

Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)- Cơ hội và thách thức đối với ngành Dệt may Việt Nam

Ngô Dương Minh

Khoa Kinh doanh Quốc tế, Học viện Ngân hàng

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang ngày càng đẩy mạnh việc hội nhập với nền kinh tế toàn cầu. Một trong những minh chứng rõ nét nhất cho điều này phải kể tới việc tham gia đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA). Tính đến hết năm 2018, theo dữ liệu thống kê từ Trung tâm WTO và hội nhập, Việt Nam đã tham gia đàm phán và ký kết 16 FTA song phương và đa phương, bao gồm 11 FTA đã có hiệu lực, 2 FTA chưa có hiệu lực, và 3 FTA đang trong vòng đàm phán. Trong số đó, Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) được khởi xướng vào tháng 11/2012 là một trong những FTA đáng chú ý ở thời điểm hiện tại. Việc RCEP ra đời có thể có những ảnh hưởng đáng kể đối với sự phát triển kinh tế của các nước thành viên nói chung và Việt Nam nói riêng. Bài viết này sẽ tập trung đánh giá những cơ hội và thách thức mà các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải đối mặt khi Việt Nam trở thành thành viên của RCEP, từ đó đề xuất những khuyến nghị cho Việt Nam.

Từ khóa: Dệt may Việt Nam, RCEP, cơ hội và thách thức

Regional comprehensive economic partnership (rcep)- opportunities and challenges for Vietnamese textile and garment industry

Abstract: In recent years, Vietnam has increasingly integrated into the global economy. One of the most obvious strategies for this could be listed as participation in negotiations and signing of free trade agreements (FTAs). By the end of 2018, according to statistics from the WTO Center and Integration, Vietnam has participated in negotiating and signing 16 bilateral and multilateral FTAs, including 11 FTAs are already in effect, 2 FTAs are not yet, and 3 FTAs are in negotiations. Among them, the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) was initiated in November 2012 as one of the notable FTAs at present. The signing of RCEP may have significant implications on the economic development of member countries in general and Vietnam in particular. This article will focus on assessing the opportunities and challenges that Vietnamese garment and textile companies face when Vietnam becomes a member of RCEP, thereby proposing recommendations for Vietnam.

Keywords: Vietnamese textile and garment, RCEP, opportunities and challenges.

Minh Duong Ngo, MEd

Email: minhnd@hvn.edu.vn

International Business Faculty, Banking Academy of Vietnam

Ngày nhận: 03/06/2019

Ngày nhận bản sửa: 14/06/2019

Ngày duyệt đăng: 22/07/2019

1. Đặt vấn đề

Ngay từ những giai đoạn đầu của thời kỳ đổi mới, Việt Nam đã luôn thể hiện sự tích cực và chủ động hội nhập với nền kinh tế toàn cầu, thâm nhập những thị trường mới, và tiếp cận những nguồn lực trọng yếu nhằm đẩy mạnh các ngành sản xuất trong nước. Cho đến nay, Việt Nam đã tham gia đàm phán và ký kết 16 hiệp định thương mại tự do, trong đó đáng chú ý có những hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do EU - Việt Nam (EVFTA) hay Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Phạm vi của những hiệp định này vươn tới các lĩnh vực từ thương mại hàng hóa tới thương mại dịch vụ, hoạt động đầu tư, hay thậm chí là lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Trong đó, RCEP là một hiệp định đầy tham vọng, với mục tiêu xây dựng mối quan hệ đối tác kinh tế toàn diện giữa các quốc gia ASEAN và 6 đối tác trong khu vực đã từng ký kết các hiệp định thương mại tự do với ASEAN (ASEAN+1), bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia, New Zealand và Ấn Độ. Các nước tham gia RCEP là những đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam. Có tới hơn 48% kim ngạch hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam được xuất sang các nước thành viên RCEP, trong số này, có tới 10% giá trị đến từ ngành dệt may. Bởi vậy, dệt may được kỳ vọng sẽ là một trong những ngành hàng chủ lực được hưởng lợi nhiều nhất (Tổng cục Thống kê, 2019).

Năm 2018, xuất khẩu dệt may đã có mức tăng trưởng đột phá, tới 16%, và kim ngạch xuất khẩu tăng tăng hơn 5 tỷ USD so với năm 2017, là tốc độ tăng trưởng cao nhất tính từ năm 2011 đến nay. Nhờ

vậy, thặng dư ngành Dệt may năm 2018 ước đạt 17,86 tỷ USD, tăng 14,39%, cao nhất từ trước tới nay. Kim ngạch dệt may Việt Nam trong năm 2018 cũng đóng góp đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu quốc gia, chiếm tới 14,8%. Đặc biệt, trong hệ thống 10 nước xuất khẩu dệt may lớn, Việt Nam xếp thứ 3 thế giới, chỉ đứng sau Trung Quốc và Ấn Độ. Dệt may đã trở thành ngành tạo công ăn việc làm cho 5 % lao động công nghiệp, với hơn 2,5 triệu lao động tại hơn 7.000 doanh nghiệp lớn nhỏ (Bộ Công thương, 2018)

Với những đóng góp quan trọng cho nền kinh tế Việt Nam, có thể nói, việc nghiên cứu cơ hội và thách thức của ngành Dệt may trong bối cảnh hội nhập RCEP có ý nghĩa quan trọng trong việc khuyến nghị chính sách nhằm khai thác tối ưu cơ hội mở rộng chuỗi cung ứng ngành, góp phần thúc đẩy ngành dệt may Việt Nam hội nhập với khu vực và thế giới.

2. Tổng quan về Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)

Khi sự đối đầu về thương mại giữa hai nền kinh tế lớn nhất thế giới là Mỹ và Trung Quốc đang diễn ra ngày càng căng thẳng, ý tưởng thành lập một khu vực thương mại lớn nhất thế giới tại châu Á lại đang lớn dần. Bắt đầu đàm phán từ năm 2013 và hiện vẫn đang trong quá trình đàm phán, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), với sự tham gia của 10 quốc gia ASEAN cùng với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia và New Zealand, đã nổi lên như một “siêu FTA”, đối trọng với Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). RCEP đại diện cho 50% dân số thế giới và 32% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) toàn cầu. Trao đổi thương mại

qua lại giữa các nước thành viên hiện nay chiếm khoảng 28% thương mại thế giới (Trung tâm WTO và Hội nhập, 2018). Việc tham gia đàm phán RCEP cũng là một trong những bước đi của Việt Nam nhằm mục tiêu hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu, cùng với những cải cách mạnh mẽ và toàn diện nội tại nền kinh tế.

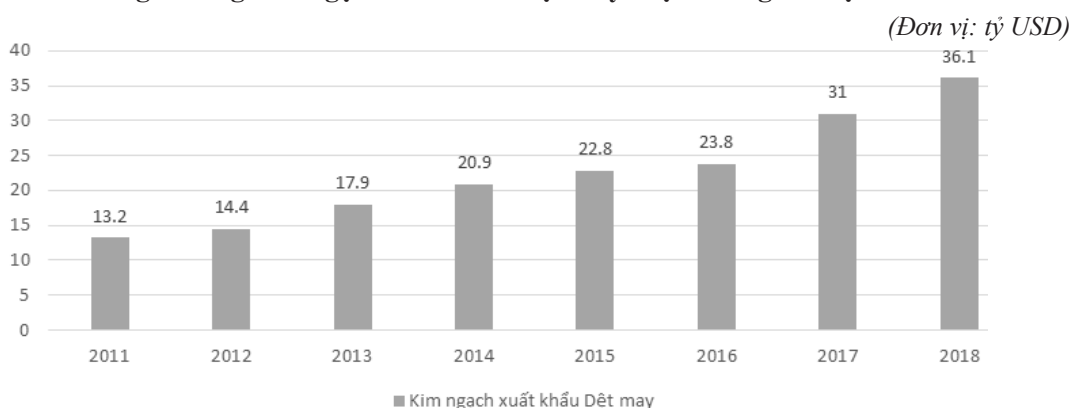
Mục tiêu của việc đàm phán RCEP là đạt được thỏa thuận hợp tác kinh tế hiện đại, toàn diện, chất lượng cao và cùng có lợi giữa các quốc gia thành viên ASEAN và các đối tác FTA của cộng đồng này. Hiệp định cũng đề xuất phải nhất quán với Hiệp định WTO; và có quy định đối xử đặc biệt và khác biệt dành cho những nước thành viên ASEAN kém phát triển, nhất là Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam. RCEP sẽ bao gồm thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, đầu tư, hợp tác kinh tế và kỹ thuật, sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, giải quyết tranh chấp và các vấn đề khác. Việc đàm phán và ký kết RCEP sẽ ghi nhận tính trung tâm của ASEAN giữa các khu vực kinh tế mới nổi và lợi ích của các đối tác FTA của ASEAN trong việc hỗ trợ và đóng góp cho hội nhập kinh tế, phát triển kinh tế công bằng và tăng cường hợp tác kinh tế giữa các nước thành viên. Ngoài ra, những vòng đàm phán của RCEP còn xem xét các vấn đề khác được đề cập trong các FTA song phương và đa phương trước đây.

Thỏa thuận RCEP dự kiến sẽ hỗ trợ mạng lưới sản xuất đang phát triển trong khu vực, trong đó quy trình sản xuất trải rộng trên nhiều quốc gia, tùy thuộc vào lợi thế so sánh và chi phí thương mại xuyên biên giới của họ. Những nỗ lực hợp tác kinh tế toàn diện trước đây của các nhà hoạch định chính sách trong khu vực đã

dẫn đến sự tồn tại của một số thỏa thuận song phương và đa phương, chẳng hạn như các hiệp định “ASEAN + 1”. Điều này dẫn đến vấn đề về hiệu ứng “bát mì ăn liền”- một tình huống có các quy tắc và quy định đan xen, chồng chéo, chẳng hạn như: (a) Phương thức và khung thời gian khác nhau về nhượng bộ thuế quan; (b) Các ưu đãi thuế quan khác nhau giữa các mặt hàng và các FTA; và (c) Các quy tắc xuất xứ khác nhau. Điều này hạn chế các bên liên quan khai thác hết tiềm năng của các FTA, và sau đó hạn chế khu vực tư nhân, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, sử dụng đầy đủ các hệ thống ưu đãi. Do đó, RCEP được thiết lập nhằm giải quyết các quy tắc và quy định của “bát mì ăn liền” trong khu vực, bằng cách hợp lý hóa và hài hòa chúng, từ đó giúp cho các luồng thương mại thông thoáng hơn. Có thể nói Hiệp định này nhằm cải thiện đáng kể các thỏa thuận “ASEAN +” hiện tại, do đó sẽ tập trung sâu hơn vào các nguyên lý tự do hóa thương mại truyền thống hơn- tăng khả năng tiếp cận thị trường cho hàng hóa, dịch vụ và đầu tư.

RCEP có ý nghĩa rất lớn đối với Việt Nam, nhất là khi khối này bao trùm phần lớn hoặc toàn bộ chuỗi sản xuất, từ nguồn cung nguyên phụ liệu đến thị trường tiêu thụ, của nhiều sản phẩm mà Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu, đặc biệt là ngành Dệt may. Với quy tắc xuất xứ nội khối, điều này có nghĩa là các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam sử dụng nguồn phụ nguyên liệu nhập khẩu từ các nước trong RCEP cũng sẽ được xem như có xuất xứ Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường RCEP. Quy định này mang lại cho Việt Nam cơ hội được hưởng mức ưu đãi thuế quan chỉ còn 0- 5% cho toàn bộ Biểu thuế. Ngoài ra, khi Việt Nam trở thành thành viên của RCEP, các doanh nghiệp dệt may của chúng ta sẽ

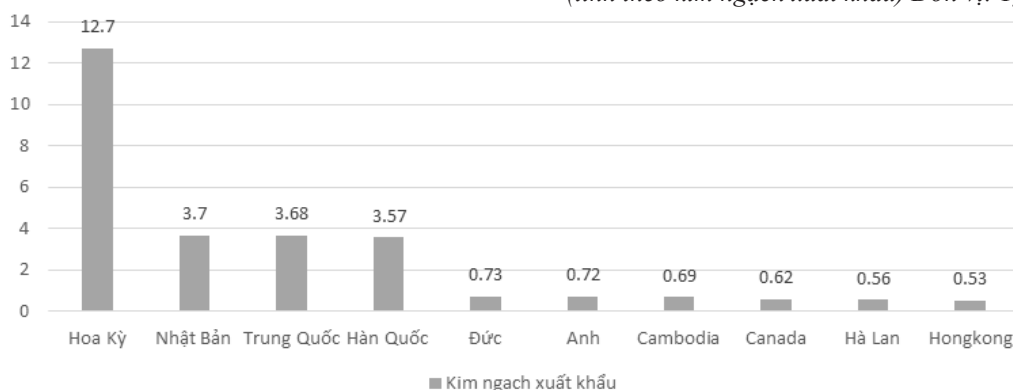
Hình 1. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam giai đoạn 2008-2018



Nguồn: Tổng cục Hải quan (2018)

Hình 2. Các thị trường tiêu thụ chính của dệt may Việt Nam năm 2018

(tính theo kim ngạch xuất khẩu) Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan (2018)

có cơ hội lớn hơn tham gia vào mạng lưới chuỗi giá trị và sản xuất khu vực, tiếp cận dễ dàng hơn với các thị trường khác cũng là thành viên của RCEP như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc hay Australia.

3. Thực trạng ngành Dệt may trong bối cảnh Việt Nam tham gia Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)

Dệt may, trong những năm gần đây, luôn là một trong những ngành mũi nhọn, đóng góp đáng kể vào tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, với trị giá xuất khẩu chiếm khoảng từ 10- 15% GDP hàng năm. Tính đến năm 2017, cả nước có gần 6.000 doanh nghiệp dệt may, bao gồm hơn

5.100 doanh nghiệp gia công hàng may mặc (chiếm 85%), 800 doanh nghiệp sản xuất vải, nhuộm hoàn tất (chiếm 13%); và hơn 100 doanh nghiệp chế biến bông, sản xuất xơ, sợi (chiếm 2%) (Đỗ Khắc Dũng, 2018). Với định hướng hội nhập nền kinh tế toàn cầu một cách sâu rộng của Việt Nam trong thời gian qua, ngành dệt may đã có những biện pháp kịp thời nhằm nắm bắt những cơ hội được tạo ra từ sự chuyển dịch mạnh mẽ trong xu hướng sản xuất hàng dệt may trên thế giới, từ đó khuyến khích và đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu ngành hàng này. So sánh với năm 2007, cho đến nay, sau hơn 10 năm gia nhập WTO, giá trị xuất khẩu ngành dệt may đã tăng hơn 4,5 lần, từ 7,75 tỷ USD năm

2007 lên tới hơn 36 tỷ USD năm 2018.

Tính riêng trong năm 2018, xuất khẩu dệt may đã có mức tăng trưởng đột phá, tới 16%, và kim ngạch xuất khẩu tăng hơn 5 tỷ USD so với năm 2017, là tốc độ tăng trưởng cao nhất tính từ năm 2011 đến nay. Nhờ vậy, thặng dư ngành Dệt may năm 2018 ước đạt 17,86 tỷ USD, tăng 14,39%, cao nhất từ trước tới nay. Kim ngạch dệt may Việt Nam trong năm 2018 cũng đóng góp đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu quốc gia, chiếm tới 14,8%. Đặc biệt, trong hệ thống 10 nước xuất khẩu dệt may lớn, Việt Nam xếp thứ 3 thế giới, chỉ đứng sau Trung Quốc và Ấn Độ. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc đạt 28,78 tỷ USD, tăng 14,45% so với năm 2017; xơ sợi đạt 3,95 tỷ USD, tăng 9,9%; vải đạt 1,66 tỷ USD, tăng 25,5%; vải không dệt đạt 0,528 tỷ USD, tăng 15,54%; và nguyên phụ liệu đạt 1,23 tỷ, tăng 14,6% (Bộ Công thương, 2018).

Về các đối tác xuất khẩu, xuất khẩu các sản phẩm của ngành Dệt may sang 180 quốc gia nhưng chủ yếu vẫn tập trung vào 5 thị trường chủ lực là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Năm 2017 là năm đánh dấu mốc quan trọng của ngành Dệt may Việt Nam khi lần đầu tiên Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường Trung Quốc. Trong năm 2018, Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của dệt may Việt Nam, chiếm khoảng 45% trong tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may. Các thị trường lớn tiếp sau là Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc.

Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu các sản phẩm ngành dệt may của Hàn Quốc và Nhật Bản từ Việt Nam tăng đáng kể. Năm 2017, Việt Nam chỉ xếp sau Trung Quốc

về thị trường cung cấp các sản phẩm của ngành dệt may cho các thị trường lớn Hoa Kỳ (12,27 tỷ USD), Nhật Bản (3,93 tỷ USD), Hàn Quốc (3,52 tỷ USD) (Worldbank, 2018). Điều này cho thấy tiềm năng xuất khẩu của dệt may Việt Nam trong những năm qua đã được cải thiện và phát huy.

Ngành Dệt may Việt Nam có tốc độ tăng trưởng cao, số lượng các công ty liên tục tăng qua các năm và quy mô của công ty Ngành càng lớn cả về mọi nguồn lực. Ngành Dệt may trong những năm qua đạt được những thành tích ấn tượng một phần là do những điểm lợi thế như chi phí nhân công giá rẻ, lực lượng lao động cần cù, chịu khó, thích hợp với công việc dệt may...

Thứ nhất, chi phí nhân công ngành Dệt may Việt Nam giá rẻ là một trong những lý do giúp hạ giá thành sản phẩm, tạo ra lợi thế cạnh tranh đối với sản phẩm. Hiện nay, theo thống kê của Oxfam, mức chi phí này dao động từ 122 tới 177 USD/tháng, cộng thêm 7% cho công nhân đã qua đào tạo và 5% cho điều kiện làm việc nguy hiểm, nặng nhọc, độc hại.

Thứ hai, lao động hoạt động trong ngành Dệt may có cơ cấu độ tuổi trẻ, trung bình từ 20- 40 tuổi. Lao động trẻ thường nhanh nhẹn, khéo léo, nhanh thích ứng công việc, có khả năng tạo ra những sản phẩm yêu cầu tay nghề thủ công cao, là nhóm lao động phù hợp với ngành Dệt may, góp phần thúc đẩy phát triển các làng nghề truyền thống.

Thứ ba, tỷ lệ nội địa hóa của ngành Dệt may đã có sự cải thiện đáng kể. Năm 2018, tỷ lệ kim ngạch nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào so với xuất khẩu dệt may

vẫn ở mức 78,43%, tuy nhiên đã giảm đi so với năm 2017 (80,37%) hay năm 2016 (79,41%).

Thứ tư, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã có sự cải thiện năng lực cạnh tranh và sự phụ thuộc vào nhóm doanh nghiệp FDI, đặc biệt giảm mạnh ở nhóm sơ, sợi. Số liệu cho thấy tỷ trọng đóng góp trong kim ngạch xuất khẩu của nhóm doanh nghiệp dệt may FDI trong 10 tháng năm 2018 giảm về 59,9% từ mức 60,3% cùng kỳ năm trước.

Thứ năm, một số thương hiệu như May 10, May Việt Tiến... không những có chỗ đứng tại thị trường trong nước mà còn giúp ngành Dệt may Việt Nam tạo dựng tên tuổi trên thị trường nước ngoài.

Bên cạnh đó, nếu định vị các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, mỗi mắt xích đều có những điểm hạn chế, gây trở ngại cho các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia vào sân chơi của các FTA nói chung và RCEP nói riêng. Chuỗi giá trị dệt may thế giới hiện nay bao gồm 5 mắt xích chính: thiết kế, sản xuất nguyên phụ liệu, cắt may, xuất khẩu, và marketing- phân phối sản phẩm.

Về khâu thiết kế sản phẩm: Đây là khâu mang đến lợi nhuận cao nhất và hỗ trợ nâng giá trị gia tăng trong các mắt hàng dệt may xuất khẩu nhưng lại chính là khâu yếu nhất của các doanh nghiệp Việt Nam. Đa phần các công đoạn thiết kế cho các sản phẩm may ở nước ta được thực hiện tại những nước có ngành công nghiệp thời trang phát triển, các công ty may của nước ta chỉ gia công theo đúng mẫu mã đơn đặt hàng.

Về khâu sản xuất nguyên phụ liệu: Điểm yếu của ngành sản xuất sản phẩm dệt may

Việt Nam là nguyên, phụ liệu sản xuất hầu hết phải nhập khẩu do nguồn cung trong nước không đủ và không đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp sản xuất (năm 2018, tỷ trọng nhập khẩu nguyên phụ liệu đầu vào so với kim ngạch xuất khẩu dệt may chiếm 78,43%). Do quá phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu nên mỗi khi giá nguyên liệu tăng, lập tức ảnh hưởng tới các đơn đặt hàng về thời gian, chất lượng, giá cả và hiệu quả kinh tế.

Về khâu cắt may và xuất khẩu: Ngành Dệt may Việt Nam hiện nay gần như chỉ tham gia vào khâu cắt may sản phẩm, được đánh giá là tạo ra giá trị gia tăng thấp nhất. Theo báo cáo từ Bộ Công Thương (2016), phương thức CMT (cut- make- trim) chiếm tới 65% các hợp đồng dệt may, từ đó chỉ tạo ra giá trị 5- 7% trong chuỗi giá trị toàn cầu (bao gồm cả các thủ tục xuất nhập khẩu). Phương thức FOB (doanh nghiệp chủ động hơn trong việc mua nguyên liệu đầu vào) chiếm tỷ lệ 25% các hợp đồng, tuy nhiên, nguyên liệu đầu vào lại chủ yếu là nhập khẩu nên cũng không tạo ra nhiều giá trị cho dệt may Việt Nam.

Về khâu Marketing và phân phối sản phẩm: Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam, kể cả những doanh nghiệp có thương hiệu, vẫn phải thông qua các nhà cung cấp khu vực để có các hợp đồng gia công, rất ít doanh nghiệp dệt may có được các hợp đồng trực tiếp từ các nhà bán lẻ để cung cấp sản phẩm của mình. Do đó, doanh nghiệp phải chia sẻ lợi nhuận rất nhiều cho khâu trung gian khiến giá trị thu về thấp, đồng thời càng ngày càng mất kiểm soát và liên hệ với thị trường khách hàng cuối cùng.

Ngoài ra, một điểm yếu nữa phải kể tới đó là chưa có nhiều doanh nghiệp Việt Nam

nói chung và doanh nghiệp trong ngành dệt may nói riêng chú trọng tới việc đánh giá những cơ hội và thách thức mà RCEP mang đến cho Việt Nam. RCEP hứa hẹn mở ra một thị trường kinh doanh tiềm năng, nhưng cũng ẩn chứa nhiều thách thức nếu không biết tận dụng.

4. Cơ hội và thách thức khi tham gia vào RCEP đối với các doanh nghiệp Dệt may Việt Nam

Dệt may là một trong những lĩnh vực quan trọng trong khuôn khổ đàm phán của Hiệp định RCEP. Hiệp định này dự định loại bỏ các rào cản thương mại hiện tại, đặc biệt là thuế quan giữa các quốc gia thành viên, do đó được kỳ vọng sẽ thay đổi đáng kể mô hình thương mại ngành dệt may hiện nay ở khu vực châu Á- Thái Bình Dương.

Những cơ hội của doanh nghiệp dệt may Việt Nam khi tham gia vào RCEP có thể kể tới là:

Thứ nhất, việc hiệp định RCEP được ký kết sẽ tạo điều kiện giúp các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có cơ hội hội nhập sâu hơn vào thị trường khu vực rộng lớn do những điều khoản liên quan tới việc giảm thuế nhập khẩu và nguyên tắc xuất xứ. Theo quy định của các FTA+1, ví dụ như AJCEP (Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN- Nhật Bản) hay AKFTA (Hiệp định thương mại tự do ASEAN- Hàn Quốc), sản phẩm xuất khẩu từ các nước ASEAN phải có tỷ lệ nội địa hóa ít nhất 40%. Tuy nhiên, sản phẩm dệt may Việt Nam có tỷ lệ nhập khẩu nguyên phụ liệu khá cao, chủ yếu là từ Trung Quốc nên thường gặp khó khăn khi xuất khẩu sang những thị trường này, trong khi Nhật Bản và Hàn Quốc lại là những nước bạn hàng chiến lược của ngành dệt may. Nếu

đi vào hiện thực, RCEP cho phép giá trị nguyên liệu nhập khẩu từ các nước tham gia Hiệp định được cộng gộp, và Trung Quốc cũng là thành viên của Hiệp định. Khi đó, sản phẩm dệt may Việt Nam dù có nguyên liệu đầu vào chủ yếu từ Trung Quốc sẽ vẫn được ưu đãi thuế khi vào các nước kể trên.

Thứ hai, RCEP sẽ thúc đẩy việc tích hợp sâu rộng chuỗi cung ứng dệt may khu vực, tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu dệt may của các nước thành viên RCEP nói chung và Việt Nam nói riêng. RCEP dự kiến sẽ xóa bỏ hàng rào thuế quan lên đến 90-95% tổng số dòng thuế. Điều này thực tế đã và đang được áp dụng trong khuôn khổ ASEAN+1, nay được tích hợp trong RCEP sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các dòng vốn và hàng hóa lưu thông giữa các quốc gia thành viên. Bởi thế, RCEP đặc biệt giúp các quốc gia ASEAN dễ dàng hơn trong việc tiếp cận các nguồn hàng dệt may đầu vào đến từ các nhà cung cấp lớn trong khu vực như Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản. Từ đó, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh về chi phí nguyên vật liệu hàng dệt may của ASEAN. Tính hiệu quả của chuỗi cung ứng khu vực nhờ đó cũng tăng lên.

Bên cạnh những cơ hội mà RCEP mang đến cho ngành Dệt may Việt Nam, các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với những thách thức sau:

Thứ nhất, Ngành phải đối mặt với các đối thủ cạnh tranh rất mạnh như Trung Quốc, Ấn Độ, không chỉ trên thị trường quốc tế mà còn trong thị trường nội địa. Các đối thủ này không chỉ mạnh về nhiều mặt như: tiềm lực về các nguồn lực, con người, vật chất, thông tin mà còn có kinh nghiệm và hệ thống phân phối rất mạnh, kể cả việc

bán lẻ cũng chuyên nghiệp hơn các doanh nghiệp Việt Nam.

Thứ hai, cơ cấu thương mại của Việt Nam khá tương đồng với các quốc gia thành viên khác trong khi chất lượng và giá trị gia tăng còn khiêm tốn và phụ thuộc nhiều nguyên liệu nhập khẩu. Do đó, khi cấu trúc RCEP cho phép các nước tự do hóa thương mại thì sức ép cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam sẽ gia tăng đáng kể. Mặt khác, đầu vào sản xuất của dệt may Việt Nam phụ thuộc lớn từ nhập khẩu, khả năng cải thiện vị trí trong chuỗi giá trị dệt may khu vực cũng vẫn còn nhiều hạn chế. Hiện Việt Nam đang có mức tiếp cận ưu đãi hơn so với Trung Quốc, Ấn Độ bởi các Hiệp định song phương và đa phương với Nhật Bản và Hàn Quốc. Chẳng hạn như hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản được hưởng thuế ưu đãi là khoảng 10%, so với mức thuế 15-20% hàng dệt may xuất khẩu từ Trung Quốc. Nhưng điều này sẽ bị hạn chế đáng kể nếu đạt được một hiệp định RCEP toàn diện, khi đó, Việt Nam sẽ bị cạnh tranh về cung cấp hàng dệt may sang các nước này. RCEP có thể tạo ra một dòng dịch chuyển thương mại gây bất lợi cho doanh nghiệp Việt Nam khi nó có thể hình thành một hiệp định thương mại tự do giữa Trung Quốc và các nước Nhật Bản, Hàn Quốc.

5. Một số đề xuất

Với sự hội nhập ngày càng sâu rộng tại khu vực kinh tế châu Á- Thái Bình Dương, những nền kinh tế mới nổi nếu biết vượt qua những thách thức sẽ có thể tạo ra động lực thúc đẩy nền kinh tế. Việc đàm phán và ký kết RCEP sẽ mở ra cơ hội cho dệt may Việt Nam tiếp cận với các quốc gia khác trong khu vực và thế giới.

Để tận dụng tối đa lợi ích mà RCEP mang lại, Việt Nam nên có những cải cách sâu rộng và triệt để hơn trên nhiều khía cạnh nhằm nâng cao vị thế của ngành, cùng như thúc đẩy năng lực và lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Thứ nhất, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam nên dần làm quen với việc những rào cản thương mại sẽ được hủy bỏ và cạnh tranh với các đối tác thương mại bên ngoài. Để tận dụng tối đa các cơ hội từ RCEP, các doanh nghiệp cũng cần đẩy nhanh việc tái cơ cấu, tăng cường đào tạo nguồn nhân lực để nâng cao khả năng cạnh tranh, xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp và thúc đẩy ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất. Ngoài ra, thỏa thuận liên quan đến một trong những mạng lưới sản xuất năng động nhất trên thế giới, vì vậy các doanh nghiệp nên liên kết với nhau tham gia chuỗi giá trị hơn là tự thân đối mặt với các thách thức.

Điểm lưu ý thứ hai là, các mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị thuộc khu vực RCEP rất chuyên nghiệp, nhưng đa phần dựa vào khu vực có vốn đầu tư nước ngoài, các tập đoàn kinh tế lớn đến từ Nhật Bản, châu Âu, Mỹ. Như vậy, để trở thành “mắt xích” của các chuỗi giá trị này, bản thân các DN phải tìm hiểu rất kỹ đối tác, nhất là các đối tác đang chi phối các mạng sản xuất, chuỗi giá trị này.

Thứ hai, nâng cấp chuỗi giá trị dệt may Việt Nam cả về các mắt xích phía trước và phía sau

Xu hướng của các nhà mua hàng lớn tại Mỹ, Nhật Bản và các nước châu Âu là

chọn những doanh nghiệp có khả năng sản xuất trọn gói thay vì đặt hàng theo phương thức gia công để rút ngắn thời gian cho ra sản phẩm mới. Rút ngắn được thời gian thực hiện đơn hàng, đồng nghĩa với doanh nghiệp sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn về chi phí và tăng doanh thu. Để làm được điều này, ngành Dệt may Việt Nam cần di chuyển lên các mắt xích đầu chuỗi giá trị dệt may, nắm giữ các khâu trong phân khúc sản xuất nguyên phụ liệu. Điều này một mặt đáp ứng được yêu cầu từ các khách hàng, mặt khác hạn chế sự phụ thuộc vào nguồn cung nguyên vật liệu từ phía Trung Quốc. Đây là chiến lược dài hạn để duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam.

Ngoài ra, mục đích của các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam là thâm nhập vào hệ thống phân phối của hàng dệt may trên thị trường quốc tế, do vậy các doanh nghiệp phải chủ động thực hiện công việc này. Hệ thống phân phối thông qua các văn phòng đại diện đặt tại các nước bạn hàng sẽ giúp cung cấp các thông tin về nhu cầu và sự biến động của thị trường để cung cấp cho những doanh nghiệp trong nước, đồng thời, tìm hiểu các hệ thống phân phối hàng dệt may xuất khẩu ở những nước này nhằm tìm kiếm cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam rút ngắn những mắt xích quan hệ để đến gần khách hàng hơn.

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống luật pháp và các chính sách phòng vệ chính đáng

Việc tham gia vào RCEP nói riêng và hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế nói chung đòi hỏi Việt Nam cần có sự điều chỉnh và cập nhật hệ thống các văn bản pháp luật một cách phù hợp, tạo động lực

cho các doanh nghiệp có thể cải thiện và nâng cao khả năng cạnh tranh của mình. Chính phủ nên đổi mới các chính sách đã không còn phù hợp với thị trường, đưa ra các chính sách mới hỗ trợ doanh nghiệp về huy động vốn, về thuế, về cơ sở hạ tầng và các biện pháp thúc đẩy sản xuất, nghiên cứu và phát triển sản phẩm.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng cần chuẩn bị những công cụ và cách thức cần thiết nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh của các sản phẩm dệt may nói riêng, cũng như bảo vệ hàng hóa Việt Nam nói chung trước những cạnh tranh không lành mạnh đến từ các quốc gia thành viên khác. Bộ Công Thương cần sớm nghiên cứu các giải pháp hoặc rào cản về kỹ thuật nhằm phòng vệ một cách chính đáng với các sản phẩm của nước ngoài đang có dấu hiệu bán phá giá trên thị trường Việt Nam.

6. Kết luận

Việt Nam hội nhập ngày càng sâu vào đời sống kinh tế khu vực và thế giới, thông qua việc đàm phán Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) sẽ tạo ra sự thay đổi và biến động lớn đối với thị trường của ngành dệt may Việt Nam. Tham gia RCEP không chỉ là cơ hội cho hàng hóa của Việt Nam nói chung và các sản phẩm may mặc nói riêng vươn xa hơn trên thị trường thế giới mà còn đồng nghĩa với việc, hàng hoá của chúng ta sẽ phải đối mặt với việc cạnh tranh khốc liệt hơn. Để phát triển một cách bền vững, Dệt may Việt Nam cần tận dụng những cơ hội và khắc phục thách thức nhằm mở rộng được thị trường xuất khẩu và chiếm lĩnh được thị trường trong nước, từ đó tạo động lực tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị năng động của khu vực RCEP ■

Tài liệu tham khảo

1. ASEAN (2013), *Guiding Principles and Objectives for Negotiating the Regional Comprehensive Economic Partnership*, 2013.
2. Das, S. B. và Jagtiani, R. B. (2014), *The Regional Comprehensive Economic Partnership: New paradigm or old wine in a new bottle*, ISEAS Economics Working Paper No.2014-3, 2014.
3. Dordi, C. cùng cộng sự (2015), *Báo cáo đánh giá tác động của Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) đối với nền kinh tế Việt Nam*, Dự án MUTRAP, 2015.
4. Đỗ Khắc Dũng (2018), *Ngành Dệt May Việt Nam trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế*, Website tapchicongthuong.vn, 8/10/2018.
5. Ngô Dương Minh (2018), *Những rào cản đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu*, Tạp chí khoa học và đào tạo ngân hàng số 190, 03/2018.
6. Kim Ngọc và Trần Ngọc Sơn (2015), *Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực: Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam*, Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, số 9 (94), trang 51-58, 2015.
7. Oxfam Vietnam (2019), *The consequences of low wages - a Study on fashion suppliers in Vietnam*, 2019.
8. Tổng cục Hải quan (2018), *Tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2017 và 2018*.
9. Tổng cục Thống kê (2018), *Trị giá xuất, nhập khẩu phân theo nước và vùng lãnh thổ chủ yếu sơ bộ các tháng năm 2018*.
10. Trung tâm WTO và hội nhập (2018), *Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 11/2018*, 2018.
11. Trung tâm WTO và hội nhập (2018), *Doanh nghiệp Việt nên kỳ vọng gì vào RCEP*, 2018.
12. Website: <http://ndh.vn/infographic-xuat-khau-det-may-viet-nam-2018-lot-top-3-tren-the-gioi-voi-muc-tang-an-tuong-20190111090930641p150c171.news>
13. <https://baodautu.vn/infographic-kim-ngach-xuat-khau-det-may-dat-tren-36-ty-usd-d92884.html>
14. <http://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/2018-nam-%C4%91ot-bien-cua-nganh-det-may-viet-nam-13523-16.html>
15. <https://wits.worldbank.org>