

Lý thuyết về tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế và vận dụng vào Việt Nam

NGUYỄN THỊ THU THỦY

Tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế từ lâu đã trở thành một trong những vấn đề trung tâm của kinh tế học, là cơ sở lập luận cho việc lựa chọn chiến lược tăng trưởng kinh tế hướng về xuất khẩu, được áp dụng và thành công ở nhiều nước trên thế giới. Tác động này được phản ánh theo những cách tiếp cận khác nhau trong lý thuyết thương mại quốc tế và lý thuyết tăng trưởng kinh tế, theo đó, xuất khẩu có ảnh hưởng tích và ảnh hưởng động, có tác động trong ngắn hạn và dài hạn lên tăng trưởng kinh tế. Bài viết này, theo cách tiếp cận từ phía cung, tổng kết những kênh lý thuyết chủ yếu mà xuất khẩu có tác động tới tăng trưởng kinh tế, đồng thời kiểm chứng các kênh này trong trường hợp của Việt Nam nhằm làm rõ những ảnh hưởng của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây.

1. Tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế - một số vấn đề lý thuyết

Về cơ bản, lý thuyết về tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế có thể chia làm 3 nhánh chính: (1) lý thuyết ủng hộ thương mại quốc tế tự do (lạc quan xuất khẩu); (2) lý thuyết phản đối thương mại quốc tế tự do (bi quan xuất khẩu) và (3) lý thuyết có tính chất trung lập.

1.1. Lý thuyết có quan điểm lạc quan xuất khẩu trường phái cổ điển và tân cổ điển

Quan điểm lạc quan xuất khẩu được ủng hộ mạnh mẽ bởi những nhà kinh tế học cổ điển, trong đó hai đại diện quan trọng nhất là Adam Smiths và David Ricardo. Lý thuyết cổ điển có thể coi là khai phá đầu tiên có hệ thống về sự kết nối giữa thương mại tự do và tăng trưởng kinh tế, trong đó thương mại đóng vai trò như quá trình sản xuất gián tiếp, tác động đến các nhân tố cơ bản của tăng trưởng kinh tế và cho phép các quốc gia nâng cao mức độ hữu dụng của các nguồn lực sẵn có, khi tổ hợp các sản phẩm mà một quốc gia sản xuất ra và xuất khẩu biến động theo hướng tăng dần tỷ trọng các sản phẩm mà nước đó có năng suất lao động cao hơn.

Thương mại quốc tế, trong đó xuất khẩu là bộ phận quan trọng, tác động đến tăng trưởng kinh tế theo các kênh sau: (i) xuất khẩu giúp các nước phá bỏ những rào cản thương mại khắc nghiệt, mở rộng thị trường, đưa thị trường trong nước hội nhập với thị trường thế giới, thúc đẩy phân công lao động; (ii) dựa trên việc khai thác lợi thế và chuyên môn hóa xuất khẩu mặt hàng có lợi thế, các quốc gia phân bổ lại nguồn lực một cách hiệu quả nhất, là một cách để gia tăng số lượng và mức độ của các công nhân có ích và hiệu quả - nguồn gốc tạo ra giá trị và tăng trưởng kinh tế cho một quốc gia; (iii) xuất khẩu góp phần làm tăng tổng sản phẩm xã hội của một quốc gia, mà không làm thay đổi khả năng sản xuất của quốc gia đó.

Hạn chế lớn nhất của lý thuyết cổ điển là giải thích tăng trưởng kinh tế dựa trên những giả định đơn giản, không thực tế, dựa trên nền tảng học thuyết giá trị lao động và coi nhẹ tác động của xuất khẩu tới tiến bộ công nghệ.

Khắc phục nhược điểm này, trường phái tân cổ điển, điển hình là Solow và Swan (1956) đã

Nguyễn Thị Thu Thủy, ThS., Trường đại học Bách Khoa Hà Nội

phát triển mô hình tăng trưởng kinh tế trong đó tiến bộ công nghệ ngoại sinh tạo ra những ảnh hưởng tích cực đến quá trình tích lũy và khiến cho mô hình phù hợp với con đường tăng trưởng cân bằng. Các mô hình này chỉ ra rằng bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho lan tỏa tiến bộ công nghệ, thương mại quốc tế quan trọng với các nước đang phát triển, giúp cho các nước đang phát triển hội tụ với các nước phát triển về thu nhập bình quân đầu người ở trạng thái dừng chung. Trong mô hình của Solow, thương mại quốc tế có thể làm thay đổi trạng thái dừng của nền kinh tế trong ngắn hạn và tăng trưởng kinh tế trung hạn khi nền kinh tế chuyển từ một trạng thái dừng này sang trạng thái dừng khác. Cũng như lý thuyết tăng trưởng, lý thuyết thương mại quốc tế trong giai đoạn tân cổ điển cũng chỉ giới hạn ở sự phân tích phúc lợi ở trạng thái tĩnh, chưa chứng minh được tác động của xuất khẩu lên tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Xuất khẩu có thể đem lại mức thu nhập và tiêu dùng cao hơn cho một quốc gia, nhưng không làm cho quốc gia đó tăng trưởng nhanh hơn.

Như vậy từ giai đoạn tân cổ điển trở về trước, xuất khẩu nhìn chung được gắn kết một cách tích cực tới tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng mà các mô hình này chỉ ra còn khá hạn chế ở các tác động tĩnh, chỉ giải thích được sự gia tăng của mức thu nhập mà chưa giải thích được tốc độ tăng trưởng của các mức thu nhập này trong dài hạn. Đến một lúc nào đó nền kinh tế sẽ rơi vào trạng thái dừng, nên chính sách thương mại đóng vai trò hạn chế trong sự khác biệt tăng trưởng dài hạn.

1.2. Lý thuyết có quan điểm bi quan xuất khẩu - trường phái cấu trúc

Trường phái cấu trúc ra đời sau Chiến tranh thế giới thứ hai, với những tên tuổi nổi bật như Presisch (1950), Myrdal (1956), Lewis (1954), Singer (1960) và Nurkse (1961), chỉ trích mạnh mẽ thương mại tự do và phản đối một cách quyết liệt tư tưởng tăng trưởng kinh tế hướng về xuất khẩu. Những người theo

trường phái cấu trúc đã bác bỏ học thuyết cổ điển và tân cổ điển về thương mại quốc tế như một sự áp dụng không phù hợp cho các nước đang phát triển. Họ lập luận rằng các chính sách thương mại tự do mà các nhà kinh tế học cổ điển đề xuất không phải là các động lực tăng trưởng kinh tế, mà hơn thế nữa cản trở tăng trưởng. Những người theo trường phái này cũng chỉ ra rằng cấu trúc sản xuất và xuất khẩu thiên về các sản phẩm thô và sơ chế, buộc các nước đang phát triển tham gia thương mại với viễn cảnh không mấy tốt đẹp về giá và thu nhập, các điều kiện thương mại hàng hóa có xu hướng xấu đi theo thời gian, khiến cho các nước đang phát triển đối mặt với những "bất lợi nghiêm trọng" (Singer, 1960 và Myrdal, 1957). Trong ngắn hạn, thương mại quốc tế có một số tác động lan tỏa tích cực với các nước đang phát triển, nhưng trong dài hạn các tác động tiêu cực vẫn hiện hữu, bởi vì sản xuất hàng sơ chế phụ thuộc vào cầu và giá không ổn định. Vì vậy, họ ủng hộ sự can thiệp của chính phủ nhằm điều chỉnh những trục trặc của thị trường ở các nước đang phát triển, ủng hộ sự điều tiết của nhà nước trong thương mại quốc tế và thi hành chính sách bảo hộ đối với các ngành công nghiệp non trẻ. Những quan điểm của trường phái cấu trúc là kim chỉ nam cho thương mại quốc tế ở các nước đang phát triển trong suốt hai thập kỷ, thể hiện trong sự lựa chọn chiến lược thay thế nhập khẩu.

1.3. Lý thuyết có quan điểm trung lập - lý thuyết tăng trưởng nội sinh

Các mô hình tăng trưởng nội sinh ra đời vào những năm 80 và 90 (thế kỷ XX), lý giải rằng sự dư thừa nhân tố và công nghệ không bất biến, mà có thể được tích lũy, đã cho thấy một kênh quan trọng để gia tăng lợi ích từ xuất khẩu. Những đóng góp quan trọng của mô hình tăng trưởng nội sinh trong việc lý giải tác động của xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế thể hiện ở những điểm sau:

Thứ nhất, lần đầu tiên các mô hình này đã chỉ ra một cách rõ ràng rằng xuất khẩu có thể tác động mạnh mẽ đến tăng trưởng kinh

tế trong dài hạn. Từ sự khẳng định các nhân tố của tăng trưởng kinh tế có thể tích lũy, các mô hình này cho thấy, khi thương mại quốc tế tác động đến tốc độ và phương thức tích lũy, nó có thể làm biến đổi, hoặc làm tăng hoặc làm giảm tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế.

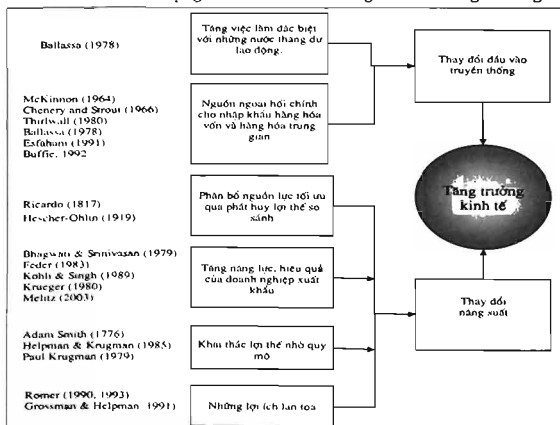
Thứ hai, các mô hình chỉ rõ cơ chế tác động của xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế, giúp cho việc phân tích khá toàn diện tác động của xuất khẩu lên tăng trưởng. Mỗi quan hệ giữa thương mại quốc tế và tăng trưởng đã được đề cập một cách rõ ràng bởi Romer (1990) cũng như Romer (1993) và Grossman và Helpman (1990, 1991a, 1991b và 1991c) theo hướng làm rõ ảnh hưởng của thương mại quốc tế tới tích lũy kiến thức, các ý tưởng, các cải tiến và vốn con người, những nhân tố nội sinh duy trì tăng trưởng dài hạn.

Thứ ba, các mô hình tăng trưởng nội sinh có quan điểm trung lập về sự hội tụ của các nước đang phát triển với các nước phát triển dưới tác động của thương mại quốc tế. Một vài mô hình như Rivera-Batiz và Romer,

Barro và Martin dự báo rằng mở cửa nhiều hơn trong thương mại quốc tế sẽ dẫn đến hội tụ tốc độ tăng trưởng của các nước. Ngược lại, những mô hình khác, như Young (1991), Feenstra (1990) chứng minh rằng thương mại dẫn đến sự phân kỳ nếu các nước tham gia thương mại khác biệt nhau về trình độ phát triển. Theo đó, quy mô của một nước có ảnh hưởng lớn đến lợi ích mà nó thu được, trong trường hợp này nước nhỏ sẽ chịu nhiều thua thiệt trong tự do hóa thương mại.

Như vậy, ở góc độ lý thuyết, có thể khẳng định xuất khẩu hàng hóa có tác động lớn đến tăng trưởng kinh tế của một quốc gia, có chăng sự khác biệt là ở lập luận về chiều hướng của tác động này (tích cực, tiêu cực hoặc cả hai). Xét từ phía cung, theo cách tiếp cận của Solow, tăng trưởng sản lượng được phân rã thành tăng trưởng dựa trên các đầu vào truyền thống (vốn vật chất, lao động) và tăng trưởng dựa vào năng suất, thì xuất khẩu hàng hóa có thể tác động đến tăng trưởng kinh tế theo một số kênh chủ yếu sau:

SƠ ĐỒ: Các kênh tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế



Nguồn: Tác giả tổng hợp.

2. Thực trạng tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế Việt Nam

Trong phần này, tác giả vận dụng các kênh tác động đã chỉ ra ở cơ sở lý thuyết để kiểm định với tăng trưởng kinh tế Việt Nam những năm gần đây.

2.1. Xuất khẩu hàng hóa với vấn đề tạo việc làm

Giải quyết vấn đề việc làm là hiệu ứng tích cực và nổi bật mà xuất khẩu hàng hóa tác động đến tăng trưởng kinh tế, đặc biệt trong những giai đoạn suy giảm hoặc khủng hoảng kinh tế. So sánh hiệu ứng tạo việc làm, Báo cáo của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (CIEM) đã chỉ ra rằng, các doanh

nh nghiệp xuất khẩu tạo được nhiều việc làm hơn so với doanh nghiệp không xuất khẩu cùng ngành. Cụ thể, năm 2009, trung bình một doanh nghiệp xuất khẩu may mặc tuyển dụng 215 lao động, cao gấp 3,5 lần so với doanh nghiệp không xuất khẩu cùng ngành, ngành thủy sản cao gấp 2,4 lần và điện tử gấp 3 lần. Số lượng việc làm được tạo ra của các doanh nghiệp xuất khẩu có xu hướng biến thiên cùng chiều với mức độ xuất khẩu của doanh nghiệp. Nhóm doanh nghiệp xuất khẩu cao và xuất khẩu hoàn toàn (tỷ lệ xuất khẩu trên 80%) tạo ra được số lượng việc làm cao gấp 1,5 lần so với nhóm doanh nghiệp xuất khẩu thấp và trung bình (tỷ lệ xuất khẩu không quá 80%).

BẢNG 1: Quan hệ giữa mức độ xuất khẩu và quy mô doanh nghiệp xuất khẩu

	Nhóm xuất khẩu thấp và trung bình	Nhóm xuất khẩu cao và xuất khẩu hoàn toàn
Tỷ trọng doanh nghiệp theo nhóm xuất khẩu (%)	30	70
Quy mô lao động bình quân (lao động)	72-76	112-116

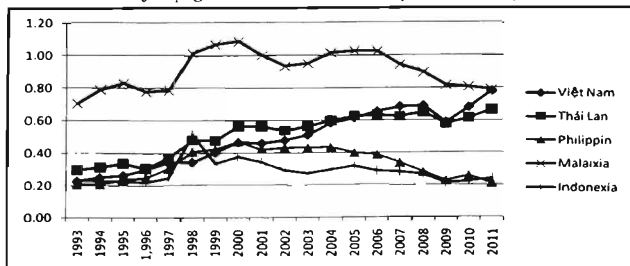
Nguồn: Điều tra doanh nghiệp xuất khẩu, Tổng cục Thống kê.

2.2. Xuất khẩu hàng hóa với tích lũy vốn vật chất

Đối với hầu hết các nước, tích lũy vốn là quá trình lâu dài, gian khổ và đặc biệt khó khăn, nhất là quá trình tích lũy ban đầu. Trong thập niên 1980, xuất khẩu của Việt Nam không đủ để thanh toán cho một nửa yêu cầu nhập khẩu dù tương đối ít của đất nước, thì đến nay, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng gấp 20

lần, thu nhập ngoại tệ từ xuất khẩu đã cơ bản bù đắp và tài trợ cho nhập khẩu hàng hóa vốn, nhập khẩu công nghệ, máy móc thiết bị và nguyên vật liệu cần thiết cho sự phát triển các ngành công nghiệp. Với tỷ trọng xuất khẩu bằng 78% GDP năm 2011, so với một số nước láng giềng, Việt Nam chỉ đứng sau Malaixia, xếp trên Thái Lan, Philippin và Indônêxia về độ mở của nền kinh tế.

Hình 1: So sánh tỷ trọng xuất khẩu/GDP của Việt Nam với một số nước ASEAN



Nguồn: Tính toán của tác giả từ: Kim ngạch xuất khẩu; nguồn UN Comtrade; GDP của các nước; nguồn World Bank.

Hạn chế lớn nhất hiện nay là giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu, nhân tố có đóng góp thật sự đến tăng trưởng kinh tế còn thấp, chưa tương xứng với quy mô xuất khẩu do những nguyên nhân sau: (1) hàng hóa thô và sơ chế còn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu; (2) hàng chế biến, chế tạo chủ yếu vẫn tập trung vào khâu gia công, lắp ráp; (3) sự phụ thuộc quá lớn vào nhập khẩu nguyên liệu thô và nguyên liệu đầu vào qua trung gian. Kinh nghiệm của Malaixia, Thái Lan cho thấy, mặc dù các nước này phát triển theo mô hình hướng ngoại, dựa vào xuất khẩu với độ mở của nền kinh tế cao và khá thành công trong giai đoạn đầu, song tới nay, cả Malaixia và Thái Lan đều đang mắc vào bẫy thu nhập trung bình với mô hình tăng trưởng và xuất khẩu hiện hành. Vì vậy, mặc dù xuất khẩu hàng hóa vẫn còn dư địa để gia tăng quy mô, nhưng đồng thời, cũng cần nhìn nhận những hạn chế để không quá

lạc quan vào những con số mang tính thành tích của xuất khẩu, mà cần lấy việc chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng hiện đại, nâng cao giá trị gia tăng làm động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

2.3. Xuất khẩu hàng hóa với phân bổ nguồn lực

Xuất khẩu hàng hóa dựa trên lợi thế so sánh giảm được tính phi hiệu quả do phân bổ không đúng các nguồn lực gây ra. Về mặt lý luận, không dễ chứng minh được tầm vóc của các chi phí phúc lợi của việc phân bổ không đúng các nguồn lực. Tuy vậy, trong thực tế có thể nhận thấy các chi phí này là rất đáng kể. ở khía cạnh này, những lợi thế so sánh hiện hữu của Việt Nam như lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, về nhân công giá rẻ đã được nhận diện và khai thác triệt để, thể hiện rõ nét ở mức độ gia tăng nhanh chóng số lượng mặt hàng có lợi thế so sánh qua các năm.

BẢNG 2: Số lượng và tổng tỷ trọng kim ngạch của các mặt hàng có lợi thế so sánh theo SITC cấp độ 3 xuất số

Năm	Số lượng mặt hàng	Tỷ trọng kim ngạch (%)	Năm	Số lượng mặt hàng	Tỷ trọng kim ngạch (%)
1991	33	83	2003	46	82
1996	41	84	2004	47	83
1997	44	87	2005	53	84
1998	43	89	2006	58	83
1999	42	86	2007	61	82
2000	46	84	2008	62	84
2001	52	85	2009	60	82
2002	48	84	2010	72	83

Nguồn: Tác giả tính toán từ nguồn UN Comtrade.

Tuy nhiên, xuất khẩu hàng hóa trên cơ sở sử dụng tối đa các nguồn lực sẵn có đang bộc lộ những dấu hiệu thiếu bền vững, có thể ảnh hưởng tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế trong dài hạn thể hiện ở một số điểm sau:

Hệ số ICOR của Việt Nam hiện nay khá lớn và có xu hướng tăng. Theo Anne O. Krueger, sự phân biệt về hệ số ICOR giữa các nước theo đuổi chiến lược hướng ngoại và hướng nội là rất lớn và những nước hướng

ngoại nhiều hơn thường có hệ số ICOR thấp hơn, phản ánh hiệu quả cao hơn trong sử dụng các nguồn lực cho tăng trưởng kinh tế. Theo cách đánh giá này, hệ số ICOR của Việt Nam vẫn tiếp tục xu hướng tăng trong khi độ mở của nền kinh tế ngày càng lớn là một thực tế đáng suy ngẫm. So sánh với các nước trong khu vực, ICOR của Việt Nam gần gấp đôi, có nghĩa là hiệu suất đầu tư của nước ta chỉ bằng một nửa.

- Số lượng mặt hàng có lợi thế so sánh tăng khá nhanh, nhưng tổng tỷ trọng của các mặt hàng này gần như không thay đổi trong những năm gần đây, cho thấy một thực tế rằng mức độ khai thác nguồn lực chủ yếu theo chiều rộng, tăng về mặt số lượng mà chưa khai thác được theo chiều sâu để làm tăng tỷ trọng những mặt hàng có lợi thế so sánh trong cơ cấu kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, chưa nâng cao được tầm quan trọng của các mặt hàng này trên thị trường thế giới. Trong khi đó, khai thác tập trung quá mức những lợi thế so sánh hiện hữu còn để lại những hậu quả lâu dài đối với phát triển bền vững như vấn đề môi trường, vấn đề xói mòn lợi thế so sánh.

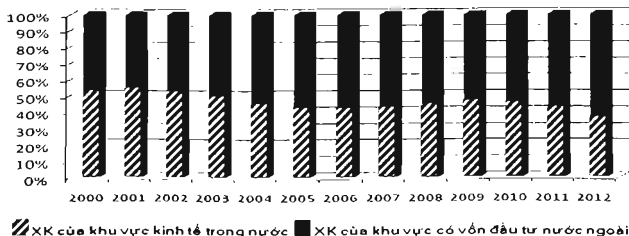
2.4. Vấn đề nâng cao khả năng cạnh tranh và năng suất, hiệu quả của doanh nghiệp xuất khẩu

Sau 26 năm “thử thách” trong môi trường cạnh tranh quốc tế, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cũng ít nhiều được cải thiện, thể hiện ở quy mô, tốc độ tăng trưởng, trình độ lao động, trình độ quản lý và khả năng ứng phó trước những cú sốc từ môi trường trong nước cũng như quốc tế. So với các doanh nghiệp không xuất khẩu, điều tra của Tổng cục Thống kê cho thấy doanh nghiệp xuất khẩu có khả năng tạo và duy trì việc làm cho người lao động tốt hơn các doanh nghiệp không xuất khẩu, quy mô tích lũy vốn và giá trị tài sản trung bình

của một doanh nghiệp xuất khẩu cao gấp từ 1,5 lần đến gần 5 lần so với doanh nghiệp trong ngành phần nào phản ánh năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu.

Tuy nhiên, điều đó vẫn chưa đủ để che lấp những quan ngại về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu trước những áp lực ngày càng gia tăng trong môi trường cạnh tranh quốc tế, bởi vì cho đến nay, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước vẫn là một mắt xích yếu của nền kinh tế. Năng lực cạnh tranh yếu kém của doanh nghiệp xuất khẩu thể hiện ở một số khía cạnh: (i) tỷ trọng đóng góp trong kim ngạch xuất khẩu có xu hướng giảm trong quan hệ so sánh với xuất khẩu của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài; (ii) doanh nghiệp trong nước chỉ tập trung xuất khẩu ở những mặt hàng xuất khẩu thô, khối lượng xuất khẩu lớn nhưng giá trị nhỏ (nông, lâm, thủy hải sản); (iii) yếu kém về quy mô, tốc độ tăng trưởng cũng như trình độ công nghệ trong các ngành chế tạo sản phẩm có giá trị gia tăng cao; (iv) thiếu những doanh nghiệp đứng đầu và vận hành chuỗi giá trị toàn cầu mà chỉ tham gia vào chuỗi thấp nhất, đó là phần gia công; (v) năng lực liên kết với doanh nghiệp còn quá yếu nên không thể kết nối được với doanh nghiệp FDI để hội nhập; (vi) vấn đề xây dựng và bảo vệ thương hiệu còn nhiều bất cập và chưa được quan tâm, đầu tư đúng mức.

HÌNH 2: Xuất khẩu hàng hóa phân theo khu vực kinh tế



Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu của cả nước đạt 114,6 tỷ USD, đánh dấu sự kiện lần đầu tiên sau gần 20 năm Việt Nam đã xuất siêu ở mức 284 triệu USD, nhưng con số “ngao mạt” này chủ yếu đạt được nhờ xuất khẩu của khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Hơn nữa, khu vực kinh tế trong nước tỷ lệ tăng xuất khẩu thấp, tỷ lệ giảm nhập khẩu cao. Điều đó chứng tỏ nhiều doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu trong nước đang hết sức khó khăn, phải giảm quy mô, kế hoạch sản xuất, thậm chí phải đóng cửa, phá sản. Nguyên nhân là do bản thân các doanh nghiệp xuất khẩu chưa dành sự quan tâm đủ lớn cho

việc xây dựng chiến lược phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn. Những yếu tố góp phần phát triển doanh nghiệp theo chiều sâu như trình độ lao động, trình độ quản lý, năng lực công nghệ còn chưa được đánh giá đúng tầm vóc và đầu tư thỏa đáng. Chính sự yếu kém về công nghệ đã làm cho năng lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam không đáp ứng được yêu cầu, sản phẩm sản xuất có giá thành cao và chất lượng không phù hợp theo chuẩn mực quốc tế, không đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của thị trường thế giới, sản phẩm khó tạo được hiệu ứng lan tỏa và tràn ngập trên các thị trường mục tiêu.

BẢNG 3: Mức độ đầu tư cho nghiên cứu và phát triển, đầu tư công nghệ của doanh nghiệp xuất khẩu

	Nhóm xuất khẩu thấp và nhóm xuất khẩu trung bình (%)	Nhóm xuất khẩu cao (%)	Nhóm xuất khẩu hoàn toàn (%)
Chi nghiên cứu và phát triển	9-11	5,4	9-11
Đầu tư công nghệ (vốn đầu tư trang thiết bị so với doanh thu)	12-15	5-6	8

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp xuất khẩu, Tổng cục Thống kê.

Kết quả là mức độ đóng góp của các doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng và của lĩnh vực xuất khẩu nói chung đến tăng trưởng năng suất rất hạn chế. Diễn hình như ngành dệt may, một trong những “trụ cột” của xuất khẩu Việt Nam, năng suất lao động của Việt Nam thấp hơn Trung Quốc từ 25-30%. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, so với các nước trong khu vực, năng suất lao động của Việt Nam đang ở mức thấp: chỉ bằng 1/3 so với Hồng Kông, bằng 1/4 so với Trung Quốc, 1/8 so với Hàn Quốc. Trong khi đó, đây là ngành có mức thâm dụng lao động vào loại cao nhất, với trên 2 triệu lao động, nhưng thu nhập lại “khiêm tốn” khi đang ở gần mức thấp nhất.

2.5. Những hiệu ứng lan tỏa

Hiệu ứng lan tỏa được tiếp cận từ hai khía cạnh: lan tỏa trong nội bộ ngành có hàng hóa xuất khẩu và lan tỏa sang những ngành, lĩnh vực khác của nền kinh tế. Định hướng xuất khẩu vào các mặt hàng khác nhau cũng dẫn

đến mức độ lan tỏa khác nhau, trong đó các mặt hàng chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ, kỹ năng, tri thức cao có sức lan tỏa rộng và sâu hơn những mặt hàng thô, sơ chế, không đòi hỏi nhiều kỹ năng và tri thức.

Tỷ trọng xuất khẩu hàng chế biến, chế tạo trong tổng kim ngạch tăng lên đáng kể (tốc độ tăng trưởng kim ngạch ở mức trên 20% trong giai đoạn 2000-2012) và hiện chiếm khoảng 2/3 tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam bước đầu có hiệu ứng tốt lên tăng trưởng kinh tế, góp phần tạo dựng tiền đề để Việt Nam chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu và dựa vào tăng năng suất. Tuy nhiên, so với các nước khác trong khu vực, sản phẩm chế biến, chế tạo xuất khẩu của Việt Nam không phức tạp về mặt công nghệ. Trình độ công nghệ trong lĩnh vực sản xuất hàng công nghiệp xuất khẩu còn rất thấp. Tỷ trọng doanh nghiệp có công nghệ cao của Việt Nam mới đạt khoảng 20,6%,

thấp xa so với mức của các nước trong khu vực như Philippin 29,1%, Indônêxia 29,7%, Thái Lan 30,8%, Malaixia 51,1% và Xingapo 73%. Các doanh nghiệp FDI vốn được kỳ vọng sẽ mang vào Việt Nam những công nghệ tiên tiến, nhưng phần nhiều chỉ ở mức trung bình hoặc yếu so với thế giới. Mối liên kết yếu giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng làm hạn chế tác động lan tỏa tích cực của FDI ở Việt Nam thông qua chuyển giao và phổ biến công nghệ. Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam cho thấy không có nhiều bằng chứng về tác động tràn của FDI đối với phần còn lại của nền kinh tế trong việc nâng cao năng suất và trình độ công nghệ.

Những hiệu ứng lan tỏa từ khu vực xuất khẩu sang các khu vực khác của nền kinh tế còn chưa rõ nét, điển hình là sự phát triển non yếu của các ngành công nghiệp phụ trợ và các chuỗi cung ứng hàng hóa. Công nghiệp phụ trợ của Việt Nam hiện vẫn đang trong tình trạng manh mún, kém phát triển, chưa đáp ứng được nhu cầu của ngành chế tạo, lắp ráp, đặc biệt là nhu cầu cung ứng cho các doanh nghiệp hay các tập đoàn có vốn đầu tư nước ngoài. Sự yếu kém của ngành công nghiệp phụ trợ lại làm suy yếu sức hấp dẫn của Việt Nam trong mắt các nhà đầu tư nước ngoài, đồng thời làm giảm thiểu tác động tích cực của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong việc truyền bá công nghệ.

Như vậy, đánh giá các kênh tác động của xuất khẩu hàng hóa tới tăng trưởng kinh tế cho thấy một thực tế rằng xuất khẩu đã có ảnh hưởng rất tích cực, làm gia tăng mức độ đóng góp của các đầu vào truyền thống tới tăng trưởng kinh tế, tạo tiền đề cần thiết cho nền kinh tế Việt Nam đạt được tốc độ tăng trưởng thuộc loại cao và khá ổn định so với các nước trong khu vực và thế giới trong những năm gần đây. Ở khía cạnh tăng trưởng năng suất, xuất khẩu hàng hóa đã tác động tích cực đến năng suất theo hướng làm thay đổi cơ cấu ngành, di chuyển lao động từ những ngành có năng suất lao động thấp sang

những ngành có năng suất lao động cao, tức là sự thay đổi năng suất theo chiều rộng. Bằng chứng là sự chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (chiếm tỷ trọng 20,8% năm 2012) là nhóm hàng có mức năng suất thấp sang xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp, hiện chiếm tới 79,2% hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, cũng là nhóm hàng đạt mức năng suất cao nhất của nền kinh tế. Tuy nhiên, tác động của xuất khẩu đến tăng năng suất theo chiều sâu, tới TFP, nhân tố cốt lõi để đảm bảo chất lượng tăng trưởng chưa thực sự rõ nét, thể hiện ở hàm lượng giá trị gia tăng, hàm lượng tri thức và công nghệ trong hàng hóa xuất khẩu còn rất thấp, trong khi kinh nghiệm của các nước phát triển cho thấy trong dài hạn, tăng trưởng năng suất lao động nội bộ ngành, tức là tăng năng suất theo chiều sâu, mới là nguồn lực chính của tăng trưởng năng suất.

3. Một số khuyến nghị

- Phát triển xuất khẩu theo mô hình tăng trưởng bền vững và hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, trong đó tăng trưởng theo chiều sâu là hướng đi chủ đạo.

Tăng trưởng xuất khẩu theo chiều rộng, tiếp tục nâng cao kim ngạch và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trên cơ sở khai thác những lợi thế sẵn có, vẫn cần được chú trọng. Hướng đi này, một mặt, xuất phát từ yêu cầu toàn dụng lao động và tạo thêm nhiều việc làm; mặt khác, xuất phát từ thực tế là Việt Nam chưa tạo lập được đầy đủ những điều kiện để chuyển ngay sang phát triển theo chiều sâu. Tăng trưởng xuất khẩu theo chiều sâu dựa trên cơ sở thực hiện quan hệ liên kết chặt chẽ giữa khai thác và chế biến, nâng cao chất lượng cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, gia tăng hàm lượng công nghệ, tri thức, coi trọng năng suất, chất lượng, các ảnh hưởng lan tỏa, đầu tư nâng cao năng lực công nghệ nội sinh trong lĩnh vực xuất khẩu.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh và năng lực thích ứng của các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước với môi trường kinh doanh toàn cầu và hội nhập quốc tế.

Tài cơ cấu doanh nghiệp xuất khẩu trong nước là giải pháp quan trọng nhằm tạo ra sự thay đổi toàn diện, sâu sắc từ tư duy chiến lược đến tổ chức bộ máy, phương thức kinh doanh, cách thức điều hành doanh nghiệp để doanh nghiệp trong nước dần trở thành lực lượng chủ đạo trong lĩnh vực xuất khẩu.

Gắn kết thu hút đầu tư nước ngoài, khuyến khích các doanh nghiệp FDI đẩy mạnh xuất khẩu với quản lý, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn này.

Chính sách, một mặt, cần tạo ra những nhân tố thu hút FDI; mặt khác, cần đảm bảo tăng cường những hiệu ứng tích cực (lan tỏa công nghệ, kỹ năng quản lý, trình độ lao động...) của dòng đầu tư này đến doanh nghiệp trong nước và toàn bộ nền kinh tế nhằm tối đa hóa lợi ích của những dòng đầu tư này. Thậm chí, một số hạn chế hoặc phân biệt ở mức độ nhất định để định hướng FDI theo mục tiêu xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế cũng là cần thiết.

Giảm dần sự phụ thuộc của xuất khẩu vào nhập khẩu từ nước ngoài, trên cơ sở xây dựng và phát triển các vùng nguyên liệu và các ngành công nghiệp hỗ trợ.

Chú trọng phát triển công nghiệp hỗ trợ không những chỉ là một trong những điều kiện cơ bản để thực hiện nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế, mà còn là cách thức tham gia chủ động vào mạng lưới sản xuất toàn cầu và cải thiện vị trí trong mạng sản xuất toàn cầu. Đồng thời, phát triển các cụm ngành thông qua tạo mối liên kết bốn bên, giữa cơ quan quản lý nhà nước trung ương và địa phương với hiệp hội, doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu để nâng cao chất lượng của tất cả các tổ chức này, gắn kết thức với thực

tiễn của doanh nghiệp, gắn sản xuất với chế biến xuất khẩu./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch và đầu tư, Tổng cục Thống kê (2008). *"Kết quả điều tra Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ của Việt Nam"*.
2. Kỷ yếu Hội thảo khoa học: *Kinh tế Việt Nam 2012-2013: tái cơ cấu doanh nghiệp và cân đối kinh tế vĩ mô*, Ủy ban Kinh tế của Quốc hội, Trường đại học Kinh tế quốc dân và Hội đồng Lý luận trung ương tổ chức, tháng 1-2013.
3. Balassa, Bela (1978), *Exports and Economic Growth - Further Evidence*, Journal of Development Economics, Vol. 5, No. 2, pp. 181-9.
4. Barro R., Sala-i-Martin (2003) *Economic Growth*, MIT Press, Cambridge, MA.
5. Buffie, Edward F. (2001), *Trade policy in developing countries*, New York: Cambridge University Press.
6. Grossman, G. M., and Helpman, E. (1991), *Innovation and growth in the global economy*, Cambridge: MIT Press.
7. Hadi Salehi Esfahani (1991), *Exports, imports, and economic growth in semi-industrialized countries*, Journal of Development Economics 35, 93-116, North-Holland.
8. Helpman, E. & Krugman, P. (1985), *Market structure and foreign trade*, Cambridge, USA: MIT Press.
9. Melitz, M.J. (2003) *The impact of trade on intra-industry reallocation and aggregate industry*, Econometrica, Vol. 71, No. 6, (Nov., 2003), pp. 1695-1725.
10. Rivera-Batiz, L. A., Romer, P.M. (1991a), *Economic integration and endogenous growth*, NBER Working Papers Series, Working Paper No. 3528
11. Singer, H.W. (1960), *The distribution gains from trade and investing and borrowing countries*, American Economic Review.
12. Titus O. Awokuse, Dimitris K. Christopoulos (2009), *Nonlinear dynamics and the exports-output growth nexus*, Economic Modelling 26, 184-190.
13. Young (1991), *Learning by doing and the dynamic effects of International trade*, Harvard College and Massachusetts Institute of Technology.