Tạp chí Quản lý và Kinh tế Quốc tế

Trang chủ: http://tapchi.ftu.edu.vn

TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ NHẬP KHẨU ĐỐI VỚI VIỆC XUẤT KHẨU GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM SANG CÁC NƯỚC THUỘC KHỐI THỊ TRƯỜNG CHUNG NAM MỸ

Nguyễn Thị Bích Loan

Trường Đại học Thương mại, Hà Nội, Việt Nam

Lê Hồng Quang[1]

Bộ Công Thương, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 22/04/2024; **Ngày hoàn thành biên tập**: 12/05/2025; **Ngày duyệt đăng:** 26/05/2025

DOI: https://doi.org/10.38203/jiem.vi.042024.1138

Tóm tắt: Bài viết đánh giá tác động tiềm năng của thuế nhập khẩu đối với việc xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các nước thuộc Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur). Dựa trên lý thuyết cân bằng cục bộ (Partial Equilibrium - PE) cùng các lý thuyết liên quan được áp dụng trong mô hình SMART, dữ liệu về kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng giày dép từ Trademap và UN Comtrade trong giai đoạn 2018-2022 được phân tích bằng phương pháp định lượng. Kết quả phân tích cho thấy, nếu thuế nhập khẩu vào các quốc gia thuộc Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur) giảm xuống còn 5%, thì xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này sẽ tăng gần 30%. Đồng thời, một số quốc gia xuất khẩu cạnh tranh có thể sẽ chịu sự suy giảm tương ứng. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang Khối thị trường chung Nam Mỹ.

Từ khóa: Thuế quan, Xuất khẩu, Giày dép, Tăng trưởng, Mercosur

IMPACTS OF IMPORT TARIFF ON THE EXPORT OF VIETNAMESE FOOTWEAR TO LATIN AMERICA

Abstract: This paper assesses the potential impact of import tariff on Vietnam's footwear exports to countries in the Southern Common Market (Mercosur). Based on the Partial Equilibrium (PE) theory and related frameworks applied in the SMART model, export data for the footwear sector from Trade map and UN Comtrade during the period 2018-2022 are analyzed using quantitative method. The analysis reveals

[1] Tác giả liên hệ, Email: quangsdtq@gmail.com

that if import tariffs in Mercosur countries are reduced to 5%, Vietnam's footwear exports to this market could increase by nearly 30%. At the same time, some competing exporting countries may experience a corresponding decline. Based on these findings, the study proposes several policy implications to promote the growth of Vietnam's footwear exports to the Mercosur bloc.
Keywords: Tariff, Export, Footwear, Increase, Mercosur

1. Giới thiệu

Giày dép là mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam. Năm 2021, tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đạt gần 18,0 tỉ USD, chiếm hơn 5% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (Bộ Công Thương, 2022). Về sản lượng, Việt Nam là quốc gia sản xuất giày dép nhiều thứ 4 trên thế giới. Về kim ngạch xuất khẩu, Việt Nam chỉ xếp sau Trung Quốc. Với hơn 1,0 tỉ đôi giày dép xuất khẩu hàng năm, ngành giày dép Việt Nam có đóng góp rất lớn cho nền kinh tế (Cục Công nghiệp - Bộ Công Thương, 2022). Ngành giày dép Việt Nam có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế và có sự đóng góp rất lớn của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Xuất khẩu giày dép của Việt Nam được hưởng lợi từ nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTAs) mà Việt Nam đã tham gia, nhất là những FTAs phiên bản mới.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vẫn chiếm gần 80% tổng trị giá xuất khẩu của ngành sản xuất giày dép. Để phục vụ cho sản xuất, ngành giày dép Việt Nam đang phải nhập khẩu rất nhiều nguyên phụ liệu, trong đó tỉ lệ nguyên phụ liệu nội địa trong cấu thành sản phẩm còn thấp (khoảng trên dưới 40%). Việt Nam hiện có hàng trăm doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất nguyên phụ liệu, nhưng không có nhiều nhà cung cấp trong nước đủ khả năng cung ứng nguyên vật liệu đạt chuẩn theo yêu cầu, điều này khiến các doanh nghiệp xuất khẩu khó chủ động đơn hàng và nguồn nguyên liệu. Ngoài ra, sự bất định của chuỗi cung ứng, giá cước vận tải luôn có xu hướng tăng cao do giá xăng dầu tăng cũng gây bất lợi cho hoạt động xuất khẩu.

Lạm phát tăng cao tại một số thị trường có khả năng chi tiêu lớn như Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu, đã làm suy giảm sức mua người tiêu dùng. Ngoài ra,tại những quốc gia đang phải hứng chịu xung đột vũ trang, bất ổn chính trị sức mua cũng bị giảm sút, dẫn đến gia tăng lượng hàng tồn kho, nhất là với các mặt hàng da giày, túi xách thời trang theo mùa. Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc phát triển những thị trường mới, những khu vực có sức mua tốt và ổn định. Các nước khu vực Nam Mỹ đã tham gia, thành lập Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur) được đánh giá là một thị trường trẻ, năng động, có mức tiêu dùng cao (Trademap, 2023).

Nghiên cứu này làm rõ các tác động định lượng của việc cắt giảm thuế nhập khẩu tại các quốc gia Nam Mỹ đối với xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam. Những tác động tích cực này chỉ có thể đạt được thông qua các thỏa thuận thuận lợi hóa thương mại giữa hai bên ở cấp độ chính phủ.

Nội dung nghiên cứu tập trung phân tích tác động tạo lập và chuyển hướng thương mại trong trường hợp Việt Nam và các quốc gia Nam Mỹ đạt được thỏa thuận giảm thuế nhập khẩu đối với mặt hàng giày dép. Trên cơ sở đánh giá tiềm năng thị trường, lợi thế cạnh tranh và các đối thủ chính, nghiên cứu đề xuất một số chính sách dành cho Hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp nhằm thúc đẩy xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các nước thuộc Khối thị trường chung Nam Mỹ trong thời gian tới.

Cấu trúc bài viết gồm 6 phần. Sau phần giới thiệu, phần 2 trình bày về một số lý thuyết đánh giá tác động của thuế quan đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa. Phần 3 đưa ra phương pháp nghiên cứu. Phần 4 phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các nước Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur). Phần 5 tính toán, phân tích và thảo luận về các tác động cụ thể. Cuối cùng, phần 6 đưa ra một số hàm ý chính sách và kết luận.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1 Một số lý thuyết liên quan đến đánh giá tác động của cắt giảm thuế quan đối với xuất khẩu

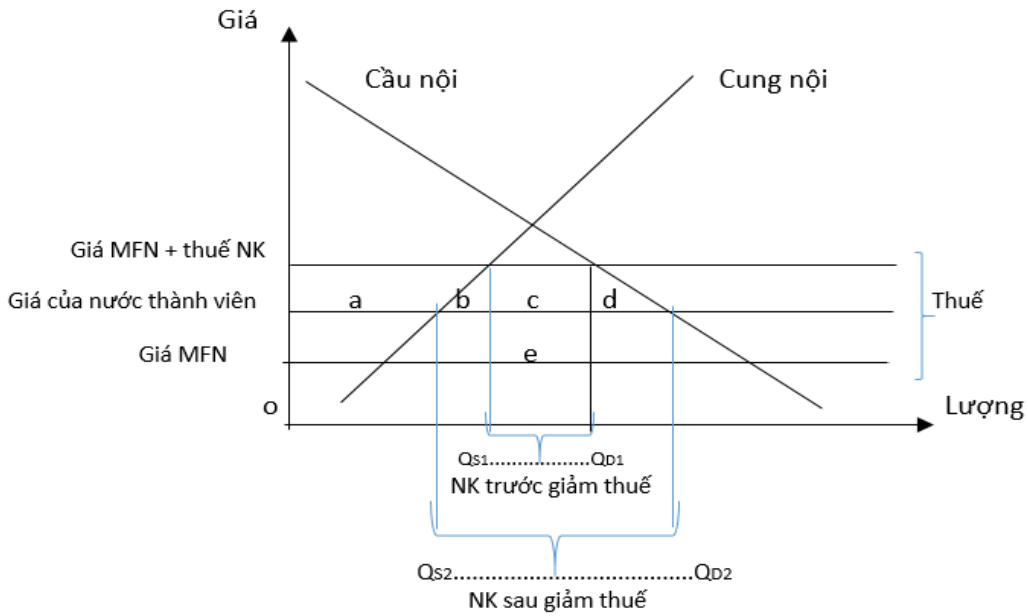
2.1.1 Lý thuyết về cân bằng cục bộ và độ co giãn cầu của Marshall (1890)

Giả định trong lý thuyết cân bằng cục bộ là nếu các yếu tố khác không đổi, điểm giao nhau của đường cầu và đường cung sẽ xác định mức giá cân bằng. Cung, cầu và mức giá cân bằng bị tác động bởi thời gian. Việc nâng hay giảm thuế nhập khẩu của một hàng hóa nào đó, sẽ tác động trực tiếp lên giá cả của sản phẩm đó trên thị trường nước nhập khẩu. Độ co giãn của cầu theo giá (Price Elasticity of Demand) cũng được Marshall đề cập đến đó là mức độ phản ứng của người tiêu dùng khi giá cả thay đổi trong điều kiện các yếu tố khác không đổi. Trong một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, cân bằng cục bộ có thể bị ảnh hưởng bởi độ co giãn cầu của sản phẩm. Nếu cầu có tính co giãn cao, một sự thay đổi nhỏ về giá có thể gây ra sự thay đổi lớn về lượng cầu, dẫn đến sự mất cân bằng tạm thời và doanh nghiệp sản xuất hoặc nhập khẩu hàng hóa có thể phải điều chỉnh giá để đạt được cân bằng mới. Trên cơ sở lý thuyết của Marshall (1890), Amington (1969) phát triển và tính toán chi tiết các số liệu về độ co giãn cầu nhập khẩu và co giãn thay thế.

2.1.2 Lý thuyết về sự chuyển hướng và tạo lập trong thương mại Viner (1950)

Trong một liên minh thuế quan, thông thường, các nước thành viên thường có các thỏa thuận ưu đãi, cắt giảm thuế quan nhập khẩu. Khi nghiên cứu tác động của các ưu đãi

này, nhà kinh tế học người Canada Jacob Viner đã chứng minh được hiệu ứng tạo lập trong thương mại (Trade Creation) đối với thúc đẩy xuất khẩu (của nước xuất khẩu) do hàng hóa từ nước đó khi xuất khẩu vào thị trường có ưu đãi về thuế quan sẽ có giá cạnh tranh hơn hàng hóa từ sản xuất trong nước. Song song với đó, tác động chuyển hướng trong thương mại (Trade Diversion) cũng sẽ diễn ra khi các quốc gia không phải là thành viên của liên minh sẽ bị suy giảm giá trị trao đổi thương mại với các nước thành viên.



Biểu đồ 1. Mô hình của Viner về tạo lập và chuyển hướng thương mại

Nguồn: Michael & cộng sự (2010)

Trước khi thuế quan được cắt giảm (theo cam kết FTA), sản xuất trong nước cung cấp ra thị trường số lượng QS1 đơn vị sản phẩm và người tiêu dùng trong nước tiêu thụ QD1 đơn vị sản phẩm, số lượng đơn vị sản phẩm phải nhập khẩu từ nước khác là QD1 - QS1 với giả định giá sản phẩm của nước khác thấp hơn giá của nước thành viên FTA. Như vậy, giá cả sản phẩm của nước được hưởng ưu đãi trong FTA sẽ rẻ hơn, các nước nhập khẩu sẽ chuyển sang nhập hàng hóa từ nước đó thay vì đang nhập từ các nước sản xuất khác. Đây chính là tác động chuyển hướng thương mại. Đối với người tiêu dùng, khi giá cả hàng hóa rẻ hơn, họ sẽ tăng tiêu thụ lên mức QD2 và sản lượng nội địa của hàng hóa đó sẽ giảm tương ứng xuống mức QS2.

Dựa vào mô tả của Viner ở Biểu đồ 1, việc cắt giảm thuế theo cam kết FTA có tác động tạo lập thương mại (Trade Creation) sẽ bằng tổng lượng nhập khẩu tăng lên (QS1 - QS2) và tổng lượng tiêu dùng tăng lên (QD2 - QD1). Tác động chuyển hướng thương mại nghĩa là lượng nhập khẩu chuyển từ nước khác sang nước thành viên (QD1 - QS1).

Nếu muốn nghiên cứu các tác động lên phúc lợi đối với sản xuất, tiêu dùng, thu thuế của Chính phủ cần tính đến diện tích các đa giác: a, b, c, d và e như trong Biểu đồ 1.

2.1.3 Phần mềm phân tích thị trường và hạn chế trong thương mại

Hệ thống cơ sở dữ liệu và phần mềm về thương mại của Ngân hàng Thế giới WITS (World Integrated Trade Solutions) đã xây dựng mô hình SMART (Software for Market Analysis and Restrictions on Trade). Cơ sở để xây dựng mô hình SMART gồm lý thuyết cân bằng cục bộ, lập luận về tạo lập và chuyển hướng trong thương mại, lý thuyết về doanh thu từ thuế và phúc lợi xã hội, lý thuyết về cầu nhập khẩu, cung xuất khẩu và các thông số về độ co giãn. SMART áp dụng kỹ thuật phân tích cục bộ với các yếu tố giả định cho trước để đánh giá tác động của FTA (sự cắt giảm thuế trong một FTA) đối với sự gia tăng giá trị xuất nhập khẩu của một ngành hoặc một mặt hàng cụ thể. SMART cũng sử dụng nhiều cơ sở dữ liệu liên quan đến thuế quan và thương mại để mô hình hóa tác động của một kịch bản thay đổi thuế quan bằng cách ước tính các giá trị mới của một loạt biến số, bao gồm tác động tạo lập thương mại, tác động chuyển hướng thương mại, tác động thương mại ròng, sự thay đổi trong thu nhập từ thuế quan và biến động trong thặng dư tiêu dùng. SMART thể hiện được ưu điểm trong việc phân tích tác động của FTA, đặc biệt là đánh giá ở mức độ đơn ngành. Tuy nhiên, mô hình SMART có nhược điểm là phân tích đối tượng một cách độc lập, chưa đặt trong mối quan hệ với các ngành liên quan (tác động liên ngành).

2.2 Tình hình nghiên cứu nước ngoài về mô hình SMART

Cheong (2010) khi phân tích về các phương pháp đánh giá tiềm năng (ex-ante) đối với các thỏa thuận thương mại tự do cũng đã nhấn mạnh các điểm mạnh, điểm yếu của mô hình SMART trong đánh giá các tác động tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại của các FTA. Theo Cheong (2010), SMART dễ sử dụng khi yêu cầu các đầu vào ít, phần lớn có sẵn hoặc được cung cấp trong phần mềm WITS. Tuy rằng, các tác động không hoàn toàn trùng khớp với các lý thuyết do Viner (1950) đưa ra về tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại. Cheong (2010) cũng thử áp dụng SMART khi phân tích thị trường xe gắn máy tại Lào, theo đó, khi thỏa thuận thương mại tự do giữa các nước ASEAN có hiệu lực, Thái Lan hiện là nước đang có thị phần thống trị, sẽ tiếp tục hưởng lợi khi xuất khẩu xe gắn máy sang thị trường Lào. Shinyekwa & cộng sự (2021) cũng đánh giá về tác động của Hiệp định Thương mại tự do lục địa Châu Phi (AfCFTA) đối với cộng đồng các nước Đông Phi (EAC) - các nước có nền kinh tế kém phát triển hơn phần lớn các nước còn lại. Mô hình SMART được áp dụng định lượng chi tiết về các tác động bất lợi mà EAC sẽ gặp phải, trong đó có các tác động tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại. Từ đó, nghiên cứu khuyến nghị các biện pháp, kịch bản cắt giảm thuế quan cần thiết trong đàm phán của các nước EAC.

2.3 Tình hình nghiên cứu trong nước về mô hình SMART

Huong & Tuyet (2017) dùng mô hình SMART đánh giá tác động tiềm năng (ex-ante) của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) đối với nhập khẩu ô tô của Việt Nam từ các nước Châu Âu và các nước Châu Âu có thể vẫn giữ vững vị thế là nhà xuất khẩu ô tô lớn tại thị trường Việt Nam. Sử dụng mô hình SMART-WITS, Hoàng & Hạnh (2021) tính toán được tác động tạo lập thương mại đối với mặt hàng giày dép Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU. Nếu thuế nhập khẩu giảm về 0% thì giá trị xuất khẩu các mặt hàng giày dép Việt Nam sang các nước EU sẽ tăng gần 15%, từ 7,3 tỷ USD lên hơn 8,4 tỷ USD. Trong đó, tổng giá trị tạo lập thương mại ước tính vào khoảng 470 triệu USD. Tác động chuyển hướng thương mại ước tính khoảng hơn 616 triệu USD, cao hơn giá trị từ tác động tạo lập thương mại. Điều này cho thấy EVFTA giúp gia tăng xuất khẩu các mặt hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường EU, bởi giày dép Việt Nam sẽ có mức giá cạnh tranh hơn so với các nước xuất khẩu khác không có thỏa thuận ưu đãi thương mại với EU. Mai & Trang (2022) áp dụng mô hình SMART khi nghiên cứu FTA giữa Việt Nam và Vương quốc Anh (UKVFTA), đưa ra kết luận UKVFTA có tác động tạo lập thương mại sẽ đóng góp khoảng 41% và tác động chuyển hướng thương mại đóng góp 59% trong tổng mức tác động. Kết quả nghiên cứu cho thấy, do Việt Nam có FTA với Vương quốc Anh nên hoạt động nhập khẩu các mặt hàng may mặc vào thị trường Anh được chuyển hướng sang Việt Nam từ các nước khác như Trung Quốc, Bangladesh và Ấn Độ. Tuy nhiên, nếu các nước này cũng tiến hành đàm phán, ký kết các thỏa thuận ưu đãi thương mại với Vương quốc Anh, lợi thế nói trên của Việt Nam có khả năng sẽ mất đi trong dài hạn.

Như vậy, cả nghiên cứu trong và ngoài nước đều cho rằng, cắt giảm thuế quan theo các thỏa thuận ưu đãi thương mại sẽ có tác động tích cực và rõ ràng đối với thúc đẩy xuất khẩu của các nước thành viên thông qua tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại. Học giả quốc tế có rất nhiều nghiên cứu liên quan đến đánh giá tác động của việc cắt giảm thuế quan, tham gia các thỏa thuận thương mại đối lên trao đổi thương mại giữa các quốc gia nhưng hầu như chưa có nghiên cứu nào về trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước khu vực Mỹ La-tin. Việt Nam cũng có nhiều nghiên cứu đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đối với kinh tế nói chung và tác động lên một số ngành hàng thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam nói riêng. Một số nghiên cứu định tính của Bộ Công Thương và các nhà nghiên cứu độc lập cũng chỉ ra tiềm năng thị trường khu vực Mỹ La-tin và đưa ra một số biện pháp thúc đẩy xuất khẩu mang tính tổng quát. Tuy nhiên, hầu như chưa có nghiên cứu mang tính định lượng cụ thể cho thấy tác động của thuế quan lên một nhóm ngành hàng để đề xuất các biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ La-tin.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp cả phương pháp định tính và định lượng. Về phương pháp định tính, nghiên cứu phân tích, đánh giá dựa trên các dữ liệu thứ cấp có liên quan đến chủ đề nghiên cứu từ sách, giáo trình, các bài báo được đăng trên các tạp chí có uy tín trong và ngoài nước, cổng thông tin điện tự của các cơ quan trong nước như Bộ Công Thương, Tổng cục Hải quan (nay là Hải quan Việt Nam), Cục Thống kê và các cơ quan ngoài nước như Ngân hàng Thế giới (WB), Liên Hợp Quốc (UN), Trung tâm thương mại quốc tế (Trademap). Dữ liệu được thu thập trong giai đoạn 2018-2022 để phân tích, đối chiếu, so sánh và đưa ra các đánh giá nhận định.

Đối với phương pháp định lượng, nhiều nhà nghiên cứu kinh tế đang sử dụng 02 mô hình định lượng để đánh giá tác động của việc cắt giảm thuế quan đối với một hàng hóa nào đó. Thứ nhất là mô hình cân bằng tổng thể (GE), trong mô hình này, sự tương tác qua lại giữa rất nhiều thị trường của rất nhiều mặt hàng sẽ được tính toán nhằm luận giải về cung, cầu và giá của tổng thể một nền kinh tế. Lý thuyết GE chứng minh rằng giá cân bằng của các mặt hàng có tồn tại và khi giá thị trường của tất cả các mặt hàng đạt tới trạng thái cân bằng thì nền kinh tế đạt trạng thái cân bằng tổng thể. Mô hình cân bằng tổng thể được xây dựng để phân tích giá cả và thương mại giữa hai thị trường quốc tế trong mối quan hệ mắt xích nhiều thị trường và nhiều mặt hàng. Mô hình cân bằng tổng thể được giải thích thông qua các biến nội sinh trong mô hình như giá cả, sản lượng xuất khẩu, sản lượng nhập khẩu, thu nhập hộ gia đình và một số biến ngoại sinh như các chỉ số co giãn, các tỷ trọng tham số. Mô hình có ưu điểm là cung cấp cơ sở thực nghiệm để đánh giá tác động của chính sách thương mại (chẳng hạn thông qua FTAs). Tuy nhiên, mô hình có một số nhược điểm như vẫn chưa nhận định được tác động của các rào cản phi thuế quan như các hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn thực phẩm và các vấn đề liên quan đến hải quan, thuế, phí địa phương. Thứ hai, mô hình cân bằng từng phần (PE), được Viner phát triển dựa trên cơ sở lý thuyết về tạo lập và chuyển hướng trong thương mại. Nghiên cứu này lựa chọn sử dụng PE vì mô hình cho phép phân tích tác động của một FTA tới một ngành hàng đơn lẻ, sang một khu vực thị trường đơn lẻ, trong trường hợp này là giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mercosur.

Phần mềm mô hình SMART chính là công cụ được xây dựng để tính toán trên máy tính áp dụng phương pháp cân bằng từng phần PE. Ưu điểm chính của SMART là dễ dàng thực hiện với yêu cầu đầu vào của mô hình đơn giản (nước xuất khẩu, nước nhập khẩu, kịch bản cắt giảm thuế quan, độ co giãn cung cầu, co giãn thay thế) như được trình bày trong phần lý thuyết.

Bài viết ứng dụng mô hình SMART với các dữ liệu đầu vào như kim ngạch xuất khẩu, thị phần xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam được thu thập từ bộ cơ sở dữ

liệu của Ủy ban Thương mại của Liên Hợp Quốc (UN Comtrade), Trademap có đối chiếu, so sánh với các số liệu của Bộ Công Thương, Hải quan Việt Nam, Hiệp hội Da Giày Việt Nam. Cụ thể, khi áp dụng phần mềm mô hình SMART, người dùng sẽ cung cấp các dữ liệu vào các trường mặc định sẵn trong phần mềm. Các dữ liệu như: nước xuất khẩu (Việt Nam), nước nhập khẩu (Brazil và Argentina), mặt hàng xuất khẩu (theo mã HS 2 hoặc 4 chữ số), năm tham chiếu, giả định (độ co giãn do phần mềm cung cấp sẵn), kịch bản cắt giảm thuế quan giả định. Trên cơ sở các dữ liệu đầu vào, SMART sẽ cho ra bảng kết quả cuối cùng gồm nhiều thông số, trong đó có thông số kim ngạch xuất khẩu tăng, giảm bao nhiêu, các nước cạnh tranh bị ảnh hưởng thế nào, từ đó, có thể tổng hợp và đánh giá được tác động của mức thuế quan cắt giảm đối với xuất khẩu hàng hóa từ một quốc gia sang một thị trường nhập khẩu nhất định.

4. Thực trạng xuất khẩu giày dép Việt Nam sang thị trường Mercosur

4.1 Khái quát về Mercosur và quan hệ kinh tế - thương mại với Việt Nam

Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur - viết tắt theo tiếng Tây Ban Nha) được thành lập nhờ vào quá trình hội nhập khu vực tích cực của khu vực Nam Mỹ. Sự hợp tác hiệu quả của Brazil và Argentina đã tạo ra hiệu ứng lôi kéo các nước khác trong khu vực tham gia vào vòng quay của hội nhập kinh tế, hài hóa hóa thể chế chính trị. Từ đó, thúc đẩy các nước này lập nên một tổ chức hội nhập về kinh tế cho khu vực Nam Mỹ (Petr, 2021). Ngay từ đầu, Mercosur mong muốn học tập theo mô hình nhất thể hóa của Liên minh Châu Âu. Nhưng hiện tại, theo sự phân loại của Tổ chức thương mại thế giới, Mercosur chỉ được được xếp loại như một tổ chức liên minh hải quan về hội nhập kinh tế (tên chính thức là khối Thị trường chung). Từ một khối thị trường chung với nhiều tham vọng về nhất thể hóa trong cả kinh tế lẫn chính trị, Mercosur hiện đang có nhiều lung lay trong cả quyết tâm lẫn những hành động cụ thể (Baur & cộng sự 2021).

Mercosur là một khối thương mại tự do lớn ở Tây bán cầu (Châu Mỹ) đã được thành lập hơn 30 năm. Năm 2021, GDP (ngang giá sức mua) của Mercosur đạt trên 4.000 tỉ USD. Dân số hiện tại của Mercosur khoảng 274 triệu người, cơ cấu dân số trẻ, GDP bình quân đầu người của Mercosur khá cao tạo ra một thị trường tiêu dùng có nhu cầu rất lớn. Tuy nhiên, trao đổi thương mại song phương giữa Mercosur và Việt Nam còn rất khiêm tốn. Hiện tại, mỗi bên mới chỉ cung cấp cho bên kia trên dưới 1% tổng kim ngạch thương mại quốc tế của từng bên. Trong những năm gần đây, Việt Nam và Khối Mercosur đã có nhiều cuộc tiếp xúc ở cấp cao cũng như cấp chuyên môn nhằm tham vấn và đề xuất các bước tiến tới việc ký kết một thỏa thuận ưu đãi thương mại giữa hai bên. Trước khi tiến hành đàm phán, cần thực hiện các nghiên cứu nhằm xác định các mặt hàng mục tiêu có tiềm năng thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu tại từng thị trường cụ thể. Đồng thời, cần phân tích và đề xuất các giải pháp để các bên liên quan

cân nhắc và tính toán triển khai, nhằm đạt được các mục tiêu thương mại đã đề ra (Bộ Công Thương, 2021).

4.2 Thực trạng xuất khẩu giày dép sang thị trường Mercosur

Trong những năm gần đây, giày dép các loại (HS 64) luôn là nhóm mặt hàng có trị giá xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam vào thị trường Mercosur, chỉ sau nhóm hàng điện tử (HS 85). Bảng 1 cho thấy, giai đoạn 2018-2021, Việt Nam dẫn đầu trong xuất khẩu giày dép của vào thị trường Mercosur, nhưng năm 2022, dù kim ngạch xuất khẩu phục hồi, tăng trưởng trở lại sau Covid-19 nhưng vị trí của Việt Nam tụt xuống thứ 3, sau Trung Quốc và Brazil.

Bảng 1. Xuất khẩu giày dép của một số nước sang thị trường Mercosur

Đơn vị tính: 1.000 USD

Nước xuất khẩu	Kim ngạch 2018	Kim ngạch 2018	Kim ngạch 2018	Kim ngạch 2021	Kim ngạch 2022
Trung Quốc	289.430	292.235	212.973	263.172	364.016
Brazil	271.228	187.485	126.823	222.768	326.495
Việt Nam	394.515	326.721	276.017	275.798	322.075
Indonesia	148.294	156.746	103.249	113.945	150.660
Italy	28.136	32.777	20.986	32.155	53.978
Ấn Độ	14.154	11.381	9.462	14.009	17.934
Cambodia	16.471	15.291	12.006	9.354	14.587
Chi lê	15.496	14.339	7.333	7.758	9.990
Mỹ	4.710	5.457	5.221	7.174	9.402
Paraguay	11.100	11.333	8.975	9.490	6.697

Nguồn: Trademap (2023)

Thị trường giày dép khu vực Nam Mỹ ước tính đạt trên 2,5 tỉ USD (Statista, 2023). Trong đó, riêng năm 2022, kim ngạch nhập khẩu giày dép các loại đạt trên 1,3 tỉ USD. Bảng 1 chỉ ra rằng mặt hàng giày dép của Việt Nam chiếm trên 23% tổng trị giá kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của thị trường Mercosur và chỉ kém chút ít so với Trung Quốc và Brazil. Đáng chú ý, Brazil là một nước thành viên của Mercosur và được hưởng lợi mức thuế 0% khi xuất khẩu vào các nước khác trong khối. Ngoài ra, Trung Quốc là nước sản xuất giày dép lớn nhất thế giới nên với thị phần như vậy, chứng tỏ mặt hàng giày dép Việt Nam đã có chỗ đứng vững chắc trên thị trường các nước Nam Mỹ.

Trong một nghiên cứu mới đây, Quang (2022) cũng chỉ ra, xét về các mặt hàng xuất nhập khẩu thì Việt Nam và Brazil nói riêng, khu vực Nam Mỹ nói chung, cơ cấu hàng hóa có tính tương thích, bổ sung lẫn nhau, không cạnh tranh trực tiếp. Do đó, tiềm năng để phát triển thương mại còn rất lớn, cả hai bên còn chưa khai thác hết tiềm năng, lợi thế của mỗi bên trong trao đổi thương mại quốc tế.

Bảng 2. Sản phẩm giày dép xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Mercosur

Đơn vị tính: 1.000 USD

Mã HS	Mô tả sản phẩm	Nhập khẩu của thị trường Mercosur từ Việt Nam			Tỉ trọng (%)
		2020	2021	2022	2022
6404	Giày dép có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt.	185.935	180.733	200.531	62
6402	Các loại giày dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc nhựa.	47.382	54.420	70.325	22
6403	Giày dép có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc.	38.081	35.338	44.917	14
6406	Các bộ phận của giày dép (kể cả mũ giày đã hoặc chưa gắn đế trừ đế ngoài); miếng lót của giày dép có thể tháo rời, đệm gót chân và các sản phẩm tương tự; ghệt, ống ôm sát chân (leggings) và các sản phẩm tương tự và các bộ phận của chúng.	4.278	5.100	6.234	2

Nguồn: Trademap (2023)

Tuy thị phần tham gia vào thị trường Mercosur của giày dép Việt Nam khá cao nhưng chủng loại và mẫu mã chưa đa dạng, chủ yếu là giày thể thao và giày da. Bên cạnh đó, hàng giày dép xuất khẩu chủ yếu thuộc các doanh nghiệp đa quốc gia, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Các doanh nghiệp trong nước ít tham gia vào chuỗi giá trị, chủ yếu cung ứng nguyên vật liệu, phụ kiện cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu.

Về thị trường xuất khẩu, Bộ Công Thương (2022) cho biết, năm 2021 thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất là Hoa Kỳ đạt 7,4 tỷ USD, chiếm 41,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này. Thứ hai là thị trường EU đạt 3,9 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 22%. Tiếp đó là thị trường Trung Quốc đạt 1,6 tỷ USD, thị trường Nhật Bản đạt 806,8 triệu USD, thị trường Hàn Quốc đạt 503,3 triệu USD, thị trường Anh đạt 544,6 triệu USD. Việt Nam đã có các thỏa thuận ưu đãi thương mại trong khuôn khổ song phương hoặc đa phương với tất cả các thị trường này. Trong đó, giày dép xuất khẩu sang thị trường các nước Mercosur hiện đang phải chịu mức thuế nhập khẩu tới 35% và một số loại phí ẩn khác tùy thuộc vào từng nước.

5. Kết quả đánh giá mô hình SMART

5.1 Quy trình áp dụng mô hình SMART

Để tính toán tác động định lượng của thuế quan nhập khẩu đối với sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam vào thị trường Mercosur, nghiên cứu này áp dụng mô hình SMART do Ngân hàng thế giới cung cấp với các biến số được sử dụng như sau:

Thứ nhất, trong 4 nước thành viên của Mercosur, nghiên cứu lựa chọn 2 thị trường để xem xét đó là Argentina và Brazil. Theo các số liệu trao đổi thương mại được ghi nhận trong thời gian qua, Brazil và Argentina là hai nước trụ cột, thúc đẩy chính trong các hoạt động kinh tế - thương mại của thị trường Mercosur, đồng thời cũng có ngành công nghiệp giày dép khá phát triển. Hơn nữa, theo Trademap (2023), trên 90% giá trị xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường Mercosur là xuất khẩu vào Argentina và Brazil.

Thứ hai, để thấy rõ hơn tác động của cắt giảm thuế quan, bài viết xem xét một số nước xuất khẩu giày dép cạnh tranh chủ yếu với Việt Nam trong mô hình SMART, đó là Brazil, Trung Quốc, Indonesia. Theo Trademap (2023), các nước Brazil, Trung Quốc, Indonesia, cùng với Việt Nam đang chiếm thị phần giày dép nhập khẩu lên tới hơn 70% trên thị trường Mercosur.

Thứ ba, về nhóm mặt hàng giày dép, Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Mercosur chủ yếu là mặt hàng giày dép thể thao như giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự (mã HS: 640411) và giày dép có đế cao su khác (mã HS: 640119). Các nước đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam là Trung Quốc, Brazil, Indonesia. Ngoài ra, Trademap (2023) cũng cho biết, trên 90% kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường Mercosur là sang Argentina và Brazil.

Thứ tư, về các biến số được tính toán trong mô hình SMART, mức thuế nhập khẩu các nước Mercosur đang áp dụng là 35%, thuế giả định dành cho Việt Nam được giảm

xuống còn 5%, giả định cung không hạn chế, hay nói cách khác cung có khả năng co giãn hoàn toàn, được mặc định có hệ số 99. Trên cơ sở số liệu tổng hợp về thương mại được tích hợp trong WITS, SMART, tính toán được hệ số co giãn cầu cho mặt hàng có mã HS 640411 và HS 640419 tương ứng lần lượt là 0,51 và 0,77.

Bảng 3. Các biến số được xem xét trong mô hình SMART

Thị trường nhập khẩu	Nước xuất khẩu	Mặt hàng xuất khẩu	Mức thuế hiện hành (%)	Mức thuế giả định (%)	Co giãn cung	Co giãn cầu
Argentina	Brazil	HS640411	35	35	99	0,51
	Indonesia		35	35	99	
Brazil	Trung Quốc	HS640419	35	35	99	0,77
	Việt Nam		35	5	99	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 4. Kết quả mô hình SMART

Đơn vị tính: 1.000.000 USD

Nước nhập khẩu	Nước xuất khẩu	Kim ngạch xuất khẩu	Thuế nhập khẩu hiện hành	Thuế đề xuất	Trị giá tạo lập thương mại	Trị giá chuyển hướng thương mại	Tổng tác động	Mã HS
Argentina	Brazil	32,8	0	0	0	-3,2	-3,2	640411
	Brazil	51,7	0	0	0	-3,4	-3,4	640419
	Trung Quốc	13,8	35	35	0	-1,4	-1,4	640411
	Trung Quốc	7,4	35	35	0	-0,5	-0,5	640419
	Indonesia	25,2	35	35	0	-2,7	-2,7	640411
	Indonesia	11,5	35	35	0	-0,8	-0,8	640419
	Việt Nam	40,5	35	5	5,8	7,6	13,4	640411
	Việt Nam	20,7	35	5	2	4,8	6,8	640419
Brazil	Trung Quốc	87,9	35	35	0	-1,8	-1,8	640411
	Trung Quốc	8	35	35	0	-1,5	-1,5	640419
	Indonesia	25,5	35	35	0	-6,3	-6,3	640411
	Indonesia	4,8	35	35	0	-0,9	-0,9	640419
	Việt Nam	81,8	35	5	12,7	9,3	22,0	640411
	Việt Nam	28,4	35	5	3,2	4,2	7,4	640419

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

5.2 Khả năng gia tăng thương mại giữa Việt Nam và thị trường Mercosur

Xét về tác động gia tăng giá trị tạo lập thương mại, việc giả định các nước Mercosur giảm thuế nhập khẩu đối với mặt hàng giày dép của Việt Nam từ mức 35% xuống còn 5% sẽ dẫn đến sự giảm tương ứng trong giá nhập khẩu mặt hàng này. Điều này được phân tích trong khuôn khổ lý thuyết cân bằng cục bộ, với giả định các yếu tố khác giữ nguyên. Giá hàng hóa giảm sẽ kích thích nhu cầu tiêu dùng của người dân các nước Mercosur. Kết quả mô hình SMART cho thấy, nhu cầu tiêu dùng tăng sẽ làm tăng giá trị tạo lập thương mại, tăng nhu cầu nhập khẩu khoảng 14%, tăng trị giá 23,7 triệu USD, cụ thể xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường Argentina tăng 7,8 triệu USD và sang thị trường Brazil tăng 15,9 triệu USD. Xuất khẩu từ các quốc gia khác vào thị trường Mercosur không ghi nhận sự gia tăng do không có điều chỉnh nào về thuế nhập khẩu; nói cách khác, giá giày dép nhập khẩu từ các nước này không giảm tại thị trường Mercosur.

Về tác động chuyển hướng thương mại, với giả định Mercosur cắt giảm thuế quan nhập khẩu cho giày dép xuất khẩu của Việt Nam xuống còn 5% từ mức 35% hiện hành áp dụng với tất cả các nước, giày dép Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh về giá khá lớn, các nhà nhập khẩu sẽ chuyển hướng sang tìm kiếm các mặt hàng tương tự và các mặt hàng có thể thay thế từ các nước xuất khẩu khác sang nhập khẩu từ Việt Nam. Tác động chuyển hướng thương mại này, theo tính toán của mô hình SMART còn lớn hơn so với tác động tạo lập thương mại (Bảng 4). Cụ thể, giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Argentina có thể tăng 12,4 triệu USD và sang thị trường Brazil tăng 13,5 triệu USD. Các quốc gia xuất khẩu cạnh tranh như Trung Quốc và Indonesia sẽ ghi nhận sự sụt giảm tương ứng về kim ngạch xuất khẩu giày dép khi xuất khẩu sang thị trường Mercosur.

Như vậy, mô hình SMART cho thấy, nếu Việt Nam có thỏa thuận ưu đãi thương mại với các nước Mercosur thì trị giá xuất khẩu mặt hàng giày dép sang các nước này gia tăng rất đáng kể. Riêng tại hai thị trường Argentina và Brazil, kim ngạch xuất khẩu đã tăng thêm hơn 49 triệu USD, tương đương mức tăng gần 30% so với thời điểm trước khi áp dụng thỏa thuận cắt giảm thuế nhập khẩu.

6. Hàm ý chính sách và kết luận

Với các giả định và kết quả tính toán của mô hình SMART cho thấy, cơ cấu hàng hóa nói chung, nhóm hàng giày dép xuất khẩu nói riêng của Việt Nam sang thị trường các nước Mercosur còn rất đơn điệu. Có thể dễ dàng nhận thấy, mặt hàng giày dép thể thao như giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự (mã HS: 640411) và giày dép có đế cao su khác (mã HS: 640119) đã chiếm hầu hết kim ngạch xuất khẩu. Việc cắt giảm thuế quan nhập khẩu mặt hàng giày dép sẽ tác động trực

tiếp lên giá cả hàng hóa, từ đó kích thích nhu cầu tiêu dùng đang còn rất rộng mở của các nước Mercosur với dân số đông, trẻ và có xu hướng tiêu dùng mạnh mẽ.

Đầu tiên, để cải thiện điều này, các doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp tục hợp tác với các đối tác nhằm phát triển những mặt hàng đa dạng hơn, phong phú hơn, nhất là những mặt hàng thời trang, ứng dụng công nghệ mới, vật liệu mới để đáp ứng tốt hơn nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng mang phong cách trẻ trung, năng động của người tiêu dùng ở các nước Mỹ La-tin.

Thứ hai, mức thuế mà các nước Mercosur đang áp dụng đối với giày dép nhập khẩu từ các nước khác (bao gồm cả Việt Nam) rất cao (35%) cho thấy các nước Mercosur có mong muốn tiếp tục bảo hộ ngành sản xuất trong nước. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào thị trường Mercosur cũng tăng trưởng rất tốt trong thời gian qua, giày dép Việt Nam có thị phần lớn và có giá cả cạnh tranh không thua kém gì so với các quốc gia sản xuất lớn khác như Trung Quốc và Indonesia. Điều này cho thấy, Việt Nam cần có những động thái cụ thể hơn thúc đẩy nhanh quá trình tiếp cận đi đến những đàm phán ưu đãi thương mại dành cho nhau với các nước Mercosur, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay một số nước trong khu vực như Hàn Quốc, Indonesia, Singapore đã tiến hành những phiên đàm phán FTA đầu tiên với Mercosur (Ministerio da Economia do Brazil, 2021).

Thứ ba, bên cạnh các kết quả tính toán của mô hình SMART, các số liệu cho thấy, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang thị trường Mercosur khá lớn. Hàng năm, Việt Nam xuất khẩu trên 300 triệu USD giá trị mặt hàng giày dép sang Mercosur, nhiều năm kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam đứng đầu trong các nước xuất khẩu vào Mercosur. Do đó, thời gian gần đây, một số hiệp hội ngành hàng đại diện cho các doanh nghiệp sản xuất tại các nước Mercosur có một số biện pháp, hành động nhằm kiến nghị với các Chính phủ của họ cần có các biện pháp như áp thuế chống bán phá giá, phòng vệ thương mại đối với giày dép xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này (Phong, 2019). Chính phủ, Hiệp hội và các doanh nghiệp sản xuất giày dép cần tiếp tục hợp tác, phối hợp với các đối tác, chuẩn bị đầy đủ hồ sơ, chứng cứ liên quan nhằm cung cấp cho các cơ quan hữu quan trong trường hợp các nước Mercosur tiến hành các biện pháp phòng vệ thương mại nói trên.

Tài liệu tham khảo

Baur, A., Flach, L. & Teti, F. (2021), *30 Years of Mercosur - Status Quo and Future Integration Steps*, EconPol, Opinion 45.

Bộ Công Thương (2021), *Tiềm năng xuất khẩu sang các nước MERCOSUR*, NXB Công Thương, Hà Nội.

Bộ Công Thương (2022), *Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2021*, NXB Công Thương, Hà Nội.

Cheong, D. (2010), "Methods for Ex Ante Economic Evaluation of Free Trade Agreements", ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration, No. 52, Asian Development Bank (ADB), Manila.

Cục Công nghiệp - Bộ Công Thương (2022), "Tổng quan về ngành giày dép Việt Nam trong năm 2022", https://vsi.gov.vn/vn/tin-cong-nghiep-ho-tro/tong-quan-ve-nganh-giay-dep-viet-nam-trong-nam-2022-c2id2133.html, truy cập ngày 20/06/2023.

Hoàng, N.T. & Hạnh, N.T.B. (2021), "Tác động của hiệp định EVFTA đến xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường EU", *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, Số 5, Tập 2, tr. 1499-1508.

Huong, V.T. & Tuyet, P.M. (2017), "An application of the SMART model to assess impacts of the EVFTA on Vietnam's imports of automobiles from the EU", *VNU Journal of Science: Economics and Business*, Vol. 33 No. 2, pp. 1-13.

Mai, N.T.T. & Trang, Đ.T. (2022), "Tác động của UKVFTA đến xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Vương quốc Anh", *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, Số 305, tr. 62-71.

Marshall, A. (1890), *Principles of Economics*, Macmillan, London.

Michael, G.P., Cheong, D. & Hamanaka, S. (2010), *Methodology for Impact Assessment of Free Trade Agreements*, Asian Development Bank, ADB Avenue, Mandaluyong City, Manila.

Ministerio da Economia do Brazil (2021), *Estudo de Impacto: Acordo de Livre Comercio Mercosul - Vietna*, Brasilia.

Phong, N.V. (2019), *Nghiên cứu, đề xuất giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp của Việt Nam sang thị trường các nước MERCOSUR*, Đề tài nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ cấp Bộ, Bộ Công Thương.

Quang, L.H. (2022), "Quan hệ thương mại Việt Nam - Brazil: đánh giá từ chỉ số bổ sung thương mại (TCI)", *Tạp chí Những vấn đề kinh tế chính trị thế giới*, Số 316, tr. 64-76.

Shinyekwa, I.M.B., Bulime, E.N.W. & Nattabi, A.K. (2021), "Trade, revenue, and welfare effects of the AfCFTA on the EAC: an application of WITS-SMART simulation model", *Bus Strat Dev*, Vol. 4, pp. 59-74.

Statista (2023), "Footwear-South America", https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/footwear/south-america, truy cập ngày 25/06/2023.

Trademap (2023), "Bilateral trade between Common Market of the South (MERCOSUR) and Viet Nam", https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=, truy cập ngày 21/06/2023.

Viner, J. (1950), *The Customs Union Issue*, Carnegie Endowment for International Peace, New York.

World Bank (2023), "WITS SMART single market partial equilibriumsimulation tool", http://wits.worldbank.org/witsweb/download/docs/Help_Files/Simulation/WITS-SMART_User_Manual.pdf, truy cập ngày 23/06/2023.