lợi vì Việt Nam chủ yếu nhập khẩu từ các nước bên ngoài CPTPP như Trung Quốc, Hàn Quốc để gia công hàng xuất khẩu, nếu không chuyển đổi được vùng nguyên liệu, hàng xuất khẩu của Việt Nam sẽ không được hưởng ưu đãi thuế. Ngoài ra, các quy định kỹ thuật thuộc nội khối như bao gói, nhãn mác, dư lượng hóa chất tối đa trong sản phẩm xuất khẩu cũng là một rào cản cho hàng xuất khẩu của Việt Nam, hàng nông sản của Việt Nam vào CPTPP có thể bị mắc ở rào cản về các biện pháp vệ sinh dịch tễ. Những quy định này nằm trong tay các nước nhập khẩu và hoàn toàn có thể là rào cản đối với hàng hóa của Việt Nam. Bên cạnh đó, tham gia CPTPP, Việt Nam sẽ phải mở cửa cho hàng hóa, dịch vụ của các nước đối tác tại thị trường trong nước, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt hơn tại “sân nhà”, nhiều ngành sẽ gặp khó khăn như ngành sản xuất, lắp ráp ô tô. Điều này sẽ gây nên không ít áp lực cho hàng hóa Việt Nam và nguy cơ thất bại của các doanh nghiệp trên chính thị trường nội địa cũng vì thế sẽ gia tăng.

Đối với ngành dệt may, lợi thế nổi bật mà dệt may Việt Nam có được từ CPTPP là mức thuế quan được cắt giảm sâu và nhanh, từ đó gia tăng năng lực cạnh tranh về giá. Tuy nhiên, việc khai thác ưu đãi thuế là không dễ bởi

muốn được ưu đãi phải đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật cũng như nguyên tắc xuất xứ rất khắt khe. Với năng lực, trình độ may hiện nay, các tiêu chuẩn kỹ thuật không phải là vấn đề lớn của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Tuy nhiên, yêu cầu xuất xứ từ sợi trở đi, nghĩa là từ công đoạn kéo sợi, dệt nhuộm vải đều phải thực hiện trong khu vực CPTPP là thách thức không nhỏ vì Việt Nam hiện nay đang phải nhập khẩu hơn 60% nguyên phụ liệu ngoài khu vực CPTPP. Việc giải quyết nguồn nguyên liệu là bài toán không hề đơn giản với ngành dệt may Việt Nam. CPTPP được xem là một trong những yếu tố thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành công nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu. Tuy nhiên, đây là ngành sản xuất tiềm ẩn nhiều nguy cơ gây ô nhiễm môi trường nếu sử dụng công nghệ lạc hậu. Do đó, các cơ quan quản lý sẽ phải cân nhắc kỹ lưỡng giữa lợi ích về nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất và tác động tới môi trường trước khi cấp phép đầu tư.

Đối với ngành da giày, mặc dù có được ưu đãi về thuế thì giá trị thật sự mà các doanh nghiệp da giày của Việt Nam nhận được là không nhiều vì hầu hết doanh nghiệp Việt Nam đang gia công cho các thương hiệu nước ngoài. Trong khi đó, các thị trường mới như Mexico, Canada từ trước đến nay đã quen sử dụng các thương hiệu da giày đến từ các quốc gia khác và chưa có nhiều thông tin về sản phẩm da giày của Việt Nam.

Muốn thuyết phục được các thị trường mới có nhu cầu hàng hóa chất lượng cao, doanh nghiệp Việt Nam phải có sự đầu tư cho nghiên cứu, phát triển sản phẩm, xây dựng các thương hiệu và tạo được giá trị riêng. Việc này cần có thời gian và nguồn lực về tài chính, con người chứ không thể thay đổi trong một sớm một chiều. Doanh nghiệp Việt Nam cần xây dựng chương trình hành động, kế hoạch cải thiện năng lực sản xuất để khai thác hiệu quả các ưu đãi về thuế quan, không chỉ CPTPP mà còn trong tất cả các FTA đang và sắp có hiệu lực./.