

Các chính sách hỗ trợ định hướng hướng ngoại



Nội dung

- Định hướng hướng ngoại là cần thiết
- Thuyết “Đàn Sếu bay” có còn giá trị áp dụng?
- Thương mại toàn cầu đang thay đổi
- Tăng trưởng xuất khẩu và chính sách công nghiệp



Nước đang phát triển và nhu cầu tham gia thương mại quốc tế

Định hướng hướng ngoại là cần thiết nhằm:

- Đạt lợi thế kinh tế theo qui mô
- Thúc đẩy các nhà sản xuất nội địa cạnh tranh
- Tiếp cận/chuyển giao công nghệ
- Tạo nguồn thu từ xuất khẩu nhằm tài trợ cho nhập khẩu cần thiết

Định hướng hướng ngoại bằng cách nào hay thông qua những chính sách gì?

Table 3: Trade -orientation of Selected Asian Economies,¹ 1969/70-2006/07 (%)

	1969/70	1974/75	1979/80	1984/85	1989/90	1994/5	1999/00	2006/7
Korea, Rep.	15	27	30	33	30	28	40	45
China	3	5	10	11	18	24	21	41
Hong Kong, SAR	92	85	90	108	131	138	138	206
Taiwan	18	23	33	39	42	43	51	70
Indonesia	14	27	33	24	25	27	40	30
Malaysia	40	45	56	54	73	92	121	114
Philippines	21	23	23	24	28	35	53	45
Singapore		80	95	103	134	174	190	240
Thailand	16	20	24	23	35	41	64	73
Vietnam	---	---	---	---	30	33	53	75
India	4	6	7	5	7	11	13	22
Pakistan	8	13	12	10	15	17	14	15
Developing countries ²	10	13	15	16	20	23	26	33

Notes:

--- Data not available.

1. Exports of goods and services relative to GDP (at current prices), two year averages.

2. Low and middle income countries as per the World Bank country classification.

Source: World Bank, World Development Indicators Database, Taiwan (Republic of China), *Taiwan Statistical Data Book*, Taipei: Council for Economic Planning and Development, Taipei (data for Taiwan) and ADB Key Economic Indicators database (for Cambodia and Lao PDR).

Hướng ngoại: Lợi thế kinh tế theo qui mô và các chiến lược cạnh tranh

1. **Đị biệt hóa sản phẩm** (và giá cả)
 - Vì khó đương đầu với công ty lớn hơn
2. **Bảo đảm lớn mạnh càng nhanh càng tốt**
 - Can thiệp chính phủ
 - Trợ giá xuất khẩu hay nuôi dưỡng ngành CN non trẻ
 - Một số ngành CN có thể có giá trị chiến lược tương lai
 - Vai trò ngoại tác, lợi thế cạnh tranh và cụm công nghiệp
3. **Trở thành một nước/khối lớn hơn – hội nhập vùng/khu vực/thị trường**
 - Vai trò FDI
 - Chính sách công nghiệp

Thách thức đối với các nước đang phát triển là gì?

- Áp lực tăng trưởng nhanh và đuổi kịp
- Yêu cầu đầu tư lớn
- Phụ thuộc cao vào một số ít sản phẩm xuất khẩu (thô, giá biến động lớn)
- Khả năng cạnh tranh yếu ở ngành công nghiệp chế tạo
- Khó theo đuổi thương mại tự do:
 - Nhu cầu nhập khẩu cao
 - Biến động doanh thu xuất khẩu
 - Áp lực lên BOP ($S-I = X-M$)
- Khó áp dụng chiến lược 2 (điều kiện WTO, trả đũa của đối thủ, khó xác định các ngành công nghiệp có giá trị chiến lược tương lai, không biết tiêu chí nào hay cách thức nào chọn ngành chiến thắng) nên xu hướng tiến đến 3

Dịch chuyển chính sách thương mại theo thời gian

Indonesia	Republic of Korea	Malaysia	Taipei, China	Thailand	Singapore
1948-66 Economic nationalism; nationalization of Dutch enterprises	1961-73 Initial export take-off	1950-70 Natural resource based exports	1953-57 Import substitution	1955-70 Natural resource based exports	1959-64 Labor intensive import substitution
1967-73 Some trade liberalization	1973-79 Heavy and Chemical Industry Drive: selective promotion	1971-85 Import substitution and export promotion through EPZs	1958-72 Export promotion	1971-80 Import substitution	1967-73 Labor intensive export promotion
1974-81 Oil and commodity boom	1980-90 Gradual trade liberalization and move to Less selectivity	1986-Onwards Gradual trade liberalization and export promotion	1973- 76 Industrial consolidation	1980-Onwards Trade liberalization and export promotion	1973-84 Upgrading export structure
1986-onwards Gradual trade liberalization and export promotion	1990-onwards Trade liberalization and high tech exports		1981 –onwards High tech industrialization		1985-onwards Export promotion of high tech and services

Source: ADBI, John Weiss (2005) adapted from World Bank (1993) table 3.5 and appendix 3.1

Thuyết đàn sếu bay (Gankou keitai)

Flying Geese Pattern of Development, Kaname Akamatsu (1930s, 1962)



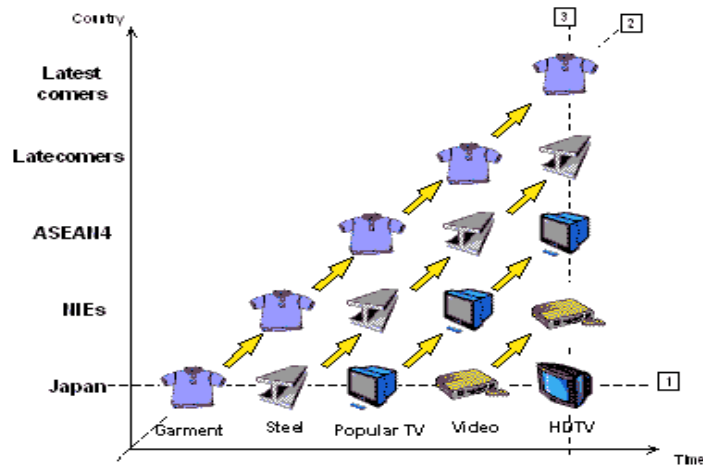
Catching-up Process of Industrialization

- Phát triển sản phẩm, một ngành công nghiệp ở một nước (**Intra-industry aspect**) theo thời gian thông qua: Nhập khẩu (M) - Sản xuất (P) - Xuất khẩu (X)
- Phát triển một số ngành công nghiệp trong một nước (**Inter-industry aspect**) theo chuỗi, đa dạng hoá và nâng cấp từ hàng tiêu dùng sang hàng hoá vốn, từ đơn giản đến phức tạp
- Quốc tế (**International aspect**) phân bổ tuần tự các ngành công nghiệp theo tiến trình từ nước tiên tiến sang nước đang phát triển

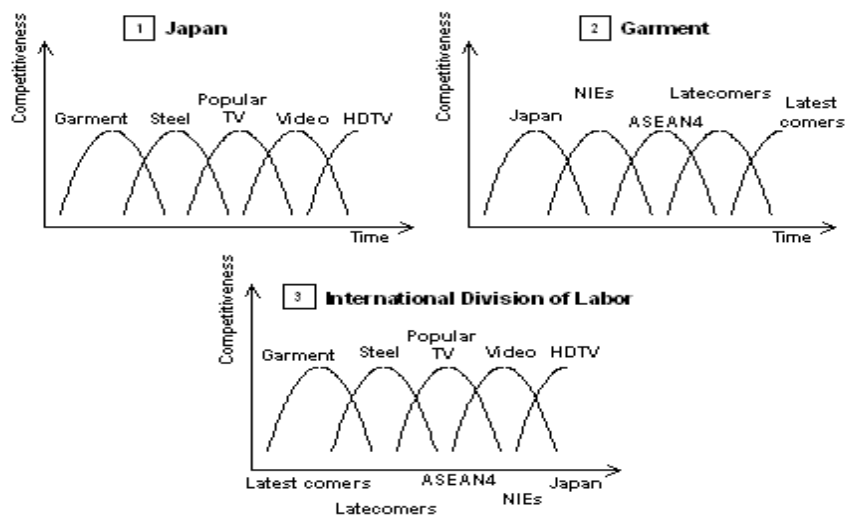
Nguồn: <http://www.grips.ac.jp/module/prsp/FGeese.htm>

Chuyển đổi cơ cấu ở Đông Á

Structural Transformation in East Asia



Chuyển đổi cơ cấu ở Đông Á



Thuyết đàn sếu bay

- Chuyển dịch của Nhật Bản từ CN nhẹ sang CN nặng, rồi điện tử, công nghệ cao tạo cơ hội Hàn Quốc và Đài Loan vào ngành Nhật đã rời bỏ.
- Đến Hàn Quốc, Đài Loan và Singapore chuyển sang CN nặng và điện tử, cơ hội CN nhẹ mở ra cho Thái Lan, Indonesia và Malaysia.
- Thế hệ tiếp theo là Trung Quốc, Việt Nam?

Các nền KT ngày càng đi lên cao hơn trong 'bậc thang' công nghệ và thâm dụng vốn; các ngành CN cơ bản chuyển từ những nền KT đi đầu, sang nhóm 2, 3, 4...

- *Thuyết đàn sếu bay có còn giá trị áp dụng?*

Hộp 4.1: Định nghĩa hàm lượng công nghệ trong các ngành công nghiệp

- *Ngành dựa vào tài nguyên thô:* Ví dụ: chế biến lương thực, thuốc lá, sản phẩm gỗ giản đơn, sản phẩm lọc dầu, hóa chất, v.v... Những sản phẩm này có thể sử dụng công nghệ rẻ và thâm dụng nhân công (chế biến lương thực) hoặc thâm dụng vốn, sử dụng nhiều kỹ năng (lọc dầu, v.v...) Cạnh tranh của những ngành này (thông thường) chủ yếu dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên.
- *Ngành có hàm lượng công nghệ thấp:* Ví dụ: dệt may, da giày, đồ chơi, sản phẩm nhựa và kim loại đơn giản, đồ gỗ, thủy tinh, v.v... Những sản phẩm này có xu hướng sử dụng công nghệ ổn định, với chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D) và yêu cầu kỹ năng thấp, ít có lợi thế kinh tế theo quy mô. Chi phí lao động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí. Sản phẩm thường ít có tính khác biệt, rào cản gia nhập thấp. Lợi thế cạnh tranh của những ngành này - đặc biệt ở các nước đang phát triển - là từ giá cả chứ không phải chất lượng hay thương hiệu.
- *Ngành có hàm lượng công nghệ trung bình:* ví dụ ô tô, cơ khí, hóa chất công nghiệp, máy móc, điện tử, v.v... Những sản phẩm này có công nghệ phức tạp nhưng thay đổi chậm, với chi phí (R&D) trung bình, nhưng có kỹ năng thiết kế và sản xuất hiện đại, có quy mô lớn. Rào cản tương đối lớn do yêu cầu cao về vốn. Thường có sự kết hợp chuỗi giá trị giữa các nhà sản xuất, nhà cung cấp, v.v...
- *Ngành có hàm lượng công nghệ cao:* ví dụ: sản phẩm điện tử phức tạp, sản phẩm viễn thông, công cụ chính xác cao, hóa chất và dược phẩm, v.v... Những ngành này có công nghệ thay đổi nhanh và hiện đại, cần những kỹ năng phức tạp, có rào cản gia nhập rất lớn. Chi phí đầu tư R&D cao và cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại.

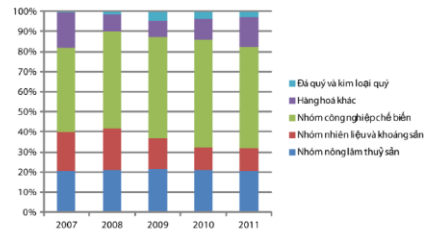
Nguồn: Lall (2001) và UNIDO (2002).

Bảng 4.4. GDP và giá trị gia tăng công nghiệp của Việt Nam và các quốc gia

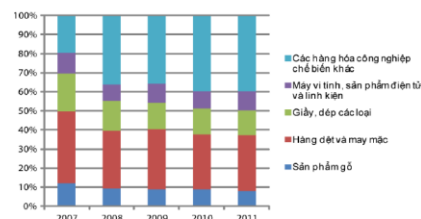
	2000				2009			
	GDP (tỉ USD)	GDP /người (USD)	MVA /lao động (USD)	MVA/ GDP (%)	GDP (tỉ USD)	GDP / người (USD)	MVA/ lao động (USD)	MVA /GDP (%)
Việt Nam	31,2	401,5	149,7	18,6	97,1	1129,3	415,9	20,1
Trung Quốc	1198,5	949,2	528,6	32,1	4991,3	3748,9	2150,5	33,9
Indonesia	165,0	773,3	456,9	27,7	539,4	2271,8	1196,9	26,4
Malaysia	93,8	4005,6	2952,5	30,9	193,1	6908,7	4101,1	25,5
Thái Lan	122,7	1943,2	1168,4	33,6	263,7	3838,2	2273,3	34,2

Việt Nam thuộc nhóm 30% nước có sức cạnh tranh thấp

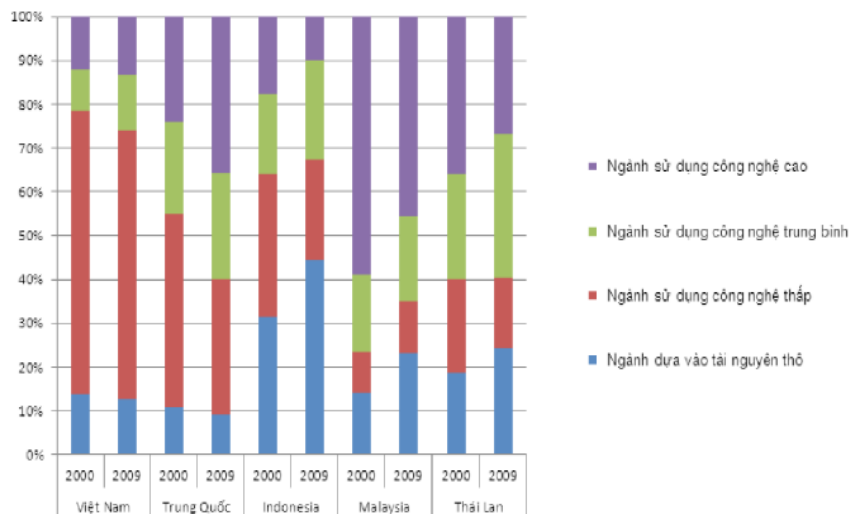
- Công nghệ thấp, thâm dụng lao động và tài nguyên thô
- Hơn 10 năm hội nhập: cơ cấu nhóm hàng có lợi thế so sánh gần như không đổi (so năm 2000)
- %X công nghệ cao: Việt Nam 8,2%, Indonesia 18%, Philippines 33%, Trung Quốc 39%, Thailand 49%, Malaysia 67%
- Kim ngạch $X = p \cdot q$ [Malaysia q tăng 2% $\Rightarrow$ X tăng 14%; Việt Nam q tăng 9% $\Rightarrow$ X tăng 26% (nếu Malaysia sẽ là 63%)]
- Basa xuất khẩu: 2,8kg nguyên liệu $\Rightarrow$ 1kg phi lê (2,8USD – chi phí 2,52USD = 28 cent (CPSX + lợi nhuận))
- Nếu theo tăng trưởng dựa vào X, thì $NX < 0$ (2015: 60 tỷ USD, 2020: 80 tỷ USD)
Nguồn: CIEM (2011)

Hình 4.9. Cơ cấu nhóm ngành hàng xuất khẩu Việt Nam

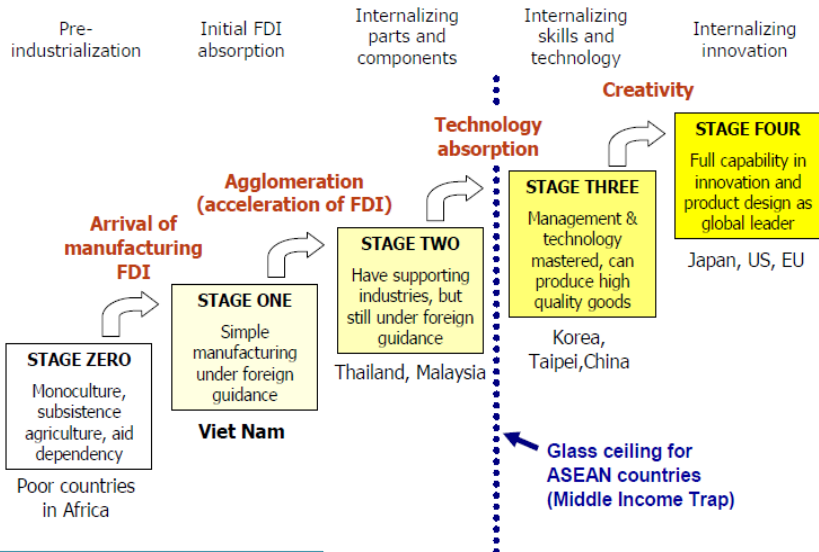
Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Hình 4.10. Cơ cấu ngành hàng công nghiệp chế biến xuất khẩu

Nguồn: Tổng cục Thống kê.

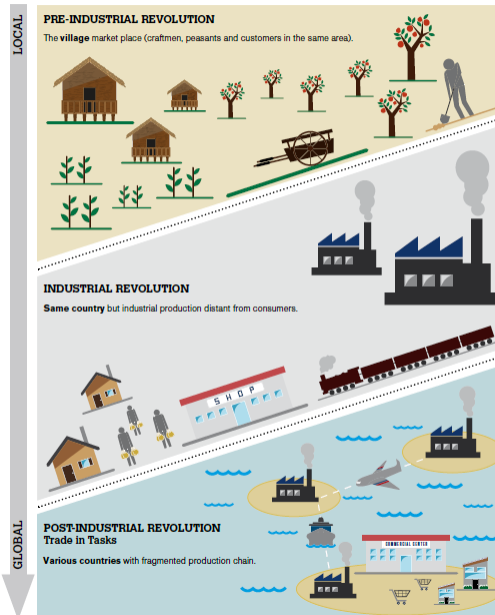
Hình 4.11. Hàm lượng công nghệ hàng công nghiệp xuất khẩu Việt Nam và các nước

Stages of Catching-up Industrialization



Nguồn: Kenichi Ohno (2011)

Figure 1
From local to global production and markets



Source: WTO Secretariat.

Thương mại toàn cầu
cũng đang thay đổi

“Trade in goods” sang
“Trade in Tasks” (do sự
nổi lên của chuỗi giá trị
toàn cầu: “global value
chains”)

Tổ chức sản xuất Boeing 787

Who makes the parts and where the engineering jobs are

Numbers of engineers are projections for the end of 2005 made by Boeing's first-tier partners, and may not include all engineering specialties. Production workers are not included.

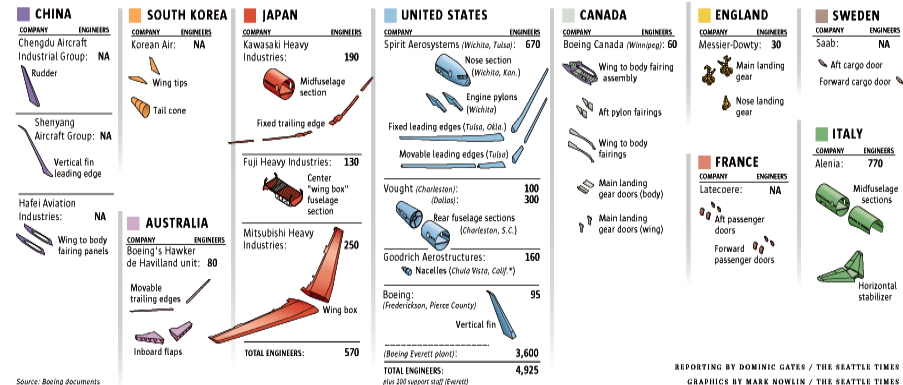


Figure 1

The fragmentation of production: The example of the Boeing 787 Dreamliner

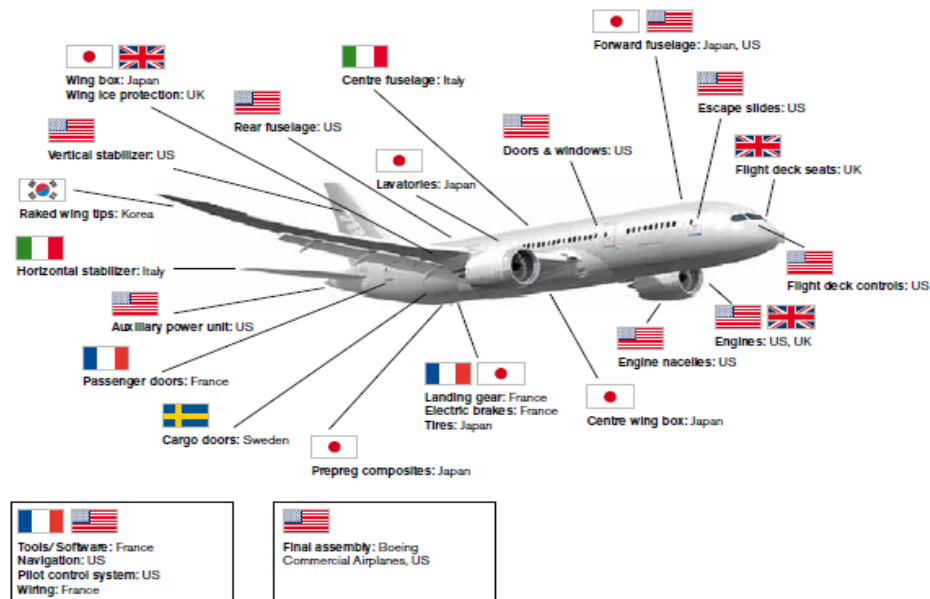
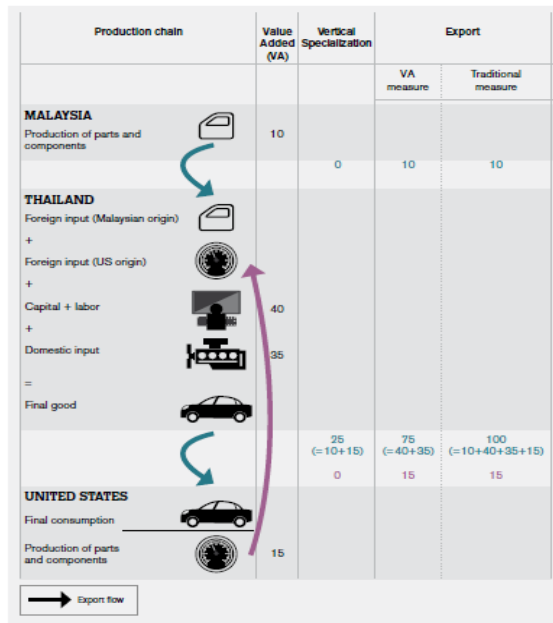


Figure 2

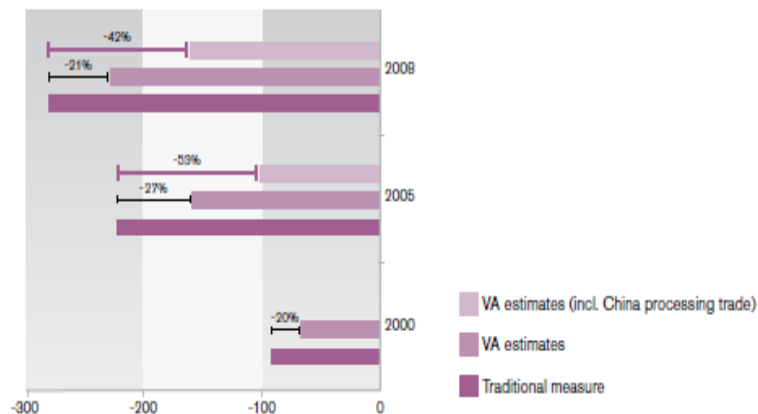
Measuring value added and vertical specialization through an international production chain: an illustrative example (hypothetical values and constellation)



Source: WTO Secretariat.

Figure 9

United States-China trade balance: Traditional statistics versus value added (VA) terms (in billions of US\$)

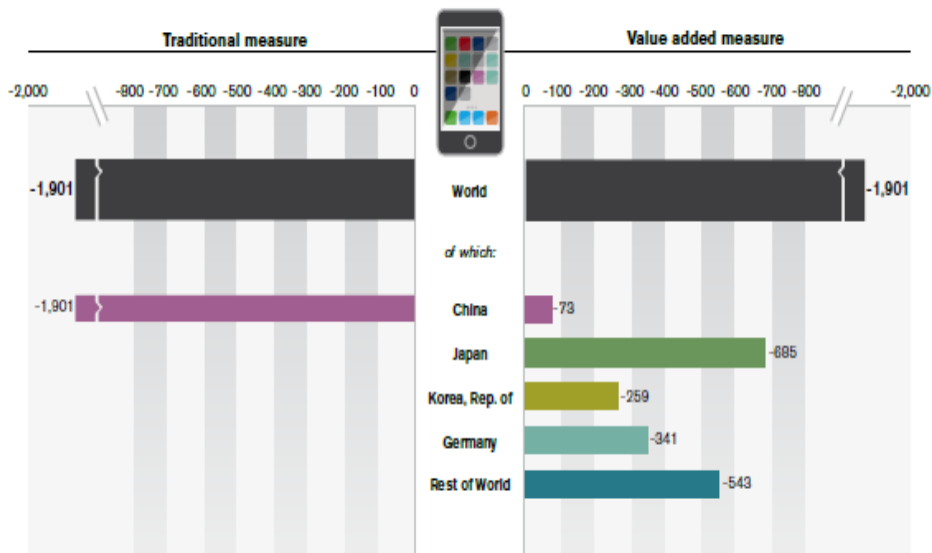


Note: China's processing trade data not available for 2000.

Sources: UN Comtrade Database and WTO estimates.

Figure 10

2009 US trade balance in iPhones (in millions of US\$)



Source: Meng and Miroudot (2011).



SEMINAR TEKNOLOGI HIJAU
21 DESEMBER 2011



2. Global Trends



EXPORT OPPORTUNITIES FOR GREEN PRODUCTS

Cơ hội xuất khẩu sản phẩm Xanh



Source : Frost & Sullivan

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT

UNCTAD

Green economy market opportunities...

- **Employment** Can generate net jobs, including for the poor, to reduce poverty, and for women and youth.
- **Diversification** Can open business opportunities in new industrial and commercial sectors.
- **Export growth** Can increase exports of green products and services.
- **Technology transfer** Investment by multinationals in foreign production sites can transfer technologies to developing countries.

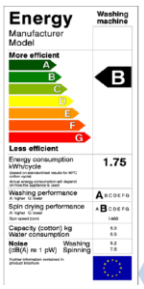
3. Malaysia's Selected Green Products

- Building Materials**
 - Insulation materials
 - Paints and coatings
 - Bio-Composite items – flooring, walls, mouldings, doors, roofing, fencing, interiors decorations, railing, cladding, fascia
 - Garden and outdoor – garden structure, patio furniture, outdoor furniture
- Automotive**
 - Interior panels
 - Rear shelves
 - Lithium battery
 - Biofuel
 - LED
- Renewable Energy**
 - Solar PVs
 - Solar water heaters
 - Biofuel
 - Biomass
- Energy Efficiency**
 - Refrigerators
 - Washing machine
 - Television
 - Electric fans
 - Electric lamps
 - Air-conditioners
 - LED
- Biodegradable, agro fibre and waste materials**

From materials such as rice husk, kenaf, empty fruit bunch, bio resin:

 - Moulded trays for industrial
 - Foods, fruits and vegetable packaging
 - Table wares
 - Disposable cutleries
 - Containers
 - Trash bags, bin liners, supermarket bags

3. Malaysia's Selected Green Products




- Water and Waste Management**
 - Waste Water Treatment**
 - Rain water management
 - Water recycling
 - Waste water treatment
 - Raw water treatment
 - Solid Waste**
 - Agriculture waste
 - Municipal solid waste

Visions of Green Trade Promotion

Nguồn: Wan-li Wang (2011)



Capacity Building

- To build up industry's capacity of green technology
- To establish green supply chains
- To assist green product certification in accordance with international standards
- To build up green trade expertise



Promotion & Marketing

- To build up a new green image
- To promote Taiwan's green products
- To participate in global green exhibitions and conferences
- To hold international conferences and summits

Taiwan's Green Capacity

❖ Taiwan's Green Technology Competitiveness ranked:
2nd in Asia, and 6th in the world (source: IMD World Competitiveness Yearbook 2010)

Category	Our Achievements
Green Energy	- PV production ranked 2nd worldwide (2010) - LED production ranked 2nd worldwide (2011)
Green ICT	- ICT products received world's first carbon footprint certification, e.g., notebook computers, desktop computers, LED panels, ICs. - The world's first EED (Energy and Environmental Design) Gold-Certified green TFT-LED plant.
Green Building	Taiwan has the highest proportion in Green Buildings worldwide.
Green Consumer Staple	- Bicycle production ranked 1st worldwide. - Quality of green fabric ranked 1st worldwide.

Top 10 Taiwan's Green Products for Export

Rank	Product	More environmentally friendly product
1	Liquid crystal devices	More environmentally friendly product
2	Photosensitive semiconductor devices; light emitting diodes (LEDs)	Renewable energy devices
3	Screws and bolts, with or without nuts or washers made from iron or steel	More environmentally friendly product
4	Parts and accessories for motor vehicles	More environmentally friendly product
5	Bicycles and other cycles (including delivery tri-cycles), non-motorized	More environmentally friendly product
6	Plastics	Waste water management
7	Automatic data process equipment, magnetic & optical readers	More environmentally friendly product
8	Radio navigational aid equipment (GPS)	More environmentally friendly product
9	Static converters	More environmentally friendly product
10	Electrical circuits, connectors, etc.	More environmentally friendly product

10 ý tưởng kinh doanh “Xanh”

2	TEN GREEN BUSINESS IDEAS
TABLE OF CONTENTS	
Introduction.....	3
Ten Green Business Opportunities: Opportunities that Preserve Environmental Quality, Improve Social Equity, and Stimulate Local Economies.....	6
1. The Healthy, Local Food Movement.....	6
2. Renewable Energy Alternatives, Green Collar Job Training, and Green Business Incubators.....	7
3. Green Transportation.....	8
4. Green Product Innovation and Consumer Goods Retail.....	8
5. Green Home- and Office-Cleaning Services.....	9
6. Be a Part of the HiUse Revolution!.....	10
7. Energy-Efficient Homes and Green Home Retrofits.....	10
8. Green Landscaping and Green Plumbing.....	12
9. Green Information Technology (IT).....	13
10. Green, Grassroots Community Lending and Microfinancing.....	13
Green Franchise Opportunities.....	15
Conclusion.....	16
Successful Examples.....	17
Healthy, Local Food Movement.....	17
Renewable Energy Alternatives, Green Collar Job Training, and Green Business Incubators.....	19
Green Transportation.....	21
Green Product Innovation and Consumer Goods.....	22
Green Home- and Office-Cleaning Services.....	23
The HiUse Revolution!.....	23
Energy-Efficient Homes and Green Home Retrofits.....	24
Green Landscaping and Green Plumbing.....	25
Green IT.....	25
Green, Grassroots Community Lending and Microfinancing.....	26

Tăng trưởng xuất khẩu và chính sách công nghiệp

Bài học nào từ Thần Kỳ Đông Á?

Đông Á – Những điểm nổi bật

- Tăng trưởng xuất khẩu và di chuyển lên bậc thang của lợi thế so sánh.
- Vai trò năng động của xuất khẩu.
- Vai trò của giáo dục.
- Tiết kiệm cao và đầu tư cao trong làn sóng bùng nổ xuất khẩu.
- Cải thiện và nhập khẩu công nghệ.
- Vượt lên giai đoạn “cắt cánh” – vai trò chính phủ.
- Ổn định kinh tế vĩ mô, mở cửa ngoại thương, ngăn lên giá nội tệ, ...

Định hướng hướng ngoại và thúc đẩy xuất khẩu

- Các chính sách thương mại ưu đãi không đủ để tạo cho xuất khẩu thành công
- Cần tạo ra *năng lực khai thác cơ hội* thông qua *chính sách công nghiệp*

Chính sách công nghiệp là gì?

- Biện pháp, chính sách hay chương trình nhằm cải thiện tăng trưởng và khả năng cạnh tranh của một ngành CN hay của nền kinh tế.
- Bao gồm:
 - Thuế và trợ cấp (theo mục tiêu).
 - Chính sách cạnh tranh.
 - Chính sách phát minh sáng kiến, R&D.
 - Giáo dục.
 - Cơ sở hạ tầng.
 - ...

Tại sao phải là chính sách công nghiệp lúc này?

- **WTO và hội nhập:** không còn các công cụ chính sách thương mại và không cho phép những can thiệp có chọn lọc trong quá khứ.
 - **Thay đổi hệ thống tiền tệ quốc tế** hạn chế phạm vi hoạt động của chính sách tỷ giá hối đoái (hậu Bretton Woods).
 - Sự phức tạp **tiến bộ công nghệ, chuỗi giá trị toàn cầu** và lợi thế so sánh động làm cho nỗ lực chọn “người chiến thắng” không còn dễ dàng (Thế giới phẳng?)
 - **FDI** trở nên quan trọng cho các nước đang phát triển – nhưng không phải tất cả loại hình FDI.
- **Chỉ còn lại chính sách công nghiệp.** (và chính sách công nghiệp cũng khác trước!)

Chính sách công nghiệp ở các nước đang phát triển

Thập niên 60, 70 và 80

- Ưu đãi khu vực này so khu vực khác.
- Can thiệp trực tiếp.
- Trợ giá.
- Bảo hộ.
- Thống trị của khu vực công.
- Quan tâm đến R&D có giới hạn.
- ...

Thập niên 90 đến nay

- Công nghệ - R&D.
- Thuế.
- Thúc đẩy xuất khẩu.
- Nhận thức về môi trường.
- Không còn quan liêu.
- Minh bạch/FDI.
- ...

Kenichi Ohno (2004)

- Chính sách công nghiệp VN đã lỗi thời (chỉ hướng đến mục tiêu: sản lượng, xuất khẩu, đầu tư, tỷ lệ nội địa hóa... theo ngành và sản phẩm).
- Nhật, Hàn Quốc, Đài Loan đã có điều kiện xây dựng tiềm lực công nghiệp trước khi tự do hóa TM (FDI không thống trị ngành sản xuất và xuất khẩu); CNH hoàn thành + công ty trong nước thành động lực tăng trưởng chính.
- Thái Lan, Malaysia thực ra không quá dựa vào FDI và có vài thập niên xây dựng tiềm lực công nghiệp.
- Việt Nam chỉ có hơn 1 thập niên & buộc tham gia hội nhập khi chưa thực sự xây dựng nội lực.

Harrison - Rodriguez Clare (2011): Chính sách công nghiệp “Mềm” thành công cao hơn

“Hard” industrial Policy (chính sách công nghiệp “Cứng”):

- Thuế quan
- Trợ giá chỉ với một số khu vực đặc biệt
- Miễn thuế cho nhà đầu tư nước ngoài
- Yêu cầu hàm lượng nội địa hóa

Soft” Industrial Policy (Chính sách công nghiệp “Mềm”):

- Đặc khu kinh tế với CSHT chi phí thấp hơn
- Đường và cảng thiết kế cho gia tăng thương mại
- Tín dụng ưu đãi cho các nhà xuất khẩu
- Thúc đẩy cụm công nghiệp phục vụ xuất khẩu

Kinh nghiệm Hàn Quốc

- Trợ giá xuất khẩu
- Tín dụng
- Cơ chế rút lại trách nhiệm
- Động cơ thể chế (Tổng thống Park)



Park Chung Hee, father of the chaebol

“Nhật Bản – kẻ xâm lược đáng ghét, mô hình kinh tế dễ thương”

Hàn Quốc – chiến lược tăng trưởng dựa vào xuất khẩu

- Xuất khẩu: 87 triệu USD (1963); 17,5 tỷ USD (1980); 363,5 tỷ USD (2009).
- Nhập khẩu: gấp 6 lần xuất khẩu (1963); 2,3 lần xuất khẩu (1971).
- Tỷ lệ phụ thuộc thương mại (Trade Dependence Ratio: $[X+M]/GDP$): 46,6% (1972); 78,9% (1980); 76,6% (2001); 98,6% (2009).
- GNI đầu người: <100\$ (1960); 1.688\$ (1980); 12.581\$ (1996); 17.085\$ (2009)

Chính sách công nghiệp Hàn Quốc		
Period	Priority activities	Main instruments
1960-73	Exports in general- key sectors labor-intensive manufactures	Import protection, export subsidies including duty drawbacks, subsidized credit allocations, export targeting.
1973-80	Heavy and Chemical Industries – priority sectors steel, petrochemicals, nonferrous metals, shipbuilding, electronics and machinery; priority firms selected large enterprises	Import protection, export subsidies including duty drawbacks, subsidized credit allocations, export targeting. Widespread use of policy loans to channel funds to priority firms and sectors. Investment incentives through tax credits.
1980-90	Manufactured Exports, firms needed restructuring, small and medium enterprises. High technology activities now priority.	Phased import liberalization, ending of policy loans. Still government influence over allocation of credit. Investment incentives for R and D. Easing of restrictions on FDI.
1990 onwards	Private sector-led development; restructuring of chaebol after 1997 Crisis	Financial sector liberalization; open capital account;

Source: ADBI, John Weiss (2005) adapted from Kim and Leipziger (1997)

Hàn Quốc: 19 loại can thiệp chính sách công nghiệp định hướng thúc đẩy xuất khẩu (1)

1. Định giá thấp won
2. Ưu tiên nhập lượng trung gian nhập khẩu cho sản xuất hàng xuất khẩu
3. Bảo hộ công nghiệp non trẻ có định hướng trước khi phát triển thành xuất khẩu
4. Miễn thuế hàng hóa vốn (MMTB) để sản xuất hàng xuất khẩu
5. Giảm thuế cho những nhà cung cấp nhập lượng nội địa cho hoạt động xuất khẩu
6. Miễn thuế gián thu nội địa cho các nhà xuất khẩu thành công
7. Thuế trực thu vào thu nhập sẽ thấp hơn nếu xuất khẩu
8. Thúc đẩy phá giá cho xuất khẩu
9. Giấy phép nhập khẩu gắn với hoạt động xuất khẩu
10. Trợ cấp xuất khẩu trực tiếp

Hàn Quốc: 19 loại can thiệp chính sách công nghiệp định hướng thúc đẩy xuất khẩu (2)

11. Quyền độc quyền tài trợ cho doanh nghiệp đầu tiên đạt mục tiêu xuất khẩu trong ngành
12. Lãi suất trợ cấp và tiếp cận tín dụng
13. Bảo hiểm tín dụng xuất khẩu, khuyến khích thuế
14. Khu vực thương mại tự do, công viên công nghiệp. CSHT định hướng xuất khẩu
15. Tạo ra doanh nghiệp công nhằm hình thành các ngành công nghiệp mới
16. Hiệp hội thương mại và xúc tiến xuất khẩu
17. Nỗ lực nâng cấp và chuyển giao công nghệ
18. Phối hợp với chính phủ cấp giấy phép chuyển giao công nghệ
19. Định mục tiêu xuất khẩu của doanh nghiệp có định hướng của chính phủ

4. Examples of Green Initiatives by Foreign Governments

KOREA

Green Incentives

1. Incentives for manufacturers

- ❖ Environmental Industry Promotion Fund - interest rate cut up to 1.5% points
- ❖ Export Support – Feasibility study of Korean in Overseas Projects, master plan to improve Environment of Developing Countries, Pilot projects to spread Green Environmental Technology
- ❖ Low-Carbon Certification System
- ❖ Tax cut for manufacturers who use recycled packaging (up to 20% recycling tax redemption)
- ❖ Green technology subsidiary – change to eco-friendly production line

4. Examples of Green Initiatives by Foreign Governments

2. Incentives for Consumers

- ❖ Green card system - incentives amount up to 200,000 won (RM549.72) for consumer to purchase eco products
- ❖ Tax incentives for hybrid or electric car buyers

4. Examples of Green Initiatives by Foreign Governments

Regulating and Certification Bodies in Korea:

- ❖ Korea Environmental Industry and Technology Institute (KEITI) – Korea Eco-Label
- ❖ Korea Agency for Technology and Standards

4. Examples of Green Initiatives by Foreign Governments

Potential Green Products in Korea

Packaging	Green Building Materials	Green products for children
• Recycle • Biodegradable (incl. bio-plastic)	• Eco interior materials such as wall papers & coverings • flooring	• cutleries and plates, toys

Bài học

Đặc điểm dẫn đến thành công

- Tập trung mạnh vào xuất khẩu.
- Linh hoạt – thay đổi công cụ.
- Tiêu chí đánh giá xuất khẩu gắn với thành quả.
- Thời hạn hỗ trợ có giới hạn.
- Nâng cấp công nghệ - thông qua FDI và năng lực nội địa.

Đặc điểm kéo theo thất bại

- Những quan hệ “nhân thân” và chính trị, nhóm vụ lợi.
- Định hướng thay thế nhập khẩu – hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất chi phí cao.
- Thiếu mục tiêu và tiêu chí đánh giá kết quả thực hiện.
- Sự trì trệ và không phù hợp của công nghệ.

Thomas I. Palley (2011)

The Rise and Fall of Export-led Growth

- Tăng trưởng dựa vào xuất khẩu từng là chiến lược cả hai cùng thắng cho nước đã và đang phát triển sau WWII
 - Trở nên kiệt sức.
 - Không còn chiến lược quốc gia – mà là bộ ba: nước đang phát triển, đã phát triển và MNCs
- MNCs thay đổi chiến lược – liên doanh, nhượng quyền, gia công
- “Cuộc đua xuống đáy” do MNCs dịch chuyển sản xuất giữa các nước
- Khủng hoảng 2008 – phía cầu toàn cầu suy yếu

=> Cần dịch chuyển sang mô hình tăng trưởng dựa vào cầu nội địa

Hàm ý chính sách

1. Định hướng hướng ngoại cần thiết nhưng cầu nội địa cũng quan trọng
2. Mở cửa và chính sách thương mại không tự động kéo theo tăng trưởng và xuất khẩu
3. Cần tạo ra năng lực khai thác cơ hội
 - Chỉ còn chính sách công nghiệp
 - Chính sách công nghiệp cũng đã thay đổi
4. Kết nối năng lực công nghiệp với xu hướng phát triển nền kinh tế “Xanh”