

LỢI THẾ SO SÁNH BỘC LỘ CỦA VIỆT NAM VÀ CÁC NƯỚC ASEAN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Nguyễn Bình Dương
Trường Đại học Ngoại Thương
Email: nguyenbinhduong.ftu@gmail.com

Ngày nhận: 29/11/2017
Ngày nhận bản sửa: 8/01/2018
Ngày duyệt đăng: 25/01/2018

Tóm tắt:

Kể từ khi Việt Nam mở cửa kinh tế và tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đã có sự thay đổi theo hướng tích cực, từ xuất khẩu các mặt hàng nguyên liệu thô, sơ chế sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Bài viết này nghiên cứu lợi thế so sánh bộc lộ (RCA) của Việt Nam và các nước ASEAN trong bối cảnh hội nhập quốc tế, đồng thời phân tích sự thay đổi của chỉ số RCA trong 9 nhóm hàng cơ bản theo tiêu chuẩn SITC- Rev 3. Bên cạnh đó, bài viết cũng phân tích chỉ số RCA trong một số sản phẩm tiêu biểu như gạo, rau quả, cà phê, thủy sản, may mặc, giày dép. Thông qua việc phân tích cơ hội và thách thức đối với sự phát triển của các ngành định hướng xuất khẩu, bài viết đề xuất một số giải pháp để Việt Nam củng cố hơn nữa những ngành có lợi thế truyền thống và khai thác được tiềm năng của những ngành có lợi thế trong tương lai.

Từ khóa: ASEAN, hội nhập, lợi thế so sánh bộc lộ, RCA, Việt Nam.

Revealed Comparative Advantage of Vietnam and ASEAN Countries in the International Integration Context

Abstract:

Since Vietnam's economy openness and participation in the international labor, the Vietnam's export structure has changed positively, from raw materials exports to higher value added products. This paper studies revealed comparative advantage (RCA) of Vietnam and ASEAN countries in the context of international integration, and analyzes the RCA's changes in nine main commodity categories according to SITC standard- Rev 3. In addition, this article also analyzes RCA in some key products such as rice, vegetables, coffee, seafood, garments, and footwear. By analyzing the opportunities and challenges of export-oriented industries, this paper proposes some solutions for Vietnam to strengthen traditional comparative advantage industries and exploit sectors having potential comparative advantages.

Keywords: ASEAN; integration; revealed comparative advantage; RCA; Vietnam

1. Giới thiệu

Kể từ khi Việt Nam mở cửa kinh tế và tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đã có sự thay đổi theo hướng tích cực, từ xuất khẩu các mặt hàng nguyên liệu thô, sơ chế sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Sự chuyển dịch này gợi ý cho các nhà kinh tế nghiên cứu về một sự thay đổi trong lợi thế so sánh

của Việt Nam. Lý thuyết về lợi thế so sánh ra đời từ rất sớm, được đặt nền móng bởi nhà kinh tế học nổi tiếng là David Ricardo (trích dẫn trong Krugman & Obstfeld, 2006, 31). Tuy nhiên, đây là một mô hình lý thuyết đơn giản, lợi thế so sánh được xác định dựa trên năng suất lao động ít được ứng dụng trong thực tế. Trong bối cảnh có nhiều quốc gia, nhiều mặt hàng tham gia vào thương mại quốc tế, chỉ số lợi thế

so sánh bộc lộ (RCA) của Balassa & Norland (1989) thường được sử dụng để đo lường lợi thế so sánh của các quốc gia. Dù vậy, ở Việt Nam, chưa có nhiều nghiên cứu đề cập đến sự thay đổi của lợi thế so sánh kể từ khi Việt Nam mở cửa kinh tế. Có những ngành trong quá khứ Việt Nam có lợi thế nhưng lợi thế đó có thể mất dần trong tương lai, nhường chỗ cho những ngành công nghiệp mới.

Trong bối cảnh đó, việc xác định được xu hướng thay đổi trong lợi thế so sánh của Việt Nam, so sánh với các nước trong khu vực ASEAN đồng thời đề ra một số hàm ý chính sách nhằm củng cố các ngành xuất khẩu truyền thống, khuyến khích các ngành có tiềm năng phát triển ở Việt Nam là ưu tiên hàng đầu. Bài viết này gồm 5 phần: phần thứ nhất giới thiệu tổng quát về quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam và sự thay đổi trong cơ cấu xuất khẩu, phần tiếp theo bài viết trình bày lý thuyết về lợi thế so sánh bộc lộ

và mô tả số liệu sử dụng trong nghiên cứu, phần thứ 3 phân tích về sự thay đổi trong chỉ số RCA của Việt Nam và ASEAN trong 9 nhóm ngành cơ bản theo chuẩn SITC-Rev 3, tìm ra các ngành có lợi thế lớn nhất, những ngành có tiềm năng nhất. Phần 4 của bài viết sẽ chọn ra 5 sản phẩm tiêu biểu trong số những nhóm ngành có chỉ số RCA lớn nhất ở phần 3 để nghiên cứu trường hợp. Cuối cùng, thông qua việc phân tích cơ hội và thách thức đối với sự phát triển của các ngành định hướng xuất khẩu, phần thứ 5 của bài viết đề xuất một số giải pháp để Việt Nam củng cố hơn nữa những ngành có lợi thế truyền thống và khai thác được tiềm năng của những ngành có lợi thế trong tương lai.

2. Tổng quan về quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam và sự thay đổi trong cơ cấu xuất khẩu

Kể từ khi thực hiện công cuộc Đổi mới vào năm 1986, Việt Nam đã tích cực tham gia vào quá trình

Bảng 1. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam theo nhóm ngành (%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Hàng thô hoặc mới sơ chế</i>	44,9	44,2	39,0	34,8	34,8	30,7	25,5	23,8	18,7
Lương thực, thực phẩm và động vật sống	19,1	19,4	20,2	18,6	18,0	16,4	14,0	14,3	12,6
Đồ uống và thuốc lá	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3
Nguyên liệu thô, không dùng để ăn, trừ nhiên liệu	4,5	4,0	3,4	4,7	4,9	3,7	3,6	2,8	2,5
Nhiên liệu, dầu mỡ nhờn và vật liệu liên quan	20,9	20,3	14,9	11,0	11,3	9,9	7,3	6,1	3,1
Dầu, mỡ, chất béo, sáp động, thực vật	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
<i>Hàng chế biến hoặc đã tinh chế</i>	55,1	55,2	59,6	65,1	65,1	69,2	74,4	76,2	81,3
Hoá chất và sản phẩm liên quan	2,1	2,3	2,2	2,6	3,0	3,3	2,9	2,8	2,5
Hàng chế biến phân loại theo nguyên liệu	8,2	10,2	9,2	11,7	11,2	10,7	10,5	11,0	10,5
Máy móc, phương tiện vận tải và phụ tùng	11,6	11,7	13,0	15,9	19,4	26,8	32,6	32,4	37,4
Hàng chế biến khác	33,2	31,0	35,2	34,9	31,5	28,4	28,4	30,0	30,9
<i>Hàng hoá không thuộc các nhóm trên</i>	0,0	0,6	1,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0

Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu của Tổng cục Thống kê về “Cơ cấu trị giá xuất khẩu hàng hoá theo bảng phân loại tiêu chuẩn ngoại thương”

hội nhập, mở cửa kinh tế, và tự do hóa thương mại. Tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam được đánh dấu bằng sự kiện Việt Nam gia nhập ASEAN năm 1995. Đến năm 2007, việc Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã minh chứng cho quá trình hội nhập toàn diện của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới. Trong năm qua, Việt Nam đã tích cực, chủ động trong đàm phán và ký kết các Hiệp định thương mại tự do mới với các đối tác. Theo Trần Tuấn Anh (2016), tính đến năm 2016, nước ta đã tham gia thiết lập 12 Hiệp định thương mại tự do (FTA) với 56 quốc gia và nền kinh tế trên thế giới. Các đối tác FTA của Việt Nam đều là các đối tác thương mại quan trọng, chiếm trên 80% tổng kim ngạch thương mại của Việt Nam. Trong thời gian tới, các cam kết FTA bước vào giai đoạn cắt giảm sâu sẽ đem đến nhiều cơ hội mở rộng thị trường cho hàng hóa của Việt Nam đồng thời giúp đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, tránh phụ thuộc vào các thị trường nguyên liệu truyền thống.

Hội nhập kinh tế quốc tế đã thúc đẩy tái cấu trúc nền kinh tế, đặc biệt là chuyển dịch cơ cấu sản xuất và xuất khẩu hàng hóa theo hướng tích cực, phù hợp với chủ trương công nghiệp hóa theo hướng hiện đại, theo đó tập trung nhiều hơn vào các mặt hàng chế biến, chế tạo có giá trị và hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao hơn.

Bảng 1 cho thấy cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam có sự thay đổi, từ chỗ nặng về các nguyên vật liệu thô, sơ chế sang những ngành có giá trị gia tăng cao hơn. Năm 2007, khi Việt Nam vừa gia nhập WTO, nhóm hàng nguyên vật liệu thô và sơ chế chiếm tới 44,9% tổng giá trị xuất khẩu, nhưng kể từ đó trở đi, tỷ trọng của ngành này giảm dần nhường chỗ cho các mặt hàng chế biến hoặc đã tinh chế. Đến năm 2015, nguyên vật liệu thô và sơ chế chỉ chiếm 18,7% tổng giá trị hàng xuất khẩu. Trong nhóm hàng này, mặt hàng lương thực, thực phẩm và động vật sống có tỷ trọng ngày càng giảm. Mặc dù vẫn là một mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam, nhưng lương thực, thực phẩm và động vật sống có tỷ trọng ngày càng thấp, chỉ chiếm 12,6% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam năm 2015. Ngược lại, tỷ trọng hàng chế biến hoặc đã tinh chế ngày càng gia tăng. Đến năm 2015, phần lớn xuất khẩu của Việt Nam hàng chế biến hoặc đã tinh chế, chiếm tới 81,3% giá trị xuất khẩu của Việt Nam (Bảng 1).

Sự thay đổi trong cơ cấu xuất khẩu thể hiện sự

thay đổi về lợi thế so sánh của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Nếu trong thập niên 1990, lợi thế so sánh của Việt Nam chủ yếu ở những mặt hàng nông nghiệp, động vật tươi sống, nguyên vật liệu thô thì trong những năm trở lại đây, lợi thế so sánh lại tập trung ở nhóm hàng chế tác, công nghiệp nhẹ, tiểu thủ công nghiệp. Phần tiếp theo của bài viết sẽ sử dụng chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ (RCA) để phân tích rõ hơn sự thay đổi trong lợi thế so sánh của Việt Nam, đồng thời đối chiếu với các nước ASEAN nhằm đưa ra một cái nhìn chi tiết hơn về vấn đề này.

3. Lợi thế so sánh bộc lộ: phương pháp tính toán và mô tả số liệu

3.1. Lý thuyết về lợi thế so sánh bộc lộ

Khái niệm về lợi thế so sánh lần đầu được trình bày bởi David Ricardo vào năm 1817 (trích dẫn trong Krugman & Obstfeld, 2006, 31) theo đó, trong mô hình thương mại đơn giản chỉ có 2 quốc gia, sản xuất 2 mặt hàng, một nước có lợi thế so sánh trong một hàng hóa nếu chi phí cơ hội của quốc gia đó thấp hơn so với quốc gia kia trong ngành hàng đó. Bằng việc chuyên môn hoá sản xuất và xuất khẩu sản phẩm mà nước mình có lợi thế so sánh, tất cả các quốc gia đều thu được lợi ích từ thương mại. Như vậy lợi thế so sánh là cơ sở để các nước trao đổi và tham gia vào phân công lao động quốc tế.

Balassa & Norland (1989) đã phát triển lý thuyết về lợi thế so sánh trên cơ sở tính toán chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ đối với nhiều quốc gia, được xác định bằng tỉ lệ với tử số là giá trị xuất khẩu của một loại hàng hóa chia cho tổng xuất khẩu của quốc gia đó và mẫu số là giá trị xuất khẩu hàng hóa đó của thế giới chia cho tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu. Chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ theo Balassa gọi là RCA (Revealed Comparative Advantage) hay còn gọi là BI (Balassa Index), được tính toán theo công thức:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_j X_{ij}}{\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}$$

Trong đó:

RCA_{ij} : Chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ trong xuất khẩu của quốc gia i đối với sản phẩm j ;

X_{ij} : Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j của quốc gia i ;

$\sum_j X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia i ;

$\sum_i X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j toàn cầu;

$\sum_i \sum_j X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

Nếu tỷ trọng xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k lớn hơn tỷ trọng sản phẩm đó trong tổng xuất khẩu của thế giới, tức là $RCA_{ij} > 1$ thì quốc gia i được coi là có lợi thế so sánh bậc lộ đối với sản phẩm j . Hệ số này càng lớn chứng tỏ lợi thế so sánh bậc lộ càng cao. Ngược lại nếu $RCA_{ij} < 1$ thì quốc gia i không có lợi thế so sánh bậc lộ trong sản xuất, xuất khẩu sản phẩm j .

Chỉ số RCA được đo lường trên kết quả tiêu thụ trên thị trường quốc tế của một quốc gia (kim ngạch xuất khẩu, thị phần xuất khẩu) so với thế giới hay so với từng đối tác thương mại. Đây cũng là một chỉ số được nhiều quốc gia sử dụng rộng rãi nhằm xác định lợi thế so sánh bậc lộ, qua đó góp phần cung cấp cơ sở cho việc hoạch định chính sách thương mại quốc tế, đàm phán song phương, đàm phán gia nhập các tổ chức thương mại quốc tế,... và đánh giá lợi thế cạnh tranh của quốc gia/sản phẩm trong giao thương quốc tế.

3.2. Mô tả số liệu

Để đo lường lợi thế so sánh bậc lộ của Việt Nam và các nước ASEAN, tác giả sử dụng số liệu xuất khẩu của 9 nhóm ngành cơ bản theo tiêu chuẩn quốc tế về phân loại hàng hóa SITC Rev.3 của Liên Hợp Quốc. Chín nhóm ngành cụ thể như sau: thực phẩm và động vật tươi sống; giải khát thuốc lá; nguyên liệu thô; nhiên liệu; dầu mỡ động thực vật; hóa chất; hàng chế tác; máy móc thiết bị vận tải; hàng chế tác hỗn hợp.

Các quốc gia được nghiên cứu bao gồm Việt Nam và 9 nước còn lại thuộc khu vực ASEAN: Thái Lan, Campuchia, Lào, Myanmar, Brunei, Singapore, Malaysia, Philippines và Indonesia.

Chỉ số RCA sẽ được tính toán trên một số mốc thời gian quan trọng: khi Việt Nam vào WTO (2007), khủng hoảng kinh tế thế giới gần đây (2012), và năm gần nhất theo cơ sở dữ liệu UN Comtrade của Liên Hiệp Quốc (2015).

4. Lợi thế so sánh bậc lộ của Việt Nam và các nước ASEAN theo nhóm ngành

Bảng 2 cho thấy trong 10 năm trở lại đây, Việt Nam có lợi thế so sánh bậc lộ khá vững vàng trong hai nhóm ngành truyền thống, bao gồm: thực phẩm và động vật tươi sống (nhóm 0) và hàng chế tác hỗn hợp (nhóm 8). Nhóm ngành nguyên liệu thô (nhóm 2) và nhiên liệu (nhóm 3) của Việt Nam trong những năm gần đây đã mất dần lợi thế. Trước năm 2007, nguyên liệu thô và nhiên liệu là hai trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, tỷ trọng của nhóm hàng này đã giảm. Thực tế cho thấy năm 2016, lần đầu tiên xuất khẩu dầu thô đã phải nhường vị trí cho xuất khẩu rau quả. Ngược lại, đối với trung bình của các nước ASEAN, nhiên liệu vẫn đang là nhóm hàng có lợi thế so sánh bền vững qua các năm.

Đối với nhóm hàng máy móc, thiết bị vận tải (nhóm 7), đây là nhóm hàng có tiềm năng phát triển ở Việt Nam. Mặc dù chưa bao giờ chỉ số RCA vượt qua 1, nhưng đến năm 2015, RCA đã xấp xỉ đạt 0,97, tăng gấp 3 lần so với năm 2007. Điều này cho thấy, trong tương lai ngành sản xuất linh kiện điện tử, phụ tùng ô tô, xe máy của Việt Nam có thể trở thành ngành công nghiệp có lợi thế so sánh. Ngược lại đối với các nước ASEAN, ngành hàng chế tác hỗn hợp lại có nhiều tiềm năng khởi sắc, thể hiện ở chỉ số RCA tăng dần qua các năm.

5. Lợi thế so sánh bậc lộ của Việt Nam và các nước ASEAN ở một số sản phẩm tiêu biểu

Bảng 2: Lợi thế so sánh bậc lộ của Việt Nam và các nước ASEAN theo nhóm ngành

Mã SITC	Nhóm ngành	Việt Nam			ASEAN		
		2007	2012	2015	2007	2012	2015
0	Thực phẩm và động vật tươi sống	3.62	2.71	1.86	0.94	1.05	1.04
1	Giải khát thuốc lá	0.40	0.50	0.40	0.54	0.76	0.89
2	Nguyên liệu thô	1.23	0.87	0.69	1.10	0.96	0.92
3	Nhiên liệu	1.53	0.56	0.29	1.08	1.06	1.11
4	Dầu mỡ động thực vật	0.23	0.45	0.32	6.16	6.00	5.60
5	Hóa chất	0.19	0.29	0.22	0.71	0.81	0.73
6	Hàng chế tác	0.54	0.82	0.79	0.62	0.67	0.69
7	Máy móc thiết bị vận tải	0.30	0.78	0.97	1.18	1.08	1.09
8	Hàng chế tác hỗn hợp	2.89	2.44	2.29	0.91	0.96	1.02

Nguồn: Tính toán của tác giả trên số liệu của UN Comtrade

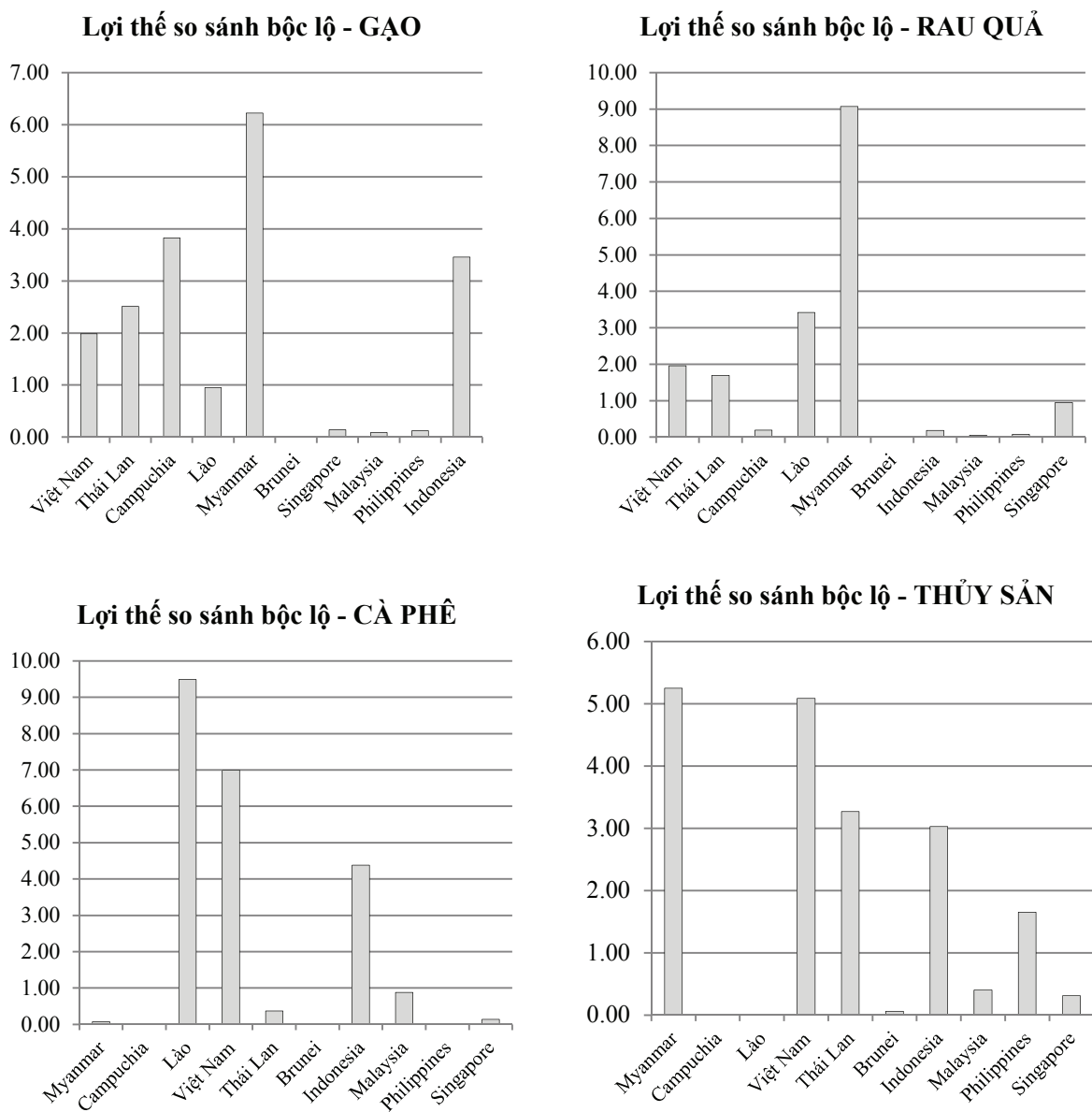
Như đã phân tích ở trên, trong 10 năm trở lại đây, Việt Nam có lợi thế so sánh bậc nhất vững chắc trong hai nhóm hàng bao gồm: thực phẩm và động vật tươi sống (nhóm 0) và hàng chế tác hỗn hợp (nhóm 8).

Tổng cục Thống kê (2017) đã chỉ ra rằng trong nhóm 0, những sản phẩm mũi nhọn có thể kể tới bao gồm gạo, rau quả, cà phê, thủy sản; trong nhóm 8, những sản phẩm tiêu biểu bao gồm: may mặc và giày dép. Đây là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, cũng là đối tượng nghiên cứu cụ thể của chúng ta trong phần này.

Trước hết là mặt hàng gạo, ở các sản phẩm nông

ng nghiệp, gạo luôn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Hằng năm, xuất khẩu gạo đóng góp một phần quan trọng vào tổng thu nhập quốc dân đến từ hai vựa lúa lớn nhất cả nước là đồng bằng sông Hồng và sông Mê Kông. Trên thị trường thế giới, chúng ta có rất nhiều đối thủ cạnh tranh, đặc biệt phải kể đến hai quốc gia mới nổi là Campuchia và Myanmar. Đặc biệt, Myanmar năm 2015 đã vươn lên là nước có lợi thế so sánh bậc nhất trong khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, hầu hết gạo từ Myanmar đều có chất lượng khá thấp, chủ yếu dùng trong công nghiệp và xuất sang Trung Quốc. Ngoài

Hình 1: Lợi thế so sánh bậc nhất ở một số nông sản tiêu biểu, 2015



Nguồn: Tính toán của tác giả trên số liệu của UN Comtrade

hai quốc gia mới nổi trên, các đối thủ cạnh tranh truyền thống của Việt Nam trong khu vực ASEAN hiện nay vẫn là Thái Lan và Indonesia.

Thứ hai là mặt hàng rau quả xuất khẩu, Thành Trung (2017) đã chỉ ra rằng trong vòng 10 năm trở lại đây, xuất khẩu rau quả nói chung và mặt hàng trái cây nói riêng đã gia tăng nhanh chóng. Năm 2005, rau quả đã xuất khẩu có mặt ở 36 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới; đến năm 2015, số thị trường của rau quả Việt Nam đã tăng lên hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ, kim ngạch xuất khẩu tăng hơn 550% so với năm 2000. Năm 2016, lần đầu tiên trong lịch sử, xuất khẩu rau quả lần đầu tiên vượt ngưỡng xuất khẩu gạo và dầu thô. Với thế mạnh về các chủng loại hoa quả nhiệt đới phong phú, chất lượng ngày càng được nâng cao, các sản phẩm của Việt Nam ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng. Đặc biệt, trong những năm gần đây, Việt Nam đã ký kết nhiều Hiệp định thương mại tự do, điều đó đã tạo điều kiện cho ngành rau quả của Việt Nam được phát triển trở thành ngành xuất khẩu mũi nhọn. Nhiều sản phẩm của Việt Nam đã có thương hiệu được bảo hộ như xoài cát Hòa Lộc, thanh long Bình Thuận, vú sữa Lò Rèn, vải thiều Thanh Hà... Tuy vậy, trong khu vực ASEAN, rau quả của Myanmar và Lào đang là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam, lần lượt đứng thứ nhất và thứ hai về lợi thế so sánh bậc lộ trong khu vực.

Thứ ba là mặt hàng cà phê, Ngọc Thủy (2015) đã chỉ ra rằng trong vòng 3 năm từ 2012-2014, Việt Nam giữ vững ngôi vị á quân thế giới về xuất khẩu cà phê, chỉ sau Brazil. Tuy nhiên, năm 2015, xuất khẩu cà phê của Việt Nam đã giảm 28% về sản lượng và 30% về giá trị do tình trạng khô hạn, diện tích cà phê già cỗi dẫn tới nhu cầu phải chuyển đổi giống hoặc áp dụng kỹ thuật mới. Ngoài ra, sự phá giá giá đồng tiền của Brazil và Colombia khiến cho giá cà phê của hai nước này giảm, ngôi vị á quân thế giới chỉ sau Brazil của cà phê Việt Nam đang bị đe dọa. Trong khu vực ASEAN, cũng trong năm 2015, Lào nổi lên như một quốc gia có chỉ số lợi thế so sánh bậc lộ cao nhất trong khu vực Đông Nam Á, trong tương lai có thể trở thành đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam trong mặt hàng cà phê.

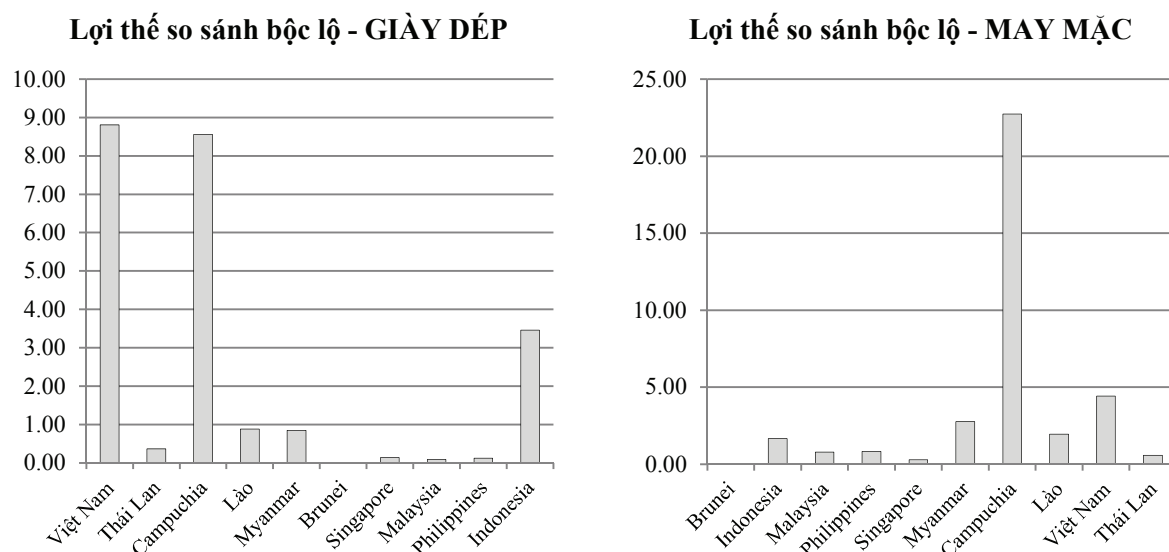
Thứ tư là mặt hàng thủy sản, đây là mặt hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam, và lợi thế so sánh bậc lộ của Việt Nam khá cao trong mặt hàng này. Năm 2015, Việt Nam và Myanmar là hai nước có lợi thế so sánh bậc lộ ngành thủy sản cao nhất trong khu

vực ASEAN. Các thị trường chủ yếu của Việt Nam theo VASEP (2016) bao gồm: Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc, chiếm tới 64,4% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Vì thế, sự tham gia của bốn đối tác kinh tế quan trọng trên vào các hiệp định thương mại sẽ đem lại những lợi ích, cơ hội lớn cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong thời gian tới. Tuy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã có những bước tiến mạnh mẽ trong gần 20 năm qua, nhưng năm 2015, xuất khẩu thủy sản đã có dấu hiệu chững lại do một số nguyên nhân: nguồn nguyên liệu không ổn định, giá thành sản xuất cao; rào cản kỹ thuật và bảo hộ thương mại của các đối tác, sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ; truyền thông bôi nhọ tại các thị trường nhập khẩu. Đây cũng là những thách thức chủ yếu của ngành thủy sản Việt Nam trong thời gian tới.

Nhóm hàng hóa thứ hai mà Việt Nam có lợi thế so sánh bậc lộ ổn định trong suốt 10 năm qua là nhóm hàng chế tác hỗn hợp (nhóm 8). Hai hàng hóa tiêu biểu trong nhóm này có thể kể tới là dệt may, giày dép. Là một nước có nguồn lao động dồi dào, Việt Nam có nhiều thuận lợi để phát triển dệt may và giày dép, vốn là hai ngành công nghiệp thâm dụng lao động. Điều đó cũng chính là lý do giải thích vị thế khá vững chắc của Việt Nam trong hai ngành công nghiệp này kể từ khi gia nhập WTO.

Ở mặt hàng may mặc, chỉ số RCA của Việt Nam đạt 4,43, đứng thứ hai trong khu vực Đông Nam Á. Bùi Văn Tốt (2015) đã chỉ ra rằng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam ra thị trường nước ngoài đạt 22,81 tỷ USD năm 2015, tăng trưởng 8,91% so với năm 2014. Việc hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới cũng tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam tiếp cận thị trường thế giới, các thị trường quan trọng của Việt Nam bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU và Trung Quốc. Việt Nam hiện đã là thành viên của WTO, đồng thời cũng đã tham gia ký kết và thực thi nhiều hiệp định thương mại tự do quan trọng ở cả cấp độ song phương, các ưu đãi từ việc cắt giảm thuế từ các hiệp định thương mại này đã thúc đẩy ngành công nghiệp dệt may của Việt Nam vươn xa trên thị trường thế giới. Mặc dù là ngành xuất khẩu truyền thống, Việt Nam gặp phải sự cạnh tranh tương đối khốc liệt từ các đối thủ, đặc biệt là Campuchia trong thời gian qua đã vươn lên mạnh mẽ trong ngành dệt may, trở thành quốc gia có chỉ số RCA cao nhất trong khu vực ASEAN năm 2015. Ngoài ra, Việt Nam còn phải cạnh tranh với nhiều quốc gia khác như Indonesia, Malaysia,

Hình 2: Lợi thế so sánh bậc lộ hàng may mặc và giày dép, 2015



Nguồn: Tính toán của tác giả trên số liệu của UN Comtrade

Bangladesh, Ấn Độ, Trung Quốc, Pakistan...

Ở mặt hàng giày dép, chỉ số RCA của Việt Nam là lớn nhất khu vực ASEAN. Thẩm Bình (2015) đã chỉ ra rằng hiện nay, các sản phẩm giày da của Việt Nam đang chiếm khoảng 10% thị phần thế giới. Sau 20 năm hình thành và phát triển, ngành da giày của Việt Nam đã có bước tiến vượt bậc với đội ngũ lao động trẻ, từng bước đáp ứng nhu cầu nhân lực cho sự phát triển của toàn ngành. Đặc biệt, nhiều tập đoàn sản xuất da giày lớn trên thế giới, đặc biệt là của Trung Quốc đã đầu tư vào Việt Nam. Tuy nhiên, điểm yếu của ngành da giày Việt Nam hiện nay các ngành công nghiệp phụ trợ còn chưa phát triển, thiếu hụt các vật tư chủ chốt như da, nhựa PVC, sơn PU, vải, vật tư phụ kiện; thiếu hụt kỹ thuật viên, kỹ sư công nghệ có tay nghề; khả năng phát triển sản phẩm, marketing. Do đó, khi các tập đoàn nước ngoài đầu tư vào Việt Nam phần lớn đều chỉ định nguyên liệu, cách làm. Nhân công Việt Nam chỉ tham gia vào quá trình gia công xuất khẩu, do vậy, việc sử dụng nguồn cung nguyên liệu trong nước và xây dựng thương hiệu riêng cũng là một trong những bài toán khó đối với ngành da giày Việt Nam.

6. Cơ hội, thách thức đối với Việt Nam và một số giải pháp đề xuất

Kể từ khi Việt Nam tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế và phân công lao động quốc tế, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đã có sự dịch chuyển theo hướng tích cực, từ xuất khẩu các mặt hàng thiên về

nguyên liệu thô, sơ chế sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Với lợi thế là một nước có nguồn lao động dồi dào, giá nhân công tương đối rẻ, Việt Nam đã tận dụng cơ hội để phát triển các ngành công nghiệp thâm dụng lao động, khẳng định vị thế trên trường quốc tế trong các sản phẩm nông sản và hàng chế tác như gạo, cà phê, rau quả, thủy sản, may mặc, giày dép. Bên cạnh đó, việc tích cực tham gia vào quá trình hội nhập, ký kết các Hiệp định thương mại tự do, trong đó 90% các dòng thuế đều được cắt giảm đã tạo thuận lợi cho việc đẩy mạnh xuất khẩu, tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, phát triển các ngành công nghiệp mũi nhọn. Có nhiều ngành Việt Nam dần có lợi thế so sánh với chỉ số RCA ngày càng cao, điển hình là nhóm hàng máy móc, thiết bị vận tải (nhóm 7), đây là nhóm hàng có tiềm năng phát triển ở Việt Nam. Mặc dù chưa bao giờ chỉ số RCA vượt qua 1, nhưng đến năm 2015, RCA đã xấp xỉ đạt 0,97, tăng gấp 3 lần so với năm 2007 (Bảng 2). Điều này cho thấy, trong tương lai ngành sản xuất linh kiện điện tử, phụ tùng ô tô, xe máy của Việt Nam có thể trở thành ngành công nghiệp có lợi thế so sánh. Trong nhóm hàng này, có những sản phẩm đang dần trở thành những mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam như: linh kiện điện thoại, máy vi tính, sản phẩm điện tử mặt, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng. Các thị trường nhập khẩu cũng rất đa dạng, chủ yếu là Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, Trung Quốc.

Tuy nhiên, có một số ngành Việt Nam vẫn có lợi thế so sánh nhưng giảm dần, đó chính là hai ngành hàng vốn đang là những mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam: hàng nông sản và hàng chế tác hỗn hợp. Trong tương lai, nhìn từ khía cạnh tích cực, có thể những ngành hàng này sẽ nhường vị trí cho những ngành hàng khác có giá trị gia tăng cao hơn, đây là một tín hiệu tích cực cho sản xuất công nghiệp ở Việt Nam. Tuy nhiên, kết quả này cũng cho thấy những thách thức mà Việt Nam đang gặp phải trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa hướng về xuất khẩu. Đối với hàng nông sản, quy mô thường quá nhỏ lẻ đã dẫn đến việc sản xuất còn chưa hiệu quả, chất lượng cũng như thương hiệu chưa tạo được tiếng vang trên thị trường thế giới. Hơn nữa, chúng ta thường xuyên gặp phải những trường hợp chen ép giá từ nhà nhập khẩu, khiến nhiều lần tình hình xuất khẩu gặp khó khăn. Mặc dù nhiều nước gần như đã đạt đến giai đoạn đỉnh cao của phát triển nông nghiệp, nhưng vấn đề áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam vẫn còn chưa thu được nhiều thành tựu đáng kể. Đối với các ngành như da giày, dệt may, sản xuất linh kiện, mặc dù có lợi thế so sánh rõ ràng, nhưng chúng ta vẫn chỉ tham gia vào những khâu đem lại giá trị gia tăng tương đối thấp, hầu hết nguyên vật liệu cho quá trình sản xuất, chúng ta phụ thuộc vào nhập khẩu.

Để phát huy được lợi thế so sánh bền vững, Việt Nam cần có những chính sách phù hợp để thúc đẩy sản xuất có hiệu quả, tăng sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu, chủ động cải tiến hướng vào những giai đoạn trong quá trình sản xuất vừa tận dụng được cái lợi thế sẵn có, vừa không ngừng nâng cao giá trị gia tăng.

Thứ nhất, nước ta có nguồn lao động dồi dào và rẻ, việc phát triển những ngành công nghiệp thâm dụng lao động là hướng đi đúng đắn của Việt Nam ở giai đoạn này. Tuy nhiên, việc khai thác và phát huy những ngành xuất khẩu truyền thống mà Việt Nam vốn có lợi thế so sánh cần được củng cố bằng việc không ngừng nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm, tìm kiếm thị trường, đáp ứng những yêu cầu về kỹ thuật ngày càng cao và đa dạng của các đối tác nhập khẩu. Có như vậy, chúng ta mới tiếp tục củng cố được vị trí trên thị trường thế giới, tiếp tục phát huy được lợi thế so sánh trong các sản phẩm xuất khẩu mũi nhọn.

Thứ hai, việc phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ từ lâu đã được nhắc đến nhưng chưa thực sự

đạt được nhiều thành tựu ở Việt Nam. Hiện nay, các liên kết thương nguồn và hạ nguồn của Việt Nam vẫn còn yếu, đầu vào của sản xuất phụ thuộc chủ yếu vào nhập khẩu. Các ngành công nghiệp phụ trợ thông thường đòi hỏi nhiều vốn và cần có sự ưu tiên từ phía chính phủ. Tuy vậy, hiện nay các chính sách thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam vẫn chưa thực sự hiệu quả. Do đó, nên có sự giám sát, chú ý hơn nữa từ phía Nhà nước cũng như tư nhân để các mắt xích trong quá trình sản xuất, phân phối, tiêu thụ được chặt chẽ hơn.

Thứ ba là tính hiệu quả trong hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật vào quá trình sản xuất, xuất khẩu nên được chú trọng hơn nữa. Những thành tựu khoa học kỹ thuật có thể mang tới những bước phát triển đột phá, tiết kiệm chi phí, nâng cao năng suất, tạo ra sản phẩm mới... đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường trong và ngoài nước. Hiện nay, chúng ta đã chứng minh được rằng người Việt Nam rất có tiềm năng trong nhiều lĩnh vực khoa học và công nghệ thông qua các giải thưởng trong nước và quốc tế, đặc biệt ở các ngành khoa học cơ bản. Tuy nhiên, các nghiên cứu vẫn dừng ở lý thuyết, tính ứng dụng không cao do nhiều nguyên nhân, một trong số đó là thiếu kinh phí, thiếu vốn đầu tư để ứng dụng các nghiên cứu lý thuyết vào thực tiễn. Do vậy, để có thể tạo thuận lợi, phát huy được khả năng sáng tạo, ứng dụng các thành tựu kỹ thuật vào sản xuất cần phải có sự quan tâm và ưu tiên từ hai phía nhà nước và tư nhân nhằm phát huy hơn nữa tiềm năng về khoa học và công nghệ của Việt Nam trên trường quốc tế.

Thứ tư là sự bảo vệ “thương mại công bằng” từ mọi người dân Việt Nam cũng như các cơ quan Nhà nước và Chính phủ. Có thể nói, các sản phẩm của Việt Nam khi xuất khẩu sang nước ngoài phải vượt qua rất nhiều hàng rào bảo hộ: từ thuế quan cho tới những tiêu chuẩn về kỹ thuật,... Nhưng hiện nay, rất nhiều sản phẩm nước ngoài đang được nhập lậu vào Việt Nam, điều này gây nên một sự cạnh tranh không công bằng trên chính thị trường nội địa. Trong bối cảnh nước ta đang muốn phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ, chủ động về nguyên liệu, từng bước tự xây dựng thương hiệu riêng thì hàng nhập lậu với giá rẻ thông qua nhiều con đường khác nhau tràn lan trên thị trường trong nước khiến chúng ta thất thu thuế, đồng thời cũng triệt tiêu nỗ lực xây dựng ngành công nghiệp của riêng mình. Do đó, ý thức của người tiêu dùng trong việc lựa chọn hàng hóa cũng như sự nghiêm minh của các cơ quan pháp luật

sẽ góp phần không nhỏ trong việc củng cố các thế mạnh của Việt Nam, từng bước xây dựng thương hiệu riêng và vươn xa hơn nữa trên thị trường thế giới.

7. Kết luận

Chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng so sánh là một trong những lý thuyết cơ bản trong thương mại quốc tế. Bài báo này đã nghiên cứu lợi thế so sánh bộc lộ của Việt Nam, đồng thời so sánh với các nước thuộc khu vực ASEAN. Kết quả tính toán chỉ số RCA cho thấy Việt Nam có lợi thế so sánh bộc lộ trong hai nhóm ngành là thực phẩm, động vật tươi sống và hàng chế tác hỗn hợp. Những mặt hàng tiêu biểu trong các nhóm này phải kể đến là gạo, rau quả, cà phê, thủy sản, may mặc và da giày, đây cũng là những mặt hàng có chỉ số RCA cao nhất của Việt Nam. Tuy vậy, lợi thế của cả hai nhóm ngành này đang giảm dần, trong khi đó, một số ngành có tiềm năng phát triển, thể hiện qua chỉ số RCA ngày cao như sản xuất linh kiện, máy móc, thiết bị vận tải là một tín hiệu đáng mừng của Việt Nam. Điều đó cho thấy Việt Nam có cơ

hội nâng cao hàm lượng giá trị gia tăng khi tham gia vào chuyên môn hóa sản xuất quốc tế. Bên cạnh đó, một số ngành Việt Nam có lợi thế trong những năm 1990 nhưng nay chúng ta đã không còn lợi thế so sánh, đặc biệt là nhóm hàng nguyên vật liệu thô, nhiên liệu. Trong khi đó, đây vẫn là nhóm ngành mà khu vực ASEAN vẫn đang có lợi thế so sánh trên thị trường quốc tế.

Nhằm tận dụng cơ hội và đẩy lùi thách thức, giữ vững những ngành có lợi thế truyền thống và tạo điều kiện phát triển các ngành có lợi thế tiềm năng, Việt Nam cần phải có những chiến lược dài hạn, trong đó bao gồm việc củng cố sự phát triển của các ngành sử dụng nhiều lao động, tạo thuận lợi cho việc phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ, chú trọng hơn nữa vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, nâng cao ý thức đảm bảo “thương mại công bằng” từ chính phủ đến người dân. Đó là một trong những giải pháp cơ bản để bộ máy sản xuất được hiệu quả, phát huy hơn nữa các thế mạnh để nước ta từng bước vươn xa hơn nữa trên thị trường thế giới.

Tài liệu tham khảo

- Balassa, P. & Norland, M. (1989), ‘Revealed comparative advantage in Japan and the United States’, *Journal of International Economic Integration*, 4(2), 8-22.
- Bùi Văn Tốt (2015), ‘Báo cáo ngành dệt may’, *FPT Securities*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <http://static1.vietstock.vn/edocs/3676/TCM_Bao_cao_phan_tich_cong_ty.pdf>.
- Krugman, P. & Obstfeld, M. (2006), *Économie Internationale*, 7e edition, Pearson ESducation, France.
- Ngọc Thủy (2015), ‘Xuất khẩu cà phê: Càng đầu càng thua?’, *Người Lao Động*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <<http://nld.com.vn/kinh-te/xuat-khau-ca-phe-cang-dau-cang-thua-20151224094757252.htm>>.
- Tổng cục Thống kê (2017), *Tình hình kinh tế - xã hội 7 tháng đầu năm 2017*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <<http://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=621&ItemID=18502>>.
- Thành Trung (2017), ‘Xuất khẩu rau, quả đạt 2,32 tỷ USD’, *Baotintuc*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <<https://baotintuc.vn/thi-truong-tai-chinh/xuat-khau-rau-qua-dat-232-ty-usd-20170830095217775.htm>>.
- Thắm Bình (2015), ‘Ngành da giày trước “nút thắt” nguyên liệu’, *Nhân Dân*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <<http://www.nhandan.com.vn/kinhte/item/28266602-nganh-da-giay-truoc-%E2%80%9Cnút-thắt%E2%80%9D-nguyen-lieu.html>>.
- Trần Tuấn Anh (2016), ‘Hội nhập kinh tế quốc tế và những vấn đề đặt ra cho giai đoạn tới’, *Chính Phủ*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <<http://baochinhphu.vn/Dua-Nghi-quyet-Dai-hoi-XII-cua-Dang-vao-cuoc-song/Hoi-nhap-kinh-te-quoc-te-va-nhung-van-de-dat-ra-cho-giai-doan-toi/246682.vgp>>.
- VASEP (2016), ‘Cơ hội và thách thức của thủy sản Việt Nam khi hội nhập’, *VASEP*, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 01 năm 2018, từ <http://m.vasep.com.vn/Tin-Tuc/1217_43509/Co-hoi-va-thach-thuc-cua-thuy-san-Viet-Nam-khi-hoi-nhap.htm>.