

ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CẠNH TRANH VÀ BỔ SUNG GIỮA VIỆT NAM VỚI CÁC ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI CHÍNH

Lê Quốc Phương*

1. Mở đầu

Việt Nam hiện đang tích cực và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, nhất là từ khi chính thức gia nhập WTO vào đầu năm 2007. Hội nhập kinh tế và tự do hoá thương mại mở ra nhiều cơ hội cho nước ta, đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu, song cũng đặt ra những thách thức lớn. Hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam gặp phải sự cạnh tranh ngày càng mạnh của các nước xuất khẩu các mặt hàng có cùng lợi thế so sánh. Để hội nhập kinh tế quốc tế thành công, điều quan trọng là không những phải phát huy được những lợi thế so sánh của đất nước mà còn cần phải hiểu rõ lợi thế so sánh của các đối tác và đối thủ chính để có đối sách thích hợp.

Nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá mức độ bổ sung (complementarity) và cạnh tranh (competitiveness) của các đối tác thương mại chính so với nước ta. Việc đánh giá dựa trên sự đối chiếu cơ cấu lợi thế so sánh của các đối tác đó với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực và các mặt hàng nhập khẩu chính của nước ta. Trên cơ sở đó, tác giả nêu nhận định về mức độ bổ sung hoặc cạnh tranh giữa các nền kinh tế và từ đó đưa ra một số gợi ý chính sách nhằm phát triển thị trường xuất khẩu.

2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá sử dụng trong bài này được tiếp tục phát triển từ các nghiên cứu trước đây tác giả đã thực hiện (Lê Quốc Phương và các cộng sự, 1997 và Lê Quốc Phương, 2002). Phương pháp này có thể được nêu tóm tắt như sau:

Bước 1: Xác định các sản phẩm có lợi thế so sánh (thường cũng là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực) và các sản phẩm không có lợi thế so sánh (thường cũng là các sản phẩm nhập khẩu chính) của Việt Nam bằng chỉ số lợi thế so sánh biểu lộ (RCA-Revealed comparative advantage).

Bước 2: Đối chiếu lợi thế so sánh của các đối tác thương mại chính của nước ta đối với cả 2 nhóm sản phẩm đó.

Bước 3: Trên cơ sở đó đánh giá mức độ bổ sung hoặc cạnh tranh giữa các nền kinh tế đó với nước ta.

Dưới đây sẽ trình bày cụ thể về phương pháp đánh giá đó.

2.1. Chỉ số lợi thế so sánh biểu lộ RCA

Nhằm phân tích mức độ bổ sung và cạnh tranh giữa các nền kinh tế, tác giả sử dụng chỉ số RCA để đánh giá. Chỉ số RCA do Balassa (1965) đề xuất để đánh giá lợi thế so sánh theo số liệu xuất khẩu. Lập luận của ông dựa trên lý thuyết lợi thế so sánh là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của một nước thường là các sản phẩm nước đó có lợi thế so sánh. Nói cách khác, cơ cấu lợi thế so sánh của một nước được biểu lộ qua cơ cấu xuất khẩu. Chỉ số RCA được tính như sau:

$$RCA_{Xik} = \frac{(X_{ik} / X_i)}{(X_{wk} / X_w)}$$

* Lê Quốc Phương, Tiến sỹ Kinh tế, Phó Trưởng Ban Phân tích và Dự báo Kinh tế Vĩ mô, Trung tâm Thông tin và Dự báo Kinh tế - Xã hội Quốc gia.

Trong đó RCA_{Xik} = chỉ số lợi thế so sánh biểu lộ trong xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k ; X_{ik} = kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k của nước i ; X_i = tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i ; X_{wk} = kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k toàn cầu; X_w = tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

$RCA_{Xik} > 1$ thể hiện nước i có lợi thế so sánh đối với sản phẩm k , vì xuất khẩu sản phẩm này với cường độ trên mức trung bình thế giới. Còn $RCA_{Xik} < 1$ cho thấy nước này không có lợi thế so sánh đối với sản phẩm k , vì xuất khẩu sản phẩm này dưới mức trung bình thế giới.

2.2. Nguồn số liệu

Chỉ số RCA trong bài này được tính toán từ số liệu thống kê thương mại quốc tế phân theo hàng hoá theo Tiêu chuẩn phân loại thương mại quốc tế SITC (Standard International Trade Classification). Đây là tiêu chuẩn phân loại do Cơ quan Thống kê Liên Hiệp quốc (United Nations Statistical Office - UNSO) xây dựng và sử dụng.

Số liệu thống kê hàng hoá xuất nhập khẩu theo tiêu chuẩn phân loại SITC năm 2005 sử dụng trong bài là số liệu cập nhật nhất đối với Việt Nam tại thời điểm nghiên cứu này được thực hiện (2007-2008). Song các phân tích và nhận định dựa trên số liệu đó hiện vẫn giữ nguyên giá trị, do bởi cơ cấu lợi thế so sánh của các nền kinh tế thường không thể thay đổi quá nhanh trong một vài năm. Đối với các nước công nghiệp phát triển, cơ cấu lợi thế so sánh hầu như đã ổn định và ít thay đổi. Ngay cả với Việt Nam, một nền kinh tế đang phát triển nhanh và có nhiều biến đổi, thì như đã được nêu trong một bài viết gần đây của tác giả (Lê Quốc Phương, 2008), từ 1997 đến nay cơ cấu lợi thế so sánh tuy vẫn tiếp tục thay đổi, song tốc độ thay đổi diễn ra khá chậm. Về cơ bản, cơ cấu lợi thế so sánh năm 2005 không có khác biệt lớn so với năm 1996.

2.3 Đánh giá mức độ cạnh tranh/bổ sung giữa các nền kinh tế bằng chỉ số RCA

a) Đánh giá mức độ cạnh tranh

Để đánh giá mức độ cạnh tranh giữa 2 nền kinh tế, nghiên cứu sẽ dựa trên việc xem

xét lợi thế so sánh của các nền kinh tế đó đối với các sản phẩm xuất khẩu theo cách sau:

- Tính cạnh tranh đối với các sản phẩm cụ thể. Nếu 2 nước đều có lợi thế so sánh (tức $RCA > 1$) đối với cùng một sản phẩm thì điều đó có nghĩa là họ cạnh tranh nhau trên thị trường thế giới để cùng xuất khẩu sản phẩm đó.

- Mức độ cạnh tranh tổng thể giữa 2 nền kinh tế. Nếu 2 nước có nhiều sản phẩm mang tính cạnh tranh, đồng thời có ít sản phẩm mang tính bổ sung thì điều đó có nghĩa là mức độ cạnh tranh giữa 2 nước trên thị trường thế giới là cao. Nói cách khác, nếu 2 nước có cơ cấu lợi thế so sánh gần tương tự nhau thì 2 nước đó có mức độ cạnh tranh với nhau cao.

b) Đánh giá mức độ bổ sung

- Tính bổ sung đối với từng sản phẩm cụ thể. Nếu 1 nước có lợi thế so sánh ($RCA > 1$) đối với một sản phẩm trong khi nước kia không có lợi thế so sánh ($RCA < 1$) thì 2 nước đó có tính bổ sung cho nhau đối với sản phẩm đó. Thông thường, nước có lợi thế so sánh xuất khẩu sản phẩm đó, còn nước không có lợi thế so sánh thì nhập khẩu.

Cách đánh giá này có thể được vận dụng một cách thực tế hơn là, nếu một nước có lợi thế so sánh đối với một sản phẩm nhập khẩu lớn của nước kia, thì 2 nước đó có tính bổ sung cho nhau đối với sản phẩm đó (bởi vì nước nhập khẩu lớn một sản phẩm thường là không có lợi thế so sánh đối với sản phẩm đó).

- Mức độ bổ sung tổng thể giữa 2 nước. Hai nước có nhiều sản phẩm mang tính bổ sung và ít sản phẩm mang tính cạnh tranh (nghĩa là về tổng thể có cơ cấu lợi thế so sánh rất khác biệt nhau), thì mức độ bổ sung nhau của 2 nước là cao.

3. Đánh giá mức độ bổ sung hoặc cạnh tranh của các đối tác thương mại so với nước ta

3.1. Các đối tác thương mại chính của Việt Nam

Nước ta hiện có quan hệ thương mại với gần 200 nước trên thế giới. Tuy nhiên, trong số đó, 15 đối tác thương mại chính đã chiếm trên 80% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam (Bảng 1).

Bảng 1. Các đối tác thương mại chính của Việt Nam (2005)

Thứ tự	Nước	Tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam (%)
1	Trung Quốc	13,35
2	Nhật Bản	12,31
3	Mỹ	9,93
4	Xinh-ga-po	9,36
5	Đài Loan	7,66
6	Hàn Quốc	6,23
7	Thái Lan	4,73
8	Ốt-xtrây-lia	4,71
9	Ma-lai-xi-a	3,34
10	Đức	2,56
11	Hồng Kông (Trung Quốc)	2,32
12	Anh	1,75
13	In-đô-nê-xi-a	1,71
14	Pháp	1,61
15	Phi-líp-pin	1,52
	Tổng số	83,09

Nguồn: Tính toán từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc.

Do vậy, để tránh sự phức tạp không cần thiết, nghiên cứu này không đi vào xem xét lợi thế so sánh của tất cả các đối tác thương mại của Việt Nam. Thay vào đó, nghiên cứu tập trung phân tích lợi thế so sánh của các đối tác thương mại chính của nước ta¹.

Thông qua việc đánh giá lợi thế so sánh của các đối tác thương mại chính đối với các sản phẩm xuất khẩu và nhập khẩu chính của Việt Nam, ta có thể đánh giá được mức độ bổ sung hoặc cạnh tranh của mỗi nền kinh tế đó so với nước ta.

3.2 Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực và các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam

Do trọng tâm nghiên cứu này là Việt Nam nên tác giả cũng không đi sâu vào phân tích toàn bộ cơ cấu lợi thế so sánh của 15 đối tác thương mại chính của Việt Nam theo 265 nhóm sản phẩm ở mức SITC 3 chữ số. Thay vào đó, nghiên cứu tập trung phân tích lợi thế so sánh của các nền kinh tế đó đối với 2 nhóm sản phẩm là (1) các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam; (2) các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam

Bảng 2 cho thấy 17 sản phẩm xuất khẩu chủ lực có lợi thế so sánh của Việt Nam năm 2005. Đó chủ yếu là các sản phẩm nông-lâm-thủy sản, khoáng sản, hàng chế tác bậc thấp (may mặc, giày dép) và một số hàng chế tác bậc cao (thiết bị điện, điện tử).

Bảng 3 nêu 16 sản phẩm nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam (các sản phẩm có tỷ trọng từ 1% trong kim ngạch nhập khẩu trở lên). Đây chủ yếu là nguyên nhiên vật liệu (xăng dầu, phân bón hoá học, thức ăn gia súc, da, các loại sợi, sắt thép) và máy móc thiết bị phục vụ cho sản xuất trong nước.

3.3. Mức độ cạnh tranh đối với các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

Để đánh giá mức độ cạnh tranh của các đối tác thương mại đối với nước ta về xuất khẩu trên thị trường thế giới, tác giả xem xét lợi thế so sánh của các đối tác đối với các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Một nước được xem là đối thủ cạnh tranh tiềm năng của nước ta nếu nước đó có lợi thế so sánh đối với một hay nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực (thường là có lợi thế so sánh) của Việt Nam.

Kết quả tính toán chỉ số RCA ở mức SITC 3 chữ số của các đối tác thương mại chính của Việt Nam năm 2005 đối với 17 sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam được nêu tại Bảng 2. Điều cần lưu ý là do các sản phẩm này chiếm tới trên 3/4 kim ngạch xuất khẩu của nước ta, nên việc đánh giá mức độ cạnh tranh giữa Việt Nam với các nước đó qua các sản phẩm này mang tính đại diện cao.

Đối chiếu cơ cấu lợi thế so sánh của các đối tác đối với các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, có thể thấy rằng các đối tác thương mại chính của Việt Nam có thể chia thành 2 nhóm chính là (1) nhóm các nền kinh tế không có hoặc có rất ít sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta; (2) nhóm các nền kinh tế có nhiều sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta.

a) Nhóm các nền kinh tế không có hoặc có rất ít sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta, gồm Xinh-ga-po, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU-15, Mỹ, Ôt-xtrây-li-a và Nga. Đó

hầu hết là các nước công nghiệp phát triển hoặc công nghiệp mới (NIEs). Trong số đó:

- Xinh-ga-po, Nhật Bản và Hàn Quốc không có sản phẩm nào trùng lợi thế so sánh với nước ta;

- EU-15 có 1/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta là vali/hòm;

- Mỹ, Ôt-xtrây-li-a và Nga mỗi nước có 2/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là gạo, hoa quả đối với Mỹ; tôm cua, than đối với Ôt-xtrây-li-a; than, dầu thô đối với Nga.

b) Nhóm các nền kinh tế có nhiều sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta, gồm In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Phi-líp-pin, Ma-lai-xi-a, Trung Quốc và Hồng Kông. Đó hầu hết là các nước đang phát triển (trừ Hồng Kông là nền kinh tế công nghiệp mới). Trong số đó:

- In-đô-nê-xi-a có 13/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là cá, tôm cua, gạo, cà phê, cao su tự nhiên, than, dầu thô, nội thất, quần áo nam đan, quần áo nữ đan, quần áo nam dệt, quần áo nữ dệt, các loại quần áo khác, giày dép;

- Thái Lan có 8/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là cá, tôm cua, gạo, cao su tự nhiên, quần áo nam đan, quần áo nữ đan, các loại quần áo khác, giày dép;

- Phi-líp-pin có 8/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là tôm cua, hoa quả, thiết bị phân phối điện, quần áo nam đan, quần áo nữ đan, quần áo nam dệt, quần áo nữ dệt, các loại quần áo khác;

- Ma-lai-xi-a có 4/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là tôm cua, cao su tự nhiên, dầu thô, nội thất;

- Trung Quốc có 8/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là nội thất, vali/hòm, quần áo nam đan, quần áo nữ đan, quần áo nam dệt, quần áo nữ dệt, các loại quần áo khác, giày dép;

- Hồng Kông (Trung Quốc) có 7/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta. Đó là cá, tôm cua, gạo, cao su tự nhiên, quần áo nam, quần áo nữ, các loại quần áo khác, giày dép.

Bảng 2. Tính cạnh tranh của các đối tác đối với các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam (mức SITC 3 chữ số)

Mã SI TC	Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực có lợi thế so sánh của Việt Nam 2005	%	RCA năm 2005											Đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam				
			Việt Nam	Xinh-ga-po	Ma-lai-xi-a	Thái Lan	In-đô-nê-xi-a	Phi-líp-pin	Trung Quốc	Hồng Kông	Hàn Quốc	Nhật Bản	Ôt-xtrây-li-a					
034	Cá	2,0	5,6	0,3	0,2	1,2	1,5	0,5	1,0	0,1	0,6	0,3	0,6	0,9	0,4	0,5	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a	
036	Tôm cua	5,4	27,1	0,2	1,5	6,4	5,8	1,9	0,7	0,1	0,4	0,2	3,0	0,5	0,2	0,1	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Ma-lai-xi-a, Phi-líp-pin	
042	Gạo	4,3	41,6	0,1	0,0	20,2	0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3	1,4	0,1	0,0	Thái Lan, Mỹ	
057	Hoa quả hạt tươi	1,9	3,9	0,1	0,1	0,5	0,5	2,9	0,2	0,2	0,1	0,0	0,9	1,4	0,3	0,0	Phi-líp-pin, Mỹ	
071	Cà phê	2,3	14,5	0,5	0,3	0,3	3,9	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3	0,6	0,0	In-đô-nê-xi-a	
231	Cao su tự nhiên	2,2	21,2	0,9	10,5	32,4	29,1	0,9	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	Ma-lai-xi-a, Thái Lan, In-đô-nê-xi-a	
321	Than	1,3	4,2	0,0	0,0	0,0	10,3	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	31,7	0,7	0,0	3,1	Ôt-xtrây-li-a, Nga	
333	Dầu thô, nhựa đường	22,7	3,8	0,0	1,2	0,2	1,6	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,1	5,5	Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Nga	
773	Thiết bị phân phối điện	1,6	2,5	0,4	0,6	1,0	1,0	3,1	1,1	1,0	0,9	0,7	0,2	1,0	0,7	0,1	Phi-líp-pin	
821	Nội thất	4,3	4,2	0,1	1,4	1,1	2,1	0,7	2,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,6	0,9	0,1	Ma-lai-xi-a, Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Trung Quốc	
831	Vali, túi du lịch	1,0	4,9	0,4	0,1	1,0	0,4	0,9	4,8	8,2	0,2	0,0	0,1	0,3	1,6	0,0	Trung Quốc, Hồng Kông, EU	
841	Quần áo nam dệt	4,1	8,2	0,1	0,3	1,0	3,0	2,0	3,2	2,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,5	0,0	In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Trung Quốc, Hồng Kông	
842	Quần áo nữ dệt	3,7	6,0	0,1	0,2	0,9	2,6	3,0	3,4	3,9	0,2	0,0	0,0	0,1	0,5	0,0	In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Trung Quốc, Hồng Kông	
843	Quần áo nam đan/móc	1,3	9,5	0,5	0,8	3,4	3,7	3,7	3,8	2,4	0,3	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Trung Quốc, Hồng Kông	
844	Quần áo nữ đan/móc	2,1	7,8	0,5	0,6	1,3	2,3	3,0	3,5	4,4	0,3	0,0	0,1	0,2	0,3	0,0	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Trung Quốc, Hồng Kông	
845	Các loại quần áo khác	2,9	3,4	0,4	0,3	1,5	1,7	1,6	3,7	4,3	0,2	0,0	0,1	0,2	0,6	0,0	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Phi-líp-pin, Trung Quốc, Hồng Kông	
851	Giày dép	9,5	15,0	0,1	0,1	1,3	2,6	0,1	3,9	3,3	0,3	0,0	0,0	0,1	0,8	0,0	Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Trung Quốc, Hồng Kông	
	Số sản phẩm có tính cạnh tranh với xuất khẩu của Việt Nam	76%	-	0	3	8	13	4	8	7	0	0	2	2	1	2		

Nguồn: Tính toán từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên Hiệp quốc.

Bảng 3. Mức độ bổ sung của các đối tác thương mại đối với nhập khẩu của Việt Nam
(đánh giá qua chỉ số RCA năm 2005 ở mức SITC 3 chữ số)

Mã SI TC	Sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam		RCA của các đối tác chính														
	Nhóm sản phẩm	%Nhập Khẩu	Xinh-ga-po	Ma-lai-xi-a	Thái Lan	In-đô-nê-xi-a	Phi-líp-pin	Trung Quốc	Hồng Kông	Hàn Quốc	Nhật Bản	Ôt-xtrây-li-a	Mỹ	Châu Âu	Nga		
081	Thức ăn gia súc Xăng nặng/dầu nhựa đường Phân hoá học Polime etylen sơ cấp Nhựa dạng sơ cấp Da Giấy Sợi dệt Sợi bông Sợi dệt tay Sợi dệt đặc biệt Sắt thép sơ cấp Sắt cuộn cán Nhôm Máy móc dệt, làm da Máy móc công nghiệp đặc biệt	1,6	0,1	0,3	1,4	0,5	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	1,7	1,4	0,5	0,1		
334		13,7	3,2	0,8	0,7	0,6	0,4	0,2	0,1	1,5	0,2	0,6	0,5	0,8	3,9		
562		1,8	0,0	0,7	0,2	0,8	0,9	0,5	0,0	0,3	0,1	0,5	0,0	0,5	6,4		
571		1,4	1,6	1,1	2,0	0,1	0,0	0,0	0,6	2,0	0,3	0,1	1,2	0,6	0,2		
575	Nhựa dạng sơ cấp Da Giấy Sợi dệt Sợi bông Sợi dệt tay Sợi dệt đặc biệt Sắt thép sơ cấp Sắt cuộn cán Nhôm Máy móc dệt, làm da Máy móc công nghiệp đặc biệt	1,7	1,1	0,5	1,3	0,1	0,1	0,2	1,0	1,3	1,1	0,2	1,6	1,0	0,1		
611		1,9	0,2	0,1	1,6	0,6	0,0	1,1	5,1	1,6	0,1	1,5	0,6	1,4	0,3		
641		1,2	0,2	0,1	0,5	2,2	0,2	0,2	0,3	0,6	0,3	0,5	0,4	0,9	1,2	0,5	
651		1,1	0,2	1,2	1,9	4,8	0,3	1,7	3,0	1,3	0,5	0,1	0,6	1,1	0,2	0,5	
652	Sợi bông Sợi dệt tay Sợi dệt đặc biệt Sắt thép sơ cấp Sắt cuộn cán Nhôm Máy móc dệt, làm da Máy móc công nghiệp đặc biệt	1,1	0,1	0,3	1,1	1,8	0,4	3,3	4,2	0,9	0,7	0,1	0,5	1,1	0,2		
653		3,6	0,2	0,6	1,5	3,0	0,2	3,3	1,5	2,6	0,9	0,1	0,5	0,8	0,0		
657		1,4	0,2	0,3	1,2	0,8	0,4	1,1	0,9	2,1	0,8	0,3	1,1	1,0	0,1		
672		2,3	0,1	0,4	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,1	1,1	0,0	0,1	0,4	6,7		
673	Sắt cuộn cán Nhôm Máy móc dệt, làm da Máy móc công nghiệp đặc biệt	3,8	0,2	0,3	0,9	0,6	0,0	0,7	0,4	2,2	1,9	0,3	0,4	0,5	2,8		
684		1,0	0,2	0,4	0,2	0,7	0,0	0,7	0,3	0,6	0,3	4,0	0,6	0,6	3,0		
724		1,5	1,1	0,2	0,4	0,1	0,1	1,0	1,2	2,0	1,9	0,1	0,6	2,4	0,0		
728		1,7	0,7	0,5	0,2	0,1	0,2	0,3	0,5	1,1	2,9	0,5	1,3	1,9	0,1		
	Số sản phẩm có tính bổ sung đối với nhập khẩu của Việt Nam		4	2	8	4	0	6	5	9	5	3	5	5	5		

Nguồn: Tính toán từ số liệu thương mại quốc tế của Cơ quan Thống kê Liên Hiệp quốc.

Điều đáng lưu ý là các nước In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Phi-líp-pin không chỉ có nhiều nhóm sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta, mà các nhóm sản phẩm này còn nằm ở nhiều cụm sản phẩm mà Việt Nam có thế mạnh, như nguyên liệu thô/tài nguyên (Cụm 0, 2, 3) và hàng chế tác hỗn hợp (Cụm 8). Trong khi đó, Trung Quốc và Hồng Kông tuy có khá nhiều nhóm sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta, song các nhóm này đều nằm gọn trong 1 cụm sản phẩm là hàng chế tác hỗn hợp (Cụm 8).

3.4. Mức độ bổ sung đối với các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam

Để đánh giá mức độ bổ sung của các đối tác thương mại đối với nhu cầu nhập khẩu của nước ta, tác giả xem xét lợi thế so sánh của các đối tác xét theo các sản phẩm nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam. Một nước được xem là nguồn nhập khẩu tiềm năng của nước ta nếu nước đó có lợi thế so sánh đối với một hay nhiều mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam (cũng thường là mặt hàng nước ta không có lợi thế so sánh).

Kết quả tính toán chỉ số RCA ở mức SITC 3 chữ số của các đối tác thương mại chính xét trên các sản phẩm nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam năm 2005 nêu tại Bảng 3. Dựa trên kết quả đó, có thể phân các đối tác thương mại chính của Việt Nam thành 2 nhóm lớn như sau.

a) Nhóm các nước có nhiều sản phẩm lợi thế so sánh đối với nhu cầu nhập khẩu của nước ta là Hàn Quốc (9/16), Thái Lan (8/16), Trung Quốc (6/16), Mỹ, Nhật Bản, EU-15, Nga, Hồng Kông (đều 5/16), Xinh-ga-po, In-đô-nê-xi-a (đều 4/16). Như vậy, xét về nhu cầu nhập khẩu của nước ta, chủ yếu là nguyên vật liệu và máy móc thiết bị phục vụ sản xuất, các nước này có tính bổ sung tương đối cao đối với nước ta.

b) Nhóm các nước có ít sản phẩm lợi thế so sánh đối với nhu cầu nhập khẩu của nước ta là ốt-xtrây-li-a (3/16), Ma-lai-xi-a (2/16), Phi-líp-pin (0/16). Như vậy, xét về nhu cầu nhập khẩu của Việt Nam, các nước này có tính bổ sung tương đối thấp đối với nước ta.

3.5. Đánh giá tổng hợp mức độ bổ sung và cạnh tranh

Kết hợp 2 đánh giá riêng biệt ở trên (về mức độ cạnh tranh đối với các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam, và mức độ bổ sung đối với các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam), có thể đưa ra đánh giá tổng hợp mức độ bổ sung và cạnh tranh của các đối tác thương mại chính so với nước ta và phân loại các đối tác đó thành 2 nhóm như sau.

a) Các nền kinh tế có mức độ bổ sung cao với Việt Nam gồm có Nhật Bản, Hàn Quốc, Xinh-ga-po, EU-15, Mỹ, ốt-xtrây-li-a, Nga.

Đặc điểm chung của các nền kinh tế trong nhóm này là có nhiều sản phẩm mang tính bổ sung đối với nhu cầu nhập khẩu của Việt Nam, đồng thời có rất ít sản phẩm cạnh tranh với hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta. Đó là vì hầu hết các nước trong nhóm này đều hoặc là các nước công nghiệp phát triển (Nhật Bản, EU-15, Mỹ, ốt-xtrây-li-a) hoặc các nền kinh tế công nghiệp mới (Hàn Quốc, Xinh-ga-po). Cơ cấu lợi thế so sánh của các nền kinh tế này tập trung nhiều vào các ngành công nghiệp có hàm lượng cao về vốn và công nghệ (Cụm 5, 6, 7). Trong khi đó, cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam hiện nay đang tập trung chủ yếu trong lĩnh vực nguyên liệu thô/tài nguyên (Cụm 0, 2, 3) và hàng chế tác hỗn hợp (Cụm 8). Do sự khác biệt lớn trong cơ cấu lợi thế so sánh như vậy, nên mức độ bổ sung giữa nước ta với các nền kinh tế này là rất cao.

Trong nhóm này, Hàn Quốc, Nhật Bản và Xinh-ga-po thể hiện mức độ bổ sung rất cao đối với Việt Nam xét cả về mặt xuất khẩu và nhập khẩu. Về mặt xuất khẩu, các nước này không có nhóm sản phẩm nào cạnh tranh với 17 nhóm sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước ta. Về mặt nhập khẩu, 3 nước này có nhiều nhóm sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta (lần lượt là 9/16, 4/16 và 3/16). Riêng Xinh-ga-po tuy chỉ có 3/16 sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta, song trong số đó có mặt hàng có tỷ trọng rất lớn trong nhập khẩu của nước ta

là xăng dầu (chiếm 13,7% tổng kim ngạch nhập khẩu Việt Nam năm 2005).

EU-15 chỉ có 1 nhóm sản phẩm cạnh tranh xuất khẩu với nước ta là vali/hòm, mà nhóm này lại chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong kim ngạch xuất khẩu của nước ta (1%). Trong khi đó, EU-15 có 5/16 sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta. Như vậy, mức độ cạnh tranh giữa Việt Nam và EU-15 là rất thấp và mức độ bổ sung là khá cao.

Mỹ, Nga và Ốt-xtrây-li-a cũng được xem là có mức độ bổ sung tương đối cao đối với Việt Nam. Mỗi nước chỉ có 2 sản phẩm cạnh tranh với các sản phẩm xuất khẩu chính của nước ta, trong khi có tương đối nhiều nhóm sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta (lần lượt là 5/16, 5/16 và 3/16).

b) Các nền kinh tế mang cả tính cạnh tranh và bổ sung với nước ta, gồm có In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Trung Quốc và Hồng Kông.

Các nền kinh tế này, hầu hết là các nước đang phát triển (trừ Hồng Kông) có nhiều sản phẩm trùng lợi thế so sánh với các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước ta, đồng thời có nhiều sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của Việt Nam

Hai nước trong khối ASEAN là In-đô-nê-xi-a và Thái Lan có khá nhiều sản phẩm trùng lợi thế so sánh với các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước ta (tương ứng là 13/17 và 8/17). Do vậy, mức độ cạnh tranh của các nước này với Việt Nam là khá cao. Điều đáng lưu ý là các nhóm sản phẩm này lại nằm đúng ở các khu vực mà Việt Nam có thế mạnh là nguyên liệu thô/tài nguyên (Cụm 0, 2, 3) và hàng chế tác hỗn hợp (Cụm 8). Điều này phản ánh thực tế là cơ cấu lợi thế so sánh của 2 nước này về tổng thể cũng gần tương tự như nước ta, tức là dựa chủ yếu trên tài nguyên và nguyên liệu thô và các ngành công nghiệp gia công sử dụng nhiều lao động (như quần áo, giày dép).

Xét cụ thể từng nước, Thái Lan cùng lợi thế so sánh (tức cạnh tranh) với Việt Nam trong 13/17 mặt hàng xuất khẩu hàng đầu

của nước ta, trong đó có cá, tôm cua, gạo, nội thất, quần áo, giày dép. Do đó, mức độ cạnh tranh xuất khẩu giữa Thái Lan và Việt Nam trên thị trường thế giới là khá cao. Mặt khác, Thái Lan cũng có tới 8/16 sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta. Như vậy, Thái Lan và Việt Nam vừa mang tính bổ sung vừa mang tính cạnh tranh nhau.

Tương tự, In-đô-nê-xi-a và Việt Nam cạnh tranh nhau để xuất khẩu các sản phẩm mà cả 2 nước cùng có lợi thế so sánh là dầu thô, cà phê, than, cao su tự nhiên và giày dép. Song In-đô-nê-xi-a cũng có 4/16 sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu của nước ta. Do vậy, In-đô-nê-xi-a và Việt Nam vừa mang tính bổ sung vừa mang tính cạnh tranh nhau

Ma-lai-xi-a có 4/17 nhóm sản phẩm trùng lợi thế so sánh với nước ta, trong đó 3 nhóm thuộc nguyên liệu thô/tài nguyên (tôm cua, cao su tự nhiên, dầu thô) và 1 nhóm thuộc cụm hàng chế tác hỗn hợp (nội thất). Như vậy, Ma-lai-xi-a mang tính cạnh tranh với Việt Nam trong một số lĩnh vực. Đối với cầu nhập khẩu của Việt Nam, Ma-lai-xi-a có 2/16 sản phẩm có tính bổ sung đối với các sản phẩm nhập khẩu lớn của nước ta.

Trong các nước ASEAN có nhiều quan hệ buôn bán với Việt Nam, Phi-líp-pin là một trường hợp khá đặc biệt. Nước này có 8/17 sản phẩm trùng lợi thế so sánh với các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước ta, tức là cạnh tranh khá mạnh với nước ta trên thị trường xuất khẩu thế giới, đồng thời hầu như không có sản phẩm có tính bổ sung cho nhu cầu nhập khẩu chính của nước ta. Như vậy, Phi-líp-pin thể hiện tính cạnh tranh rất cao với Việt Nam. Nguyên nhân chính là Phi-líp-pin được xem là có trình độ phát triển tương đối thấp trong các nước ASEAN, do đó có cơ cấu lợi thế so sánh gần tương tự nước ta.

Trung Quốc và Hồng Kông tuy có tương đối nhiều nhóm sản phẩm trùng lợi thế so sánh với các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước ta (tương ứng là 8/17 và 7/17), song các sản phẩm đều đó đều nằm gọn trong

Cụm 8 (sản phẩm hàng chế tác hỗn hợp), cụ thể là quần áo, giày dép. Trong khi đó, 2 nền kinh tế này không có nhóm sản phẩm nào trùng lợi thế so sánh với nước ta trong các cụm sản phẩm nguyên liệu thô/tài nguyên (Cụm 0, 2, 3), là các cụm hiện Việt Nam đang có thế mạnh. Như vậy, Trung Quốc và Hồng Kông cạnh tranh với nước ta trong lĩnh vực hàng chế tác hỗn hợp (chủ yếu là quần áo, giày dép), song lại có tính bổ sung cao đối với nước ta trong lĩnh vực nguyên liệu thô/tài nguyên.

4. Kết luận và gợi ý chính sách

4.1 Kết luận

Các kết luận chính rút ra từ phân tích và đánh giá ở trên là:

- Quan hệ thương mại của nước ta với thế giới tuy đa dạng, song tập trung chủ yếu vào một số đối tác thương mại chính.

Tuy nước ta hiện có quan hệ thương mại với gần 200 nước trên thế giới, song trong số đó, 15 đối tác thương mại chính đã chiếm trên 80% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Các đối tác thương mại chính của nước ta là chủ yếu là các nước trong khối APEC (trong đó có Mỹ, Nhật Bản, Ôt-xtrây-li-a, Trung Quốc, Nga, các nền kinh tế công nghiệp mới như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Xinh-ga-po, một số nước ASEAN) và khối EU-15.

- Xét về mức độ bổ sung hoặc cạnh tranh với nước ta, các đối tác thương mại chính của nước ta có thể phân thành 2 nhóm chính là:

- + Nhóm các nền kinh tế có mức độ bổ sung cao với Việt Nam, gồm các nước công nghiệp phát triển (Nhật Bản, EU-15, Mỹ, Ôt-xtrây-li-a), một số nước công nghiệp mới (Hàn Quốc, Xinh-ga-po) và Nga

- + Nhóm các nền kinh tế vừa mang tính cạnh tranh vừa mang tính bổ sung với nước ta, chủ yếu là các nước đang phát triển, trong đó có một số nước ASEAN (In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Ma-lai-xi-a), Trung Quốc và Hồng Kông.

Trên cơ sở những kết luận đó, có thể đề xuất một số gợi ý chính sách liên quan

đến thị trường thương mại quốc tế của Việt Nam.

4.2 Gợi ý chính sách

- Một số nước ASEAN có quan hệ buôn bán khá lớn với nước ta, song tiềm năng mở rộng qui mô thương mại không nhiều

Trong 10 nước ASEAN thì 4 nước có qui mô thương mại khá lớn với nước ta là Xinh-ga-po, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Thái Lan. Tuy nhiên, chỉ có Xinh-ga-po thể hiện mức độ bổ sung cao đối với nền kinh tế Việt Nam do 2 nước có cơ cấu lợi thế so sánh khác biệt, vì vậy qui mô buôn bán giữa 2 nước rất lớn. Xinh-ga-po đứng đầu ASEAN trong buôn bán với nước ta (chiếm khoảng 70% tổng khối lượng mậu dịch ASEAN-Việt Nam). Các nước In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Phi-líp-pin thể hiện tính cạnh tranh cao với Việt Nam do sự tương tự trong cơ cấu lợi thế so sánh của các nước này với Việt Nam.

Như vậy, dự báo là tiềm năng mở rộng qui mô buôn bán giữa Việt Nam và các nước ASEAN không còn nhiều. Xinh-ga-po là nước có tính bổ sung cao với nước ta và Ma-lai-xi-a là nước có tính bổ sung ở mức độ nhất định thì hiện đã buôn bán với nước ta ở qui mô khá lớn, do đó khả năng mở rộng không nhiều. Các nước ASEAN khác thì do tính cạnh tranh cao với nước ta nên khó có thể mở rộng thêm qui mô buôn bán, kể cả với các điều kiện thuận lợi của Khu vực mậu dịch tự do ASEAN.

- Tiếp tục mở rộng qui mô thương mại với các đối tác còn nhiều tiềm năng, như Nhật Bản, Hàn Quốc, EU-15, Mỹ, Ôt-xtrây-li-a, Nga, Trung Quốc.

Trong số đó, đặc biệt lưu ý các nền kinh tế lớn, có trình độ phát triển cao và có mức độ bổ sung cao đối với kinh tế Việt Nam như Nhật Bản, EU, Mỹ, Ôt-xtrây-li-a. Tiềm năng mở rộng qui mô thương mại của các nền kinh tế này với nước ta dựa trên 2 yếu tố chính là có cơ cấu lợi thế so sánh bổ sung với nước ta hoặc có quy mô nền kinh tế lớn.

Ngoài ra, cần tiếp tục khai thác tiềm năng của các khu vực khác như Trung Quốc, Nga, tuy không phải các nước có trình độ

phát triển cao, song là các nền kinh tế lớn và có mức độ bổ sung nhất định đối với nước ta. Trung Quốc tuy cạnh tranh với nước ta trong lĩnh vực dệt may, giày dép song lại có tính bổ sung cao với nước ta trong lĩnh vực nông - lâm - thủy sản và khoáng sản. Trung Quốc hiện cũng là một trong những nền kinh tế lớn nhất thế giới, lại có đường biên giới chung với nước ta. Với những điều kiện thuận lợi như vậy, tiềm năng mở rộng qui mô buôn bán giữa nước ta với Trung Quốc còn lớn.

- Thâm nhập và mở rộng sang các thị trường mới: Bên cạnh các thị trường truyền thống lớn (là các đối tác thương mại chính, như phân tích ở trên), cần tích cực thâm nhập và mở rộng sang các thị trường khác hiện còn chưa có nhiều quan hệ thương mại (như Châu Phi, Trung Đông, Nam Mỹ).

Việc mở rộng và đa dạng hoá thị trường có 2 lợi điểm chính. Thứ nhất là để tránh tập trung quá nhiều vào một số ít thị trường, dễ dẫn đến rủi ro khi có những biến động về kinh tế và chính trị ở các thị trường đó.

Thứ hai là giúp tăng mạnh xuất khẩu thông qua các thị trường mới khai phá bên cạnh việc tiếp tục khai thác tiềm năng của các thị trường truyền thống. Tuy nhiên, việc thâm nhập và mở rộng sang các thị trường mới không phải là việc dễ dàng và nhanh chóng, đòi hỏi không chỉ sự năng động của

doanh nghiệp mà cả sự hỗ trợ tích cực của Chính phủ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Balassa B.(1965), 'Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage', Manchester School of Economics and Social Studies, 33(2): 99-123.
- Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc (UNSO), Số liệu thống kê thương mại theo Tiêu chuẩn SITC.
- Lê Quốc Phương (2002) "Vietnam's Trade Liberalization in Regional and Global Context", Luận án Tiến sỹ Kinh tế, Đại học Griffith, Ôt-xtrây-li-a.
- Lê Quốc Phương, Nguyễn Đức Thọ, J.S. Bandara (1997), "Vietnam-ASEAN Trade: Trade Intensity and Revealed Comparative Advantage", Đại học Griffith, Ôt-xtrây-li-a.
- Lê Quốc Phương (2008) "Sự chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam: Phân tích, nhận định và khuyến nghị", Tạp chí Quản lý Kinh tế, Số 23, tháng 11+12/2008.
- Tổng cục Thống kê (GSO), *Niên giám Thống kê* các năm.

¹ Đài Loan (Trung Quốc) cũng nằm trong số các đối tác thương mại lớn của nước ta, song không được phân tích ở đây. Đó là do Liên Hiệp quốc không công nhận Đài Loan là quốc gia độc lập nên Đài Loan không được nêu trong cơ sở dữ liệu thương mại quốc tế của Liên Hiệp quốc. Do vậy không có số liệu tương thích để phân tích.