

## VỊ THẾ THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM TRONG CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

Trần Ngọc Mai<sup>1</sup>

*Học viện Ngân hàng, Hà Nội, Việt Nam*

Ngày nhận: 11/03/2024; Ngày hoàn thành biên tập: 27/05/2024; Ngày duyệt đăng: 31/05/2024

DOI: <https://doi.org/10.38203/jiem.vi.032024.1128>

**Tóm tắt:** Bài viết này phân tích vai trò ngày càng lớn mạnh của Việt Nam trong Cộng đồng Kinh tế ASEAN bằng cách tính toán và phân tích các chỉ số thương mại như lợi thế so sánh bộc lộ, cường độ thương mại, bổ sung thương mại và tiềm năng thương mại từ năm 2003 đến 2021. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng Việt Nam có lợi thế cạnh tranh bền vững trong một số ngành hàng như ngũ cốc (mã HS 10), có lợi thế cạnh tranh giảm sút tại ngành hàng như nhiên liệu khoáng (mã HS 27) và lợi thế cạnh tranh cải thiện trong ngành hàng sắt và thép (mã HS 72, 73). Nghiên cứu làm sáng tỏ mối quan hệ thương mại của Việt Nam trong tương quan với các nước ASEAN, từ đó chỉ ra tiềm năng thương mại đầy hứa hẹn trong các ngành hàng như máy móc điện (mã HS 85). Những hạn chế trong vấn đề hợp tác giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN được làm nổi bật bằng cách đánh giá chỉ số bổ sung thương mại, tạo cơ sở để tái xây dựng các hiệp định thương mại. Bài viết đưa ra các khuyến nghị nhằm tăng cường ảnh hưởng kinh tế khu vực của Việt Nam thông qua các chiến lược xuất khẩu tập trung vào lợi thế cạnh tranh quốc gia, đa dạng hóa và tăng cường quan hệ song phương. Kết quả nghiên cứu này cung cấp nguồn tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách và các bên liên quan trong việc định hình vai trò đang phát triển của Việt Nam trong khu vực kinh tế ASEAN.

**Từ khóa:** Cộng đồng Kinh tế ASEAN, Việt Nam, Thương mại

### VIETNAM'S ROLE IN THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY: A TRADE ANALYSIS

**Abstract:** This paper analyzes Vietnam's evolving role in the ASEAN Economic Community by investigating its trade indices such as revealed comparative advantage, trade intensity, trade complementarity, and trade potential from 2003 to 2021. The study emphasizes Vietnam's sustainable competitive advantage in certain sectors like cereal (HS code 10), identifies eroding areas like mineral fuels (HS code 27) and areas with improving competitive advantage like iron and steel

<sup>1</sup> Tác giả liên hệ, Email: [maitn@hvn.edu.vn](mailto:maitn@hvn.edu.vn)

(HS code 72, 73). It also explores Vietnam's trade relationships with ASEAN countries, uncovering promising trade potential in categories like electrical machinery (HS code 85). The research highlights the limited synergy between Vietnam and ASEAN nations by assessing trade complementarity, urging for strategic reevaluation of trade agreements. Recommendations are suggested for enhancing Vietnam's regional economic influence through tailored export strategies focusing on national competitive advantage, diversification, and strengthening bilateral relations. This analysis serves as a critical resource for policymakers and stakeholders in navigating Vietnam's burgeoning role in the ASEAN economic sphere.

**Keywords:** ASEAN Economic Community, Vietnam, Trade

---

## 1. Giới thiệu

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) ra đời vào năm 2015 đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy hợp tác kinh tế giữa các quốc gia thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN). Tầm nhìn chiến lược của AEC bao gồm việc tạo ra một khu vực kinh tế liên kết và cạnh tranh với sự tự do di chuyển hàng hóa, dịch vụ, đầu tư và lao động có kỹ năng (Ishikawa, 2021). AEC tập trung vào mục tiêu tích hợp kinh tế để xây dựng một môi trường hài hòa, thúc đẩy tiến bộ, cạnh tranh và tạo điều kiện phân bổ nguồn lực chiến lược trong khu vực một cách hiệu quả, từ đó tăng cường vị thế toàn cầu của các quốc gia thành viên (Chia, 2014).

Quan hệ thương mại giữa các quốc gia ASEAN đã chứng kiến những thay đổi mạnh mẽ, chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố như quá trình tự do hóa kinh tế, các hiệp định thương mại đa phương, và các biến động địa chính trị (Tung, 2007). Việt Nam, với vị thế địa lý chiến lược, đã trở thành một thành viên quan trọng trong cấu trúc thương mại khu vực của ASEAN. Vai trò này càng được củng cố khi Việt Nam tham gia vào AEC, mở ra một cơ hội mới cho sự tăng trưởng thương mại và cải thiện kinh tế xã hội (Deprez, 2018). Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế khu vực ngày càng sâu rộng, Việt Nam đã định vị mình như một thành viên tích cực và quan trọng trong AEC. Sự tham gia này không chỉ là biểu hiện của cam kết đối với hợp tác khu vực mà còn là một phần của chiến lược tổng thể nhằm nâng cao vị thế kinh tế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Các nghiên cứu trước đây thường tập trung vào việc đánh giá tổng quan lợi ích kinh tế mà Việt Nam nhận được thông qua việc tham gia AEC, cũng như các thách thức về mặt chính sách và thực tiễn. Cụ thể, Deprez (2018) đã nêu bật cách thức Việt Nam tận dụng hội nhập thương mại quốc tế như một công cụ chiến lược để đảm bảo lợi ích quốc gia và tăng cường sức mạnh kinh tế. Mặt khác, Hong & cộng sự (2021) cũng chỉ ra những lợi ích của việc gia nhập AEC đối với phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư của Việt Nam. Bên cạnh đó, nghiên cứu này còn cho thấy những thách thức liên quan đến đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực để

đảm bảo được sự tăng trưởng bền vững. Mặc dù các nghiên cứu trước đã cung cấp những góc nhìn sâu sắc về những lợi ích và thách thức của hội nhập kinh tế khu vực nói chung và vào AEC nói riêng đối với Việt Nam, nhưng có một khoảng trống rõ rệt trong việc nghiên cứu cụ thể về lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trong các ngành hàng khác nhau và sự thay đổi của những lợi thế này qua thời gian.

Bài viết này tập trung phân tích vị thế thương mại của Việt Nam trong AEC, sử dụng các công cụ đo lường tiêu biểu trong các nghiên cứu về thương mại quốc tế và hội nhập khu vực (Balassa, 1965; Vollrath, 1991) như lợi thế so sánh bộc lộ, bổ sung thương mại, cường độ thương mại và tiềm năng thương mại. Các công cụ đo lường này cũng được nhiều nghiên cứu hiện đại sử dụng để phân tích đặc điểm thương mại của các quốc gia như Raghuramapatruni (2013), Ibrahim & Sayuti (2017), Erokhin & cộng sự (2021). Qua đó, nghiên cứu mong muốn cung cấp một cái nhìn toàn diện về vị thế của Việt Nam trong cấu trúc thương mại khu vực, cũng như nhận diện các thách thức và cơ hội để Việt Nam có thể tối ưu hóa lợi ích của mình trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực, góp phần vào việc xác định chiến lược thương mại hiệu quả cho Việt Nam, đồng thời cung cấp thông tin hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách, các doanh nghiệp và các bên liên quan khi định hình và triển khai các kế hoạch hợp tác và phát triển trong khuôn khổ AEC. Hơn nữa, kinh nghiệm và bài học từ sự hội nhập của Việt Nam vào AEC cũng cung cấp một góc nhìn quý giá cho các nền kinh tế mới nổi khác trong bối cảnh tìm kiếm các con đường tương tự để tăng trưởng và tham gia hội nhập toàn cầu.

Cấu trúc bài viết gồm 5 phần. Phần 1 giới thiệu nghiên cứu. Tiếp theo, phần 2 trình bày đặc điểm và vị thế thương mại của Việt Nam trong AEC. Phần 3 đưa ra phương pháp nghiên cứu. Phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu và thảo luận. Cuối cùng, phần 5 nêu ra hàm ý chính sách và kết luận.

## **2. Đặc điểm và vị thế thương mại của Việt Nam trong AEC**

Bảng 1 cung cấp cái nhìn chi tiết về động lực thương mại giữa Việt Nam và các nước ASEAN, minh họa rõ ràng các xu hướng chính trong xuất khẩu và nhập khẩu. Xuất khẩu của Việt Nam đến ASEAN cho thấy sự tăng trưởng đều đặn, từ 2,9 tỷ USD vào năm 2003 lên đến 33,8 tỷ USD vào năm 2022. Tuy nhiên, tỷ lệ xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN so với tổng lượng xuất khẩu đã giảm từ 14,66% xuống còn 9,14% trong cùng kỳ. Sự suy giảm này cho thấy chiến lược đa dạng hóa trong các điểm đến xuất khẩu của Việt Nam với các quốc gia ngoài khu vực ASEAN. Mặt khác, nhập khẩu từ ASEAN cũng tăng mạnh, từ khoảng 6 tỷ USD năm 2003 lên đến hơn 47 tỷ USD năm 2022, nhưng tỷ lệ nhập khẩu từ ASEAN so với tổng nhập khẩu cũng giảm, nhấn mạnh chiến lược đa dạng hóa trong nguồn nhập khẩu của Việt Nam với các quốc gia ngoài khu vực ASEAN.

Tóm lại, Việt Nam ghi nhận cán cân thương mại thâm hụt với các nước ASEAN, với giá trị thâm hụt thương mại gia tăng theo thời gian, là kết quả của tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chậm hơn so với nhập khẩu từ ASEAN (Bảng 1). Kết quả này làm nổi bật tiềm năng cho Việt Nam trong việc tăng cường và củng cố mối quan hệ thương mại với ASEAN thông qua các chiến lược mục tiêu như đa dạng hóa xuất khẩu và thúc đẩy thương mại. Những nỗ lực này có thể đóng góp vào việc đạt được một mối quan hệ thương mại cân đối và cùng có lợi giữa Việt Nam và các quốc gia thành viên trong ASEAN.

**Bảng 1. Xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN dưới dạng tỷ lệ phần trăm so với tổng xuất khẩu, 2003-2022**

*Đơn vị: tỷ USD*

Năm	Xuất khẩu Việt Nam sang ASEAN	Tổng xuất khẩu của Việt Nam	Nhập khẩu Việt Nam từ ASEAN	Tổng nhập khẩu của Việt Nam	Tỷ lệ xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN trong tổng xuất khẩu (%)	Tỷ lệ nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN trong tổng nhập khẩu (%)
2003	2,953	20,149	5,949	25,256	14,66	23,56
2004	4,046	26,485	7,769	31,969	15,28	24,30
2005	5,744	32,447	9,326	36,761	17,70	25,37
2006	6,410	39,826	12,547	44,891	16,09	27,95
2007	8,110	48,561	15,908	62,765	16,70	25,35
2008	10,338	62,685	19,568	80,714	16,49	24,24
2009	8,761	57,096	13,811	69,949	15,34	19,75
2010	10,365	72,237	16,408	84,839	14,35	19,34
2011	13,656	96,906	20,910	106,750	14,09	19,59
2012	17,427	114,529	20,820	113,780	15,22	18,30
2013	18,584	132,033	21,287	132,033	14,08	16,12
2014	19,107	150,217	22,919	147,839	12,72	15,50
2015	18,195	162,017	23,759	165,776	11,23	14,33
2016	17,449	176,581	24,086	174,978	9,88	13,77
2017	21,680	215,119	28,363	213,215	10,08	13,30
2018	24,634	243,699	31,813	236,869	10,11	13,43
2019	24,920	264,610	32,111	253,442	9,42	12,67
2020	23,129	281,441	30,451	261,309	8,22	11,65
2021	28,780	335,793	41,114	330,752	8,57	12,43
2022	33,899	370,909	47,206	358,789	9,14	13,16

*Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap*

Bảng 2 chỉ rõ sự tăng trưởng đáng kể về xuất khẩu và nhập khẩu toàn cầu của Việt Nam và khối ASEAN, thể hiện sự nâng cao vị thế trên thị trường quốc tế của Việt Nam thông qua mức tăng trưởng ổn định trong cả hai khía cạnh nhập khẩu và xuất khẩu. Đồng thời, khối ASEAN cũng cho thấy xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ trong thương mại quốc tế với việc mở rộng đáng chú ý về xuất khẩu và nhập khẩu. Những xu hướng này không chỉ khẳng định vai trò ngày càng tăng của khu vực ASEAN trong nền kinh tế toàn cầu mà còn nhấn mạnh tiềm năng cho sự phát triển và hội nhập sâu rộng hơn nữa về thương mại.

**Bảng 2. Xuất khẩu và nhập khẩu toàn cầu của Việt Nam và ASEAN  
từ năm 2003 đến 2022**

*Đơn vị: tỷ USD*

<b>Năm</b>	<b>Xuất khẩu của Việt Nam</b>	<b>Nhập khẩu của Việt Nam</b>	<b>Xuất khẩu của ASEAN</b>	<b>Nhập khẩu của ASEAN</b>
2003	20,149	25,255	468,956	399,102
2004	26,485	31,968	567,134	501,225
2005	32,447	36,761	650,705	581,128
2006	39,826	44,891	763,856	664,331
2007	48,561	62,764	855,480	755,521
2008	62,685	80,713	981,159	936,475
2009	57,096	69,948	804,977	723,518
2010	72,236	84,838	1.054,125	953,163
2011	96,905	106,749	1.249,731	1.157,474
2012	114,529	113,780	1.258,613	1.221,912
2013	132,032	132,032	1.280,594	1.256,340
2014	150,217	147,839	1.296,567	1.242,414
2015	162,016	165,775	1.158,959	1.088,693
2016	176,580	174,978	1.140,147	1.078,882
2017	215,118	213,215	1.309,448	1.257,983
2018	243,698	236,868	1.442,613	1.427,121
2019	264,610	253,442	1.421,716	1.392,380
2020	281,441	261,309	1.391,991	1.269,062
2021	335,792	330,752	1.715,828	1.622,461
2022	370,909	358,788	1.956,293	1.883,814

*Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap*

Bảng 3 thể hiện sự biến đổi trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang các nước thành viên ASEAN qua các năm. Cụ thể, dầu thô và gạo, những mặt hàng

từng là ưu thế trong xuất khẩu của Việt Nam trong quá khứ, đã được thay thế đáng kể bằng các sản phẩm công nghiệp chế biến và công nghệ cao, nổi bật là máy móc điện tử (85), sắt thép (72), nhiên liệu khoáng (27), và ngũ cốc (10). Sự phát triển này phản ánh khả năng ngày càng tăng của Việt Nam trong việc đa dạng hóa danh mục xuất khẩu của mình với các sản phẩm có giá trị gia tăng và phức tạp hơn.

**Bảng 3. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang ASEAN năm 2021**

*Đơn vị: tỷ USD*

Mã hàng hóa	Nội dung	Xuất khẩu	Tỷ trọng (%)
85	Thiết bị điện và các bộ phận	6,315	21,94
72	Sắt và thép	3,117	10,83
27	Nhiên liệu khoáng	2,107	7,32
10	Ngũ cốc	1,618	5,62
84	Thiết bị cơ khí, lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi; các bộ phận của chúng	1,489	5,18
39	Nhựa và các sản phẩm bằng chất dẻo	1,110	3,86
60	Vải dệt kim hoặc móc	1,008	3,50
	Khác		41,74

*Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap*

Bảng 4 biểu thị sự đa dạng trong xu hướng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam đối với các đối tác ASEAN. Bên cạnh việc Thái Lan tiếp tục được duy trì là một thị trường xuất khẩu lớn, Việt Nam đồng thời chú trọng đến việc thiết lập mối quan hệ thương mại đáng kể với Campuchia, Indonesia, Malaysia, Singapore và Philippines. Điều này thể hiện qua tỷ trọng trong tổng xuất khẩu của Việt Nam sang các nước này từ năm 2003 đến 2022. Cụ thể, xuất khẩu từ Việt Nam sang Campuchia và Indonesia liên tục thể hiện sự tăng trưởng, xuất khẩu sang Thái Lan liên tục ghi nhận khối lượng cao hơn so với các quốc gia khác, xuất khẩu sang Malaysia và Singapore thể hiện sự tăng trưởng ổn định, trong khi xuất khẩu sang Philippines có xu hướng tăng dần. Tuy nhiên, thương mại xuất khẩu giữa Việt Nam với Brunei vẫn hạn chế.

**Bảng 4. Xuất khẩu của Việt Nam sang các quốc gia ASEAN, 2003-2022**

Đơn vị: tỷ USD

Năm	Campuchia	Thái Lan	Lào	Indonesia	Malaysia	Myanmar	Singapore	Philippines	Brunei
2003	0,267	0,335	0,051	0,467	0,453	0,012	1,024	0,340	0
2004	0,383	0,518	0,068	0,452	0,624	0,014	1,485	0,498	0
2005	0,555	0,862	0,069	0,468	1,028	0,011	1,916	0,828	0
2006	0,780	0,897	0,094	0,957	1,216	0,016	1,658	0,782	0,003
2007	1,041	1,030	0,109	1,153	1,554	0,021	2,234	0,965	0
2008	1,531	1,288	0,160	0,751	2,030	0,032	2,713	1,824	0,004
2009	1,166	1,314	0,172	0,754	1,775	0,033	2,075	1,461	0,007
2010	1,563	1,182	0,199	1,433	2,093	0,049	2,121	1,706	0,014
2011	2,519	1,938	0,286	2,358	2,770	0,082	2,149	1,535	0,015
2012	2,929	2,832	0,432	2,357	4,500	0,117	2,367	1,871	0,016
2013	2,933	3,069	0,423	2,502	4,984	0,229	2,691	1,732	0,017
2014	2,685	3,473	0,484	2,890	3,926	0,344	2,942	2,310	0,049
2015	2,395	3,177	0,523	2,847	3,577	0,375	3,256	2,016	0,025
2016	2,199	3,690	0,477	2,617	3,341	0,461	2,419	2,219	0,020
2017	2,762	4,800	0,518	2,858	4,204	0,701	2,979	2,833	0,021
2018	3,791	5,267	0,595	3,533	4,064	0,702	3,195	3,464	0,018
2019	4,311	5,050	0,702	3,369	3,789	0,721	3,174	3,734	0,066
2020	4,221	4,904	0,569	2,823	3,387	0,633	3,009	3,563	0,016
2021	4,830	6,066	0,594	3,915	4,383	0,408	3,967	4,579	0,034
2022	5,745	7,349	0,656	4,529	5,578	0,533	4,307	5,107	0,092
Tổng	48,615	59,049	7,190	43,044	59,284	5,504	51,691	43,376	48,615

Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Để phân tích vị thế thương mại của Việt Nam trong cộng đồng kinh tế ASEAN, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích chỉ số. Cụ thể, chỉ số lợi thế so sánh bậc lộ, cường độ thương mại, tiềm năng thương mại, và bổ sung thương mại sẽ được tính toán làm cơ sở để phân tích đánh giá. Đây là các công cụ quan trọng trong lĩnh vực kinh tế quốc tế và thương mại quốc tế, giúp nhận diện và đánh giá hiệu quả thương mại, cơ hội và thách thức giữa các đối tác thương mại.

#### 3.1 Lợi thế so sánh bậc lộ

Chỉ số lợi thế so sánh bậc lộ (RCA) được sử dụng rộng rãi để ước lượng lợi thế so sánh trong thương mại song phương của các quốc gia, được đề xuất lần đầu bởi Balassa (1965), sau đó được phát triển thêm bởi các học giả khác như Donges & Riedel (1977), Vollrath (1991) và Memedovic (1994). RCA cung cấp một thước đo về sự cạnh tranh ngành dựa trên hiệu suất xuất khẩu tương đối. Balassa (1965) lập luận rằng cấu trúc tương đối của xuất khẩu liên kết với các điều kiện yếu tố đầu vào, tạo thành lợi thế so sánh. Chỉ số Balassa RCA được biểu thị như sau:

$$RCA = \frac{X_{ij} \cdot X_{in}}{X_{wj} \cdot X_{wn}}$$

trong đó,  $X_{ij}$  là xuất khẩu sản phẩm  $j$  từ quốc gia  $i$ ;  $X_{in}$  là tổng xuất khẩu của quốc gia  $i$ ;  $X_{wj}$  là tổng xuất khẩu toàn cầu của sản phẩm  $j$ ;  $X_{wn}$  là tổng xuất khẩu toàn cầu.

Giá trị RCA lớn hơn 1 có nghĩa là quốc gia đó có lợi thế so sánh trong sản phẩm hoặc ngành đó. Ngược lại, giá trị RCA nhỏ hơn 1 có nghĩa là quốc gia đó không có lợi thế so sánh trong sản phẩm hoặc ngành đó.

#### 3.2 Cường độ thương mại

Chỉ số cường độ Thương mại (TII) được giới thiệu bởi Kojima (1964) nhằm đo lường cường độ thương mại song phương giữa hai quốc gia khác nhau. Nó bao gồm chỉ số cường độ xuất khẩu (XII) và chỉ số cường độ nhập khẩu (MII), có phương trình như sau:

$$XII_i = \frac{X_{ij} \cdot X_{iw} \cdot M_{jw}}{M_w - M_{iw}}$$

$$MII_i = \frac{M_{ij} \cdot M_{iw} \cdot X_{jw}}{X_w - X_{iw}}$$

$$TII_{ij} = \frac{\left( \frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)}{\left( \frac{M_{jw}}{M_w} \right)}$$

trong đó,  $X_{ij}$  là xuất khẩu của quốc gia  $i$  sang quốc gia  $j$ ;  $M_{ij}$  là nhập khẩu của quốc gia  $i$  từ quốc gia  $j$ ;  $X_{iw}$  là tổng xuất khẩu của quốc gia  $i$  ra toàn thế giới;  $M_{iw}$  là tổng nhập khẩu của quốc gia  $i$  ra toàn thế giới;  $M_{jw}$  là tổng nhập khẩu của quốc gia  $j$  từ thế giới;  $X_{jw}$  là tổng xuất khẩu của quốc gia  $j$  ra toàn thế giới;  $M_w$  là tổng nhập khẩu của thế giới;  $X_w$  là tổng xuất khẩu của thế giới.

Chỉ số cường độ thương mại cung cấp cái nhìn sâu sắc về mối quan hệ thương mại giữa các quốc gia, giúp các nhà hoạch định chính sách, nhà kinh tế và doanh nghiệp hiểu rõ hơn về môi trường thương mại và xác định các cơ hội thị trường tiềm năng. Nếu  $TII_{ij}$  lớn hơn 1, điều này có nghĩa là quốc gia  $i$  có mức độ thương mại với quốc gia  $j$  cao hơn so với mức trung bình toàn cầu, báo hiệu một mối quan hệ thương mại mạnh mẽ giữa hai quốc gia. Nếu  $TII_{ij}$  nhỏ hơn 1, điều này cho thấy quốc gia  $i$  có mức độ thương mại với quốc gia  $j$  thấp hơn so với mức trung bình toàn cầu, có thể chỉ ra rằng có cơ hội để tăng cường thương mại giữa hai quốc gia này.  $TII_{ij}$  bằng 1, chỉ ra rằng cường độ thương mại giữa hai quốc gia tương ứng với mức dự kiến dựa trên thị phần toàn cầu của họ.

### 3.3 Chỉ số tiềm năng thương mại

Chỉ số tiềm năng thương mại (TPI), được giới thiệu bởi Mukherji (2007), là một công cụ phân tích được sử dụng để đánh giá khả năng và cơ hội thương mại chưa được khai thác giữa các quốc gia hoặc khu vực. TPI giúp xác định mức độ mà một quốc gia hoặc khu vực có thể tăng cường hoạt động thương mại của mình với một đối tác cụ thể, dựa trên các điều kiện kinh tế và thương mại hiện tại. Mục đích của TPI là làm sáng tỏ các cơ hội thương mại chưa được khám phá và so sánh điều kiện thương mại hiện tại với triển vọng thương mại tiềm năng. Thông qua việc so sánh giữa tổng nhu cầu nhập khẩu của một thị trường và giá trị xuất khẩu hiện tại từ quốc gia cung cấp, TPI giúp nhận diện các lĩnh vực và sản phẩm có khả năng tăng trưởng, từ đó, đề xuất biện pháp thúc đẩy thương mại. Ngoài ra, TPI cho phép so sánh và đánh giá mức độ tiềm năng thương mại giữa các quốc gia khác nhau, hỗ trợ các quốc gia và doanh nghiệp trong việc ưu tiên và lựa chọn chiến lược thị trường mục tiêu. Nhờ vậy, TPI trở thành công cụ không thể thiếu trong việc lập kế hoạch và triển khai các chiến lược thương mại hiệu quả trong bối cảnh toàn cầu hóa. Công thức sau sẽ được sử dụng để ước lượng tiềm năng thương mại:

$$\text{Trade potential} = \min(\text{SE}, \text{MI}) - \text{ET},$$

trong đó, SE là xuất khẩu toàn cầu của nhà cung ứng; MI là nhập khẩu toàn cầu của thị trường; ET là xuất khẩu song phương hiện tại.

### 3.4 Chỉ số bổ sung thương mại

Chỉ số bổ sung thương mại (TCI) là một chỉ số thống kê được sử dụng để đo lường mức độ phù hợp của cấu trúc xuất khẩu của một quốc gia với cấu trúc nhập khẩu của quốc gia khác. Chỉ số này giúp xác định khả năng và tiềm năng cho

thương mại song phương giữa hai quốc gia, bằng cách phản ánh mức độ mà hàng hóa xuất khẩu của một quốc gia đáp ứng nhu cầu nhập khẩu của quốc gia kia. Chỉ số bổ sung thương mại giữa quốc gia  $i$  và quốc gia  $j$  cho mặt hàng  $k$  có thể được biểu thị như sau:

$$XII_i = RCA_{xik} \cdot RCA_{mjk} \cdot \left( \frac{W_k}{W} \right),$$

$$RCA_{xik} = \frac{X_{ik} \cdot X_i}{W_i \cdot W},$$

$$RCA_{mjk} = \frac{M_{jk} \cdot M_j}{W_k \cdot W}$$

trong đó,  $RCA_{xik}$  là lợi thế so sánh của quốc gia  $i$  về mặt hàng  $k$  thông qua xuất khẩu;  $RCA_{mjk}$  là lợi thế so sánh của quốc gia  $j$  về mặt hàng  $k$  thông qua nhập khẩu;  $W$  là tổng giá trị xuất khẩu toàn cầu của tất cả sản phẩm;  $X_{ik}$  là tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng  $k$  của quốc gia  $i$ ;  $W_k$  là tổng giá trị xuất khẩu toàn cầu của mặt hàng  $k$ ;  $X_i$  là tổng giá trị xuất khẩu của quốc gia  $i$ ;  $M_{jk}$  là tổng giá trị nhập khẩu mặt hàng  $k$  của quốc gia  $j$ ;  $M_j$  là tổng giá trị nhập khẩu của quốc gia  $j$ .

Nếu  $TCI_{ij}$  lớn hơn 1, điều này chỉ ra rằng hai quốc gia có sự bổ sung thương mại trong mặt hàng  $k$ , và giá trị càng lớn thì mức độ bổ sung thương mại càng cao. Nếu  $TCI_{ij}$  nhỏ hơn 1, điều này có nghĩa là mức độ bổ sung thấp, và giá trị càng nhỏ thì mức độ bổ sung càng thấp. Chỉ số  $TCI$  được sử dụng rộng rãi bởi các nhà hoạch định chính sách, nhà kinh tế, và các doanh nghiệp để xác định và phát triển các chiến lược thương mại, cũng như để tìm hiểu và tận dụng cơ hội trong quan hệ thương mại quốc tế.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1 Lợi thế so sánh bậc lộ

Bảng 5 làm sáng tỏ lợi thế so sánh bậc lộ cho các sản phẩm chủ lực giữa Việt Nam và các nước ASEAN, tiêu biểu như Malaysia, Thái Lan, Singapore, Campuchia, Indonesia và Philippines từ năm 2003 đến năm 2021, cung cấp cái nhìn sâu sắc về định hướng và xu hướng cạnh tranh thương mại của Việt Nam trong khu vực. RCA, thể hiện tỷ lệ phần trăm xuất khẩu toàn cầu của Việt Nam cho một sản phẩm cụ thể so với tổng xuất khẩu quốc gia, được phân thành ba danh mục: (1) RCA bền vững. Đây là lĩnh vực mà Việt Nam liên tục duy trì được lợi thế so sánh qua thời gian. Ví dụ, ngũ cốc (mã sản phẩm 10) được nêu bật là một ngành có lợi thế so sánh bền vững khi so sánh với hầu hết các quốc gia ASEAN; (2) RCA suy giảm. Danh mục này bao gồm các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh giảm dần so với một quốc gia cụ thể. Ví dụ, nhiên liệu khoáng và dầu (mã sản

phẩm 27) cho thấy xu hướng giảm của RCA tại Malaysia, Thái Lan và Singapore, điều này có thể báo hiệu sự giảm lợi thế của Việt Nam trong nhóm hàng này ở khu vực; (3) RCA cải thiện. Nhóm này gồm các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh tăng lên đối với một số quốc gia. Sắt và thép (mã sản phẩm 72) cùng máy móc và thiết bị điện (mã sản phẩm 85) là hai ví dụ về sản phẩm có RCA đang cải thiện, chứng tỏ rằng Việt Nam đang tăng cường sức cạnh tranh trong các lĩnh vực này đối với nhiều quốc gia ASEAN.

**Bảng 5. Chỉ số RCA của Việt Nam cho các sản phẩm chủ lực đối với các quốc gia chọn lọc trong khối ASEAN (2003-2021)**

	RCA bền vững	RCA suy giảm	RCA cải thiện
Malaysia	10	27,40	72,85
Thái Lan	03	27	72,85
Singapore	10	27	70,85,89
Campuchia	27,31,60,72, 73	39	
Indonesia	10		39, 72, 84, 85
Philippines	09,10		25,72

*Nguồn: Tính toán và tổng hợp của tác giả*

#### 4.2 Cường độ thương mại

Phân tích về cường độ thương mại giữa Việt Nam và các nước ASEAN trong giai đoạn 2003-2021 đã chỉ ra các xu hướng đáng chú ý. Bảng 6 cung cấp thông tin về cường độ xuất khẩu, cho thấy mối quan hệ thương mại đa dạng giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN. Cụ thể, cường độ xuất khẩu của Việt Nam sang Campuchia luôn duy trì ở mức cao qua các năm, dao động từ 57,49 vào năm 2003 xuống còn 11,08 vào năm 2021. Điều này có thể được lý giải là do trong những năm gần đây, Việt Nam đã nỗ lực đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu của mình, không chỉ tập trung vào Campuchia mà còn mở rộng sang các thị trường lớn khác như Hoa Kỳ, EU, và các nước trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Sự chuyển hướng này có thể đã phần nào làm giảm tỷ trọng xuất khẩu sang Campuchia khi Việt Nam tìm kiếm cơ hội trên các thị trường lớn hơn và có lợi nhuận cao hơn. Cường độ xuất khẩu sang Lào bắt đầu từ 0 vào năm 2003 và tăng dần, đạt đỉnh ở 26,77 vào năm 2012, tuy nhiên, sau đó đã giảm xuống, với cường độ xuất khẩu là 5,57 vào năm 2021. Mặt khác, các quốc gia như Indonesia, Malaysia, Myanmar, Singapore, Philippines và Brunei nói chung có cường độ xuất khẩu thấp hơn so với Campuchia và Lào. Cường độ xuất khẩu sang các quốc gia này biến động từ 1 đến 4 qua các năm. Cường độ xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan duy trì ở mức tương đối thấp, dao động từ 1,37 đến 2,38, không có sự thay đổi đáng kể qua các năm. Brunei có cường độ xuất khẩu thấp nhất, thường dưới 1.

**Bảng 6. Cường độ xuất khẩu giữa Việt Nam và các nước ASEAN, 2003-2021**

Năm	Campuchia	Thái Lan	Lào	Indonesia	Malaysia	Myanmar	Singapore	Philippines	Brunei
2003	57,49	1,69	0,00	5,48	2,07	0,00	2,87	3,05	0,17
2004	65,86	1,94	0,00	3,44	2,10	0,00	3,03	3,83	0,25
2005	71,06	2,38	0,00	2,65	2,94	0,00	3,12	5,47	0,13
2006	80,23	2,14	0,00	4,82	2,85	0,00	2,12	4,45	0,72
2007	84,91	2,08	0,00	4,49	3,09	0,00	2,45	4,82	0,00
2008	90,28	1,86	0,00	1,51	3,40	0,00	2,19	7,86	0,45
2009	66,00	2,17	0,00	1,72	3,17	0,00	1,86	7,04	0,71
2010	67,37	1,37	23,00	2,23	2,69	2,15	1,43	6,16	1,18
2011	77,29	1,60	20,92	2,51	2,78	1,81	1,09	4,54	0,80
2012	63,08	1,84	26,77	1,98	3,69	2,41	0,99	4,60	0,76
2013	50,58	1,74	16,91	1,90	3,44	2,71	0,98	3,74	0,69
2014	34,61	1,91	13,60	2,03	2,35	2,66	0,97	4,27	1,72
2015	22,73	1,59	14,02	2,02	2,05	2,25	1,11	2,91	0,80
2016	16,09	1,70	10,48	1,74	1,78	2,65	0,77	2,33	0,68
2017	15,80	1,74	8,21	1,49	1,76	2,98	0,74	2,35	0,57
2018	17,38	1,67	8,11	1,49	1,49	2,89	0,69	2,40	0,36
2019	15,13	1,50	7,55	1,40	1,32	2,76	0,63	2,35	0,93
2020	13,56	1,46	6,09	1,24	1,11	2,19	0,57	2,43	0,19
2021	11,08	1,48	5,57	1,32	1,21	1,88	0,64	2,42	0,32

Nguồn: Tính toán từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap

**Bảng 7. Cường độ nhập khẩu giữa Việt Nam và các nước ASEAN, 2003-2021**

Năm	Campuchia	Thái Lan	Lào	Indonesia	Malaysia	Myanmar	Singapore	Philippines	Brunei
2003	13,24	4,73	0,00	2,67	2,61	0,00	5,32	1,15	0,00
2004	13,26	5,49	0,00	2,63	2,73	0,00	5,18	1,35	0,01
2005	14,91	6,06	0,00	2,29	2,49	0,00	5,46	1,43	0,00
2006	12,63	6,18	0,00	2,67	2,45	0,00	6,10	1,92	0,01
2007	12,76	5,35	0,00	2,60	2,85	0,00	5,53	1,80	0,00
2008	9,71	5,45	0,00	2,49	2,58	0,00	5,43	1,57	0,03
2009	6,58	5,22	0,00	2,34	2,81	0,00	2,76	2,29	0,00
2010	8,76	5,08	27,07	2,14	3,04	2,05	2,06	2,41	0,20
2011	10,83	4,72	40,97	1,87	2,92	1,76	2,59	2,83	2,57
2012	15,04	4,06	45,37	1,90	2,41	1,94	2,59	2,98	7,55
2013	10,72	3,90	31,75	1,84	2,54	1,53	1,92	2,38	7,52
2014	11,53	3,92	39,47	1,79	2,27	1,49	2,08	1,38	1,23
2015	10,86	3,84	19,26	1,79	2,04	0,48	1,71	1,50	0,74
2016	6,57	3,73	10,00	1,86	2,45	0,68	1,30	1,69	1,35
2017	7,46	3,69	6,14	1,76	2,22	0,75	1,16	1,49	0,75
2018	6,14	3,88	6,05	2,21	2,43	0,76	0,89	1,50	0,45
2019	4,44	3,47	6,78	2,48	2,23	0,93	0,76	1,64	1,93
2020	4,38	3,14	5,61	2,17	1,85	0,85	0,64	1,81	2,76
2021	17,68	3,09	8,49	2,17	1,79	1,67	0,62	2,13	1,68

Nguồn: Tính toán từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap

Về cường độ nhập khẩu (Bảng 7), Việt Nam có cường độ nhập khẩu tương đối cao với Campuchia và cường độ nhập khẩu vừa phải với các quốc gia khác như Thái Lan, Indonesia, Malaysia và Singapore. Cường độ nhập khẩu từ Campuchia khá cao trong những năm đầu (2003-2006), dao động từ 12,63 đến 14,91, tuy nhiên, sau đó lại giảm đáng kể trong những năm tiếp theo và duy trì dưới 10 kể từ năm 2008, đạt 4,38 vào năm 2020 và tăng lên 17,68 vào năm 2021. Điều này chỉ ra mối quan hệ nhập khẩu đầy biến động giữa Việt Nam và Campuchia. Đại dịch Covid-19 đã làm đứt gãy hoạt động thương mại quốc tế, việc nhập khẩu từ các quốc gia nằm xa khu vực địa lý với Việt Nam trở thành một thách thức. Do đó, có thể Việt Nam đã chuyển hướng nhập khẩu nhiều hơn từ các nước láng giềng, trong đó có Campuchia với lợi thế xuất khẩu một số mặt hàng thiết yếu như nông sản, may mặc và các sản phẩm chế biến. Cường độ nhập khẩu từ Thái Lan duy trì tương đối ổn định qua các năm, dao động từ 3,09 đến 6,18, với sự giảm nhẹ trong những năm gần đây (3,09 vào năm 2021). Cường độ nhập khẩu từ Lào bắt đầu từ 0% vào năm 2003 và tăng dần, đạt đỉnh ở 45,37 vào năm 2012, tuy nhiên, sau đó có xu hướng giảm nhưng vẫn duy trì ở mức vừa phải, với cường độ nhập khẩu là 8,49 vào năm 2021. Tương tự như cường độ xuất khẩu, các quốc gia như Indonesia, Malaysia, Myanmar, Singapore, Philippines và Brunei nói chung có cường độ nhập khẩu thấp hơn so với Campuchia, Thái Lan và Lào. Cường độ nhập khẩu từ các quốc gia này dao động từ khoảng 1 đến 3 qua các năm, với những biến động nhỏ. Brunei có cường độ nhập khẩu thấp nhất, thường dưới 1.

Tóm lại, phân tích cường độ thương mại cho thấy các mức độ hội nhập thương mại khác nhau giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN. Những quan sát này làm sáng tỏ các mức độ khác biệt về hội nhập thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN, từ đó góp phần vào hiểu biết sâu sắc về cấu trúc và xu hướng thương mại khu vực, đồng thời nhấn mạnh các mối quan hệ thương mại chính của Việt Nam trong ASEAN. Campuchia, Thái Lan và Lào thể hiện mức độ cường độ thương mại tương đối cao, chỉ ra dòng thương mại đáng kể giữa các quốc gia này và Việt Nam. Ngược lại, các quốc gia ASEAN khác nói chung có cường độ thương mại thấp hơn, đóng góp một phần nhỏ trong tổng thương mại của Việt Nam với ASEAN.

### ***4.3 Tiềm năng thương mại***

Bảng 8 (trình bày trong phụ lục) cung cấp một cái nhìn tổng quan về mức độ thương mại tiềm năng. Trong đó, mã HS 85 (Máy móc và thiết bị điện) và 84 (Máy móc, thiết bị cơ khí, v.v.) là những ngành hàng mà Việt Nam liên tục xuất khẩu với số lượng lớn, báo hiệu khả năng cạnh tranh mạnh mẽ và tiềm năng xuất khẩu lớn trong các ngành hàng này đến các đối tác ASEAN. Dữ liệu này cũng làm nổi bật lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trong cung cấp nguồn lao động có sự thành thạo trong tay nghề liên quan đến thiết bị máy móc và linh kiện. Nhận thức

về những ưu điểm này có thể giúp Việt Nam xây dựng các chiến lược hiệu quả để tăng cường hơn nữa năng lực sản xuất và xuất khẩu trong nhóm ngành công nghiệp quan trọng này.

Kết quả phân tích tiềm năng thương mại cũng chỉ ra một số loại sản phẩm có tiềm năng đáng kể nhưng lượng xuất khẩu hiện tại của Việt Nam còn hạn chế. Các sản phẩm thuộc mã HS 39 (Nhựa), 90 (Thiết bị quang học) và 73 (Sắt hoặc thép) chỉ ra những cơ hội trong các lĩnh vực mà Việt Nam chưa khai thác được hết. Khám phá và đầu tư vào những ngành này là chiến lược phù hợp có thể giúp Việt Nam mở rộng tầm ảnh hưởng trên thị trường, tăng cường đa dạng hóa và đảm bảo các phân khúc có giá trị gia tăng cao hơn trong thương mại quốc tế.

Singapore, với nền kinh tế tiên tiến và vị thế trung tâm trong chuỗi cung ứng toàn cầu, thể hiện nhu cầu lớn đối với các ngành hàng mã HS 85 và 84, phản ánh cơ hội mạnh mẽ cho các sản phẩm của Việt Nam. Campuchia, dù có quy mô thương mại nhỏ hơn, lại nổi bật với tiềm năng trong các ngành phương tiện và nhiên liệu khoáng (mã HS 87), mở ra cơ hội cho Việt Nam nhằm xây dựng các mối quan hệ thương mại chuyên biệt, tận dụng sự đồng điệu về địa lý và kinh tế. Indonesia và Philippines cho thấy tiềm năng thương mại đáng kể trong các ngành hàng đa dạng, nhấn mạnh triển vọng cho sự tăng trưởng thương mại thông qua phát triển chiến lược xuất khẩu, đáp ứng đặc thù và quy định cụ thể của thị trường nước sở tại. Thái Lan chỉ ra tiềm năng đáng kể trong máy móc và thiết bị điện (mã HS 85), phản ánh cơ hội tăng cường hợp tác khu vực và phối hợp chiến lược, đặc biệt trong bối cảnh chính sách công nghiệp và kết nối sản xuất khu vực.

#### **4.4 Bổ sung thương mại**

Bảng 9 cung cấp cái nhìn chi tiết về bổ sung thương mại giữa Việt Nam và các đối tác ASEAN chính như Malaysia, Thái Lan, Singapore, Campuchia, Indonesia và Philippines từ 2003 đến 2021. Kết quả cho thấy, giá trị bổ sung thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN thường xuyên ở mức thấp, không vượt qua mức 1. Điều này phản ánh sự phù hợp tương đối hạn chế trong cấu trúc thương mại giữa các bên. Bên cạnh đó, còn có sự suy giảm đáng chú ý trong chỉ số TCI ở một số mã hàng hóa, chỉ ra sự phân kỳ ngày càng tăng trong quan hệ thương mại khu vực. Tuy nhiên, ở Malaysia, Thái Lan, Singapore và Indonesia, mã 85 (Máy móc và thiết bị điện) cho thấy một xu hướng tăng. Điều đó không chỉ phản ánh sự tăng trưởng mà còn cho thấy sự tương thích và tiềm năng tăng cường hợp tác thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN nói trên, nhấn mạnh cơ hội để Việt Nam tối ưu hóa và mở rộng quan hệ thương mại trong những lĩnh vực cụ thể, đồng thời phát triển chiến lược xuất khẩu phù hợp với nhu cầu nhập khẩu của từng quốc gia đối tác.

**Bảng 9. Chỉ số bổ sung thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN, 2003-2021**

Quốc gia	HS code	2003	2007	2011	2015	2018	2021	Xu hướng
Malaysia	10	0,045	0,052	0,062	0,026	0,014	0,012	Giảm
	85	0,149	0,176	0,305	0,683	0,698	0,765	Tăng
Thailand	3	0,223	0,159	0,107	0,056	0,057	0,039	Giảm
	85	0,075	0,1	0,173	0,444	0,455	0,503	Tăng
Singapore	10	0,007	0,005	0,006	0,003	0,002	0,001	Giảm
	85	0,121	0,162	0,265	0,677	0,686	0,865	Tăng
Campuchia	27	0,2226	0,126	0,087	0,003	0,013	0,007	Giảm
	60	0,0509	0,172	0,244	0,28	0,293	0,23	Duy trì
Indonesia	10	0,2197	0,142	0,156	0,061	0,038	0,028	Giảm
	85	0,0187	0,032	0,116	0,257	0,284	0,291	Tăng
Philippines	10	0,1071	0,116	0,128	0,064	0,045	0,037	Giảm
	85	0,1479	0,19	0,156	0,589	0,615	0,637	Tăng

*Nguồn: Tác giả tính toán từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap*

## 5. Hàm ý chính sách và kết luận

Bài viết này làm sáng tỏ vai trò đang lớn mạnh của Việt Nam trong AEC, cung cấp cái nhìn đa chiều về vị thế kinh tế khu vực của Việt Nam qua việc phân tích các chỉ số thương mại từ 2003 đến 2021. Kết quả phân tích chỉ số RCA đã chỉ ra lợi thế cạnh tranh bền vững của Việt Nam trong các sản phẩm như ngũ cốc (mã HS 10), đồng thời chỉ ra các ngành hàng mà Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh như sắt và thép (mã HS 72, 73) và các ngành hàng mà sức cạnh tranh bị xói mòn như nhiên liệu khoáng (mã HS 27).

Bằng việc phân tích chi tiết chỉ số cường độ thương mại, nghiên cứu chỉ ra xu hướng biến động trong cả mối quan hệ xuất khẩu và nhập khẩu với các nước ASEAN. Cụ thể, Việt Nam có mối quan hệ xuất khẩu mạnh mẽ với Campuchia và có mối quan hệ đang phát triển với Lào. Phân tích tiềm năng thương mại đã xác định được những cơ hội đáng kể của các loại sản phẩm như máy móc và thiết bị điện (mã HS 85) và thiết bị cơ khí (mã HS 84), đồng thời cũng chỉ ra những ngành tiềm năng chưa được khai thác như nhựa (mã HS 39) và thiết bị quang học (mã HS 90), làm cơ sở để xây dựng chiến lược thúc đẩy tăng trưởng thương mại trong tương lai. Cuối cùng, đánh giá bổ sung thương mại chỉ ra sự đồng điệu hạn chế trong khả năng cung ứng hàng hóa và nhu cầu thị trường giữa Việt Nam và các nước ASEAN. Điều này nhấn mạnh sự cần thiết cho Việt Nam phải đánh giá lại các thỏa thuận thương mại hiện tại với các quốc gia ASEAN, nỗ lực tăng cường bổ sung thương mại và giải quyết sự mất cân đối hiện tại. Ngành hàng máy móc và thiết bị điện (mã HS

85) thể hiện sự tương thích và tiềm năng tăng cường hợp tác thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia ASEAN. Từ đó, Chính phủ có thể xem xét đầu tư hoặc hỗ trợ các ngành liên quan đến mã này, thúc đẩy hợp tác và đàm phán các thỏa thuận nhằm khai thác hiệu quả xu hướng hứa hẹn này. Nghiên cứu gợi ý rằng Việt Nam cần phối hợp chiến lược thương mại của mình với các xu hướng đã xác định, tập trung vào các ngành có RCA bền vững, cải thiện và tận dụng các tiềm năng thương mại.

Việc xây dựng các chiến lược xuất khẩu, tập trung vào đa dạng hóa và tăng cường các mối quan hệ đối tác hai chiều có thể thúc đẩy sức ảnh hưởng kinh tế khu vực của Việt Nam. Các nhà hoạch định chính sách và các bên liên quan nên xem xét các phát hiện này để hỗ trợ Việt Nam định hình và thúc đẩy vị thế ngày càng quan trọng của mình trong nền kinh tế nhiều biến đổi. Việc phát triển thành công các ngành hàng phù hợp sẽ củng cố vị thế của Việt Nam trong khối ASEAN và tạo bàn đạp cho sự hội nhập toàn cầu mạnh mẽ hơn. Bên cạnh đó, các nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến biến động trong cường độ thương mại và sự hợp tác khu vực, cũng như nghiên cứu về ảnh hưởng của chính sách khu vực và xu hướng toàn cầu đối với động lực thương mại của Việt Nam. Nghiên cứu chuyên sâu về các ngành cụ thể hay quan hệ song phương có thể mang lại cái nhìn chi tiết, hỗ trợ việc đưa ra khuyến nghị chính sách chính xác hơn. Điều này sẽ góp phần làm sáng tỏ cách Việt Nam có thể điều chỉnh chiến lược thương mại của mình với quá trình hội nhập ASEAN, đồng thời đối phó với những thách thức và cơ hội mà bối cảnh kinh tế toàn cầu mang lại.

#### **Tài liệu tham khảo**

- Balassa, B. (1965), "Trade liberalization and "revealed" comparative advantage 1", *The Manchester School*, Vol. 33 No. 2, pp. 99-123.
- Chia, S.Y. (2014), "The ASEAN Economic Community: Progress, challenges, and prospects", in Baldwin, R., Kawai, M. & Wignaraja, G. (Eds.), *A World Trade Organization for the 21st Century*, Edward Elgar Publishing, UK, pp. 269-315.
- Deprez, S. (2018), "The Strategic Vision behind Vietnam's International Trade Integration", *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, Vol. 37 No. 2, pp. 3-38.
- Donges, J.B. & Riedel, J. (1977), "The expansion of manufactured exports in developing countries: an empirical assessment of supply and demand issues", *Review of World Economics*, Vol. 113 No. 1, pp. 58-87.
- Erokhin, V., Tianming, G. & Ivolga, A. (2021), "Cross-country potentials and advantages in trade in fish and seafood products in the RCEP member states", *Sustainability*, Vol. 13 No. 7, 3668.
- Hong, T.T.K., Tuan, N.A., Dao, T.T.K. & Duc, N.M. (2021), "Improving economic position of Vietnam in Asean Economic Community (AEC) from the global integration perspectives", *Technium: Romanian Journal of Applied Sciences and Technology*, Vol. 3 No. 7, pp. 136-145.
- Ibrahim, K.H. & Sayuti, A.S. (2017), "Nigeria's Export Supply Versus Brazil's Import Demand: 2000-2016", *Ifè Social Sciences Review*, Vol. 25 No. 2, pp. 48-58.

- Ishikawa, K. (2021), “The ASEAN Economic Community and ASEAN economic integration”, *Journal of Contemporary East Asia Studies*, Vol. 10 No. 1, pp. 24-41.
- Kojima, K. (1964), “The pattern of international trade among advanced countries”, *Hitotsubashi Journal of Economics*, Vol. 5 No. 1, pp. 16-36.
- Memedovic, O. (1994), *On the theory and measurement of comparative advantage: an empirical analysis of Yugoslav trade in manufactures with the OECD countries 1970-1986 (No. 65)*, Thesis Publishers.
- Mukherji, I.N. (2007), “Asia-Pacific trade agreement: implications of exchange of trade preferences for member and prospective member countries”, <https://hdl.handle.net/20.500.12870/833>, ngày truy cập 25/7/2023.
- Raghuramapatruni, R. (2013), “Indo-China trade potential: an analysis of revealed comparative advantage”, *Journal of International Economics*, Vol. 4 No. 1, 4.
- Tung, N.V. (2007), “Vietnam’s membership of ASEAN: a constructivist interpretation”, *Contemporary Southeast Asia*, Vol. 29 No. 3, pp. 483-505.
- Vollrath, T.L. (1991), “A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage”, *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 127 No. 2, pp. 265-280.

## PHỤ LỤC

**Bảng 8. Tiềm năng thương mại lớn nhất giữa Việt Nam và các nước ASEAN, 2021**

(Đơn vị: tỷ USD)

Đối tác	Mã HS	Xuất khẩu của Việt Nam (SE)	Nhập khẩu của ASEAN (MI)	Việt Nam xuất khẩu sang ASEAN (ET)	Tiềm năng thương mại (TPI)
Campuchia	85	131,385	1,191	0,135	1,055
	84	24,102	1,380	0,038	1,342
	39	7,297	1,164	0,195	0,969
	87	4,028	1,967	0,079	1,888
	73	3,953	0,565	0,173	0,393
Thái Lan	85	131,385	53,073	1,794	51,279
	84	24,102	30,052	0,363	23,739
	39	7,297	10,771	0,166	7,132
	87	4,028	10,238	0,359	3,668
	73	3,953	7,342	0,115	3,837
Lào	85	131,385	0,638	0,042	0,596
	84	24,102	0,491	0,026	0,466
	39	7,297	0,189	0,025	0,164
	87	4,028	0,612	0,043	0,569
	73	3,953	0,183	0,075	0,107

<b>Đối tác</b>	<b>Mã HS</b>	<b>Xuất khẩu của Việt Nam (SE)</b>	<b>Nhập khẩu của ASEAN (MI)</b>	<b>Việt Nam xuất khẩu sang ASEAN (ET)</b>	<b>Tiềm năng thương mại (TPI)</b>
Indonesia	85	131,385	22,338	0,914	21,424
	84	24,102	25,846	0,150	23,952
	39	7,297	10,185	0,437	6,861
	87	4,028	6,702	0,114	3,913
	73	3,953	3,138	0,062	3,077
Malaysia	85	131,385	71,458	1,273	70,185
	84	24,102	21,665	0,182	21,483
	39	7,297	9,580	0,106	7,192
	87	4,028	5,922	0,075	3,953
	73	3,953	3,033	0,026	3,007
Myanmar	85	131,385	0,721	0,043	0,679
	84	24,102	1,210	0,014	1,196
	39	7,297	0,614	0,060	0,555
	87	4,028	0,558	0,020	0,538
	73	3,953	0,356	0,012	0,343
Singapore	85	131,385	137,964	1,356	130,029
	84	24,102	59,955	0,561	23,541
	39	7,297	8,309	0,026	7,272
	87	4,028	4,582	0,003	4,024
	73	3,953	3,550	0,021	3,528
Philippines	85	131,385	31,098	0,758	30,340
	84	24,102	11,768	0,155	11,612
	39	7,297	4,412	0,097	4,314
	87	4,028	7,005	0,098	3,930
	73	3,953	2,342	0,041	2,301
Brunei	85	131,385	0,214	0,001	0,214
	84	24,102	0,473	0,000	0,473
	39	7,297	0,053	0,000	0,053
	87	4,028	0,268	0,000	0,268
	73	3,953	0,135	0,000	0,135

*Nguồn: Tính toán từ cơ sở dữ liệu ITC Trademap*