

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG, THUẾ XĂNG DẦU ĐẾN TỶ TRỌNG TIÊU DÙNG CỦA HỘ GIA ĐÌNH Ở VIỆT NAM

ThS. Nghiêm Thị Vân*

Tóm tắt:

Bài viết giới thiệu kết quả đánh giá tác động của Thuế Bảo vệ môi trường, thuế xăng dầu đến tỷ trọng tiêu dùng của hộ gia đình ở Việt Nam thông qua Mô hình ước lượng Hàm cầu lý tưởng bậc 2 (Quadratic Almost Ideal Demand System) và sử dụng số liệu cuộc Khảo sát mức sống dân cư năm 2016.

1. Giới thiệu chung

Tăng trưởng và phát triển kinh tế luôn là mục tiêu phấn đấu của các quốc gia nói chung và của Việt Nam nói riêng. Trải qua 30 năm đổi mới, kinh tế - xã hội Việt Nam đạt được nhiều thành tựu đáng kể, Việt Nam từ một quốc gia nghèo đói trở thành quốc gia có mức thu nhập trung bình trên thế giới. Vấn đề tăng trưởng không chỉ là để đạt được những con số tăng trưởng cao mà còn phải đi đôi với nâng cao chất lượng tăng trưởng và mức sống, chất lượng cuộc sống của người dân và hộ gia đình.

Thuế Bảo vệ môi trường (BVMT) là một trong những loại thuế mà Chính phủ sử dụng để ngăn chặn, giảm thiểu những tác hại thông qua việc sử dụng các loại nguyên, nhiên vật liệu, hàng hóa dịch vụ phục vụ sản xuất có ảnh hưởng tới môi trường chung của toàn xã hội. Thuế BVMT có vai trò định hướng hành vi của chủ thể tiêu dùng, sản xuất và kinh doanh theo hướng giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Bên cạnh các công cụ kinh tế khác, thuế BVMT thúc đẩy doanh nghiệp ý thức hơn trong việc tìm kiếm các biện pháp nhằm hạn chế tác động bất lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh, quan tâm

hơn đến áp dụng các công nghệ sạch, tiên tiến, sử dụng nguyên liệu thay thế nguyên liệu hóa thạch để sản xuất các hàng hóa thân thiện với môi trường, thay thế các hàng hóa gây ô nhiễm, góp phần sử dụng tài nguyên tiết kiệm, hiệu quả.

Nhiều câu hỏi đặt ra rằng: Liệu mức tăng thu thuế BVMT Quốc hội thông qua⁴ có hợp lý để phát huy tính tích cực mà không làm ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của các hộ gia đình? Các hộ gia đình có mức chi tiêu khác nhau sẽ chịu ảnh hưởng khác nhau như thế nào? Liệu chủ hộ gia đình với vai trò là người mang lại nguồn thu nhập chính có những đặc điểm khác nhau sẽ chịu tác động khác nhau như thế nào? Tác động của việc tăng thuế BVMT ở khu vực thành thị có tương tự như ở khu vực nông thôn? Tác động của việc tăng thuế BVMT ở 6 Vùng kinh tế của Việt Nam khác nhau ra sao? Trả lời những câu hỏi này giúp Chính phủ, hộ gia đình và xã hội có những đánh giá đúng đắn và điều chỉnh cũng như hỗ trợ phù hợp cho từng loại hộ gia đình.

* Vụ Hệ thống Tài khoản quốc gia, TCTK

⁴ Ngày 15/11/2010, Quốc hội Khóa XII đã thông qua Luật Thuế bảo vệ môi trường số 57/2010/QH12.

Đánh giá tác động của thuế môi trường đến tỷ trọng tiêu dùng của hộ gia đình Việt Nam sử dụng phương pháp mô hình định lượng kết hợp với nguồn thông tin từ Bảng cân đối liên ngành (Bảng I/O) giúp có câu trả lời cụ thể, từ đó đưa ra những đề xuất, khuyến nghị chính sách phù hợp.

2. Thực trạng tiêu dùng hộ gia đình ở Việt Nam giai đoạn 2012-2016

Hộ gia đình Việt Nam trong giai đoạn 2012-2016 có xu hướng giảm tỷ trọng tiêu dùng ở những nhóm hàng hóa cơ bản, thiết yếu, hàng y tế, hàng hóa khác và gia tăng tỷ trọng tiêu dùng những nhóm hàng phục vụ đời sống làm đẹp của cá nhân; các nhu cầu ổn định về nhà ở, nhu cầu về giáo dục.

Hộ gia đình thuộc nhóm chi tiêu 1- Nhóm chi tiêu thấp nhất có tỷ trọng chi tiêu cho lương thực lớn nhất, phù hợp với Quy luật Engel: Ở mức thu nhập hoặc chi tiêu thấp thì tỷ lệ chi cho lương thực sẽ càng cao và ngược lại. Trong khi đó, hộ gia đình thuộc nhóm chi tiêu 5 - Nhóm chi tiêu cao nhất có tỷ trọng chi tiêu cho thiết bị và đồ dùng gia đình, nhà ở và vật liệu xây dựng, y tế cao nhất trong 5 nhóm. Hộ gia đình thuộc nhóm chi tiêu trung bình sẽ tập trung vào các hàng hóa và dịch vụ cao hơn mức cơ bản nhưng sẽ thấp hơn mức xa xỉ.

Hộ có chủ hộ là nam có mức tổng chi tiêu dùng cao hơn so với hộ có chủ hộ là nữ, tập trung vào các nhóm: Lương thực, thực phẩm; thiết bị và đồ dùng gia đình. Hộ gia đình có chủ hộ là nữ chi tiêu nhiều hơn vào các nhóm may mặc, mũ nón, giày dép; nhà ở và vật liệu xây dựng; y tế; giáo dục; chi tiêu khác.

Hộ gia đình có chủ hộ tuổi dưới 40 có xu hướng tiêu dùng nhiều hơn các mặt hàng lương thực, thực phẩm; may mặc, mũ nón, giày dép; nhà ở và vật liệu xây dựng; thiết bị

và đồ dùng gia đình. Hộ gia đình có chủ hộ tuổi từ 40 trở lên có xu hướng tiêu dùng các nhóm hàng: Y tế; giáo dục và hàng hóa, dịch vụ khác.

Hộ gia đình có 2 thành viên trở xuống có tiêu dùng các nhóm hàng hóa cơ bản như lương thực, thực phẩm; may mặc, mũ nón, giày dép; nhà ở và vật liệu xây dựng; y tế; giáo dục; tiêu dùng ít hơn ở các nhóm hàng: thiết bị và đồ dùng gia đình; hàng hóa và dịch vụ khác. Tuy nhiên, xu hướng thay đổi khi hộ có từ 3 thành viên, trong đó chủ yếu tập trung tiêu dùng lương thực, thực phẩm; may mặc, mũ nón, giày dép; y tế; ít chi tiêu hơn cho các hàng hóa và dịch vụ còn lại.

Tiêu dùng hộ gia đình ở khu vực thành thị năm cao hơn nhiều so với khu vực nông thôn. Hộ gia đình ở thành thị có xu hướng tiêu dùng nhiều hơn các nhóm hàng may mặc, mũ nón, giày dép; nhà ở và vật liệu xây dựng.

Theo 6 vùng kinh tế, Vùng đồng bằng sông Hồng và Vùng Đông Nam Bộ có bình quân tổng chi tiêu hộ gia đình cao hơn các Vùng khác. Ngoài ra, tỷ trọng chi tiêu lương thực thực phẩm của 2 Vùng này thấp hơn so với các Vùng khác. Điều này phù hợp với Quy luật Engel "thu nhập (hoặc chi tiêu) càng cao, tỷ trọng chi cho lương thực, thực phẩm càng thấp".

3. Ước lượng tác động của Thuế Bảo vệ môi trường đến tỷ trọng các nhóm hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng hộ gia đình ở Việt Nam

3.1. Mô hình ước lượng

Năm 1997, Bank và các cộng sự dựa trên số liệu Điều tra mức sống hộ dân cư thực tế của Vương quốc Anh đã nhận thấy rằng, các đường tỷ trọng tiêu dùng theo nhóm hàng hóa và dịch vụ hộ gia đình không

hần là tuyến tính, mà có dạng phi tuyến tính. Do vậy, Bank và các cộng sự đã đề xuất, dựa trên phát triển Hàm cầu tiêu dùng lý tưởng của Deaton và Muelbauer năm 1980 bằng cách đưa bậc 2 vào hàm AIDS.

Giả định hàm hữu dụng có dạng:

$$\ln V(p, m) = \left[\left\{ \frac{\ln m - \ln a(p)}{b(p)} \right\}^{-1} + \lambda(p) \right]^{-1}$$

Áp dụng định thức "Roy's Identity"

$-\frac{\frac{\partial \ln V}{\partial \ln p_i}}{\frac{\partial \ln V}{\partial \ln m}} = w_i$ ta có tỷ trọng tiêu dùng hàng hóa i có dạng:

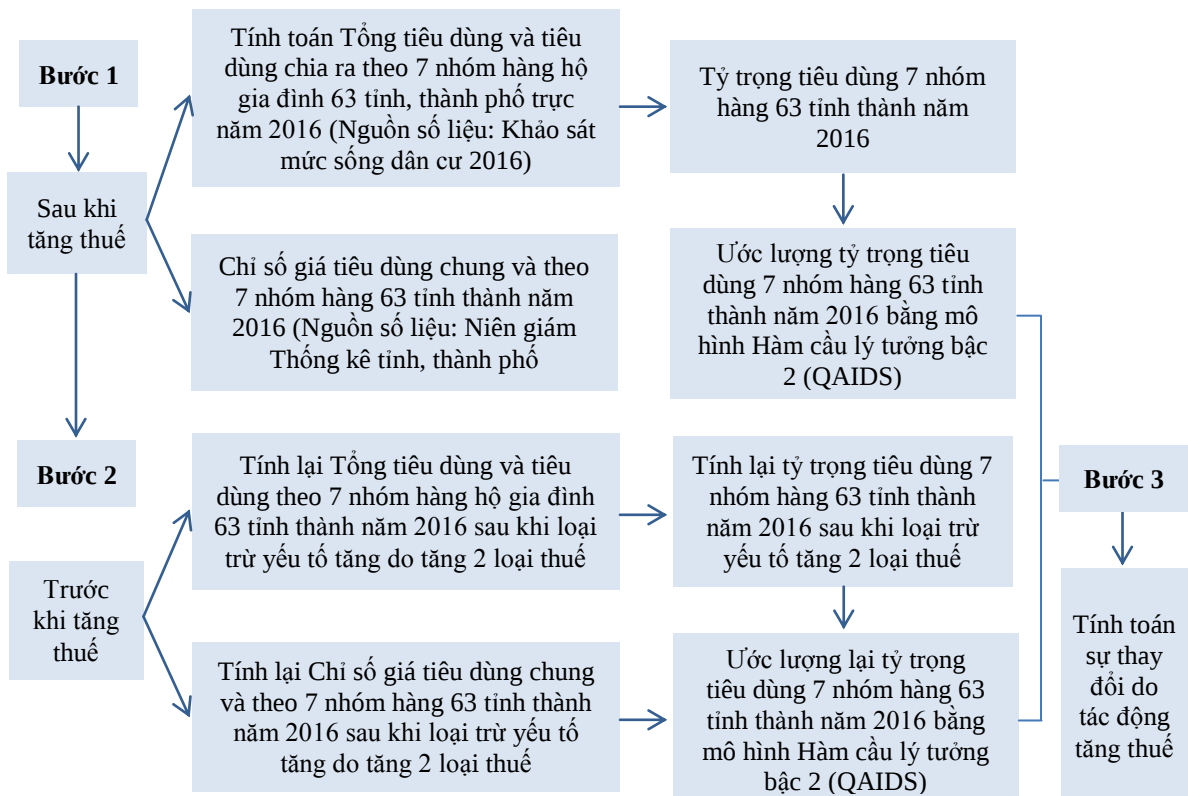
$$w_i = \alpha_i + \sum_{j=1}^k \gamma_{ij} \ln p_j + \beta_i \ln \left\{ \frac{m}{a(p)} \right\} + \frac{\lambda_i}{b(p)} \left[\ln \left\{ \frac{m}{a(p)} \right\} \right]^2$$

Với giả định về tính: "Tổng tỷ trọng hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng = 1 hoặc 100%", "đồng nhất" và "Tính đối xứng", ta có các điều kiện ràng buộc sau:

$$\sum_{i=1}^k \alpha_i = 1, \sum_{i=1}^k \beta_i = 0, \sum_{j=1}^k \gamma_{ij} = 0, \sum_{i=1}^k \lambda_i = 0, \gamma_{ij} = \gamma_{ji}$$

Nguồn số liệu sử dụng để chạy mô hình từ dữ liệu vi mô Khảo sát mức sống dân cư năm 2016, xử lý và tính toán chi tiêu theo 7 nhóm hàng bao gồm: (1) Lương thực, thực phẩm; (2) May mặc, mũ nón, giày dép; (3) Nhà ở và vật liệu xây dựng; (4) Thiết bị, đồ dùng gia đình lâu bền; (5) Y tế; (6) Giáo dục; (7) Chi tiêu khác.

Hình 1: Quy trình đánh giá tác động của thuế BVMT, thuế xăng dầu đến chỉ số giá tiêu dùng và cơ cấu tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ của hộ gia đình



3.2. Kết quả ước lượng

Từ kết quả mô hình giá dựa trên Bảng I/O 2016 để đánh giá tác động của thuế BVMT, thuế xăng dầu đến chỉ số giá tiêu dùng cho thấy rõ mối quan hệ thuận chiều giữa thuế và chỉ số giá tiêu dùng các nhóm hàng hóa và dịch vụ. Khi tăng thuế sẽ làm tăng giá tiêu dùng. Cụ thể, khi thuế BVMT tăng 200% làm chỉ số giá tiêu dùng các nhóm hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng tăng: Chỉ số giá tiêu dùng chung tăng 1,03%, trong đó tăng cao nhất là chỉ số giá nhóm lương thực, thực phẩm tăng 1,36 điểm %, là nhóm có mức tăng cao nhất; tiếp đến là nhóm hàng hóa và dịch vụ khác (bao gồm nhóm giao thông tăng 1,23 điểm %; nhóm nhà ở, điện nước tăng 0,82 điểm %; nhóm thiết bị và đồ dùng gia đình tăng 0,43 điểm %; nhóm may mặc, mũ nón, giày dép tăng 0,29 điểm %; nhóm giáo dục tăng 0,25 điểm %; nhóm y tế tăng 0,24 điểm %).

Việc áp dụng tăng thuế bảo vệ môi trường và thuế xăng dầu làm gia tăng chi tiêu tất cả các nhóm hàng hóa, từ đó đẩy

tổng tiêu dùng hộ gia đình tăng lên nhưng tỷ trọng các nhóm hàng hóa, dịch vụ tăng ở nhóm lương thực, thực phẩm và nhóm hàng hóa, dịch vụ, đồng thời làm giảm tỷ trọng ở 5 nhóm còn lại, gồm: May mặc, mũ nón, giày dép; nhà ở và vật liệu xây dựng; thiết bị, đồ dùng gia đình; y tế; giáo dục.

- Nhóm hàng hóa lương thực, thực phẩm; may mặc, mũ nón, giày dép; y tế; và nhóm hàng hóa, dịch vụ khác có mối quan hệ "chữ U" ngược chiều với tổng tiêu dùng hộ gia đình.

- Nhóm hàng hóa nhà ở và vật liệu xây dựng; thiết bị và đồ dùng gia đình có mối quan hệ "một nửa chữ U" với tổng tiêu dùng hộ gia đình, tức là ở mức chi tiêu thấp, tỷ trọng chi cho các nhóm hàng hóa này sẽ giảm dần;

- Nhóm hàng hóa giáo dục có mối quan hệ thuận chiều với tổng tiêu dùng hộ gia đình. Khi tổng chi tiêu tăng dần đến một mức nhất định thì tỷ trọng chi tiêu cho giáo dục sẽ tăng.

Bảng 1: Kết quả ước lượng tác động tăng thuế BVMT đến tỷ trọng các nhóm hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng hộ gia đình cả nước

TT	Tiêu dùng hộ gia đình	Giá trị (triệu đồng)		Cơ cấu (%)		Thay đổi	
		Trước thuế	Sau thuế	Trước thuế	Sau thuế	Giá trị (Triệu đồng)	Cơ cấu (%)
		1	2	3	4	5=2-1	6=4-3
1	Chỉ tiêu lương thực, thực phẩm	45,19	45,80	47,06	47,19	0,61	0,136
2	Chỉ tiêu may mặc, mũ nón, giày dép	3,66	3,67	3,81	3,78	0,01	-0,030
3	Chỉ tiêu nhà ở và vật liệu xây dựng	6,78	6,84	7,06	7,05	0,05	-0,018
4	Chỉ tiêu thiết bị, đồ dùng gia đình	7,76	7,79	8,08	8,02	0,03	-0,051
5	Chỉ tiêu y tế	4,91	4,92	5,11	5,07	0,01	-0,043
6	Chỉ tiêu giáo dục	5,12	5,13	5,33	5,28	0,01	-0,046
7	Chỉ tiêu khác	22,63	22,92	23,56	23,61	0,29	0,052
	Tổng tiêu dùng hộ gia đình	96,04	97,05	100,00	100,00	1,02	0,000

Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả ước lượng Mô hình QUAIDS, sử dụng số liệu Khảo sát mức sống dân cư năm 2016

Tuy vậy, tác động tới các nhóm hộ gia đình là rất khác nhau: Hộ ở khu vực thành thị chịu tác động thay đổi về tỷ trọng lớn hơn so với hộ ở khu vực nông thôn ở các nhóm: May mặc, mũ nón, giày dép, nhà ở và vật liệu xây dựng, y tế, giáo dục, hàng hóa, dịch vụ khác; chịu tác động thay đổi cơ cấu nhỏ hơn ở nhóm: Lương thực, thực phẩm, thiết bị và đồ dùng gia đình, giáo dục. Về giá trị, hộ ở khu vực thành thị gia tăng chi tiêu ở hầu hết các nhóm hàng hóa, dịch vụ và tổng chi tiêu so với hộ ở khu vực nông thôn.

Hộ có chủ là nam chịu tác động thay đổi về tỷ trọng lớn hơn so với hộ có chủ là nữ ở các nhóm: Lương thực, thực phẩm, may mặc, mũ nón, giày dép, nhà ở và vật liệu xây dựng, thiết bị và đồ dùng gia đình, y tế, giáo dục; chịu tác động thay đổi cơ cấu nhỏ hơn ở nhóm hàng hóa và dịch vụ khác. Tuy vậy, xét về giá trị, hộ có chủ hộ là nam gia tăng chi tiêu các nhóm hàng hóa, dịch vụ và tổng chi tiêu lớn hơn so với hộ có chủ là nữ.

Hộ gia đình có chủ hộ từ 40 tuổi trở lên chịu tác động thay đổi về tỷ trọng lớn hơn so với hộ có chủ hộ dưới 40 tuổi ở các nhóm: Lương thực, thực phẩm, y tế, giáo dục, hàng hóa và dịch vụ khác; chịu tác động nhỏ hơn ở các nhóm: May mặc, mũ nón, giày dép,

nhà ở và vật liệu xây dựng, thiết bị và đồ dùng lâu bền. Xem xét về giá trị, hộ có chủ hộ từ 40 tuổi trở lên có mức tăng chi tiêu lương thực, thực phẩm và hàng hóa, dịch vụ khác cũng như tổng chi tiêu của hộ lớn hơn so với hộ có chủ hộ dưới 40 tuổi.

Hộ có từ 3 thành viên trở lên chịu tác động thay đổi về tỷ trọng lớn hơn so với hộ có từ 2 thành viên trở xuống ở các nhóm: Lương thực, thực phẩm, may mặc, mũ nón, giày dép, thiết bị và đồ dùng gia đình, y tế, hàng hóa và dịch vụ khác; chịu tác động nhỏ hơn ở các nhóm: Nhà ở và vật liệu xây dựng, giáo dục. Xét về giá trị, hộ có từ 3 thành viên trở lên có mức tăng chi ở hầu hết 7 nhóm hàng hóa, dịch vụ cũng như tổng chi tiêu của hộ lớn hơn so với hộ có dưới 2 thành viên.

Trong 6 vùng kinh tế, hộ ở Đồng bằng sông Hồng chịu tác động thay đổi về tỷ trọng lớn nhất so với các Vùng còn lại ở nhóm lương thực, thực phẩm; Vùng Trung du và Miền núi phía Bắc chịu tác động lớn nhất ở nhóm thiết bị và đồ dùng lâu bền; nhóm may mặc, mũ nón, giày dép, nhà ở và vật liệu xây dựng; Vùng đồng bằng sông Cửu Long chịu tác động lớn nhất ở nhóm giáo dục và nhóm hàng hóa, dịch vụ khác; Vùng Đông Nam Bộ chịu tác động lớn nhất ở nhóm y tế.

Bảng 2: Kết quả ước lượng tác động tăng thuế BVMT, thuế xăng dầu đến tỷ trọng các nhóm hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng hộ gia đình

Vùng kinh tế	Giá trị (Triệu đồng)		Cơ cấu (%)		Thay đổi cơ cấu	
	Trước thuế	Sau thuế	Trước thuế	Sau thuế	Giá trị (Triệu đồng)	Cơ cấu (%)
Đồng bằng sông Hồng	107,52	108,62	100,00	100,00	1,10	0,00
Trung du và miền núi phía Bắc	83,63	84,51	100,00	100,00	0,88	0,00
Bắc Trung Bộ, Duyên hải miền Trung và Tây Nguyên	88,59	89,54	100,00	100,00	0,95	0,00
Đông Nam Bộ	127,23	128,59	100,00	100,00	1,36	0,00
Đồng bằng sông Cửu Long	87,35	88,29	100,00	100,00	0,93	0,00

Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả ước lượng Mô hình QUAIDS, sử dụng số liệu Khảo sát mức sống dân cư năm 2016

4. Kết luận

Từ kết quả mô hình giá dựa trên Bảng I/O 2016 để đánh giá tác động của thuế môi trường, thuế xăng dầu đến chỉ số giá tiêu dùng cho thấy rõ mối quan hệ thuận chiều giữa thuế và chỉ số giá tiêu dùng các nhóm hàng hóa và dịch vụ. Tuy vậy, tác động tới các nhóm hộ gia đình là rất khác nhau. Tác động của tăng thuế BVMT, thuế xăng dầu tới hộ gia đình làm gia tăng về giá trị chi tiêu cũng như thay đổi tỷ trọng tiêu dùng các nhóm hàng hóa và dịch vụ nên cần xem xét kỹ lưỡng tác động khi dự định thay đổi thuế.

Bên cạnh đó, tác động của tăng thuế BVMT, thuế xăng dầu tới các hộ gia đình có đặc điểm và ở cùng khu vực, vùng miền khác nhau sẽ rất khác nhau. Do đó, cần có những chính sách khác nhau để hỗ trợ các hộ gia đình có những đặc điểm khác nhau, chẳng hạn: Những hộ ở khu vực thành thị; hộ có chủ hộ là nam; hộ có từ 3 thành viên trở lên có thể được hưởng một số ưu đãi do chịu tác động lớn hơn so với các hộ ở khu vực nông thôn; hộ có chủ hộ là nữ; hộ có từ 2 thành viên trở xuống.

Ngoài ra, trong 6 Vùng kinh tế, Vùng Trung du và Miền núi phía Bắc là Vùng chịu tác động ở nhiều nhóm hàng hóa và dịch vụ nhất, lên tới 3 nhóm bao gồm thiết bị và đồ dùng lâu bền; nhóm may mặc, mũ nón, giày dép, nhà ở và vật liệu xây dựng. Do vậy, Vùng này nên nhận được sự quan tâm nhiều hơn các Vùng khi thực hiện các chính sách, đặc biệt là chính sách về xóa đói, giảm nghèo để phát triển bền vững cho các hộ gia đình. Hộ ở khu vực đồng bằng sông Hồng có thể được hỗ trợ về giá đối với nhóm hàng lương thực. Vùng đồng bằng sông Cửu Long là nhóm giáo dục và nhóm hàng hóa, dịch vụ khác; vùng Đông Nam Bộ là y tế.

Tài liệu tham khảo:

1. Bank James, Blundel Richard, Lewbel Authur (1997), "Quadratic Engel curve and consumer demand", *Review of Economics and Statistics*, (Vol. 79-4), pp.527-539;
2. Chính phủ (2010), "Báo cáo của Chính phủ đánh giá tác động của dự án Luật thuế môi trường";
3. Chính phủ (2011), *Nghị định số 67/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế bảo vệ môi trường*, ngày 08/08/2011;
4. Deaton Angus, John Muellbauer (1980), "Almost Ideal Demand System", *American Economics Review*, (Vol. 70-3), pp.312-326;
5. Đình Trọng Khang (2017), "*Bảo vệ môi trường bằng công cụ thuế, phí môi trường và hiệu quả của giải pháp hiện nay ở Việt Nam*", Viện Khoa học và Công nghệ Giao thông vận tải;
6. Đào Thị Huyền Trang (2015), "*Đánh giá tác động của Luật Thuế bảo vệ môi trường đến hoạt động kinh doanh của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*", Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế- Đại học Quốc gia Hà Nội;
7. European Commission (2013), 'Environmental tax: A statistic guide', *Luxembourg: Publications Office of the European Union*;
8. Nguyễn Đức Thành, Bùi Trinh, Đào Nguyên Thắng (2009), 'Ảnh hưởng của tăng giá xăng, dầu: Một số phân tích định lượng ban đầu', *Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh*, Số 25, tr25-38.
9. Quốc hội (2010), *Luật Thuế Bảo vệ môi trường số 57/2010/QH12*.