

CHÍNH SÁCH NGOẠI THƯƠNG

Buổi 5. Các chủ đề mới: chi phí thương mại, các trung gian thương mại và sử dụng ưu đãi thương mại

Trường Chính sách công và Quản lý Fulbright
Tháng 10/2022

Ari Kokko

Copenhagen Business School

Bài trước

- Các hiệp định hội nhập “cũ” và ”mới” có các biện hộ và hình thức khác nhau
- Các hiệp định mới tổn kém hơn nhưng lợi ích cũng lớn hơn nhiều
- Các hiệp định mới đưa đến yêu cầu cần tạo ra môi trường cạnh tranh “công bằng” cho tất cả các thành viên.
- Các hiệp định hội nhập khu vực của Việt Nam: Cũ hay Mới?

Bài học hôm nay

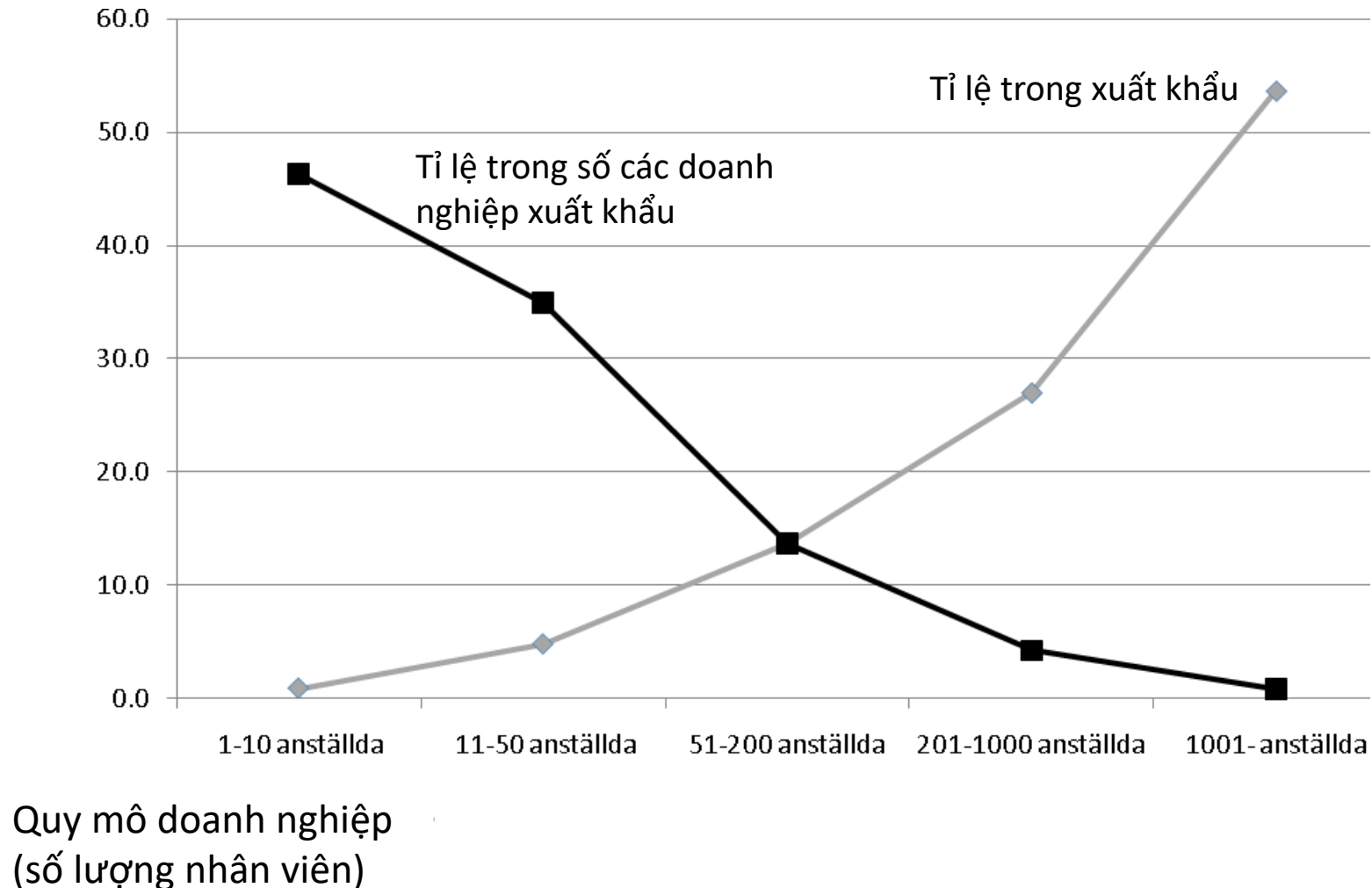
Chủ đề “mới”: Các doanh nghiệp không đồng nhất trong thương mại quốc tế

- Điều gì quyết định xuất khẩu tại cấp doanh nghiệp?
 - Quan điểm kinh doanh quốc tế
 - Quan điểm kinh tế quốc tế
- Các trung gian thương mại
- Các hiệp định thương mại tự do và ưu đãi thuế quan

Xuất khẩu ở cấp doanh nghiệp

- Các lý thuyết thương mại cho chúng ta biết một đất nước có xu hướng xuất khẩu sản phẩm nào.
 - Yếu tố sản xuất dồi dào, trình độ công nghệ, quy mô, can thiệp của chính phủ/chính sách ngoại thương
- Nhưng doanh nghiệp xuất khẩu là những doanh nghiệp nào?
 - Điều gì quyết định xuất khẩu ở cấp doanh nghiệp?
 - Không phải mọi doanh nghiệp trong ngành có lợi thế so sánh đều trở thành doanh nghiệp xuất khẩu.
 - Một số doanh nghiệp vẫn xuất khẩu dù ngành của họ không có lợi thế so sánh.
- Điều gì quyết định thương mại (xuất khẩu) ở cấp doanh nghiệp?
 - Các bằng chứng thực nghiệm
 - Các giải thích lý thuyết
 - Các hàm ý chính sách

Ai sẽ xuất khẩu: quy mô doanh nghiệp và xuất khẩu ở Thụy Điển



Các bằng chứng thực nghiệm: xuất khẩu ở cấp doanh nghiệp

- Thậm chí những doanh nghiệp rất nhỏ cũng xuất khẩu
- Hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu đều chỉ bán một loại hàng hóa cho một thị trường nước ngoài
 - Thường là nước láng giềng
- Rất hiếm doanh nghiệp tập trung mạnh vào xuất khẩu
 - 5 % doanh nghiệp xuất khẩu chiếm 80% tổng kim ngạch xuất khẩu
 - Các doanh nghiệp lớn hướng đến xuất khẩu nhiều hơn
- Nhiều doanh nghiệp không có khả năng xây dựng nền tảng cơ sở cho xuất khẩu thường xuyên
 - “Doanh nghiệp xuất khẩu mùa vụ” xuất hiện trong số liệu xuất khẩu trong một vài năm nhưng biến mất ở một số năm khác.

Bối cảnh có quan trọng không?

- Doanh nghiệp Việt có khác nhau không?
 - Doanh nghiệp nào sẽ xuất khẩu?
 - Các thị trường đích?
 - Đặc điểm?

Các loại hình doanh nghiệp xuất khẩu

- Ba nhóm doanh nghiệp
 - Không xuất khẩu, xuất khẩu không thường xuyên và xuất khẩu thường xuyên
- Những doanh nghiệp xuất khẩu không thường xuyên nằm giữa doanh nghiệp không xuất khẩu và doanh nghiệp xuất khẩu thường xuyên
 - Năng suất, vốn con người, vốn hiện vật, đầu tư, v.v. đều nằm ở giữa
 - Có phải những doanh nghiệp này đang cố gắng chuyển từ trạng thái không xuất khẩu lên xuất khẩu thường xuyên hay không?

Bảng chứng thực nghiệm: xuất khẩu và năng suất ở cấp doanh nghiệp

(Biến phụ thuộc: năng suất)

Phương trình	GLS, RE	GMM
1. Export dummy	0.049 (0.005)***	0.051 (0.008)***
2. Productivity = f (các chỉ số xuất khẩu, quy mô, vốn (log))	0.007 (0.000)***	0.004 (0.001)***
3. Export dummy (quy mô, vốn, log)	0.001 (0.000)***	0.001 (0.001)***
4. Number of export products		
0	Reference	-
1-3	0.040 (0.005)***	-
4-8	0.066 (0.006)***	-
9 -	0.102 (0.007)***	-
0-7	-	Reference
8-	-	0.073 (0.012) ***
Covariates	Size, capital, human capital, industry dummies, time dummies, ownership	Size, capital, human capital, industry dummies, time dummies, ownership

Productivity = f (các chỉ số xuất khẩu, quy mô, vốn con người, các biến giả về sở hữu, các biến giả về thời gian, các biến giả về ngành v.v.)

Bảng chứng thực nghiệm: xuất khẩu và năng suất ở cấp doanh nghiệp

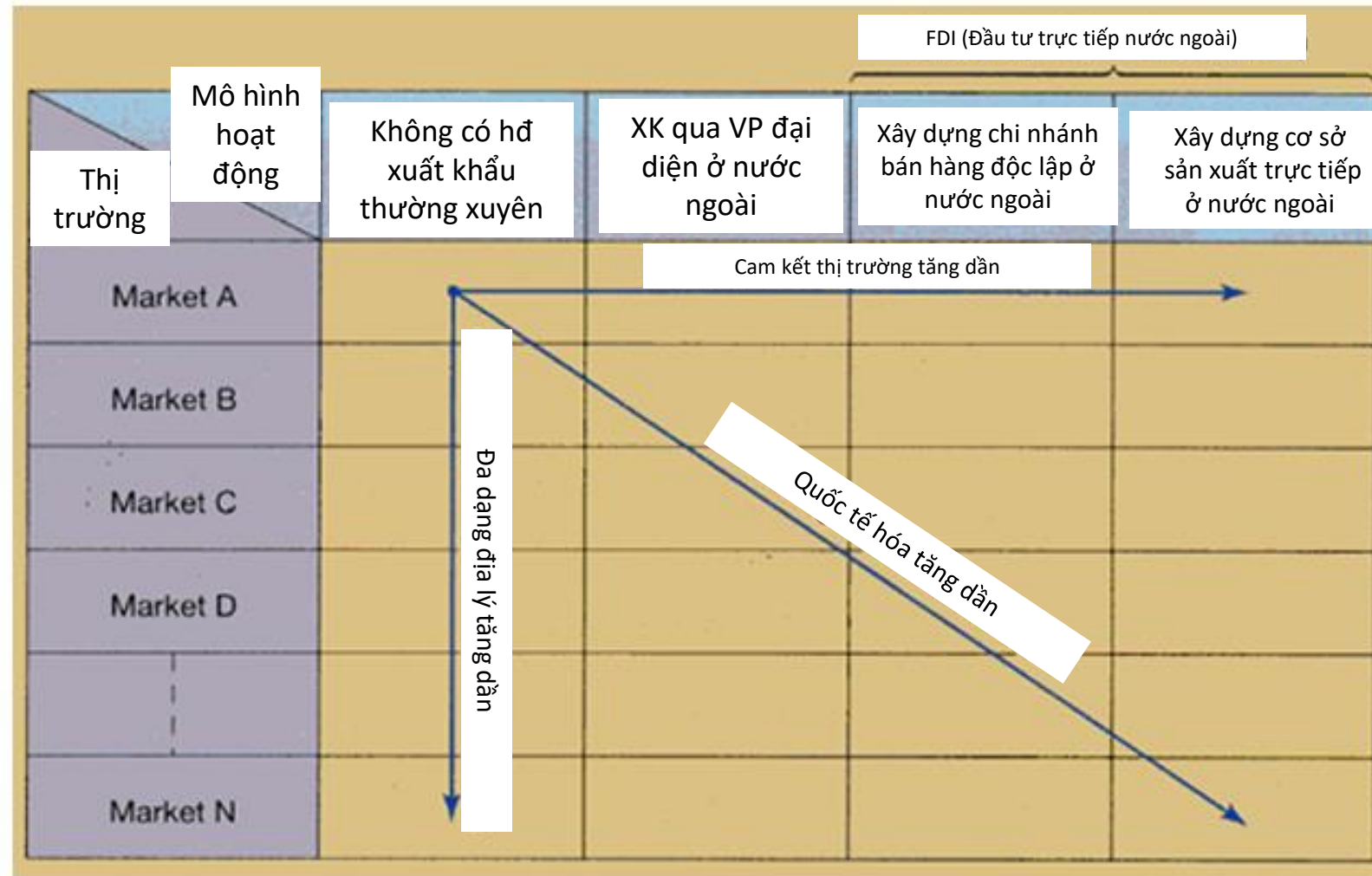
(Biến phụ thuộc: năng suất)

Phương trình	GLS, RE	GMM
1. Biến giả xuất khẩu	0.049 (0.005)***	0.051 (0.008)***
2. Xuất khẩu trên mỗi lao động (log)	0.022 (0.000)***	0.021 (0.001)***
3. Kim ngạch xuất khẩu trên mỗi lao động (log)	0.011 (0.000)***	0.011 (0.001)***
4. Số lượng sản phẩm xuất khẩu		
0	Reference	-
1-3	0.040 (0.005)***	-
4-8	0.066 (0.006)***	-
9 -	0.102 (0.007)***	-
0-7	-	Reference
8-	-	0.073 (0.012) ***
Đồng tham số	Quy mô, vốn, vốn con người, các biến giả về ngành, các biến giả về thời gian, sở hữu	Quy mô, vốn, vốn con người, các biến giả về ngành, các biến giả về thời gian, sở hữu

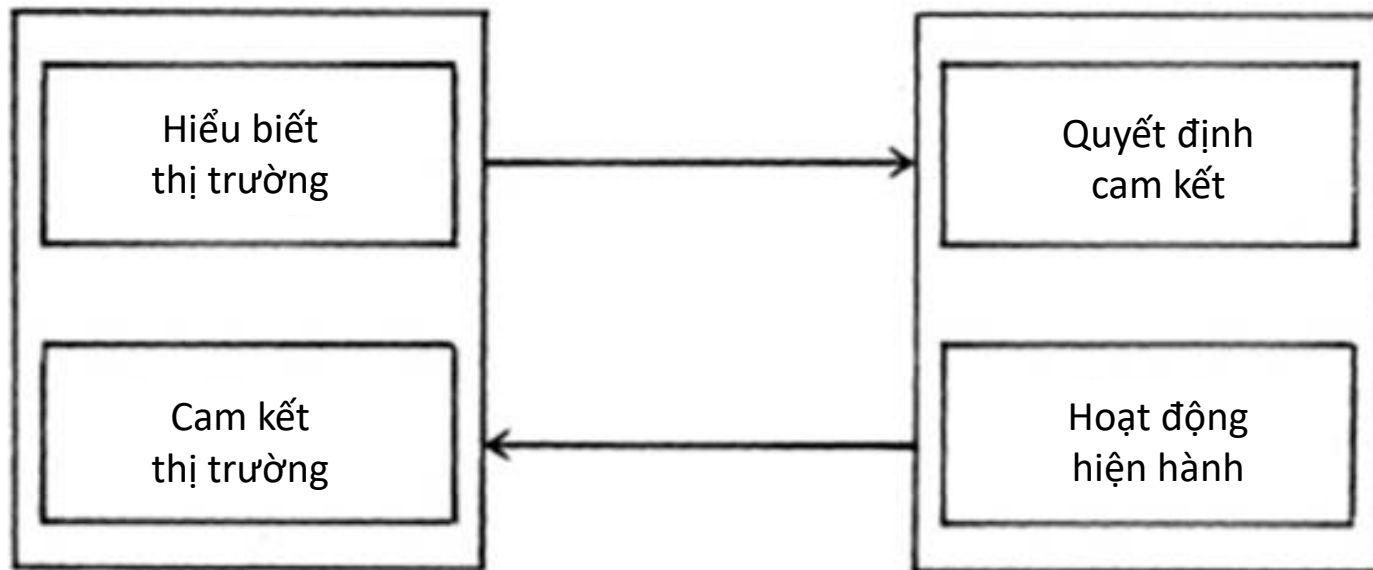
Điều kiện để trở thành doanh nghiệp xuất khẩu? Các yếu tố quyết định xuất khẩu ở cấp doanh nghiệp

- Kinh doanh quốc tế
 - Các mô hình giai đoạn (vd. Mô hình Uppsala): quốc tế hóa là quá trình từ từ, từ tăng trưởng trong nước đến xuất khẩu đến FDI.
 - Doanh nghiệp khởi nghiệp toàn cầu: một số doanh nghiệp tập trung vào thị trường toàn cầu ngay từ đầu. Các sản phẩm và dịch vụ mà các công ty này cung cấp có tính quốc tế cao đến nỗi khách hàng của họ nằm ở mọi quốc gia.
- Kinh tế: lợi thế về năng suất
 - Xuất khẩu có chi phí thương mại (cố định) cao
 - Các doanh nghiệp xuất khẩu phải có năng suất cao hơn các doanh nghiệp không xuất khẩu để trang trải các chi phí thương mại và vẫn kiếm được lợi nhuận
 - Điều kiện về năng suất là tiên quyết trước khi xuất khẩu

Mô hình Uppsala: quốc tế hóa từng bước để giảm thiểu rủi ro



Mô hình Uppsala: kiến thức về thị trường dẫn đến cam kết thị trường (và ngược lại)



Chìa khóa chính để hiểu biết thị trường là tự mình trải nghiệm

Các lý thuyết kinh doanh quốc tế cập nhật (xuất khẩu)

- Quan điểm mạng lưới
 - Có lẽ việc các doanh nghiệp quốc tế hóa phải tự mình trải nghiệm có hiểu biết về thị trường là không cần thiết. Các mạng lưới, các đồng minh, các đối tác và các trung gian có thể giữ vai trò nhất định ở đây.
- Quan điểm dựa trên thể chế
 - Quá trình quốc tế hóa của doanh nghiệp có thể bị tác động bởi môi trường thể chế, hoặc tích cực hoặc tiêu cực (sự hỗ trợ chủ động của chính phủ có thể tăng tốc quá trình quốc tế hóa; chính phủ yếu kém có thể buộc doanh nghiệp tháo chạy)
- Các tập đoàn khởi nghiệp toàn cầu
 - Các công nghệ hiện đại, trong đó có công nghệ viễn thông, các thị trường cởi mở và khách hàng quốc tế hóa có nghĩa là một số doanh nghiệp ngay từ lúc thành lập đã có tầm vóc toàn cầu.

Kinh tế quốc tế: Các mô hình lý thuyết về các doanh nghiệp không đồng nhất

- Melitz (2003): phân loại năng suất
 - Chỉ những doanh nghiệp có năng suất cao nhất mới có khả năng chi trả các chi phí (cố định) đắt đỏ của thương mại quốc tế.
 - Các doanh nghiệp có năng suất thấp hơn sẽ tập trung vào khách hàng trong nước
 - Các doanh nghiệp có năng suất thấp nhất sẽ biến mất khi mở cửa thương mại vì họ không thể cạnh tranh với hàng nhập khẩu
- Anh đtg. (2011) và Åkerman (2018): các trung gian thương mại
 - Các trung gian thương mại chuyên biệt có thể giúp các doanh nghiệp trong nước có năng suất thấp xuất khẩu hàng hóa
 - Các trung gian thương mại cũng phải trả các chi phí thương mại, nhưng có thể cung cấp các dịch vụ xuất khẩu cho các doanh nghiệp trong nước ở mức phí thấp hơn chi phí cố định (vì các trung gian có thể phân bổ chi phí xuất khẩu cố định này cho nhiều doanh nghiệp xuất khẩu gián tiếp)

Các trung gian thương mại

- Khác biệt trong chất lượng sản phẩm
 - Các doanh nghiệp nhỏ khó chứng minh rằng sản phẩm của họ có chất lượng cao. Trung gian thương mại có thể đầu tư vào hoạt động kiểm tra và cấp các giấy đảm bảo chất lượng sản phẩm.
 - Các sản phẩm có trình độ công nghệ cao và chuyên môn hóa cao đòi hỏi phải có sự tương tác giữa nhà sản xuất và khách hàng và hiếm khi được bán qua trung gian
- Các loại trung gian khác nhau
 - Trung gian tổng hợp (các sản phẩm tiêu chuẩn, chi phí thương mại theo từng nước) và trung gian chuyên biệt (các sản phẩm đặc thù, chất lượng sản phẩm)
- Vai trò của khác biệt thể chế
 - Đối với giao thương với những thị trường xa xôi và khó khăn, trung gian thương mại có tầm quan trọng hơn
- Học hỏi từ xuất khẩu gián tiếp
 - Các doanh nghiệp xuất khẩu gián tiếp cuối cùng cũng có thể trở thành doanh nghiệp xuất khẩu thực thụ.
- Tác động của trung gian đối với các doanh nghiệp xuất khẩu trực tiếp
 - Không có dấu hiệu của hiện tượng lấn át, thay vào đó là hiệu ứng lan tỏa tích cực

Các kết luận chính sách từ các lý thuyết ở cấp doanh nghiệp

- Thứ nhất: nhấn mạnh vào môi trường kinh doanh thúc đẩy hiệu quả và năng suất
- Thứ hai: các biện pháp để xử lý chi phí xuất khẩu
 - Doanh nghiệp lớn có thể xây dựng các bộ phận chuyên môn nội bộ nhưng doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ bị cản lại vì chi phí cố định cao
 - Kiến thức về xuất khẩu là một loại hàng hóa bán công cộng: không thể “tiêu thụ” khi chỉ có một đối tượng sử dụng
 - Giải pháp dựa trên thị trường: các trung gian thương mại
 - Hàm ý chính sách: chính phủ phải hỗ trợ các cơ quan chuyên xúc tiến xuất khẩu để cung cấp kiến thức và thông tin xuất khẩu quan trọng với chi phí biên. Tập trung vào doanh nghiệp vừa và nhỏ

FTA và ưu đãi thuế quan

- Số lượng FTA đã tăng nhanh trong vòng vài thập kỷ vừa qua
 - Việt Nam có bao nhiêu đối tác FTA?
- Các thành viên FTA được hứa hẹn quyền tiếp cận phi thuế quan vào thị trường của nhau
 - Bằng chứng thực nghiệm khẳng định FTA dẫn đến sự gia tăng trong thương mại song phương
- Vấn đề: các ưu đãi thuế quan đưa ra bởi các FTA thường không được sử dụng
 - Tỷ lệ sử dụng tổng khi nhìn bề ngoài cũng tạm được. Một phần lớn các khoản tiết kiệm thuế quan tiềm năng đã được thực hiện.
 - Tuy nhiên, còn nhiều doanh nghiệp không sử dụng các ưu đãi thuế quan, mà chọn trả thuế.

Ai sử dụng các ưu đãi thuế quan? (Lý thuyết)

- Ưu đãi thuế quan không áp dụng tự động
 - **Doanh nghiệp nhập khẩu** phải **nộp đơn xin**, và cung cấp các giấy tờ chứng minh thỏa mãn các **quy tắc xuất xứ**
 - Việc sử dụng các ưu đãi thuế quan khá tốn kém
- Doanh nghiệp nhập khẩu sẽ tối đa hóa lợi nhuận bằng cách tuân theo *Nguyên tắc vàng của kinh tế học* (sản xuất miễn sao $MR > MC$)
- Doanh nghiệp nhập khẩu sẽ không sử dụng ưu đãi thuế quan nếu họ không thấy bất kỳ doanh thu ròng đáng kể nào

Ai sẽ sử dụng các ưu đãi thuế quan? (Bằng chứng thực nghiệm từ FTA EU-Hàn Quốc)

- Hơn phân nửa doanh nghiệp Thụy Điển nhập khẩu từ Hàn Quốc không sử dụng các ưu đãi thuế quan có sẵn
- Quy mô không phải là vấn đề quan trọng ở đây
- **Quy mô trung bình của giao dịch** nhập khẩu và **khoản tiền có thể tiết kiệm nhờ thuế quan** lớn hơn nhiều so với khi các ưu đãi thuế quan được sử dụng
- Doanh nghiệp nhỏ có tỉ lệ sử dụng các ưu đãi cao hơn khi thực hiện nhập khẩu thông qua hình thức giữ hàng ở **kho hải quan**
 - Các nhà kho/nhà điều hành logistics cung cấp dịch vụ trung gian?
- Doanh nghiệp dần dần học cách sử dụng các ưu đãi theo thời gian, nhưng vẫn phải mất thời gian
 - Quá trình học hỏi liên quan đến số lượng giao dịch nhập khẩu chứ không liên quan đến thời gian hoạt động như một doanh nghiệp nhập khẩu.

Tóm tắt

- Nhìn vào thương mại quốc tế ở cấp doanh nghiệp đưa đến cho chúng ta một số phát hiện mới
 - Cần phải thúc đẩy hiệu quả và tăng năng suất của doanh nghiệp trong mọi ngành nghề
 - DN vừa và nhỏ đối diện với các thách thức đặc thù vì nhiều chi phí thương mại là chi phí cố định – quốc tế hóa là quá trình có lợi thế theo quy mô
 - Các trung gian thương mại giữ vai trò quan trọng hỗ trợ quá trình quốc tế hóa của các doanh nghiệp nhỏ và năng suất thấp
 - Khác biệt năng suất giữa các doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến lợi ích khi tham gia vào các hiệp định thương mại tự do – các doanh nghiệp nhỏ sẽ có ít động cơ sử dụng các ưu đãi thương mại
 - Các trung gian thương mại (các nhà vận hành logistics, các nhà môi giới hải quan, các công ty vận chuyển) giữ vai trò quan trọng trong việc hiện thực hóa lợi ích của các FTA