

Ảnh hưởng của sự trỗi dậy của Trung Quốc đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam

Nguyễn Hoài Sơn*, Hồ Đình Bảo**

Ngày nhận: 29/01/2015

Ngày nhận bản sửa: 10/3/2015

Ngày duyệt đăng: 25/3/2015

Tóm tắt:

Nghiên cứu đánh giá tác động của sự trỗi dậy của Trung Quốc đến xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2000-2012. Kết quả cho thấy, ảnh hưởng lấn át mạnh nhất trên thị trường Nhật Bản và yếu hơn trên các thị trường khác. Bên cạnh đó, Việt Nam không tận dụng được hết cơ hội xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đang mở rộng. Nguyên nhân là do động lực chính của xuất khẩu Việt Nam sang Trung Quốc là sự ưu tiên quốc gia có lợi cho Việt Nam chứ không phải do sự phù hợp giữa hình thái xuất khẩu của Việt Nam và nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc. Đối với nhóm sản phẩm linh kiện và bán thành phẩm hiện đang là xu hướng thương mại mới nổi của các nước có nguồn lao động dồi dào như Việt Nam, ảnh hưởng lấn át từ Trung Quốc có mức độ thấp hơn so với nhóm hàng hóa hoàn thiện trong khi xuất khẩu nhóm hàng này cũng không đạt được mức kỳ vọng so với nhu cầu ngày càng tăng của Trung Quốc.

Từ khóa: Trung Quốc, Xuất khẩu, Mạng lưới phân đoạn sản xuất

The Impacts of China's Rise on Vietnam's Export Performance during the period 2000-2012

Abstract:

This paper examines the impacts of China's rise in world trade on Vietnam's export performance focusing on trade displacement effects in the third-country markets and opportunities for exporting to the expanding market in China. The analysis is based on estimation of trade similarity and complementarity indices using annual data for the period 2000-2012. The findings suggest that the trade displacement effect was significant in Japanese market, but less severe than common belief in all other markets. There is also evidence that Vietnam has so far failed to benefit fully from opportunities to export to the growing Chinese market. This was mainly because Vietnam's exports to China were predominantly driven by specific country bias in favour of Vietnam rather than complementarity between Vietnam's export and China's import patterns. For parts and components which are emerging trend of world exports, the level of displacement effect was lower than that on final goods and the rapid integration of China into production networks was not in favor of Vietnam exports in the product line.

Key words: China, Exports, Production fragmentation network.

1. Giới thiệu chung

Trong gần 30 năm Đổi Mới, xuất khẩu của Việt Nam đã có những thành công đáng kể và là nhân tố quan trọng đóng góp vào sự phát triển kinh tế của

đất nước. Tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam năm 2013 đạt xấp xỉ 132 tỷ USD tương đương 84% GDP và gấp 9 lần giá trị xuất khẩu năm 2000.

Tuy nhiên, kể từ cuối những năm 1970, khi Trung

Quốc bắt đầu nổi lên như một đối tác thương mại lớn trong khu vực, đã xuất hiện những quan ngại của các nước trong khu vực trong đó có Việt Nam về khả năng xuất khẩu bị lấn át do sự cạnh tranh từ Trung Quốc. Tuy nhiên, ảnh hưởng của sự trỗi dậy của Trung Quốc vẫn đang là vấn đề tranh cãi. Đó là do song song với việc lấn át xuất khẩu, sự trỗi dậy này cũng mở ra cơ hội cho các nước trong khu vực đẩy mạnh xuất khẩu, đặc biệt là xuất khẩu linh kiện bán thành phẩm sang thị trường Trung Quốc vốn được coi là công xưởng lắp ráp của toàn thế giới.

Do đó, nghiên cứu này tập trung đánh giá tác động của sự trỗi dậy của Trung Quốc đến xuất khẩu của Việt Nam với tư cách vừa là đối thủ cạnh tranh trên thị trường các nước thứ ba vừa là cơ hội xuất khẩu mới cho Việt Nam. Kết quả nghiên cứu không chỉ cung cấp thêm một kênh tham khảo cho việc hoạch định chính sách xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn tiếp theo mà còn mở rộng thêm hiểu biết về ảnh hưởng của sự trỗi dậy của Trung Quốc đến Việt Nam cũng như các nước trong khu vực.

2. Tổng quan nghiên cứu

Anh hưởng của sự trỗi dậy của Trung Quốc đến xuất khẩu của các nước trong khu vực từ lâu đã trở thành đối tượng nghiên cứu quan trọng thu hút nhiều học giả nghiên cứu. Theo các nghiên cứu này, Trung Quốc lấn át xuất khẩu của các nước đang phát triển tại các mặt hàng thâm dụng lao động truyền thống hoặc các mặt hàng tiêu dùng công nghệ thấp (Ahearne và cộng sự, 2003; Lall và Albaladejo, 2004; Coxhead, 2007). Hiệu ứng lấn át này sẽ mạnh lên tại các thị trường phát triển (Eichengreen và cộng sự, 2004; Greenaway, và cộng sự 2008), trong đó Nhật Bản là thị trường mà các nước đang phát triển bị ảnh hưởng nhiều nhất (Lall và Albaladejo, 2004).

Bên cạnh đó, các nghiên cứu này cũng tìm thấy hiệu ứng hỗ trợ từ sự trỗi dậy của Trung Quốc đến xuất khẩu của các nước láng giềng. Tuy nhiên, hiệu ứng này chỉ có ý nghĩa đối với các mặt hàng tư liệu sản xuất của các nước phát triển (Lall và Albaladejo, 2004; Eichengreen và cộng sự 2004; Greenaway và cộng sự, 2008). Rất ít nghiên cứu tìm thấy hiệu ứng hỗ trợ này đối với các nước đang phát triển và nếu có, hiệu ứng này cũng chỉ tồn tại đối với các mặt hàng tài nguyên khoáng sản vốn không bền vững trong dài hạn cũng như có tác động không tốt đến môi trường (Coxhead, 2007).

Tuy nhiên, các nghiên cứu trên đều thực hiện trên

số liệu ở cấp độ tổng kim ngạch hoặc số liệu về các nhóm sản phẩm cụ thể được phân loại theo truyền thống mà theo đó các quốc gia trao đổi thương mại các mặt hàng được sản xuất hoàn toàn trong phạm vi một quốc gia. Hiện có rất ít nghiên cứu về ảnh hưởng của Trung Quốc đến xuất khẩu của các nước láng giềng trên các nhóm hàng hóa được phân loại theo mạng lưới sản xuất toàn cầu (Athukorala và Yamashita, 2006; Ravenhill, 2006; Athukorala, 2009). Đây là các hàng hóa được sản xuất không chỉ trong phạm vi một quốc gia duy nhất mà là các linh kiện, bán thành phẩm được sản xuất và lắp ráp tại nhiều quốc gia khác nhau.

Đây là một khoảng trống đáng kể trong lý thuyết vì việc phân loại hàng hóa theo chuỗi sản xuất toàn cầu sẽ có ảnh hưởng lớn đến tác động của Trung Quốc đến xuất khẩu của các nước láng giềng. Các nghiên cứu dưới góc độ này đã cho thấy, so với các loại hàng hóa đã được hoàn thiện, hiệu ứng lấn át đối với các sản phẩm linh kiện, bán thành phẩm sẽ nhỏ hơn trong khi hiệu ứng hỗ trợ lại cao hơn.

Bên cạnh đó, mặc dù có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của Trung Quốc đến các nước láng giềng nói chung, thì lại có rất ít nghiên cứu tìm hiểu về ảnh hưởng này đến riêng Việt Nam. Nghiên cứu định lượng nổi bật nhất là của Anh Dao (2010) cho giai đoạn 1997-2004 đã kết luận Trung Quốc không lấn át xuất khẩu của Việt Nam, sự suy giảm thị phần của Việt Nam chủ yếu là do chính cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này vẫn tiếp cận vấn đề dựa trên phân loại hàng hóa truyền thống như đã đề cập ở trên.

Tập trung vào khoảng trống đó, nghiên cứu này sẽ thực hiện phân tích cụ thể ảnh hưởng của Trung Quốc đến xuất khẩu của Việt Nam dựa trên cả phân loại hàng hóa truyền thống và phân loại theo mạng lưới sản xuất toàn cầu. Cụ thể, dựa trên các kết quả nghiên cứu trước đây và sự tương đồng về văn hóa, địa lý, lợi thế nhân công giá rẻ giữa hai nước, 3 giả thuyết được đưa ra như sau:

H1: Trung Quốc có lấn át xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường các nước thứ ba đối với các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống như dệt may, quần áo, giày dép, đồ nội thất.

H2: Đối với linh kiện và bán thành phẩm, hiệu ứng lấn át từ Trung Quốc sẽ nhỏ hơn so với các mặt hàng thành phẩm truyền thống.

H3: Sự trỗi dậy của Trung Quốc không tạo cơ hội

xuất khẩu cho Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc. Nguyên nhân chủ yếu là do cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam không phù hợp với nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc.

3. Tổng quan xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2000-2012

3.1. Xu hướng chung

Từ 2000 đến 2012, xuất khẩu Việt Nam đã đạt được những kết quả ấn tượng. Bất chấp sự suy giảm năm 2009 do khủng hoảng tài chính toàn cầu, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng 8 lần từ 14.5 tỷ USD lên 115.0 tỷ USD. Trong cùng thời kỳ, giá trị xuất khẩu phi dầu mỏ tăng trưởng với tốc độ bình quân 20.86% năm gấp 2.5 lần tốc độ tăng trưởng của thế giới (8.26%) và cao nhất trong số 6 nước ASEAN (Indonesia, Malaysia, The Philippines, Singapore, Thailand, Việt Nam) trong cùng thời kỳ. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng mặc dù đã đạt những thành tựu ấn tượng, xuất khẩu của Việt Nam vẫn ở vị trí thấp so với các nước khác trong khu vực. Trong số 6 nước ASEAN, thị phần của Việt Nam trong xuất khẩu phi dầu mỏ chỉ cao hơn Philippines.

3.2. Thị trường xuất khẩu

Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Mỹ, EU-15¹, ASEAN, Nhật Bản và Trung Quốc. Trong 13 năm từ 2000-2012, 5 thị trường này chiếm hơn 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Trong năm 2012, Mỹ và EU-15 là hai thị trường dẫn đầu, mỗi thị trường chiếm 17% tổng kim ngạch. ASEAN đứng thứ ba với 15%, tiếp theo là Nhật Bản 12% và Trung Quốc 11%.

3.3. Cơ cấu hàng hóa

Trong mười ba năm qua, xuất khẩu Việt Nam đã dịch chuyển khỏi sự phụ thuộc vào dầu mỏ và khí đốt. Trong những năm 2000, dầu thô chiếm gần một phần tư tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, kể từ đó, tỷ trọng của dầu và khí sụt giảm liên tục, đến 2012 chỉ còn nhỏ hơn 10% kim ngạch xuất khẩu.

Bên cạnh đó, cũng xuất hiện sự dịch chuyển xuất khẩu từ các sản phẩm thô hướng đến các mặt hàng công nghiệp. Tỷ trọng của hàng công nghiệp tăng nhanh từ 45,8% đến 65,6% từ giai đoạn 2000-2002 đến 2010-2012. Ngược lại, tỷ trọng của các sản

Bảng 1: Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam (%), 2000-2012

Nhóm hàng	2000/2002	2003/2009	2010/2012
Hàng thô phi dầu	29.19	26.13	24.72
Nông nghiệp	28.67	25.44	23.89
Lương thực thực phẩm, đồ uống và thuốc lá	25.26	20.20	18.00
Thủy sản	11.45	8.46	6.19
Hạt điều	0.96	1.40	1.43
Cà phê	2.66	2.94	2.84
Gạo	4.37	3.87	3.83
Nguyên liệu thô	3.41	5.24	5.89
Than	0.75	1.89	1.66
Cao su thô	1.31	2.37	2.74
Khoáng sản	0.52	0.69	0.83
Hàng đã chế biến hay tinh chế	45.79	53.38	65.61
Hóa chất	1.33	1.94	2.94
Hàng chế biến theo nguyên vật liệu	5.94	7.64	10.64
Dệt may	2.31	2.63	3.84
Máy móc, phương tiện vận tải và phụ tùng	8.30	10.68	20.71
Sản phẩm điện			
Sản phẩm công nghệ thông tin			
Hàng chế biến khác	30.22	33.13	31.31
Đồ nội thất	1.99	4.16	3.50
May mặc	13.59	15.11	13.52
Giày dép	10.81	9.12	6.91
Linh kiện, bán thành phẩm	10.03	9.70	14.96
Dầu và khí	22.74	19.55	9.04
Tổng	100.00	100.00	100.00

Ghi chú: Các dòng in nghiêng là các sản phẩm chủ lực phi dầu mỏ (từ 1% giá trị xuất khẩu trở lên).

Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014

phẩm thô phi dầu mỏ đã giảm dần từ 29% xuống 25% trong cùng giai đoạn.

Trong xuất khẩu hàng công nghiệp, vai trò của các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống mặc dù vẫn là đáng kể nhưng đã giảm dần. Nhóm này chiếm 62 % giá trị xuất khẩu công nghiệp trong giai đoạn 2000-2002 nhưng đã giảm xuống 42% trong giai đoạn 2010-2012.

Dưới góc độ phân đoạn sản xuất, mặc dù Việt Nam chưa phải là một mắt xích quan trọng trong mạng lưới sản xuất toàn cầu, nhưng có dấu hiệu rõ ràng cho thấy Việt Nam đã và đang nhanh chóng tích hợp vào hệ thống này. Tỷ trọng xuất khẩu của nhóm linh kiện, bán thành phẩm ổn định ở mức 10% trong cả giai đoạn 2000-2009. Tuy nhiên, kể từ cuộc khủng hoảng tài chính 2009, tỷ trọng này đã tăng mạnh lên 15%. Trong điều kiện mới khi ngày càng nhiều doanh nghiệp đa quốc gia dịch chuyển ra khỏi Trung Quốc do chi phí lao động tăng và căng thẳng ngoại giao giữa Trung Quốc và các nước láng giềng, dòng sản phẩm này dự kiến sẽ được động lực mới cho xuất khẩu Việt Nam trong tương lai.

4. Số liệu và phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp nghiên cứu

Cho đến nay, các nghiên cứu về vấn đề này thường dựa trên ba nhóm phương pháp là Cân bằng tổng thể (CGE), mô hình lực hấp dẫn và chỉ số thương mại (xem tổng quan Greenaway và cộng sự, 2008). So với hai nhóm trên, nhóm cuối cùng có một điểm yếu là không xác định được tác động tổng thể nói chung. Tuy nhiên, phương pháp chỉ số có lợi thế là chỉ yêu cầu dữ liệu thương mại quốc tế đã được tiêu chuẩn hóa và cho phép tách biệt hiệu ứng theo các nhóm hàng hóa. Lợi thế này hoàn toàn phù hợp với mục tiêu của nghiên cứu, đặc biệt là trong điều kiện hạn chế về số liệu.

4.1.1. Hiệu ứng lần át

Để tìm hiểu sự cạnh tranh của Trung Quốc với Việt Nam tại các thị trường nước thứ ba, một cách đơn giản là kiểm tra mức độ trùng lặp (tương tự) trong cơ cấu xuất khẩu của hai nước. Trên một thị trường nhất định, tác động lần át sẽ là đáng kể nếu hai nước cùng xuất khẩu các mặt hàng tương tự nhau. Nếu cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của hai nước khác nhau thì quy mô của hiệu ứng lần át cũng nhỏ. Trong nghiên cứu này, mức độ trùng lặp sẽ được đánh giá thông qua chỉ số trùng lặp thương mại Finger-Kreinin (Finger và Kreinin, 1979).

$$S(ab, c) = 100 \left(\sum_i \text{Min}[X_i(ac), X_i(bc)] \right)$$

Trong đó $X_i(ac)$ là tỷ trọng của hàng i trong xuất khẩu của nước a đến nước c .

Chỉ số này đo lường mức độ tương đồng trong hình thái xuất khẩu của hai nước a và b đến nước c . Nếu hình thái xuất khẩu của hai nước giống hệt nhau, $X_i(ac) = X_i(bc)$ cho tất cả các mặt hàng i , chỉ số sẽ có giá trị của 100. Nếu hai nước xuất khẩu các hàng hóa hoàn toàn khác nhau đến nước c (với mỗi $X_i(ac) > 0$, $X_i(bc) = 0$ và ngược lại), giá trị của chỉ số sẽ là 0.

Chỉ số trùng lặp thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc sẽ được tính trên năm thị trường lớn là Mỹ, EU-15, Nhật Bản, ASEAN và thị trường các bên thứ ba nói chung.

4.1.2. Hiệu ứng bổ trợ

Cơ hội xuất khẩu từ Trung Quốc có thể xác định thông qua mức độ chênh lệch giữa giá trị xuất khẩu thực tế và tiềm năng của Việt Nam sang Trung Quốc. Sự trỗi dậy của Trung Quốc như một thị trường mới cho Việt Nam chỉ thực sự có ý nghĩa nếu như xuất khẩu thực tế của Việt Nam sang Trung Quốc đạt mức tương đương hoặc lớn hơn giá trị tiềm năng. Độ chênh lệch này có thể xác định thông qua chỉ số cường độ thương mại được Brown (1949) và Kojima (1964) phát triển.

$$I_{ja} = 100 \left(\frac{X_{ja}}{X_j} \cdot \frac{M_w - M_j}{M_a} \right)$$

Trong đó, I_{ja} là mức độ tập trung của xuất khẩu nước j tới nước a

X_{ja} là giá trị xuất khẩu của nước j đến nước a

X_j là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước j

M_a là tổng kim ngạch nhập khẩu của nước a

M_w là tổng kim ngạch nhập khẩu của cả thế giới

M_j là tổng kim ngạch nhập khẩu của nước j

Trong chỉ số trên, giá trị xuất khẩu tiềm năng từ nước j sang nước a được xác định bằng tổng giá trị xuất khẩu của nước j nhân với tỷ trọng nhập khẩu của nước a trong tổng nhập khẩu của thế giới. Như vậy, chỉ số cường độ thương mại có thể được hiểu là giá trị của xuất khẩu thực tế từ nước j sang nước a chia cho giá trị xuất khẩu tiềm năng. Chỉ số sẽ có giá trị là 100 nếu xuất khẩu thực tế bằng với tiềm năng. Nếu chỉ số nhỏ hơn (hoặc lớn hơn) so với 100, xuất

khẩu từ nước j đến nước a sẽ nhỏ hơn (hoặc cao hơn) so với mức độ dự kiến.

Tuy nhiên, chỉ số này chỉ cho biết giá trị tương đối của các luồng xuất khẩu nhưng chưa giải thích được nguyên nhân của các mức giá trị đó. Vì vậy, Drysdale (1967) phân nhỏ chỉ số này thành chỉ số hỗ trợ hàng hóa và chỉ số ưu tiên quốc gia để phân tách tác động của cơ cấu hàng hóa và các yếu tố ảnh hưởng khác trong tổng mức ảnh hưởng đến cường độ thương mại giữa hai nước.

Chỉ số hỗ trợ hàng hóa của xuất khẩu nước j đến nước a , C_{ja} , được đo như sau:

$$C_{ja} = 100 \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_j^i M_w - M_j M_a^i}{X_j M_w^i - M_j^i M_a} \right)$$

Trong đó: X_j^i là giá trị xuất khẩu mặt hàng i của nước j ,

M_w^i là giá trị nhập khẩu hàng hóa i của thế giới,

M_j^i là giá trị nhập khẩu hàng hóa i của nước j ,

M_a^i là giá trị nhập khẩu hàng hóa i của nước a

Như vậy, chỉ số hỗ trợ hàng hóa đo lường mức độ phù hợp giữa hình thái xuất khẩu của nước j và nhập khẩu của nước a trong tương quan với hình thái nhập khẩu của thế giới. Xét một cách trực quan, hình thái xuất khẩu của nước j càng gần hình thái nhập khẩu của nước a đồng thời hình thái nhập khẩu của thế giới càng khác hình thái xuất khẩu của nước j và nhập khẩu của nước a thì chỉ số hỗ trợ hàng hóa càng cao dẫn đến chỉ số cường độ thương mại càng cao.

Còn chỉ số ưu tiên quốc gia, K_{ija} , được xác định tương tự với chỉ số cường độ thương mại nhưng ở cấp độ từng loại hàng hóa.

$$K_{ja}^i = 100 \left(\frac{X_{ja}^i}{X_j^i} \cdot \frac{M_w^i - M_j^i}{M_a^i} \right)$$

Trong đó X_{ija}^i là giá trị xuất khẩu mặt hàng i của nước j đến nước a .

Giá trị bình quân gia quyền của các chỉ số ưu tiên quốc gia cho tất cả các mặt hàng i trong tổng xuất khẩu từ nước j sang nước a được xác định bởi công thức:

$$K_{ja} = \sum_{i=1}^n K_{ja}^i \frac{\bar{X}_{ja}^i}{X_{ja}^i}$$

Trong đó \bar{X}_{ja}^i là giá trị mà X_{ja}^i đạt được khi K_{ja}^i bằng 100 và \bar{X}_{ja}^i là giá trị giá định của X_{ja}^i khi tất cả

K_{jk}^i bằng 100. Tỷ lệ $\bar{X}_{ja}^i / X_{ja}^i$ chính là phần trăm đóng góp của hàng hóa i vào sự hỗ trợ xuất khẩu từ nước j sang nước a .

Chỉ số ưu tiên quốc gia đo lường độ lệch mà xuất khẩu của nước j tiếp cận được thị trường nước a thông qua sự ưu đãi song phương so với mức độ dự kiến từ tỷ trọng của hai nước trong thương mại quốc tế đối với từng nhóm hàng. Nếu K_{ja} lớn hơn 100, thị trường nước a có sự ưu đãi nói chung cho xuất khẩu nước j .

Điểm đặc biệt của hai chỉ số này là mặc dù cả hai đều được phát triển riêng biệt, hai chỉ số này sẽ cùng nhau quyết định kết quả của xuất khẩu nước j sang nước a do tích của hai chỉ số này sẽ chính là giá trị của chỉ số cường độ thương mại, I_{ja} (Drysdale, 1967).

$$I_{ja} = C_{ja} * K_{ja}$$

4.2. Số liệu

Trong nghiên cứu này, các chỉ số sẽ được tính toán chủ yếu từ số liệu ở cấp độ 3 chữ số của Bảng phân loại tiêu chuẩn thương mại quốc tế (SITC) Revision 3. Đối với chỉ số trùng lặp thương mại, số liệu tính toán sẽ loại trừ dầu mỏ, khí đốt (SITC 33-34) và các mặt hàng xuất khẩu đặc biệt (SITC-9). Nguyên nhân là do giá dầu và khí biến động quá nhiều có thể làm sai lệch kết quả còn các mặt hàng đặc biệt có giá trị nhỏ và không phản ánh bất kỳ lợi thế so sánh hay bất lợi nào của một quốc gia.

Đối với nhóm hàng linh kiện và bán thành phẩm, nghiên cứu sử dụng số liệu ở cấp độ 5 chữ số của SITC Rev.3. Bảng mã phân loại đối với nhóm hàng này được áp dụng từ hệ thống phân loại được Athukorala và Yamashita (2006) phát triển.

Nghiên cứu sẽ được thực hiện cho giai đoạn 13 năm từ 2000 đến 2012 và bao gồm năm thị trường lớn là Mỹ, EU-15, Nhật Bản, ASEAN và thị trường các bên thứ ba nói chung. Giai đoạn 2000-2012 được lựa chọn là do hai nguyên nhân. Thứ nhất là do sự sẵn có của số liệu, Việt Nam đã báo cáo số liệu với UN Comtrade từ năm 1998, tuy nhiên, các dữ liệu được báo cáo chỉ hoàn thiện từ năm 2000. Thứ hai, giai đoạn này có nhiều sự kiện quan trọng ảnh hưởng đến xuất khẩu của cả hai nước.

5. Kết quả và thảo luận

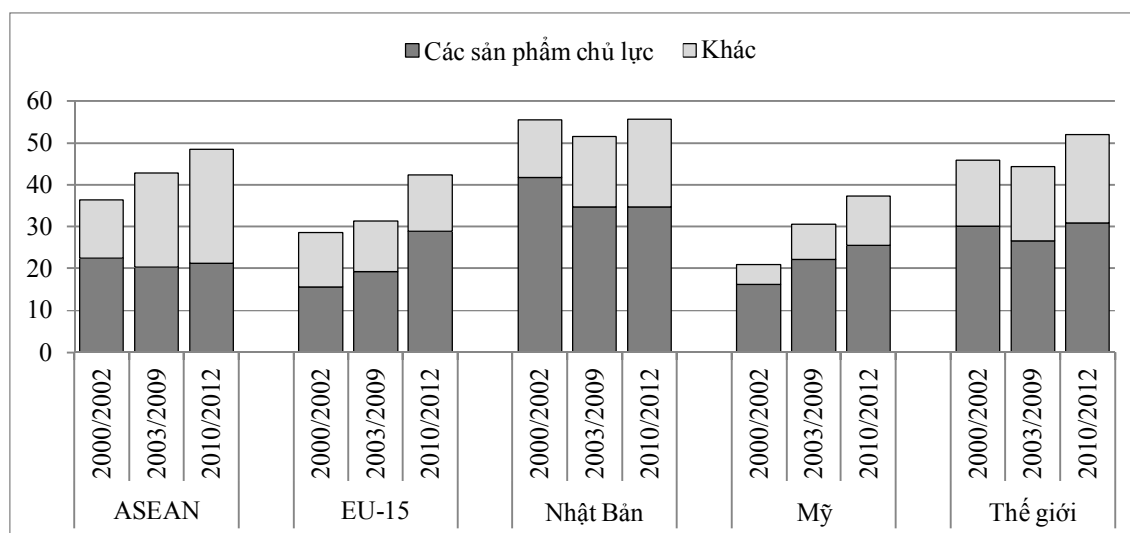
5.1. Hiệu ứng lẫn át

Kết quả ước lượng được trình bày trong bảng 2.

Bảng 2: Chỉ số trùng lặp thương mại đối với hàng phi dầu mỏ, 2000-2012

Đối tác	Nhóm hàng	2000/2002	2003/2009	2010/2012
ASEAN	Tổng	36.50	42.85	48.49
	Hàng thô phi dầu mỏ	4.97	4.40	4.51
	Hàng công nghiệp	31.51	38.45	43.97
EU-15	Tổng	28.56	31.42	42.36
	Hàng thô phi dầu mỏ	2.09	1.69	1.58
	Hàng công nghiệp	26.47	29.73	40.77
Nhật	Tổng	55.45	51.39	55.63
	Hàng thô phi dầu mỏ	7.60	6.97	5.52
	Hàng công nghiệp	47.85	44.42	50.11
Mỹ	Tổng	20.94	30.67	37.38
	Hàng thô phi dầu mỏ	1.69	1.57	1.59
	Hàng công nghiệp	19.25	29.11	35.79
Thế giới	Tổng	45.78	44.29	52.10
	Hàng thô phi dầu mỏ	5.36	3.72	3.14
	Hàng công nghiệp	40.40	40.56	48.92

Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014

Hình 1: Chỉ số trùng lặp thương mại của các sản phẩm chủ lực, 2000-2012

Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014.

Nhìn chung, mức độ trùng lặp tại các thị trường các nước thứ ba đều nhỏ hơn 55. Ngoại trừ thị trường Nhật Bản có sự trùng lặp đặc biệt cao (55), sự trùng lặp trên các thị trường khác đều thấp hơn chỉ số này giữa Trung Quốc và các nước khác trong khu vực. Cụ thể, trên thị trường thế giới, giá trị trùng lặp với Indonesia, Malaysia và Thái Lan năm 2003 lần lượt là 54, 46 và 54 (Athukorala, 2006) trong khi giá trị này trong cùng giai đoạn ở Việt Nam là 44.

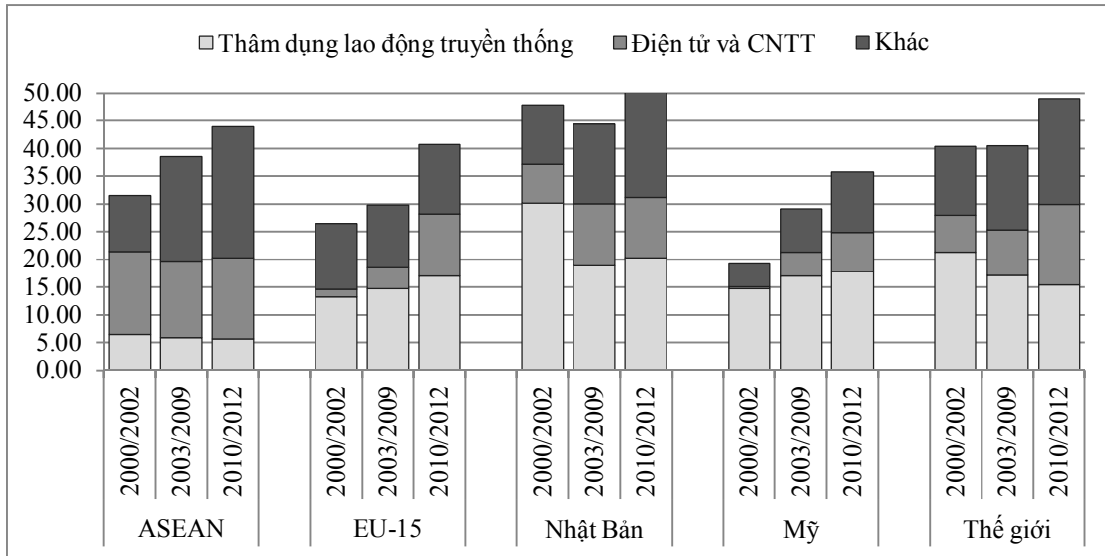
Kết quả ước lượng chi tiết cho các nhóm hàng hóa cũng cho thấy sự trùng lặp là không đáng kể đối với các sản phẩm thô phi dầu mỏ trong khi sự trùng lặp có giá trị cao đối với nhóm sản phẩm công nghiệp trên tất cả các thị trường. Trong đó, thị trường Nhật Bản có mức độ trùng lặp về hàng công

nh nghiệp cao nhất.

Bên cạnh đó, kết quả ước lượng cũng cho thấy dấu hiệu của sự dịch chuyển sự trùng lặp ra khỏi các sản phẩm xuất khẩu chủ lực (Hình 1). Xu hướng này không quá rõ rệt trên thị trường các nước thứ ba nói chung cũng như trên thị trường EU-15 và Japan. Tuy nhiên, xu hướng này thể hiện rất rõ ràng trên thị trường Mỹ và ASEAN.

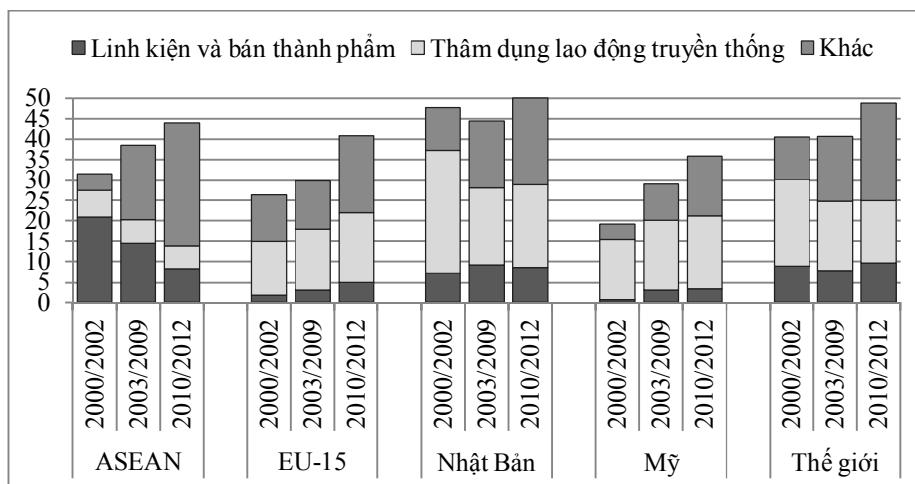
Trong nhóm hàng công nghiệp, mặc dù sự trùng lặp trên các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống vẫn chiếm ưu thế, đã xuất hiện xu hướng chuyển dịch sự trùng lặp từ nhóm này sang các mặt hàng điện và các sản phẩm công nghệ thông tin (Hình 2).

Hình 2. Chỉ số trùng lắp thương mại trong nhóm hàng công nghiệp, 2000-2012



Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014.

Hình 3: Chỉ số trùng lắp của nhóm linh kiện, bán thành phẩm, 2000-2012



Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014.

Đối với nhóm linh kiện và bán thành phẩm, mức độ trùng lắp trên thị trường các nước thứ ba nói chung cho thấy hiệu ứng lần át là khá ổn định, mức độ lần át là đáng kể nhưng vẫn thấp hơn so với nhóm hàng hóa thâm dụng lao động truyền thống (Hình 3).

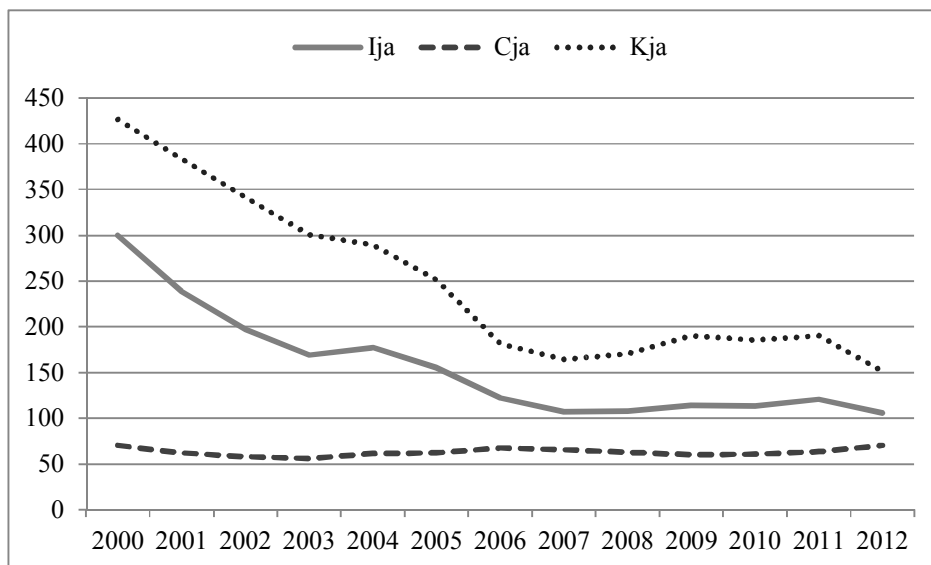
Như vậy, kết quả ước lượng đã xác nhận giả thuyết H1, H2 và phù hợp với hình thái của hiệu ứng lần át trong các nghiên cứu khác. Trước hết, kết quả cho thấy sự cạnh tranh từ Trung Quốc trên thị trường các nước thứ ba là đáng kể và Nhật Bản là thị trường bị ảnh hưởng nặng nhất. Thứ hai, sự cạnh tranh từ Trung Quốc xảy ra chủ yếu đối với các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống là những sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Thứ ba là hiệu ứng lần át đối với nhóm hàng truyền thống

tại các thị trường phát triển như EU-15 và Mỹ sẽ nghiêm trọng hơn so với các thị trường đang phát triển như ASEAN. Cuối cùng, đối với nhóm hàng linh kiện và bán thành phẩm Việt Nam cũng phải đối mặt với hiệu ứng lần át từ Trung Quốc. Tuy nhiên, với mức độ thấp hơn so với các sản phẩm hoàn thiện và hiệu ứng này cũng chỉ có ý nghĩa tại thị trường Nhật Bản.

5.2. Hiệu ứng bổ trợ

Kết quả ước lượng trong Hình 4 cho thấy hai điểm đáng lưu ý. Thứ nhất, chỉ số cường độ thương mại lớn hơn 100 tại bất kỳ điểm nào trong giai đoạn nghiên cứu hàm ý rằng Việt Nam đã xuất khẩu sang Trung Quốc lớn hơn mức kỳ vọng từ thị phần của Trung Quốc trong tổng nhập khẩu của thế giới. Đây là bằng chứng rõ ràng cho thấy sự trỗi dậy của

Hình 4. Các chỉ số hỗ trợ thương mại, 2000-2012



Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014.

Trung Quốc có tạo ra cơ hội xuất khẩu cho Việt Nam và Việt Nam đã tận dụng được cơ hội này. Tuy nhiên, chỉ số này đã giảm mạnh trong giai đoạn 2000-2012, giá trị cường độ năm 2012 dù vẫn lớn hơn 100 nhưng chỉ còn 1/3 giá trị này vào năm 2000. Điều này cho thấy trong khi Việt Nam vẫn đang khai thác tốt cơ hội xuất khẩu từ sự trỗi dậy của Trung Quốc, việc duy trì khả năng này trong dài hạn có thể là vấn đề. Kết quả này có thể được giải thích cụ thể hơn thông qua hai chỉ số thành phần của chỉ số cường độ thương mại.

Đặc điểm quan trọng đầu tiên là chỉ số hỗ trợ hàng hóa luôn ổn định ở mức thấp dưới 100 cho tất cả các năm. Điều này có nghĩa là cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam không hỗ trợ Việt Nam trong việc tận dụng cơ hội xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc. Nguyên nhân chính có lẽ xuất phát từ thực tế là cả hai nước đều có đặc trưng dư thừa lao động nên đều là những nước xuất khẩu lớn các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống và các sản phẩm điện tử và công nghệ thông tin (chủ yếu lắp ráp sử dụng nhiều lao động). Tỷ trọng của hai mặt hàng này chiếm một nửa cơ cấu xuất khẩu của Trung Quốc và khoảng 40% cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam.

Một lý do khác là Việt Nam hiện chưa phải là nước xuất khẩu lớn đối với nhóm hàng linh kiện và bán thành phần, mà đây lại là nhóm hàng có tỷ trọng lớn trong nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc. Trung Quốc gần đây đã dịch chuyển rõ hàng xuất khẩu

sang các sản phẩm kỹ thuật cao như các thiết bị điện tử, mà các thiết bị này có các thành phần có nguồn gốc nhập khẩu đặc biệt cao, khoảng 80% giá trị (Rodrik, 2006, Schott, 2008, Koopman và cộng sự, 2008.). Tuy nhiên, nhóm hàng này vẫn chưa chiếm tỷ trọng lớn trong xuất khẩu của Việt Nam. Mức cao nhất của nhóm hàng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu vẫn nhỏ hơn 15% trong giai đoạn 2000-2012.

Trong điều kiện chỉ số hỗ trợ hàng hóa luôn ổn định ở mức thấp như vậy, chỉ số ưu tiên quốc gia đã trở thành nguyên nhân chính giải thích cho cả mức giá trị cao và xu hướng giảm của cường độ thương mại từ Việt Nam sang Trung Quốc. Điều này là hoàn toàn hợp lý khi tính đến sự tương đồng về giá trị và xu hướng của cả hai chỉ số. Chỉ số ưu tiên quốc gia luôn cao hơn 100 cho tất cả các năm quan sát, tuy nhiên lại sụt giảm mạnh từ 426 năm 2000 xuống còn 151 năm 2012 phù hợp chính xác với mức độ và xu hướng của chỉ số cường độ giữa hai nước (Hình 4).

Bên cạnh chỉ số ưu tiên quốc gia tổng thể, chỉ số ưu tiên quốc gia cho từng nhóm hàng hóa sẽ cho biết chi tiết hơn cấu trúc hỗ trợ giữa hai quốc gia. Kết quả chi tiết được trình bày trong bảng 3 cho thấy nhóm sản phẩm tài nguyên thiên nhiên có cường độ thương mại cao nhất. Mặc dù cường độ thương mại của các mặt hàng trong nhóm này đang có xu hướng giảm dần nhưng sự ưu tiên quốc gia trong nhóm sản phẩm này vẫn cao hơn 100 trong tất cả các năm.

Đối với nhóm linh kiện và bán thành phần, mặc dù chỉ số ưu tiên quốc gia cho nhóm sản phẩm này

Bảng 3: Chi tiết chỉ số ưu tiên quốc gia, 2000-2012

Nhóm hàng	2000/2002	2003/2009	2010/2012
(i) Nhóm nông-lâm-ngư nghiệp			
Thủy sản	550.97, (2)	81.06, (6)	86.29, (10)
Gạo	9.11, (11)	33.5, (12)	249.56, (7)
Hạt điều	27739.1, (4)	4083.13, (9)	1283.16, (8)
(ii) Tài nguyên thiên nhiên			
Dầu và khí	638.89, (1)	259.34, (1)	175.45, (3)
Than	3086.06, (5)	1957.28, (3)	404.72, (4)
Cao su thô	272.88, (3)	329.16, (2)	241.98, (2)
(iii) Sản phẩm điện và công nghệ thông tin			
Sản phẩm điện	2.98, (12)	25.32, (10)	34.38, (12)
Sản phẩm công nghệ thông tin	32.66, (7)	47.59, (4)	66.79, (1)
(iv) Nhóm hàng thâm dụng lao động truyền thống			
Dệt	34.26, (8)	70.38, (7)	190.95, (5)
May mặc	34.58, (10)	41.04, (11)	106.20, (11)
Giày dép	57.95, (9)	167.49, (8)	269.18, (9)
Đồ nội thất	128.41, (13)	93.53, (12)	91.24, (13)
(v) Linh kiện và bán thành phẩm			
Linh kiện và bán thành phẩm	20.21, (6)	28.16, (5)	32.10, (6)

Ghi chú: Các số trong ngoặc là thứ tự xếp hạng của giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang Trung Quốc

Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN Comtrade, 2014

có xu hướng tăng, tuy nhiên, giá trị các chỉ số đều nhỏ hơn 100 trong tất cả các năm quan sát. Các ước lượng này cho thấy xuất khẩu dòng sản phẩm này từ Việt Nam sang Trung Quốc chưa đạt được mức kỳ vọng từ sự gia tăng trong nhu cầu của Trung Quốc đối với nhóm sản phẩm này.

Tóm lại, các chỉ số trong hiệu ứng hỗ trợ đã bác bỏ giải thuyết H3 và có kết quả khá tương đồng với các nghiên cứu trước đây. Trước hết, có bằng chứng cho thấy sự trỗi dậy của Trung Quốc đã tạo ra cơ hội xuất khẩu cho Việt Nam và Việt Nam đã tận dụng thành công những cơ hội này. Tuy nhiên, khả năng tận dụng các cơ hội này không xuất phát từ sự phù hợp giữa hình thái xuất khẩu của Việt Nam và nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc, mà lại xuất phát từ sự ưu tiên quốc gia. Thứ hai, trong số tất cả các nhóm hàng hóa, hiệu ứng hỗ trợ chỉ đáng kể nhất đối với nhóm tài nguyên thiên nhiên vốn dĩ không bền vững trong dài hạn như dự đoán của Coxhead (2007).

Tuy nhiên, đối với nhóm linh kiện và bán thành phẩm, ngược lại với kết quả của các nghiên cứu trước đây cho rằng sự trỗi dậy của Trung Quốc trong hoạt động lắp ráp sẽ cho phép các nước trong khu vực chuyên môn hóa về nhóm sản phẩm này kéo theo khả năng khuếch đại hiệu ứng hỗ trợ từ nhập khẩu của Trung Quốc đối với xuất khẩu của các

nước khác, kết quả ước lượng trong bài cho thấy sự hội nhập nhanh chóng này của Trung Quốc vào mạng lưới sản xuất không có tác dụng hỗ trợ cho xuất khẩu dòng sản phẩm này của Việt Nam.

6. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng cho thấy hiệu ứng lần át xuất khẩu từ sự trỗi dậy của Trung Quốc trên thị trường thương mại thế giới không nghiêm trọng như mọi người thường nghĩ. Có bằng chứng cho thấy sự cạnh tranh từ Trung Quốc đã và đang dần dần dịch chuyển khỏi nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Nhóm hàng chịu sự cạnh tranh mạnh nhất từ Trung Quốc là nhóm sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống như dệt, may mặc, quần áo, giày dép. Tuy nhiên, khả năng cạnh tranh của Trung Quốc trong các dòng sản phẩm này đang giảm dần do mức lương ở Trung Quốc đã bắt đầu tăng nhanh chóng và Trung Quốc đang dần chuyển sang chuyên môn hóa vào các sản phẩm thâm dụng vốn nhiều hơn (Amann và cộng sự, 2009, tr. 356). Còn trong nhóm sản phẩm linh kiện và bán thành phẩm hiện đang là xu hướng thương mại mới nổi của các nước có nguồn lao động dồi dào như Việt Nam, ảnh hưởng từ Trung Quốc là có nhưng mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với nhóm hàng hóa hoàn thiện.

Mặt khác, sự phát triển kinh tế nhanh chóng của

Trung Quốc cũng dẫn đến sự gia tăng nhập khẩu tạo ra cơ hội xuất khẩu cho Việt Nam. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng Việt Nam đã tận dụng được cơ hội này vì có sự ưu tiên quốc gia có lợi cho Việt Nam giữa hai nước chứ không phải do sự phù hợp giữa hình thái xuất khẩu của Việt Nam và nhu cầu xuất khẩu của Trung Quốc. Trong đó, sự ưu tiên quốc gia tập trung chủ yếu vào nhóm hàng tài nguyên thiên nhiên như dầu thô, than đá, cao su vốn không bền vững trong dài hạn và có tác động không tốt đối với môi trường. Bên cạnh đó, xuất khẩu nhóm hàng linh kiện và bán thành phẩm từ Việt Nam sang Trung Quốc cũng không đạt được mức kỳ vọng từ nhu cầu ngày càng tăng của Trung Quốc đối với nhóm hàng này.

Tất cả các kết quả trên hàm ý rằng Việt Nam có đầy đủ cơ hội để phát triển một chiến lược xúc tiến xuất khẩu độc lập bất kể việc mở rộng xuất khẩu nhanh chóng của Trung Quốc. Trong ngắn hạn, Việt Nam có thể tập trung vào các sản phẩm xuất khẩu chủ lực hiện tại của mình như các sản phẩm công nghệ thông tin và truyền thông hoặc các sản phẩm thâm dụng lao động truyền thống. Tuy nhiên, trong dài hạn, Việt Nam cần tập trung vào việc gia nhập

mạng lưới sản xuất toàn cầu thông qua hoạt động chuyên môn hóa về linh kiện, bán thành phẩm. Những sản phẩm này hiện đang là một xu hướng mới nổi lên của thương mại thế giới và là cơ hội dài hạn cho Việt Nam. Bên cạnh đó, cũng cần lưu ý là sự cạnh tranh tại thị trường Mỹ hiện tại đang ở mức thấp nhưng đang gia tăng với tốc độ nhanh chóng. Trong tương lai, khi lợi thế người đi sau mất dần đi, sự cạnh tranh từ Trung Quốc có khả năng tạo ra thách thức lớn đối với Việt Nam trong việc duy trì thị phần xuất khẩu của mình tại thị trường Mỹ.

Do hạn chế về nguồn lực, thời gian cũng như sự sẵn có của số liệu, nghiên cứu này mới chỉ phân tích sơ bộ của ảnh hưởng của Trung Quốc đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam và chưa chỉ ra được chính xác tác động tổng hợp cuối cùng của sự trỗi dậy của Trung Quốc với tư cách vừa là đối thủ cạnh tranh trên thị trường các nước thứ ba vừa là cơ hội xuất khẩu mới cho Việt Nam. Việc xác định chính xác tác động tổng hợp này đòi hỏi các phân tích sâu thêm dựa trên các phương pháp như mô hình lực hấp dẫn hoặc cân bằng tổng thể. Đây cũng là phương hướng để phát triển nghiên cứu trong tương lai. □

Ghi chú:

1. EU-15 bao gồm 15 thành viên của Liên minh Châu Âu trước khi mở rộng vào năm 2004 - Áo, Bỉ, Đan Mạch, Phần Lan, Pháp, Đức, Hy Lạp, Ai len, Ý, Luxembourg, Hà Lan, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Thụy Điển và Vương Quốc Anh.

Tài liệu tham khảo

- Ahearne, A.G., Fernald, J.G., Loungani, P. và Schindler, J.W. (2003), *China and emerging Asia: Comrades or competitors?* Federal Reserve Bank of Chicago.
- Amann, E., Lau, B. và Nixon, F. (2009), 'Did China hurt the textiles and clothing exports of other Asian economies, 1990–2005?', *Oxford Development Studies*, Tập 37 số, trang 333-362.
- Anh-Dao, T.T. (2010), 'Vietnam's Export Performance in the Face of China's Competitive Challenge', *Comparative Economic Studies*, Tập 52 số 3, trang 405-427.
- Athukorala, P.C. (2006), 'Post-crisis export performance: the Indonesian experience in regional perspective', *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Tập 42 số 2, trang 177-211.
- Athukorala, P.C. và Yamashita, N. (2006), 'Production fragmentation and trade integration: East Asia in a global context', *The North American Journal of Economics and Finance*, Tập 17 số 3, trang 233-256.
- Athukorala, P.C. (2009), 'The Rise of China and East Asian Export Performance: Is the Crowding-Out Fear Warranted?', *The World Economy*, Tập 32 số 2, trang 234-266.
- Brown, A.J. (1949), *Applied Economics : aspects of world economy in war and peace*. George Allen And Unwin Ltd. London.
- Coxhead, I. (2007), 'A new resource curse? Impacts of China's boom on comparative advantage and resource depen-

- dence in Southeast Asia', *World Development*, Tập 35 số 7, trang 1099-1119.
- Drysdale, P. (1967), 'Japanese Australian trade: an approach to the study of bilateral trade flows', *Luận án tiến sĩ*, Đại học Quốc gia Australia (ANU).
- Eichengreen, B., Rhee, Y. và Tong, H. (2004), *The impact of China on the exports of other Asian countries*: National Bureau of Economic Research.
- Finger, J.M. và Kreinin, M.E. (1979), 'A Measure of Export Similarity' and Its Possible Uses', *The Economic Journal*, trang 905-912.
- Greenaway, D., Mahabir, A. và Milner, C. (2008), 'Has China displaced other Asian countries' exports?', *China Economic Review*, tập 19 số 2, trang 152-169.
- Ianchovichina, E. và Walmsley, T. (2005), 'Impact of China's WTO accession on East Asia', *Contemporary Economic Policy*, Tập 23 số 2, trang 261-277.
- Kojima, K. (1964), 'The pattern of international trade among advanced countries', *Hitotsubashi Journal of Economics*, Tập 5 số 1, trang 16-36.
- Koopman, R., Wang, Z. và Wei, S.J. (2008), *How much of Chinese exports is really made in China? Assessing domestic value-added when processing trade is pervasive*: National Bureau of Economic Research.
- Lall, S. và Albaladejo, M. (2004), 'China's competitive performance: a threat to East Asian manufactured exports?', *World development*, Tập 32 số 9, trang 1441-1466.
- Ravenhill, J. (2006), 'Is China an economic threat to Southeast Asia?', *Asian Survey*, Tập 46 số 5, trang 653-674.
- Rodrik, D. (2006), 'What's so special about China's exports?', *China & World Economy*, Tập 14 số 5, trang 1-19.
- Schott, P.K. (2008), 'The relative sophistication of Chinese exports', *Economic policy*, Tập 23 số 53, trang 5-49.

Thông tin tác giả:

***Nguyễn Hoài Sơn**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ email: hoaisonkt@gmail.com

****Hồ Đình Bảo**, Tiến sỹ, Khoa Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ email: hodinhbao@yahoo.com