

Kính thưa Ông Đậu Anh Tuấn, kính thưa các vị Đại biểu Quốc hội, các chuyên gia và các Quý vị đại biểu. Tôi là Bà Trần Ngọc Ánh, Giám đốc Ngoại vụ cấp cao của Công ty HEINEKEN Việt nam.

Trước hết, tôi xin trân trọng cảm ơn Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã tổ chức buổi hội thảo này. Đây là diễn đàn quan trọng để chúng ta thảo luận về đề xuất sửa đổi Luật thuế Tiêu thụ Đặc biệt.

Về bối cảnh quốc tế, sự biến động trong môi trường quốc tế đang đặt ra các thách thức rất lớn. Tuần trước, Tổng thống Mỹ Donald Trump đã phát động cuộc tấn công vào Lực lượng Houthi, làm dấy lên lo ngại về tình hình bất ổn của bối cảnh địa chính trị toàn cầu. Thêm vào đó, Việt nam **là đối tác có thâm hụt thương mại lớn thứ ba của Mỹ (hơn 116 tỷ USD), sau Trung Quốc và Mexico.** Trong khi đó, gần đây Tổng thống Mỹ Donald Trump đã bắt đầu một cuộc chiến thương mại toàn cầu thông qua việc áp đặt thuế nhập khẩu ở mức cao đối với mặt hàng thép và nhôm nhập khẩu từ Trung Quốc, Canada. Trong nhiệm kỳ đầu khi Ông Trump làm tổng thống Mỹ thì ông cũng có ý định áp đặt một số chính sách thuế để kiểm soát thâm hụt thương mại với Việt nam.

Về bối cảnh trong nước, như phần trình bày của TS Cấn Văn Lực đã chỉ rõ, hai động lực tăng trưởng chính chiếm 90% đóng góp vào GDP của Việt nam là đầu tư trong nước và cầu tiêu dùng nội địa. Vậy để đạt được tăng trưởng GDP cao thì phải có chính sách cụ thể để thúc đẩy 02 động lực tăng trưởng này.

**Chúng ta cần có những chính sách phù hợp để tránh cái bẫy “kép”, xuất khẩu thì khó khăn mà thị trường trong nước thì không đạt được tốc độ tăng trưởng mong đợi**

Trong bối cảnh này, chính sách thuế TTĐB là một công cụ hiệu quả để duy trì động lực tăng trưởng của sức mua, tiếp tục tạo đà cho các ngành công nghiệp đang là động lực của tăng trưởng kinh tế nội địa như ngành du lịch, ngành nhà hàng, khách sạn, ngành bán lẻ và chuỗi cung ứng có liên quan, đặc biệt là chuỗi các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Cụ thể, đối với việc sửa đổi Luật thuế TTĐB thì Bộ Tài chính đã đưa ra 02 đề xuất. Chúng tôi nhận thấy rằng việc đưa ra 02 đề xuất này, và việc kiến nghị áp dụng đề xuất nào, đều chưa có đánh giá cụ thể, lượng hoá sự ảnh hưởng của chính sách đến tăng trưởng kinh tế và sự thay đổi của hành vi tiêu dùng.

Trong khi đó thì từ một nghiên cứu độc lập của 03 viện phối hợp gồm: Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công thương – Bộ Công Thương, Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam phối hợp với nhóm chuyên gia của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) đã lượng hoá các tác động của 02 phương án BTC đưa ra bằng những con số cụ thể. Trong phạm vi của hội thảo này, tôi xin tập trung trình bày về các tác động kinh tế, xã hội của Phương án 2.

* **Thứ nhất, tác động đến tăng trưởng GDP và nguồn thu ngân sách**: Nghiên cứu chứng minh rằng việc tăng thuế TTĐB theo phương án 2 sẽ làm suy giảm tốc độ tăng trưởng GDP qua các năm, dẫn đến GDP tương đương giảm **0,08% trong giai đoạn từ 2026-2030.**

Tại nghiên cứu này, thì ngành bia được đánh giá trong mối tương quan với 21 ngành kinh tế khác trong chuỗi cung ứng. Ví dụ, ngành bia là đầu vào của các nhà hàng, khách sạn, là nhân tố để đưa nét văn hoá ẩm thực của Việt nam đến với các du khách và các nhà máy bia chính là đối tác quan trọng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đơn cử như năm 2023, Công ty HEINEKEN đã dành 82% tổng chi phí mua sắm nghiên liệu đầu vào để mua hàng hoá, dịch vụ của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, đạt 17,2 ngàn tỷ đồng. Vì vậy, khi đánh giá tác động kinh tế của chính sách thuế đối với ngành bia, phải tính toán cả những tác động dây chuyền mà ngành bia tương tác với các yếu tố khác trong nền kinh tế.

* **Thứ hai, hàng triệu lao động trong ngành sẽ chịu ảnh hưởng trực tiếp.** Ngành bia hiện đang tạo ra hàng triệu việc làm trực tiếp và gián tiếp. Ví dụ, tính riêng năm 2023, Công ty HEINEKEN đã tạo ra 172,500 việc làm trong toàn bộ chuỗi giá trị. Khi thuế tăng quá cao, người tiêu dùng giảm tiêu thụ thì sản lượng giảm, các doanh nghiệp sẽ phải cắt giảm nhân sự, ảnh hưởng đến sinh kế của hàng trăm nghìn lao động. Theo nghiên cứu trên thì theo phương án 2 nêu trong Dự thảo Luật, thu nhập của người lao động giảm **4.585 tỷ đồng.** Từ đó,gây ảnh hưởng đến sức mua của nền kinh tế nội địa, gây áp lực lên mục tiêu tăng trưởng GDP.
* **Thứ ba, tăng thuế quá cao lại tạo điều kiện cho các loại bia cỏ phát triển mạnh hơn, vừa không thu được thuế, vừa ảnh hưởng sk người tiêu dùng.** Do người dùngchuyển từ việc tiêu thụ các nhãn hiệu bia chính thống sang các dòng bia không chính thống.
* Theo báo cáo mới nhất, của Công ty Nghiên cứu Thị trường Nielsen, sản lượng **bia không chính thống hay còn gọi là “bia cỏ” trên cả nước năm 2023 đã tăng 28%** so với năm 2022**.** Riêng năm 2024, sản lượng dòng bia này đã tăng **71% trên quy mô cả nước.** Về thị phần, năm 2024, dòng bia này chiếm 5,8% tổng thị phần cả nước về bia. Đáng chú ý, tại Đồng bằng sông Cửu Long, dòng bia này hiện nay đang chiếm tổng số **8% thị phần**, với giá bán thấp hơn bia chính thống khoảng 25-35%, thu hút mạnh nhóm người tiêu dùng nhạy cảm về giá.
* Sự phát triển nhanh chóng của dòng bia này đang đặt ra nhiều thách thức cả về sức khỏe cộng đồng và nguồn thu ngân sách nhà nước. Theo chúng tôi được biết, một số sản phẩm bia không chính thống có hàm lượng methanol cao và giá bán rất thấp. Có thể là họ không tuân thủ các quy định về thuế TTĐB, dẫn đến nguy cơ thất thu ngân sách nhà nước và tác động tiêu cực đến sức khoẻ người dân. Ngoài ra, tình trạng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ cũng đáng lo ngại khi một số sản phẩm sao chép nhận diện thương hiệu, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và làm suy giảm niềm tin vào thị trường.

**Thứ tư, chúng tôi xin chia sẻ một vài điểm liên quan đến nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng của Công ty Nielsen như sau:**

* Đa số người tiêu dùng kỳ vọng về mức thuế hợp lý và phù hợp với thu nhập của người dân, cụ thể:
	+ - 67% người tiêu dùng mong muốn mức thuế hợp lý, 53% đề xuất cần tính toán đến mức thu nhập của người dân. 40% đề xuất tă​ng thuế​ phải đi kè​m vớ​i cá​c biện phá​p tă​ng cườ​ng chố​ng hà​ng lậu, hà​ng giả, hà​ng nhá​i, và lộ trình tăng nên giãn, giảm 2-3 năm mới tăng một lần.
		- Người tiêu dùng, đặc biệt ở nông thôn, có xu hướng tìm kiếm sản phẩm thay thế có giá rẻ hơn và không chính thống, không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và không nộp thuế.

Vì vậy, trong khuôn khổ của Hội thảo này, chúng tôi xin có 3 kiến nghị cụ thể là:

1. Ban soạn thảo **cần thực hiện đánh giá tác động một cách toàn diện,** có sự tham gia của các tổ chức nghiên cứu độc lập để đảm bảo cơ sở khoa học cho chính sách thuế, tổ chức tham vấn đầy đủ các đối tượng chịu sự tác động đồng thời xem xét yếu tố phát triển kinh tế để tránh gây xáo trộn cho ngành sản xuất bia và các ngành liên quan.
2. Ban soạn thảo **cần cân nhắc lộ trình tăng thuế hợp lý** để giảm thiểu tác động tiêu cực đến mục tiêu của Chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng, qua đó duy trì động lực tăng trưởng kinh tế. Chúng tôi xin kiến nghị giữ nguyên mức thuế TTĐB trong một năm kể từ năm 2026 khi luật bắt đầu hiệu lực, tức lần tăng thuế đầu tiên sẽ vào năm 2027 và thuế suất nên theo PA1.
3. Chính sách thuế cân nhắc các kết quả nghiên cứu về hành vi của người tiêu dùng, góp phần xác định tác động của việc tăng giá các sản phẩm bia đến sức mua trong nước.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn!