

CHUYÊN MỤC

KINH TẾ HỌC - XÃ HỘI HỌC

## **CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2000 - 2014 DƯỚI GÓC NHÌN CỦA CHỈ SỐ LỢI THẾ SO SÁNH BỘC LỘ - RCA (PHÂN TÍCH SỐ LIỆU CÁC NĂM 2000, 2007 và 2014)**

**NGUYỄN QUỐC ĐỊNH\***

*Bài viết phân tích cơ cấu và sự chuyển biến về lợi thế so sánh bộc lộ của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2000-2014. Nghiên cứu cho thấy cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam không có sự thay đổi nhiều trong vòng 14 năm qua mặc dù có sự nổi lên về lợi thế so sánh bộc lộ của nhiều mặt hàng công nghiệp như điện, điện tử, thiết bị viễn thông. Các mặt hàng truyền thống như sản phẩm nông nghiệp kể cả lúa gạo, may mặc, giày da đang có sự sụt giảm về lợi thế so sánh nhưng kim ngạch xuất khẩu ngày càng gia tăng. Để đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hàng hóa, bài viết đưa ra bốn khuyến nghị. 1) đẩy mạnh cải thiện môi trường đầu tư, đặc biệt trong vấn đề bảo vệ nhà đầu tư, để thu hút nguồn vốn công nghệ cao; 2) phát triển cụm ngành để nâng cao giá trị các ngành hàng xuất khẩu truyền thống; 3) nhìn nhận lại vai trò của nông nghiệp để có sự đầu tư đúng đắn theo hướng phát triển sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao; 4) các doanh nghiệp cần có chiến lược kinh doanh cụ thể để nâng cấp quy mô, hoạt động sản xuất của mình.*

*Từ khóa: RCA, lợi thế so sánh bộc lộ, cơ cấu hàng xuất khẩu, chuyển biến xuất khẩu*

*Ngày nhận bài: 6/11/2015; đưa vào biên tập: 8/11/2016; phản biện: 15/11/2016; duyệt đăng: 29/12/2016.*

**DẪN NHẬP**

Nguyên tắc cơ bản của hội nhập

thương mại quốc tế là dựa trên lợi thế so sánh, một khái niệm cốt lõi của kinh tế học. Lý thuyết Lợi thế so sánh được David Ricardo đề cập trong tác phẩm

\* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

*Nguyên lý của kinh tế chính trị và thuế khóa* năm 1817, chỉ khả năng sản xuất của một sản phẩm với chi phí thấp hơn so với sản xuất các sản phẩm khác.

Việt Nam ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới với sự hội tụ của hàng loạt hiệp định thương mại quan trọng, như Hiệp định Thương mại song phương (BTA) giữa Mỹ và Việt Nam vào ngày 13/7/2000, năm 2007 Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và dự kiến thời gian tới là Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP); ngoài ra còn nhiều hiệp định đa phương và song phương khác. Tự do hóa thương mại đã mở ra cơ hội cho Việt Nam đa dạng hóa ngành hàng xuất khẩu, tập trung vào chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế so sánh, giảm dần sự phụ thuộc vào sản phẩm thô, không qua chế biến.

## 1. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 1.1. Đo lường lợi thế so sánh

Sức mạnh của lợi thế so sánh của một nước trong một hàng hóa cụ thể được đo bằng khái niệm Lợi thế so sánh bộc lộ (Revealed Comparative Advantage - RCA) (Balassa, 1965). Theo khái niệm này, một nước bộc lộ lợi thế so sánh của mình trong một sản phẩm cụ thể nếu tỷ trọng sản phẩm đó trong kim ngạch xuất khẩu của nước đó lớn hơn tỷ trọng sản phẩm trong kim ngạch xuất khẩu thế giới. Nếu chỉ số RCA > 1, quốc gia hoặc nhóm quốc gia đó được coi là có

lợi thế so sánh bộc lộ ở hàng hóa đó (hoặc ngành đó); nếu chỉ số RCA < 1, quốc gia hoặc nhóm quốc gia đó được coi là bất lợi ở hàng hóa đó (hoặc ngành đó). Giá trị RCA càng cao thì lợi thế so sánh càng mạnh.

$$RCA_{j,i,t} = \frac{X_{j,i,t} / \sum_i X_{j,i,t}}{\sum_j X_{j,i,t} / \sum_j \sum_i X_{j,i,t}}$$

Trong đó  $X_{j,i,t}$  là giá trị xuất khẩu hàng hóa  $i$  của nước  $j$  trong năm  $t$ .  $\sum_i X_{j,i,t}$  là giá trị xuất khẩu của tất cả các hàng hóa của nước  $j$  trong năm  $t$ .  $\sum_j X_{j,i,t}$  là giá trị xuất khẩu hàng hóa  $i$  của tất cả các nước trên thế giới trong năm  $t$ .  $\sum_j \sum_i X_{j,i,t}$  là giá trị xuất khẩu của tất cả các hàng hóa của tất cả các nước trên thế giới trong năm  $t$ .

### 1.2. Đo lường sự thay đổi trong lợi thế so sánh bộc lộ hàng xuất khẩu của Việt Nam

Vì phân phối các giá trị RCA được giả định không phải phân phối chuẩn và hiện diện các giá trị bất thường (RCA quá lớn hoặc quá nhỏ) trong mẫu quan sát nên hệ số tương quan Spearman được sử dụng để tìm hiểu mối liên hệ về thứ hạng RCA của các mặt hàng xuất khẩu giữa các năm.

Công thức Spearman Rho:

$$\rho = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n^3 - n}$$

Trong đó,  $d_i$  là khác biệt trong giá trị của thứ bậc của một hàng hóa giữa hai năm;  $n$  là số lượng các loại hàng hóa. Giá trị của  $\rho$  đi từ -1 tới +1.

Nếu hệ số tương quan Spearman giữa các chỉ số RCA qua 2 năm càng gần bằng 1 thì thứ hạng các mặt hàng có lợi thế so sánh bậc lộ ở năm trước không thay đổi nhiều ở năm sau. Ngược lại, nếu chỉ số RCA càng gần -1 thì thứ hạng các mặt hàng xuất khẩu có lợi thế so sánh sẽ có sự thay đổi vị trí cho nhau hoàn toàn.

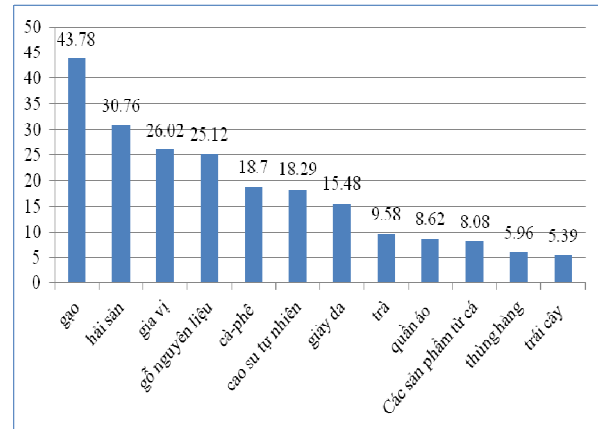
### 1.3. Nguồn số liệu

Nghiên cứu sử dụng số liệu về hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong ba năm 2000, 2007 và 2014 từ Cơ sở thống kê dữ liệu thương mại tiêu dùng của Liên Hiệp Quốc (UN Comtrade) do Ngân hàng Thế giới quản lý. Số liệu xuất khẩu của Việt Nam được phân loại theo tiêu chuẩn thương mại quốc tế (SITC) ở cấp độ 1, 2 và 3 chữ số, tùy theo từng nội dung nghiên cứu.

## 2. BỨC TRANH CHUNG VỀ CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU (SITC 3 CHỮ SỐ) CÓ LỢI THẾ CẠNH TRANH Ở VIỆT NAM QUA CÁC NĂM 2000, 2007 VÀ 2014

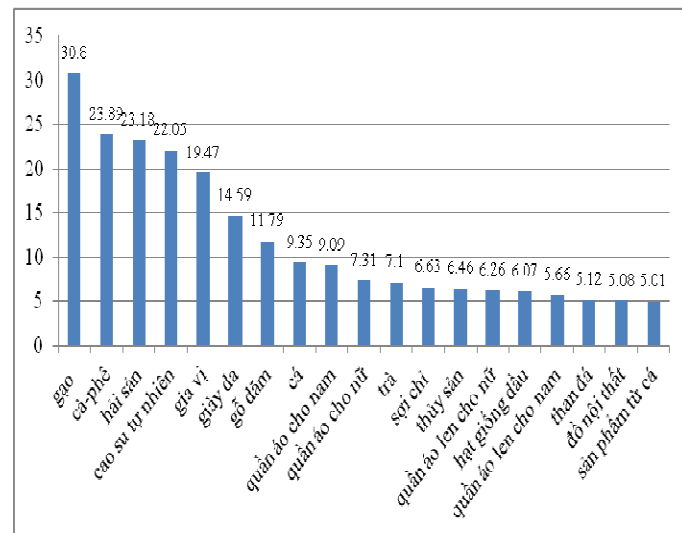
Năm 2000, Việt Nam có 45 sản phẩm xuất khẩu có lợi thế so sánh ( $RCA \geq 1$ ); trong đó có 12 sản phẩm có lợi thế so sánh cao ( $RCA \geq 5$ ), nổi bật là gạo (43,78), hải sản (30,76), hàng gia vị (26,02) và gỗ (25,12) và đây chủ yếu

Biểu đồ 1. Mặt hàng xuất khẩu có  $RCA \geq 5$  năm 2000



Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu UN Comtrade, 2014.

Biểu đồ 2. Các mặt hàng xuất khẩu có  $RCA \geq 5$  năm 2007



Nguồn: Tác giả tính toán số liệu từ UN Comtrade, 2014.

là các sản phẩm thô, không qua chế biến nên giá trị gia tăng không cao và thường xuyên chịu nhiều rủi ro do phụ thuộc vào giá thế giới. Trong giai đoạn này, xuất khẩu nguyên liệu thô được đẩy mạnh và là nguồn hàng chủ lực đem lại ngoại tệ cho quốc gia, bởi chúng phù hợp với năng lực sản xuất của Việt Nam. Theo xu hướng, khi

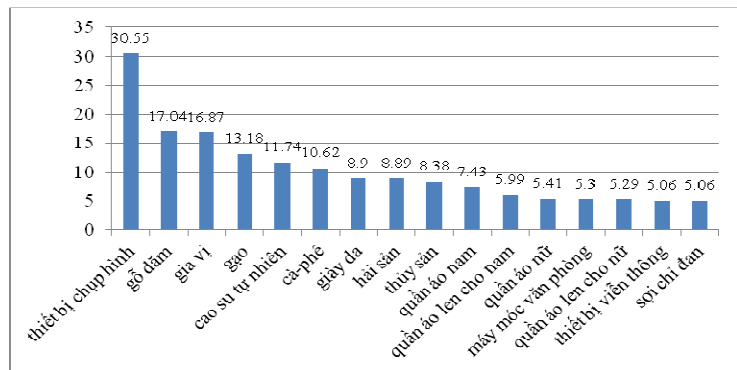
năng lực sản xuất công nghiệp trong nước được cải thiện, xuất khẩu sản phẩm thô cũng sẽ giảm dần tỷ trọng.

Năm 2007, số lượng các sản phẩm có chỉ số RCA lớn hơn 5 đã tăng lên 19 sản phẩm, trong tổng số 62 mặt hàng xuất khẩu có RCA lớn hơn 1. Tuy nhiên, tình hình xuất khẩu vẫn không có nhiều thay đổi so với năm 2000 khi các mặt hàng vẫn tập trung ở nhóm nguyên liệu thô hoặc thâm dụng lao động. Gạo vẫn là sản phẩm có lợi thế so sánh lớn nhất với RCA bằng 43,78, tiếp theo đó là hải sản (30,76), gia vị (26,02), gỗ nguyên liệu (25,12)... Sự chuyển dịch chậm chạp về cơ cấu xuất khẩu giai đoạn 2000-2007 đã làm tăng kỳ vọng của doanh nghiệp và Chính phủ về sản xuất công nghệ cao, từ bỏ chiến lược xuất khẩu nguyên liệu thô nhờ vào làn sóng đầu tư FDI dồn dập khi Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO).

Kỳ vọng đó phần nào đã được đáp ứng lại với sự thay đổi về lợi thế so sánh của các mặt hàng công nghiệp có hàm lượng chế biến cao như thiết bị máy ảnh, thiết bị văn phòng và viễn thông. Năm 2014, Việt Nam có 65 mặt hàng xuất khẩu có lợi thế so sánh, và thiết bị máy ảnh đã thay thế gạo, trở thành sản phẩm có lợi thế so sánh lớn nhất với RCA lên tới 30,55, gần gấp

đôi hai mặt hàng ở vị trí liền kề là gỗ dăm và hàng gia vị, với RCA xấp xỉ 17 điểm. Trong khi đó, mặc dù tốc độ công nghiệp hóa đã được đẩy mạnh, nhưng với lợi thế về tự nhiên, dân số lao động và khả năng thu hút vốn đầu tư FDI vào khu vực nông nghiệp còn thấp nên lợi thế so sánh của các mặt hàng truyền thống như gỗ dăm, cao su tự nhiên, giày da... vẫn được duy trì ở mức cao.

Biểu đồ 3. Các mặt hàng xuất khẩu có RCA  $\geq$  5 năm 2014



Nguồn: Tác giả tính toán số liệu từ UN Comtrade, 2014.

### 3. TỶ TRỌNG VÀ GIÁ TRỊ THƯƠNG MẠI XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Theo tiêu chí phân loại SITC 1 chữ số, hàng xuất khẩu của Việt Nam được chia thành 10 cụm và mỗi cụm bao gồm nhiều nhóm sản phẩm. Từ cụm 0 đến cụm 4 bao gồm các sản phẩm dựa trên tài nguyên như hàng nông sản, thủy sản, ít chế biến nên giá trị gia tăng không cao và giá xuất khẩu phụ thuộc vào sự biến động của giá thế giới. Từ cụm 5 đến cụm 9 gồm các sản phẩm công nghiệp chế tạo.

Tỷ trọng giá trị xuất khẩu của các cụm hàng từ 0 tới 4 có xu hướng giảm mạnh qua các năm. Năm 2000, tỷ trọng giá trị xuất khẩu của 5 cụm đầu

Bảng 1. Tỷ trọng giá trị xuất khẩu theo cụm hàng hóa (SITC 1 chữ số) qua 3 năm 2000, 2007 và 2014

Đơn vị: %

STT	Cụm hàng	2000	2007	2014
<i>Hàng thô hoặc mới sơ chế</i>				
1	Cụm 0: Lương thực, thực phẩm và động vật sống	24,4	18,9	14,3
2	Cụm 1: Đồ uống và thuốc lá	0,1	0,3	0,4
3	Cụm 2: Nguyên liệu thô, không dùng để ăn, trừ nhiên liệu	2,6	4,5	2,7
4	Cụm 3: Nhiên liệu, dầu mỡ nhờn và vật liệu liên quan	26,4	20,7	6,1
5	Cụm 4: Dầu mỡ, chất béo, sáp động, thực vật	0,4	0,1	0,2
<i>Hàng chế biến hoặc đã tinh chế</i>				
6	Cụm 5: Hóa chất và sản phẩm liên quan	1,0	2,1	2,8
7	Cụm 6: Hàng chế biến phân loại theo nguyên liệu	5,4	8,1	10,9
8	Cụm 7: Máy móc, phương tiện vận tải và phụ tùng	8,7	11,5	32,4
9	Cụm 8: Hàng chế tác hỗn hợp	27,8	32,9	29,8
10	Cụm 9: Hàng hóa không thuộc các phần trên	3,2	0,7	0,4
Tổng		100	100	100

*Nguồn:* Tác giả tính toán từ số liệu UN Comtrade.

tiền chiếm 54% tổng giá trị xuất khẩu thì tới năm 2007, con số này giảm xuống 44% và vào năm 2014 chỉ chiếm khoảng 24% tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Trong đó, cụm 3 gồm hàng nhiên liệu chứng kiến sự sụt giảm mạnh nhất. Năm 2000, xuất khẩu nhiên liệu thô là nguồn thu ngoại tệ lớn nhất cho Việt Nam, chiếm hơn 26% tỷ trọng xuất khẩu nhưng con số này đã giảm xuống chỉ còn 6,1% năm 2014. Ở chiều hướng ngược lại, tỷ trọng của các cụm sản phẩm từ 5 tới 9 có xu hướng tăng mạnh qua các năm, từ 46% năm 2000 lên hơn 76% năm 2014. Đặc biệt, giai đoạn 2000-2014 chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ của nhóm hàng máy móc, thiết bị vận tải và phụ tùng khi tỷ trọng tăng từ

8,7% lên 32,4% trong vòng 14 năm, cho thấy cụm ngành công nghiệp chế tạo của Việt Nam đã có sự phát triển theo đà hội nhập của kinh tế Việt Nam. Mặc dù trình độ sản xuất công nghiệp trong nước đã có sự tiến bộ, hàng công nghiệp dần chiếm tỷ trọng lớn hơn trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa nhưng ở bức tranh tổng thể, những nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong giai đoạn 2000-2014 không có sự thay đổi nhiều, vẫn là các sản phẩm tập trung khai thác thế mạnh tài nguyên thiên nhiên và nguồn lao động dồi dào như may mặc, giày dép, thủy sản, cà phê, gạo và một số mặt hàng nông lâm sản khác. Điều này giải thích tại sao hệ số tương quan Spearman của RCA giữa các năm tương đối cao. Tuy nhiên,

các sản phẩm xuất khẩu đang dần thay thế vị trí cho nhau trong tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa. Đáng chú ý là nhiều nhóm ngành công nghiệp đã có tốc độ tăng trưởng rất cao như linh kiện điện, điện tử, cơ khí, may mặc, giày da... đóng góp vào sự phát triển chung của đất nước.

Bảng 2 trình bày ma trận tương quan RCA giữa các năm 2000, 2007 và 2014 tại mức ý nghĩa 5%. Hệ số tương quan Spearman của RCA năm 2000 và 2007 là 0,7, giữa năm 2007 và 2014 là 0,8 cho thấy sự tương đồng rất lớn trong thứ hạng của các mặt hàng xuất khẩu giữa các năm.

Bảng 2. Hệ số tương quan Spearman giữa RCA các năm 2000, 2007 và 2014

	RCA 2000	RCA 2007	RCA 2014
RCA 2000	1,0000		
RCA 2007	0,7025**	1,0000	
RCA 2014	0,5420**	0,8008**	1,0000

\*\* : có ý nghĩa thống kê ở mức 5%.

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu UN Comtrade, 2014.

Bảng 3. Phân phối tần suất về chỉ số RCA

Phân phối chỉ số RCA	Phân phối tần suất về chỉ số RCA					
	2000		2007		2014	
	n=200	%	n=251	%	n=252	%
$0 < RCA \leq 1$	155	77,5	189	75,3	187	74,2
$1 < RCA \leq 2$	17	8,5	26	10,3	34	13,5
$2 < RCA \leq 5$	16	8,0	17	6,8	15	6,0
$RCA > 5$	12	6,0	19	7,6	16	6,3
Trung bình	1,63		1,44		1,25	
Giá trị lớn nhất	43,78		30,80		30,55	
Độ lệch chuẩn	5,06		3,77		3,01	

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu UN Comtrade, 2014.

Hay nói cách khác, những mặt hàng có thứ hạng RCA cao ở năm trước thì những năm sau đó vẫn duy trì được thứ hạng tương đối cao như vậy.

Bảng 3 thể hiện kết quả ước tính chỉ số RCA ở cấp độ 3 chữ số của SITC. Theo đó, trên 74% hàng xuất khẩu của Việt Nam không có lợi thế so sánh (giá trị  $RCA \leq 1$ ) và hầu như tỷ trọng này giữ nguyên trong 14 năm. Trong khi đó, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có lợi thế so sánh cao ( $RCA > 5$ ) gần như không thay đổi, dao động trong khoảng 6-8%. Bên cạnh đó, giá trị cao nhất của chỉ số RCA có xu hướng giảm dần từ năm 2000, cho thấy lợi thế so sánh của Việt Nam trong xuất khẩu hàng hóa bị sụt giảm.

Ở khía cạnh tích cực hơn, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng cao ở cả mặt hàng công nghiệp lẫn truyền thống. Ngày càng có nhiều hàng hóa đạt giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD. Bảng 3 trình bày những mặt hàng xuất khẩu (SITC 3 chữ số) trên 1 tỷ USD mà Việt Nam đã đạt được giai đoạn 2000-2014.

Mở cửa và hội nhập kinh tế đã góp phần nâng cao năng lực sản xuất và mở rộng thị trường xuất khẩu cho hàng hóa Việt Nam. Năm 2000 chỉ có giày dép, dầu thô và hải sản có giá trị

Bảng 4. Thống kê các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD

Đơn vị tính: tỷ USD

STT	Hàng hóa	2000	2007	2014	RCA-2014
1	Thiết bị viễn thông, điện tử			26,00	5,06
2	Giày dép	1,50	4,10	11,00	8,90
3	Dầu thô	3,50	8,50	8,30	0,95
4	Đồ gỗ		2,40	4,70	3,13
5	Sản phẩm may mặc		5,70	19,30	5,41
6	Thiết bị máy tính			3,90	1,28
7	Cà phê		1,90	3,60	10,62
8	Đồ hải sản	1,20	1,80	3,00	8,89
9	Gạo		1,50	2,90	13,18
10	Thiết bị điện			2,80	2,58
11	Cá		1,40	4,70	4,88
12	Xơ, sợi các loại			3,80	5,06
13	Trái cây			2,50	3,13
14	Các thiết bị bán dẫn			2,40	0,46
15	Thiết bị văn phòng			2,20	5,30
16	Phương tiện vận tải và phụ tùng			2,20	4,20
17	Thiết bị máy ảnh			1,90	30,55
18	Cao su thô		1,30	1,70	11,74
19	Sản phẩm từ chất dẻo			1,60	1,18
20	Hàng gia vị			1,30	16,87
21	Gỗ vụn			1,10	17,04
22	Xi măng			1,10	4,13
23	Thiết bị điện tử			3,30	1,27
24	Tàu thuyền			1,10	0,92
Tổng cộng (tỷ USD)		6,20	28,60	116,40	
So với tổng xuất khẩu (%)		42,76	59,58	77,60	

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ UN Comtrade, 2014.

xuất khẩu vượt 1 tỷ USD; đến năm 2007 sau khi gia nhập WTO đã tăng lên 9 và vào cuối năm 2014 tăng lên 22 mặt hàng. Tổng giá trị xuất khẩu tăng từ 6,2 tỷ (2000) lên 116,4 tỷ USD (2014), tăng gấp 18 lần trong vòng 14 năm. Tỷ trọng xuất khẩu của “Câu lạc bộ tỷ đô” năm 2000 đóng góp 42,76% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt

Nam, nhưng đến năm 2014, nhóm các mặt hàng này đã chiếm 77,6% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Nổi bật là thiết bị viễn thông, điện tử (26 tỷ USD), các sản phẩm may mặc (19,3 tỷ USD) và giày dép (11 tỷ USD).

Mặc dù có sự sụt giảm về lợi thế so sánh bậc ba nhưng các mặt hàng xuất khẩu truyền thống cũng tăng trưởng

ấn tượng về giá trị xuất khẩu, như giá trị xuất khẩu gạo tăng gần gấp đôi trong 7 năm, từ 1,5 tỷ USD năm 2007 lên 2,9 tỷ USD năm 2014.

Tuy nhiên, dù kim ngạch xuất khẩu của nhiều mặt hàng công nghiệp rất cao nhưng vì tỷ lệ nội địa hóa thấp nên giá trị gia tăng thực chất mà nền kinh tế nhận được ít hơn rất nhiều. Các doanh nghiệp của Việt Nam mới chỉ đảm nhận ở khâu sản xuất, là công đoạn có giá trị gia tăng thấp nhấ trong chuỗi giá trị<sup>(1)</sup>. Chính vì vậy mà một hợp đồng làm theo giá FOB (hàng xuất giao tại cảng trong nước) sau khi trả lương cho công nhân thì tiền thực mà doanh nghiệp thu về chỉ 10-15 cent/cái áo (Vũ Thành Tự Anh, 2012). Với các mặt hàng nông lâm thủy hải sản, vấn đề thương hiệu và chất lượng sản phẩm chưa nhận được sự quan tâm đầu tư đúng mức của doanh nghiệp xuất khẩu và người sản xuất nên sản phẩm nông nghiệp Việt Nam chủ yếu được tiêu thụ ở các thị trường dễ dãi như Trung Quốc, Châu Phi, vì vậy điệp khúc “được mùa rớt giá” vẫn tồn tại dai dẳng trong nhiều năm. Đơn cử như sản phẩm lúa gạo, theo số liệu của Tổng cục Hải quan (năm 2014), trong tổng số 6,4 triệu tấn gạo xuất ra nước ngoài thì đã xuất sang Trung Quốc, Phillipines và các nước Châu Phi gần 4 triệu tấn; các thị trường cao cấp như Nhật Bản, Hoa Kỳ, Châu Âu chiếm một thị phần rất khiêm tốn (Trung Nghĩa 2014). Trong khi đó, Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) dẫn số liệu của Cục Quản lý Dược phẩm và thực phẩm Mỹ

(FDA) cho thấy, từ năm 2013 đến cuối tháng 4/2016, có 15 doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu gạo vào Mỹ bị trả về, với sản lượng hơn 4.200 tấn (Thanh Hà 2016). Nguyên nhân là do dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt mức cho phép rất nhiều. Việc chạy theo số lượng chứ không chú ý nhiều đến chất lượng đã làm cho việc tiếp cận các thị trường cao cấp của mặt hàng nông lâm sản của Việt Nam ngày càng khó khăn hơn.

#### 4. NGUYÊN NHÂN CỦA SỰ CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU XUẤT KHẨU

Một số nguyên nhân chính được đưa ra để giải thích cho sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2000-2014.

*Thứ nhất*, việc ký kết các hiệp định thương mại đa phương và song phương và đi kèm với nó là các cam kết cải thiện thể chế trong nước của Chính phủ đã mở ra cơ hội thúc đẩy các ngành sản xuất trong nước, đặc biệt là khu vực tư nhân. Năm 2000, kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng có lợi thế so sánh bộc lộ cao như giày dép, đồ hải sản vẫn chưa tương xứng với thế mạnh của Việt Nam. Xét trong bối cảnh đương thời, để đạt được giá trị xuất khẩu như vậy là một nỗ lực lớn từ Chính phủ đến doanh nghiệp. Năm 1999, Việt Nam mới có Luật Doanh nghiệp và năm 2000 ký hiệp định thương mại với Mỹ, vì thế thị trường xuất khẩu của Việt Nam còn bị giới hạn và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp còn yếu. Gia nhập WTO vào năm 2007 đã phần



nào giải quyết các nút thắt về thể chế, thuế quan; môi trường đầu tư dần được cải thiện, dòng vốn đầu tư FDI đã làm thay đổi bộ mặt sản xuất công nghiệp Việt Nam, làm cho sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu dần rõ nét hơn. Kết quả là Việt Nam đa dạng hóa hàng hóa xuất khẩu, giảm thiểu rủi ro xuất khẩu các mặt hàng thô sơ. Tuy nhiên, mặt trái của việc gia nhập WTO là dòng vốn nước ngoài đổ vào vượt quá khả năng hấp thụ của nền sản xuất trong nước, chảy tràn sang lĩnh vực bất động sản, gây ra hiệu ứng của cải làm lạm phát tăng cao; và sau đó là khủng hoảng kinh tế toàn cầu, tiếp tục làm giảm tỷ trọng nhiều ngành hàng xuất khẩu.

*Thứ hai*, nội lực sản xuất trong nước được cải thiện đòi hỏi nguồn nguyên vật liệu đầu vào nhiều hơn, khiến cho tỷ trọng xuất khẩu các sản phẩm thô trong nước giảm dần, đặc biệt đáng chú ý ở lĩnh vực dầu thô, than đá. Việc xây dựng và vận hành hàng loạt nhà máy nhiệt điện và lọc hóa dầu như nhà máy lọc dầu Dung Quất, nhiệt điện duyên hải Trà Vinh, nhà máy Khí điện đạm Phú Mỹ, nhà máy nhiệt điện Cà Mau, Mông Dương, Vĩnh Tân, Vũng Áng đã tăng nhu cầu sử dụng than đá, dầu thô, khí và nhu cầu này sẽ ngày càng tăng cao. Theo kế hoạch phát triển năng lượng của Chính phủ, nếu không có gì thay đổi, đến năm 2030 cả nước sẽ có tất cả 51 nhà máy điện than (Thủ tướng Chính phủ 2011). Riêng Đồng bằng sông Cửu Long có 13 tỉnh thành thì được quy hoạch xây

dựng 14 nhà máy điện than (Vân Trường và Anh Đức 2016).

*Thứ ba*, tự do hóa thương mại làm cho môi trường cạnh tranh khốc liệt hơn, khiến cho hàng hóa thô sơ ngày càng khó tiếp cận thị trường các nước phát triển dẫn đến sự sụt giảm trong tỷ trọng xuất khẩu. Lợi thế của việc tham gia các hiệp định thương mại là khả năng mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường thông qua việc cắt giảm thuế quan. Tuy nhiên, khi hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ thì ngay lập tức hàng rào phi thuế quan được dựng lên để cản trở sự tiếp cận này, mà chủ yếu là rào cản kỹ thuật. Chẳng hạn, nếu tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương, ngoài giấy chứng nhận về nguồn gốc xuất xứ (CO), hàng dệt may Việt Nam phải đối mặt với “một rừng” hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật gồm: tiêu chuẩn chất lượng như chứng chỉ ISO 9000; tiêu chuẩn về chống cháy; tiêu chuẩn bảo vệ môi trường. Bên cạnh hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật còn có hệ thống tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội (SA-8000), tiêu chuẩn WRAP - trách nhiệm sản xuất hàng dệt may toàn cầu, quy định cơ bản về lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, sức khỏe và an toàn, quyền tự do thành lập các hiệp hội về đàm phán tập thể, phân biệt đối xử, các hình thức kỷ luật, giờ làm việc và chế độ tiền lương. Đối với sản phẩm nông lâm thủy sản thì doanh nghiệp Việt Nam phải cố gắng xử lý dứt điểm tình trạng nông, thủy sản xuất khẩu vi phạm Luật Vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch động vật... Tuy nhiên, trong

mọi thách thức đều nảy sinh cơ hội, vấn đề nằm ở năng lực và khả năng nắm bắt. Đứng trước một loạt hàng rào kỹ thuật cao như vậy, muốn tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp buộc phải thay đổi mình, nâng cấp quy trình sản xuất, từ đó mới nâng cao được trình độ sản xuất, tạo tiền đề quan trọng để đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp, chế biến chất lượng cao.

## 5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Việt Nam đang chứng kiến sự chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, từ các sản phẩm công nông nghiệp có giá trị gia tăng thấp sang các sản phẩm công nghiệp chứa hàm lượng chế biến cao hơn. Việc gia nhập BTA, WTO và một số hiệp định thương mại khác, cùng các cam kết cải thiện thể chế trong nước của Chính phủ đã nuôi dưỡng sự thay đổi này. Tuy nhiên sự chuyển dịch vẫn còn rất chậm và chưa tận dụng hết các cơ hội phát triển. Điều này được thể hiện rõ qua việc phân tích chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ RCA và tương quan Spearman giữa bậc RCA trong các năm 2000, 2007 và 2014. Chính phủ và bản thân các doanh nghiệp cần phải nỗ lực nhiều hơn để đẩy mạnh tốc độ chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu. Để thực hiện mục tiêu trên, tác giả xin đưa ra một số khuyến nghị.

*Thứ nhất*, Chính phủ cần tiếp tục cam kết và quyết tâm cải thiện môi trường đầu tư quốc gia để thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ cao. Nhờ vào môi trường đầu tư

được cải thiện và các lợi thế cạnh tranh khác mà Việt Nam đã thành công trong việc thu hút các nhà sản xuất công nghiệp, góp phần to lớn làm thay đổi cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam theo từng năm. *Báo cáo môi trường kinh doanh 2016* (Doing Business 2016) của Ngân hàng Thế giới cho thấy mặc dù đã có 5 cải cách thể chế ở các lĩnh vực tín dụng, thuế, năng lượng, khởi sự kinh doanh làm cho môi trường kinh doanh của Việt Nam tăng 3 bậc so với xếp hạng năm trước, nhưng vẫn ở vị trí thứ 90 trong số 189 nền kinh tế được đánh giá. Điều này cho thấy Chính phủ cần phải nỗ lực hơn để tạo dựng một nền tảng thể chế ổn định, vì “chưa có quốc gia nào có thể vươn lên địa vị là quốc gia có thu nhập cao mà không có những thể chế kinh tế và chính trị mạnh” (Ngân hàng Thế giới, Bộ Kế hoạch và Đầu tư 2015: 92). Cải thiện tình trạng tham nhũng trong khu vực công và nhấn mạnh đến bảo vệ quyền lợi hợp pháp của nhà đầu tư có thể xem là giải pháp cực kỳ quan trọng để kích thích hoạt động đầu tư mới của doanh nghiệp, làm gia tăng áp lực cạnh tranh và cải thiện hiệu quả phân bổ nguồn lực.

*Thứ hai*, Việt Nam nên duy trì phát triển các ngành hàng xuất khẩu theo lợi thế của mình. Việt Nam đang ở quy mô dân số vàng, và xét trong mối tương quan trình độ sản xuất và khả năng cạnh tranh với các quốc gia trong khu vực thì thời điểm này không phù hợp để từ bỏ các ngành hàng thâm dụng lao động như may mặc, giày da, lúa gạo. Vấn đề cần quan tâm

là không phải cạnh tranh trong ngành hàng nào mà là cạnh tranh như thế nào. Các ngành hàng xuất khẩu truyền thống vẫn có được sự tăng trưởng tốt về giá trị xuất khẩu, nhưng Việt Nam vẫn chỉ đảm nhận khâu sản xuất, gia công, cần phải có lộ trình cụ thể để tiến lên các bước cao hơn của quá trình sản xuất. Phát triển cụm liên kết ngành hoàn chỉnh (Industrial Cluster) với những ngành mà Việt Nam có thế mạnh là một bước đi cần thiết để nâng cao giá trị xuất khẩu. Phát triển cụm liên kết ngành là cách đầu tư đi theo chiều ngang để hỗ trợ cho nhau, giúp tăng cường cạnh tranh, đồng thời đẩy mạnh hợp tác, từ đó làm tăng năng suất. Khi phát triển theo cụm liên kết ngành, mỗi địa phương sẽ lấy thế mạnh của mình để góp phần trong chuỗi giá trị của ngành để phát triển bền vững (Vũ Thành Tự Anh 2012).

*Thứ ba*, nhìn nhận vai trò quan trọng của nông nghiệp để có đường hướng phát triển đúng đắn theo hướng sản xuất sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao. Nông nghiệp Việt Nam đã có sự tiến bộ vượt bậc trong một phần tư thế kỷ qua nhưng hiện nay nông nghiệp đang đứng trước ngã ba đường. Ngành nông nghiệp đang bị cạnh tranh về nhân công, tài nguyên đất và nước bởi quá trình đô thị hóa và phát triển công nghiệp dịch vụ (Ngân hàng Thế giới 2016: 83). Hầu hết hàng nông sản Việt Nam được bán ở dạng nguyên liệu thô với giá thấp hơn các nước khác do còn thua kém về chất lượng và một số nguyên

nhân khác. An toàn thực phẩm đang trở thành vấn đề đáng quan ngại. Nhà nước cần kiến tạo môi trường thuận lợi để huy động nhiều nguồn vốn, khuyến khích và thu hút đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp. Nhà nước chỉ giữ vai trò tạo lập và duy trì môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp hoạt động. Các doanh nghiệp khi nhận thấy tín hiệu tốt của thị trường sẽ mạnh dạn đầu tư vào nông nghiệp, từ đó chất lượng sản phẩm nông nghiệp sẽ ngày càng được nâng cao.

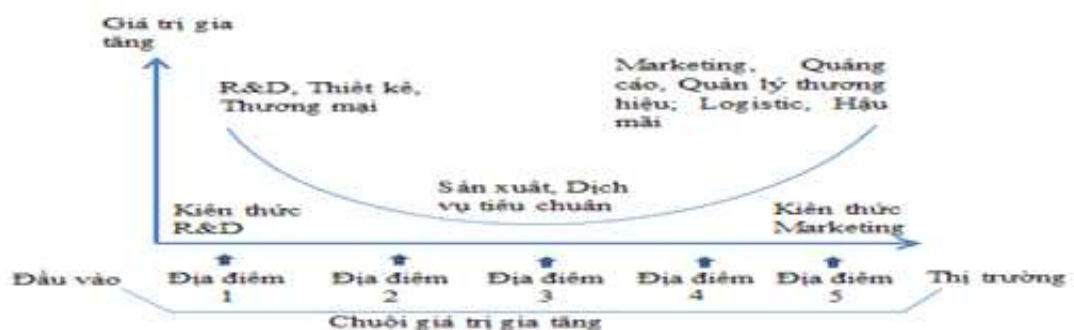
*Thứ tư*, ở khía cạnh vi mô, các doanh nghiệp phải chủ động nâng cấp hoạt động sản xuất kinh doanh, mở rộng quy mô doanh nghiệp để giảm thiểu những rủi ro trong hoạt động kinh doanh làm tăng chi phí giao dịch. Lý thuyết chi phí giao dịch của Coase (1973) đã chỉ ra rằng, “doanh nghiệp bao gồm một hệ thống các mối quan hệ, ra đời khi sự điều động các nguồn lực phụ thuộc vào một nhà doanh nghiệp” và các biến động của thị trường như nhu cầu, giá, yếu tố đầu vào... sẽ ảnh hưởng tới quy mô doanh nghiệp. Hay nói cách khác với những doanh nghiệp có quy mô lớn thì khả năng chống chịu rủi ro sẽ cao hơn, điều kiện phát triển sẽ tốt hơn. Hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ đang đứng ở tình thế “tiến thoái lưỡng nan” khi liên tiếp đối mặt những cuộc cạnh tranh khốc liệt từ bên ngoài và môi trường kinh doanh khó khăn trong nước. Trước thách thức yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, nhà nước ngày càng khắt khe và thị phần ngày

càng có tính cạnh tranh cao, doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển cần phải đổi mới mô hình sản xuất với chiến lược kinh doanh cụ thể, rõ ràng. Doanh nghiệp muốn xuất khẩu phải nghiên cứu thị trường, xây dựng cho mình thương hiệu sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường cao cấp,

tránh tình trạng xuất khẩu thô để giảm thiểu rủi ro biến động về giá, tránh tình trạng buôn bán “ăn xổi ở thì”. Tất cả những việc làm trên sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí giao dịch, từ đó làm tăng quy mô doanh nghiệp, là tiền đề quan trọng để phát triển doanh nghiệp một cách bền vững. □

## CHÚ THÍCH

(1) Chuỗi giá trị Smiling curve: do một doanh nhân người Đài Loan tên Stan Shih vẽ nên, sử dụng đường cong để thể hiện giá trị gia tăng ở các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị sản xuất. Trên đường cong, các công đoạn ở 2 mép đường cong chứa giá trị gia tăng cao nhất, rồi giá trị này giảm dần cho tới công đoạn cuối là sản xuất” (Mudambi 2008).



## TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Albaladejo. 2010. *So sánh khả năng cạnh tranh của công nghiệp Việt Nam*. Tài liệu của UNIDO đóng góp cho *Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam 2010*.
2. Bộ Công thương. 2011. *Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020*
3. Coase, R.H. 1973. "The Nature of the Firm". *Economica*. The London School of Economics and Political Science.
4. Lê Tuấn Lộc. 2014. "Xu hướng chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam". *Tạp chí Kinh tế và dự báo*. Trường Đại học Cần Thơ.
5. Ngân hàng Thế giới. 2015. *Việt Nam 2035: Hướng tới thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*.
6. Ngân hàng Thế giới. 2016. *Báo cáo phát triển Việt Nam 2016: Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam: Tăng giá trị, giảm đầu vào*. Hà Nội: Nxb. Hồng Đức.
7. Nguyễn Kế Tuấn. 2012. "Mười sự kiện kinh tế nổi bật của Việt Nam năm 2012". *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 186.
8. Vũ Thành Tự Anh. 2012. *Khảo sát đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may trên địa bàn thành phố và một số địa phương lân cận*. Báo cáo trong dự án *Thúc đẩy triển khai hiệu quả Chương trình Hội nhập kinh tế quốc tế của TPHCM và hỗ trợ các tỉnh trong vùng*.