

DOI:10.22144/jvn.2017.053

ĐÁNH GIÁ KINH TẾ VỀ KHẢ NĂNG ÁP THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT LÊN MẶT HÀNG NƯỚC GIẢI KHÁT KHÔNG CÒN TẠI VIỆT NAM

Trương Ngọc Phong và Phạm Thành Thái

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nha Trang

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 18/02/2017

Ngày nhận bài sửa: 03/04/2017

Ngày duyệt đăng: 28/06/2017

Title:

Economic assessment of the possibility to apply the excise tax on non-alcoholic beverage products in Vietnam

Từ khóa:

Thuế tiêu thụ đặc biệt, Nước giải khát không cồn, Chính sách thuế hiệu quả, Việt Nam

Keywords:

Excise tax, non-alcoholic beverages, effective tax policy, Vietnam

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the ability to apply excise taxes on the non-alcoholic beverage products in Vietnam. The study used the quantitative methods with the analytical framework of tax economics that was proposed by Stiglitz (1986). The research findings showed that beverage items are strong elasticity of demand on price, and is not a luxury item. There are two characteristics of three characteristics of an effective tax policy that will not be achieved if the excise taxes will be applied on non-alcoholic beverage products by the Government. They are (i) the economy characteristic and (ii) the justice characteristic. Moreover, the simplicity characteristic of the effective tax policy will be difficult to achieve when the tariff rates will be used for each type of different beverage by the Government. In conclusion, this study proposes that the excise tax should not be applied on non-alcoholic beverage product at the present time by the Government.

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm xác định khả năng áp thuế tiêu thụ đặc biệt lên mặt hàng nước giải khát không cồn tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng dựa trên khung phân tích kinh tế học về thuế được Stiglitz (1986) đề xuất. Kết quả nghiên cứu cho thấy mặt hàng nước giải khát có cầu co giãn mạnh theo giá, và không phải là mặt hàng xa xỉ. Trong ba tính chất quan trọng của chính sách thuế hiệu quả có 2 tính chất mà chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt nếu áp dụng lên mặt hàng nước giải khát sẽ không đạt được là (i) tính kinh tế và (ii) tính công bằng; tiêu chí (iii) tính đơn giản sẽ khó đạt được khi Chính phủ sử dụng các mức thuế suất phân biệt cho từng loại nước giải khát. Vì vậy, không nên áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với mặt hàng nước giải khát ở thời điểm hiện tại.

Trích dẫn: Trương Ngọc Phong và Phạm Thành Thái, 2017. Đánh giá kinh tế về khả năng áp thuế tiêu thụ đặc biệt lên mặt hàng nước giải khát không cồn tại Việt Nam. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 50d: 63-69.

1 GIỚI THIỆU

Ngành công nghiệp nước giải khát hiện được xem là ngành kinh doanh hấp dẫn. Tổng doanh thu tính riêng cho năm 2014 của ngành là 80.320 tỷ đồng, tổng sản lượng tiêu thụ lên đến khoảng 4,8 tỷ

lít, và tốc độ tăng trưởng trung bình 13,48% giai đoạn 2011 – 2014. Điều kiện khí hậu nóng ẩm, dân số trẻ là các yếu tố chính khiến nước giải khát trở thành một thức uống phổ biến ở Việt Nam (VietinbankSc, 2015).

Tháng 2 năm 2014, Bộ Tài Chính Việt Nam đưa nước giải khát có ga không cồn vào danh mục các mặt hàng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt với thuế suất 10%, và đệ trình Quốc hội xem xét thông qua. Theo Bộ Tài chính, việc lạm dụng đồ uống có thể dẫn tới các vấn đề sức khỏe như tăng nguy cơ bị bệnh béo phì, tiểu đường, sỏi thận, loãng xương, sâu răng. Dự thảo này vấp phải phản ứng mạnh mẽ từ phía các nhà sản xuất nước giải khát có ga. Đồng thời làm tạo nên hai quan điểm đối lập với nhau. Thứ nhất, lập luận ủng hộ cho rằng nước giải khát gây ra các vấn đề sức khỏe và cần phải hạn chế người dân sử dụng. Thứ hai, lập luận phản đối cho rằng việc áp thuế đối với nước giải khát là một chính sách thuế không hiệu quả và gây tổn thất cho toàn nền kinh tế. Mặc dù vậy, trên thế giới có nhiều nước đang áp dụng thuế tiêu thụ đặc biệt hoặc thuế tiêu dùng đối với các sản phẩm nước giải khát dựa trên hàm lượng đường trong mỗi sản phẩm như Hoa Kỳ, Phần Lan, Croatia, Thái Lan, Pháp... Tuy nhiên, cũng có một số quốc gia từng đánh thuế đối với sản phẩm này nhưng rồi bãi bỏ hoặc giảm thuế suất vì những tổn thất kinh tế gây ra quá lớn, như Ai Cập, Ireland, Đan Mạch.

Trước việc rút lại đề xuất đánh thuế lên nước giải khát có ga không cồn cho thấy sự lúng túng trong việc ra quyết định của các cơ quan liên quan. Do vậy, để có cơ sở khoa học cho việc ra quyết định áp thuế hay không, nghiên cứu này nhằm phân tích hiệu quả kinh tế của chính sách thuế đối với mặt hàng nước giải khát để trả lời câu hỏi trên.

2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

2.1.1 Khung phân tích kinh tế học về thuế

Theo Stiglitz (1986) một hệ thống thuế tốt nếu nó đạt được 5 tính chất, (i) Hiệu quả kinh tế; (ii) Tính công bằng; (iii) Tính đơn giản về mặt hành chính; (iv) Tính linh hoạt; và (v) Tính trách nhiệm về mặt chính trị. Trong 5 yếu tố kể trên, 3 yếu tố cốt lõi của chính sách thuế hiệu quả là hiệu quả kinh tế, tính công bằng và tính đơn giản.

Hiệu quả kinh tế yêu cầu chính sách thuế không can thiệp vào việc phân bổ nguồn lực hiệu quả, hay không gây ra các bóp méo hành vi kinh tế, hay nói cách khác là tổn thất vô ích do thuế gây ra là nhỏ nhất (Stiglitz, 1986). Một loại hàng hóa có cầu (hoặc cung, hoặc cả hai) ít co giãn theo giá thì khi hàng hóa này bị áp thuế sẽ ít gây ra tổn thất vô ích cho xã hội (Mankiw, 2010).

Tính công bằng đòi hỏi một hệ thống thuế tốt phải đảm bảo được tính công bằng dọc và công bằng ngang. Tính công bằng ngang đạt được nếu

các đối tượng về mọi mặt như nhau phải chịu thuế ngang nhau. Ngược lại, tính công bằng dọc đạt được nếu người càng có khả năng chi trả cao sẽ phải đóng thuế nhiều hơn. Nói cách khác, tính công bằng dọc đạt được nếu hàng hóa chịu thuế có cầu co giãn nhiều theo thu nhập.

Tính đơn giản đòi hỏi hệ thống thuế phải đơn giản để việc quản lý dễ dàng và không tốn kém. Chi phí quản lý thu thuế là một vấn đề; thứ nhất, chi phí trực tiếp là các khoản chi tiêu cho công tác hành thu, còn chi phí gián tiếp là các khoản mà người nộp thuế phải gánh chịu (thời gian khai báo thuế, hoàn thành các biểu mẫu, hay thuê luật sư,...). Thông thường, một sắc thuế đạt được tính đơn giản về mặt hành chính nếu doanh thu thuế tạo ra cao hơn chi phí hành thu để thực hiện chính sách đó.

2.1.2 Khái quát về thuế tiêu thụ đặc biệt

Thuế tiêu thụ đặc biệt (Excise Tax) hay còn gọi là thuế phân biệt thường được sử dụng để đánh vào một mặt hàng mà chính phủ không khuyến khích người dân sử dụng (hàng xa xỉ hay hàng hóa tội lỗi - sinful goods), chẳng hạn như thuốc lá, rượu bia, xe hơi đắt tiền. Hàng hóa được chọn để đánh thuế thường có một hoặc vài đặc điểm sau: (1) việc tiêu dùng nó gây ra các ngoại tác tiêu cực; (2) những sản phẩm có cầu ít co giãn theo giá; (3) hàng hóa có độ co giãn của cầu theo thu nhập lớn hơn 1; và (4) hàng hóa mà việc sản xuất và kinh doanh cần được Chính phủ điều tiết (Mccarten & Stotsky, 1995).

Đặc điểm của thuế tiêu thụ đặc biệt là tương đối dễ quản lý, tổn thất xã hội thấp vì cầu hàng hóa ít co giãn theo giá nên ít tạo ra tổn thất vô ích cho xã hội, ít bị phản đối bởi hợp với đạo đức xã hội, tạo được nguồn thu cho Chính phủ. Vì vậy, thuế tiêu thụ đặc biệt là loại thuế đạt được cả ba yêu cầu của chính sách thuế hiệu quả (Mccarten & Stotsky, 1995).

2.1.3 Lý thuyết xây dựng hàm cầu tiêu dùng

Về cơ bản hàm cầu có hai dạng: (1) Mô hình phương trình đơn là các dạng hàm cầu đầu tiên được xây dựng để nghiên cứu cầu tiêu dùng. (2) Mô hình hàm cầu hệ thống được các nhà kinh tế xây dựng nhằm thỏa mãn được các tính chất của lý thuyết cầu như tính cộng dồn, tính đồng nhất, và tính đối xứng (xem thêm trong Phạm Thành Thái và Trương Ngọc Phong, 2015).

Trong số các dạng hàm cầu hệ thống thì mô hình AIDS do Deaton & Muellbauer (1980) đề xuất là mô hình được sử dụng khá phổ biến thời gian gần đây. Hàm cầu AIDS được hình thành

trong điều kiện giới hạn về ngân sách và mỗi phương trình hàm cầu có thể được viết như sau:

$$w_i = \alpha_i + \sum_j \gamma_{ij} \ln p_j + \beta_i \ln \left(\frac{x}{P} \right) \quad (1)$$

Trong đó:

$$\ln P = \alpha_0 + \sum_i \alpha_i \ln p_i + \frac{1}{2} \sum_i \sum_j \gamma_{ij} \ln p_i \ln p_j \quad (2)$$

Các công thức tính các độ co giãn trong hàm cầu AIDS như sau:

Độ co giãn theo chi tiêu (thu nhập):

$$A_i = 1 + \beta_i / w_i \quad (3)$$

Độ co giãn theo giá riêng:

$$E_{ii} = -1 + \gamma_{ii} / w_i - \beta_i \quad (4)$$

Độ co giãn theo giá chéo:

$$E_{ij} = (\gamma_{ij} - w_j \beta_i) / w_i \quad (5)$$

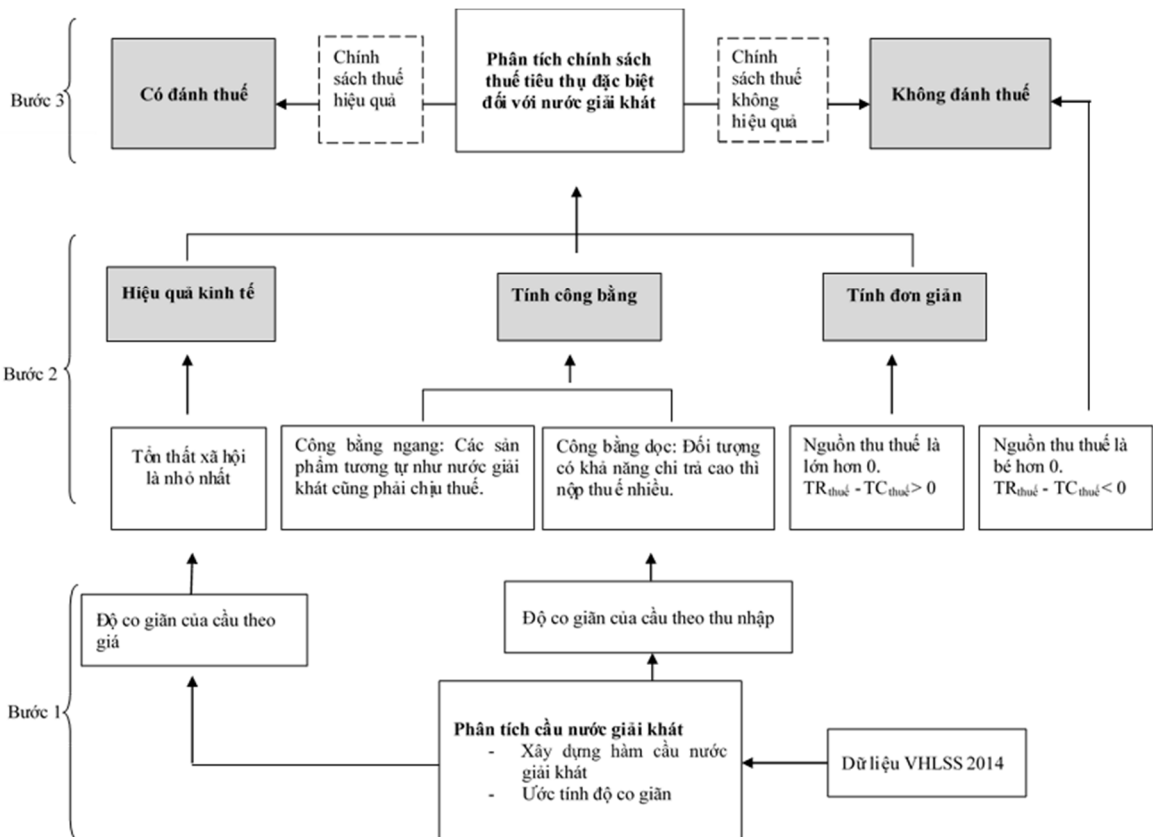
2.2 Phương pháp nghiên cứu

2.2.1 Cách tiếp cận của nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu đề ra, bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu được tiến hành qua ba bước như trong Hình 1.

2.2.2 Lựa chọn mô hình nghiên cứu

Các nghiên cứu thực nghiệm về cầu tiêu dùng nước giải khát trên thế giới hiện nay chủ yếu sử dụng hàm cầu AIDS, ví dụ Zheng & Kaiser (2008), Alviola et al. (2010), Adam & Smed (2012),... Tương tự, một số nghiên cứu về cầu tiêu dùng thực phẩm ở Việt Nam như: Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), và Phạm Thành Thái (2013),... Chính vì vậy, mô hình AIDS được sử dụng trong nghiên cứu này để xây dựng hàm cầu nước giải khát tại Việt Nam làm cơ sở cho việc phân tích hiệu quả chính sách thuế. Các biến trong mô hình phân tích được tóm tắt ở trong Bảng 1.



Hình 1: Sơ đồ nghiên cứu

Nguồn: Tác giả xây dựng dựa trên tổng quan lý thuyết

Bảng 1: Các biến được sử dụng trong mô hình nghiên cứu

Các biến	Định nghĩa	Tác giả	Kỳ vọng dấu	Biến định lượng/định tính
W_i	Tỷ phần chi tiêu cho mặt hàng i trong 4 mặt hàng đồ uống	Deaton & Muellbauer (1980)		Định lượng
P_j	Giá của mặt hàng j ($j = 1, 2, 3, 4$)	Deaton & Muellbauer (1980)	-	Định lượng
x	Tổng chi tiêu của tất cả 4 mặt hàng	Deaton & Muellbauer (1980)	+	Định lượng
H_k : Các biến giả và các biến nhân khẩu học của hộ gia đình				
Age	Tuổi của chủ hộ	Le Quang Canh (2008), Zheng & Kaiser (2008), Vu Hoang Linh (2009), Adam & Smed (2012), Phạm Thành Thái (2013)	-	Định lượng
Hsize	Quy mô hộ gia đình	Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), Alviola <i>et al.</i> (2010), Adam & Smed (2012), Phạm Thành Thái (2013)	+	Định lượng
Edu	Học vấn của chủ hộ	Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), Adam & Smed (2012), Phạm Thành Thái (2013)	-	Định lượng
Gender	Biến giả cho biến giới tính của chủ hộ (Nam =1, Nữ = 0)	Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), Adam & Smed (2012), Phạm Thành Thái (2013)	+	Định tính
Location	Biến giả cho biến khu vực (Thành thị =1, Nông thôn = 0)	Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), Alviola <i>et al.</i> (2010), Phạm Thành Thái (2013)	+	Định tính
Group _{i}	Biến giả cho biến nhóm thu nhập, $i = 1, 2, 3, 4, 5$ (Nhóm 1: thấp nhất; Nhóm 5: cao nhất) trong đó, nhóm 1 (Group1) là nhóm tham chiếu	Le Quang Canh (2008), Vu Hoang Linh (2009), Phạm Thành Thái (2013)	+	Định tính
i, j	4 mặt hàng đồ uống (1: nước giải khát; 2: sữa; 3: cà phê; 4: chè)			
U_i	Là nhiễu ngẫu nhiên được giả định là tuân theo quy luật phân phối chuẩn với giá trị trung bình bằng không và phương sai không đổi			

Nguồn: Đề xuất của tác giả dựa trên phân tích cơ sở lý thuyết

2.3 Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được trích lọc từ bộ dữ liệu của cuộc điều tra về mức sống của hộ gia đình ở Việt Nam năm 2014 (VHLSS 2014) do Tổng cục Thống kê thu thập. Tác giả sử dụng mẫu “thu nhập và chi tiêu” gồm 9,399 hộ gia đình trong cuộc khảo sát để phân tích. Trong nghiên cứu này, ngoài việc xem xét chi tiêu của các hộ gia đình cho mặt hàng nước giải khát, tác giả cũng quan tâm đến các mặt hàng liên quan như: sữa, cà phê, chè là các mặt hàng có thể được tiêu dùng thay thế cho nước giải khát, đã được đề cập trong các nghiên cứu của Zheng & Kaiser (2008), Alviola *et al.* (2010), Adam & Smed (2012).

Trong tổng số 9.399 hộ được điều tra, số lượng hộ gia đình có tiêu dùng nước giải khát là 5.908 hộ,

chiếm 62,86%; mặt hàng chè có 6.844 hộ, chiếm 72,82%; sữa tươi có 3.161 hộ, chiếm 33,63%; và mặt hàng cà phê có 2.579 hộ sử dụng ở thời điểm điều tra. Vấn đề tiêu dùng bằng không (hộ gia đình không tiêu dùng tại thời điểm khảo sát) thường gây ra vấn đề thiên lệch trong ước lượng mô hình hàm cầu và thiếu dữ liệu giá nếu chỉ sử dụng các quan sát dương. Để thu được dữ liệu cho giá cả bị thiếu, trong nghiên cứu này tác giả sử dụng phương pháp mà Chern *et al.* (2003) đã xây dựng. Theo đó, giá cả của hộ gia đình không tiêu dùng sẽ được xác định dựa trên giá trung bình của mỗi loại hàng hóa tại khu vực đang sinh sống và mức thu nhập của hộ gia đình. Ngoài ra, để tính chỉ số giá cả của các mặt hàng nói trên, tác giả lấy tổng chi tiêu của mỗi sản phẩm chia cho khối lượng sản phẩm tương ứng được tiêu thụ.

2.4 Kỹ thuật ước lượng mô hình

Để giải quyết vấn đề không tiêu dùng tại thời điểm khảo sát, tác giả sử dụng thủ tục ước lượng hai bước của Heckman (1979), với giả định rằng các quan sát không tiêu dùng là do vấn đề chọn mẫu gây ra. Thủ tục ước lượng của Heckman gồm 2 bước: (1) Xây dựng mô hình về quyết định tiêu dùng, sử dụng mô hình hồi quy Probit để xác định xác suất mua sắm một sản phẩm nhất định. (2) Tính tỷ lệ IMR (Inverse Mill's Ratio) từ kết quả ước lượng từ mô hình hồi quy Probit. IMR là một biến kết nối quyết định tham gia (có tiêu dùng hay không) với phương trình mà nó đại diện cho lượng cầu, vấn đề thiên lệch chọn mẫu xảy ra nếu tham số π trong phương trình (6) dưới đây có ý nghĩa thống kê. Hàm cầu có bổ sung biến IMR được viết lại như sau:

$$w_i = \alpha_i + \sum_j \gamma_{ij} \ln p_j + \beta_i \left(\ln x - \sum_{i=1}^4 \bar{w}_i \ln p_i \right) + \sum_{k=1}^6 \lambda_{ik} H_k + \pi_{ij} IMR + U_i \quad (6)$$

Trong đó: w_i : là tỷ phần chi tiêu của mặt hàng i so với tổng chi tiêu cho 4 mặt hàng đồ uống (nước

giải khát, sữa tươi, chè, cà phê), được xác định bằng cách lấy số tiền hộ gia đình chi tiêu của mặt hàng đồ uống thứ i chia cho tổng số tiền mà hộ gia đình đã chi cho 4 mặt hàng đồ uống tại thời điểm khảo sát.

Chỉ số $\sum_{i=1}^4 \bar{w}_i \ln p_i$ trong phương trình (6) là chỉ

số Laspeyres, chỉ số này được sử dụng để khắc phục vấn đề khác biệt đơn vị đo lường của các mặt hàng trong mô hình ước lượng, khắc phục này cho ra mô hình hàm cầu tuyến tính, ký hiệu là LA/AIDS.

H_k : Các biến giả và biến nhân khẩu học được trình bày trong Bảng 1.

Mô hình hàm cầu cho 4 mặt hàng đồ uống ở Việt Nam được ước lượng theo phương pháp SUR (Seemingly Unrelated Regression).

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Kết quả ước lượng hàm cầu

Kết quả ước lượng các tham số mô hình hàm cầu LA/AIDS cho 4 mặt hàng đồ uống ở Việt Nam được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2: Hệ số hồi qui ước lượng

Tên biến	Nước giải khát		Sữa tươi		Cà phê		Chè
	Hệ số hồi qui	P _{value}	Hệ số hồi qui	P _{value}	Hệ số hồi qui	P _{value}	Hệ số hồi qui
Hàng số	-0,2912	0,000	-0,7421	0,000	-0,0115	0,428	-0,5375
Log (P _{nước giải khát})	-0,1805	0,000	-0,1116	0,000	-0,0186	0,000	-0,0503
Log (P _{sữa tươi})	-0,1116	0,000	-0,1570	0,000	-0,0297	0,000	-0,0157
Log (P _{cà phê})	-0,0186	0,000	-0,0297	0,000	-0,0563	0,000	-0,0080
Log (P _{chè})	-0,0503	0,000	-0,0157	0,005	-0,0080	0,000	-0,0740
Log (Chi tiêu)	-0,0433	0,000	-0,0599	0,000	-0,0274	0,000	-0,0107
Log (Age)	-0,0173	0,001	-0,1697	0,000	-0,0017	0,599	-0,1541
Log (Edu)	-0,0100	0,000	-0,0168	0,001	-0,0110	0,000	-0,0178
Log (hhsiz)	-0,0112	0,000	-0,0105	0,109	-0,0065	0,005	-0,0072
Location	-0,0304	0,000	-0,0945	0,000	-0,0003	0,809	-0,0644
Gender	-0,0117	0,001	-0,0680	0,000	-0,0054	0,021	-0,0509
Group2	-0,0301	0,000	-0,0001	0,991	-0,0040	0,186	-0,0261
Group3	-0,0542	0,000	-0,0045	0,613	-0,0028	0,384	-0,0469
Group4	-0,0610	0,000	-0,0112	0,227	-0,0020	0,546	-0,0478
Group5	-0,0284	0,000	-0,0032	0,766	-0,0002	0,956	-0,0314
IMR _i	-0,5212	0,000	-0,2050	0,000	-0,4272	0,000	-1,1534
R ²	68,68%		33,19%		77,45%		(-)

Ghi chú: Hệ số hồi qui của mặt hàng chè được tính toán theo ràng buộc tính cộng dồn trong hàm cầu Deaton & Muellbauer (1980) đề xuất

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả ước lượng trên cho thấy hầu hết các tham số trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Các hệ số IMR có ý nghĩa thống kê, do đó nếu bỏ qua vấn đề tiêu dùng bằng không thì kết quả ước lượng sẽ bị thiên lệch. Đa phần các biến số

nhân khẩu học và biến số địa lý đều tác động có ý nghĩa thống kê, điều này ngụ ý rằng có sự khác biệt trong tiêu dùng các mặt hàng đồ uống ở các hộ gia đình khác nhau và ở các vùng khác nhau.

Kết quả tính toán độ co giãn của cầu theo giá của 4 mặt hàng đều mang dấu âm, phù hợp với lý thuyết. Một điểm đáng chú ý là cả 4 mặt hàng đồ uống đang xét đều có cầu co giãn nhiều theo giá, trong đó mặt hàng nước giải khát có cầu co giãn mạnh nhất. Kết quả hệ số co giãn của cầu theo thu nhập (chỉ tiêu) cho thấy cả 4 mặt hàng đồ uống đang xét đều là hàng hóa thông thường.

Bảng 3: Độ co giãn của cầu theo thu nhập, theo giá riêng

Mặt hàng	Độ co giãn của cầu theo thu nhập	Độ co giãn của cầu theo giá
Nước giải khát	0,5650	-2,7718
Sữa tươi	1,3769	-2,0475
Cà phê	0,4760	-2,0512
Chè	1,0252	-1,1853

Nguồn: Tính toán của tác giả

3.2 Thảo luận kết quả

3.2.1 Phân tích tính kinh tế của chính sách thuế

Kết quả ước lượng độ co giãn của cầu theo giá của nước giải khát ở Việt Nam cho thấy đây là mặt hàng có cầu co giãn nhiều theo giá ($|E| = 2,77 > 1$). Nghĩa là, nếu giá của mặt hàng này tăng lên 1% thì lượng cầu của mặt hàng này giảm đi 2,77%. Theo Stiglitz (1986), Mankiw (2010) thì chính sách thuế đánh vào mặt hàng có cầu co giãn mạnh theo giá sẽ gây ra tổn thất lớn cho xã hội. Lý thuyết thuế tiêu thụ đặc biệt cho rằng chỉ áp dụng thuế này đối với một mặt hàng có cầu ít co giãn theo giá, ngược lại sẽ làm thay đổi hành vi tiêu dùng dẫn đến tổng tiền thu thuế thấp, và tổn thất xã hội cao (Mccarten & Stotsky, 1995). Bên cạnh đó, có thể gây ra tình trạng mất việc làm của nhân công và tăng khoản trợ cấp của Chính phủ như ở Đan Mạch và Hungary (Oxford Economics, 2013). Đối với Việt Nam, tình trạng tương tự có thể xảy ra khi thuế được áp dụng. Vì vậy, chính sách thuế đối với nước giải khát ở thời điểm hiện tại không đạt được hiệu quả kinh tế.

3.2.2 Phân tích tính công bằng của chính sách thuế

Kết quả ước lượng hệ số co giãn của cầu theo thu nhập cho mặt hàng nước giải khát có kết quả nhỏ hơn 1 ($A = 0,56 < 1$) cho thấy chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt không đạt được tính công bằng dọc vì khi thu nhập tăng lên 1% thì lượng cầu nước giải khát chỉ tăng lên 0,56%. Nói cách khác, không phải người có thu nhập càng cao thì sẽ sử dụng càng nhiều nước giải khát. Do đó, đây không phải là chính sách thuế lũy tiến và không đạt được công bằng dọc nếu chính sách thuế được áp dụng.

Tính công bằng ngang đòi hỏi các mặt hàng có tính chất như nhau phải được đối xử ngang nhau nếu chính sách thuế được áp dụng. Nếu Bộ Tài chính Việt Nam đề xuất đánh thuế tiêu thụ đặc biệt theo hàm lượng đường như một số nước đang áp dụng thì cũng cần phải đánh thuế này cho tất cả các sản phẩm khác có chứa đường chẳng hạn như sữa, bánh kẹo. Việc làm này sẽ vấp phải phản ứng của cả thị trường. Như vậy, rất khó để có thể đạt được tính công bằng ngang. Xét cả hai yếu tố trên, chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt nhằm vào nước giải khát ở Việt Nam không đạt được tính công bằng.

3.2.3 Phân tích tính đơn giản của chính sách thuế

Đối với mặt hàng nước giải khát, cơ quan thu thuế có thể áp dụng biện pháp thu tại nguồn thông qua doanh số bán hàng vì số lượng các nhà sản xuất là hữu hạn và dễ xác định nên chi phí trực tiếp có thể không quá cao. Tuy nhiên, chi phí gián tiếp sẽ là vấn đề phức tạp nếu phân biệt thuế suất cho từng sản phẩm. Chẳng hạn, phân biệt thuế suất giữa nước ngọt có ga và nước ngọt không có ga như đề xuất của Bộ Tài chính, hay hàm lượng đường có trong các loại nước giải khát như các nước Đan Mạch và Pháp, hoặc theo các sản phẩm như Thái Lan đã sử dụng. Chi phí hành chính để thiết kế, giám sát và thi hành một thuế suất phân biệt là một vấn đề đáng lo ngại. Chẳng hạn, Chính phủ Đan Mạch đã rất tốn kém để xác định hàm lượng đường trong các loại nước giải khát khác nhau (Oxford Economics, 2013).

Ngoài ra, thuế tiêu thụ đặc biệt có thể làm giảm nguồn thu của Chính phủ từ thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng vì nước giải khát ở Việt Nam là mặt hàng nhạy cảm với giá, chứ không mang lại nguồn thu lớn như kỳ vọng. Ví dụ, Ai Cập giảm thuế từ 65% xuống 25% đã làm tăng doanh thu thuế từ ngành công nghiệp nước giải khát lên 13%; nếu tính toán đầy đủ chính sách này làm tăng doanh thu thuế đến 20% (Oxford Economics, 2010). Hay trong trường hợp của Ireland, bỏ thuế đối với nước giải khát đã giảm chi phí trực tiếp và gián tiếp ước tính bằng khoảng 70% doanh thu thuế từ sản phẩm này; 30% còn lại được bù đắp bằng việc tăng doanh thu thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế giá trị gia tăng (Bahl et al., 2003).

4 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

4.1 Kết luận

Kết quả phân tích chỉ ra rằng chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt đối với mặt hàng nước giải khát ở Việt Nam không đạt được 2 trong 3 tiêu chí quan trọng của một chính sách thuế tốt là (1) tính kinh tế và (2) tính công bằng, trong khi tiêu chí còn lại là tính đơn giản (khả thi) cũng không được ủng hộ

nếu chính sách thuế với các mức thuế suất phân biệt được áp dụng. Mặt khác, nước giải khát không phải là một sản phẩm xa xỉ nên việc đánh thuế sẽ không thỏa mãn những lập luận cơ bản của lý thuyết thuế tiêu thụ đặc biệt.

4.2 Đề xuất

4.2.1 Đề xuất các hàm ý chính sách

Một số kiến nghị dựa trên kết quả nghiên cứu là: (1) Không nên đưa nước giải khát vào danh mục các mặt hàng áp thuế tiêu thụ đặc biệt; (2) Phân tích độ co giãn của cầu theo giá cho thấy nước giải khát có cầu co giãn mạnh theo giá nên áp thuế sẽ làm giảm mạnh doanh thu của các hãng sản xuất, và mục tiêu thu thuế sẽ không đạt được. Do đó, nếu mục tiêu của thuế là nguồn thu, Chính phủ có thể xem xét đánh thuế dựa trên doanh thu bán hàng, hoặc cải tiến chính sách thuế thu nhập doanh nghiệp; (3) Mặt hàng nước giải khát không phải là hàng hóa xa xỉ và chính sách thuế nếu được sử dụng sẽ là một chính sách thuế lũy thoái. Trong trường hợp này, Chính phủ nên theo đuổi chính sách thuế doanh thu; và (4) Nước giải khát ở Việt Nam là mặt hàng rất nhạy cảm với giá cả, đồng thời không phải là một hàng hóa xa xỉ nên các nhà sản xuất có thể sử dụng công cụ giá để mở rộng thị trường và chú trọng hơn đến các khu vực thị trường có thu nhập thấp như khu vực nông thôn và miền núi.

4.2.2 Đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

Mặc dù nghiên cứu đã tập trung phân tích một cách có hệ thống chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước giải khát theo khung phân tích kinh tế học về thuế. Tuy nhiên, nghiên cứu này tồn tại một số hạn chế sau: *Thứ nhất*, dữ liệu VHLSS 2014 chứa nhiều quan sát tiêu dùng bằng không và dữ liệu về nước giải khát là dạng gộp chung cho tất cả sản phẩm nên nghiên cứu không thể phân tích sâu hơn về cầu tiêu dùng cho các loại nước giải khát. *Thứ hai*, hạn chế thông tin về chi phí hành thu, doanh thu các loại thuế tiêu thụ đặc biệt đang áp lên rượu, bia đã làm giảm mức độ chính xác của phân tích chi phí tính đơn giản. Từ những hạn chế này, hai hướng nghiên cứu tiếp theo được đề xuất là (1) nghiên cứu phía cung nước giải khát để đánh giá chính xác tác động của thuế đối với nền kinh tế; và (2) nghiên cứu tính đơn giản của chính sách thuế tập trung vào phân tích chi phí hành thu cũng như các phản ứng của các nhà sản xuất khi thuế được áp dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Adam, A. S. & Smed, S., 2012. The effects off different types of taxes on soft-drink consumption. FOI Worrking Paper. 9/2012.

- Alviola, P. A., Capps, O. J. and Wu, X., 2010. Micro-Demand Systems Analysis of Non-Alcoholic Beverages in the United States: An Application of Econometric Techniques Dealing with Censoring. In: J. Strauss (Editor). Agricultural & Applied Economics Association's 2010 AAEA, CAES & WAEA Joint Annual Meeting, 25 to 27 July 2010, Denver, Colorado, USA, 1-44.
- Bahl, R., Bird, R., Walker, M.B., 2003. The uneasy case against discriminatory excise taxation: Soft drink taxes in Ireland. Public Finance Review. 31: 510-533.
- Chern, W.S., Ishibashi, K., Taniguchi, K., Yokoyama, Y., 2003. Analysis of food consumption behavior by Japanese households. ESA Working Paper. 02-06: 152-165.
- Deaton, A. & Muellbauer, J., 1980. An Almost Ideal Demand System. American Economics Review. 70: 312-326.
- Heckman, J.J., 1979. Sample selection bias as a specification error. Econometrica. 47: 153-162.
- Le Quang Canh, 2008. An Empirical Study of Food Demand in Vietnam. Asean Economic Bulletin. 25: 283-292.
- Mankiw, G., 2010. Principles of Microeconomics. Sixth Edition. Cengage Learning. Singapore, 369 pages.
- Mccarten, W. J., Stotsky, J., 1995. Excise Taxes. In: Shomes P. (Eds). Tax policy Handbook. International Monetary Fund. Publication Services. Washington D.C. pp. 100-104.
- Oxford Economics, 2010. The Economic Benefits of the Reduction in Sales Tax on Soft Drinks in Egypt: An Update. Oxford Economics Center.
- Oxford Economics, 2013. The Impacts of Selective Food and Non-Alcoholic Beverages Taxes. Oxford Economic Center.
- Phạm Thành Thái, 2013. Phân tích cấu trúc cầu các sản phẩm thịt và cá: Nghiên cứu thực nghiệm theo tiếp cận kinh tế lượng cho trường hợp Việt Nam. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh. Thành phố Hồ Chí Minh.
- Phạm Thành Thái và Trương Ngọc Phong, 2015. Xây dựng khung phân tích cầu tiêu dùng: Tổng quan lý thuyết và mô hình nghiên cứu. Tạp chí Khoa học – Công nghệ Thủy sản. 01(2015): 225-230.
- Stiglitz, J., 1986. Economics of the Public Sector. W.W Norton & Company. New York, 417 pages.
- VietinbankSc, 2015. Báo cáo ngành nước giải khát không cồn Việt Nam. Ngày truy cập 10/12/2016. Địa chỉ: <http://www.vietinbanksc.com.vn/Handlers/DownloadAttachedFile.ashx?NewsID=306476>
- Vu Hoang Linh, 2009. Estimation of Food Demand from Household Survey Data in Vietnam. Depocen Working Papers, Working Paper Series No. 2009/12.
- Zheng, Y. & Kaiser, H.M., 2008. Advertising and U.S. Nonalcoholic Beverage Demand. Agricultural and Resource Economics Review. 37(2): 147-159.