



NĂNG LỰC CẠNH TRANH XUẤT KHẨU VÀ SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Loạt báo cáo tóm tắt chính sách năm 2023

Năng lực Cạnh tranh Xuất khẩu và Sự phát triển của Thương mại Việt Nam

Báo cáo tóm tắt chính sách của UNDP

Do Jonathan Pincus, Chuyên gia Kinh tế Quốc tế Cấp cao của UNDP biên soạn, với sự góp ý và chỉnh sửa của Giulia Di Donato.

Hà Nội, tháng 6 năm 2023

Disclaimer

Quan điểm thể hiện trong bài viết này là của tác giả và không nhất thiết đại diện cho quan điểm của Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc.

GIỚI THIỆU

Hội nhập quốc tế thường được coi là không phù hợp hoặc đối lập với tự chủ kinh tế. Những người ủng hộ quan điểm quốc gia tự cường kêu gọi “tiêu thụ những gì chúng ta sản xuất và sản xuất những gì chúng ta tiêu dùng,” để giảm tiếp xúc với các thị trường xuất nhập khẩu khó đoán trước và đôi khi không ổn định, để bảo hộ nhu cầu trong nước. Quan điểm này vẫn còn phổ biến ở nhiều nơi trên thế giới và thu hút được nhiều sự ủng hộ ở Châu Âu và Bắc Mỹ để phản ứng lại sự trỗi dậy của Đông Á với tư cách là công xưởng sản xuất toàn cầu.

Trong ba thập kỷ qua, Việt Nam đã cho thấy hội nhập quốc tế và an ninh kinh tế thực ra là bổ trợ cho nhau chứ không đối kháng. Các nhà lãnh đạo Việt Nam nhận ra rằng, chỉ có thể đạt được và duy trì sự tự cường nếu có vị thế kinh tế vững chắc, và cạnh tranh toàn cầu là động cơ kích thích hiệu suất, tính năng động và sự thịnh vượng. Nói một cách ngắn gọn, không có mâu thuẫn giữa hội nhập kinh tế quốc tế và tự cường quốc gia. Như Thủ tướng Phạm Minh Chính đã phát biểu tại Diễn đàn Kinh tế Việt Nam thường niên lần thứ IV năm 2022:

Việt Nam không lựa chọn nền kinh tế đóng mà luôn kiên định đường lối đổi mới, mở cửa, tự tin xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ gắn với hội nhập quốc tế sâu rộng, thực chất, hiệu quả.

Cam kết của Chính phủ Việt Nam về xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ thông qua hội nhập đã thúc đẩy nền kinh tế đất nước phát triển nhanh chóng trong ba thập kỷ. Tăng cường xuất khẩu, không ngừng đa dạng hóa hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu và tìm kiếm thị trường mới tiếp tục đóng vai trò sống còn trong việc xây dựng khả năng phục hồi của đất nước. Xuất khẩu vẫn là trọng tâm của chiến lược phát triển dù một số ý kiến cho rằng tốc độ toàn cầu hóa đang chững lại (“sự chậm lại toàn cầu”) hoặc tâm lý bảo hộ gia tăng ở các nước thu nhập cao đã làm giảm khả năng tăng trưởng dựa vào xuất khẩu (Aiyar và Ilyina, 2023).

Báo cáo tóm tắt chính sách này¹ có ba điểm chính. Thứ nhất, ở nhiều nước đang phát triển, tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) có mối tương quan chặt chẽ với tăng trưởng xuất khẩu, đặc biệt là tăng trưởng *hàm lượng nội địa trong xuất khẩu*. Trong một vài trường hợp ngoại lệ, các nước đang phát triển bị *hạn chế về ngoại hối*, có nghĩa là việc tiếp cận với đô la (hoặc các loại tiền tệ khác có thể được sử dụng để thanh toán các nghĩa vụ quốc tế) là một yếu tố hạn chế đối với tốc độ tăng trưởng GDP. Tăng trưởng xuất khẩu nói lỏng hạn chế ngoại hối vì xuất khẩu không tạo ra các khoản nợ tài chính bằng đồng đô la —khác với trường hợp vay nợ nước ngoài hoặc đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Thứ hai, khả năng duy trì tăng trưởng xuất khẩu phản ánh khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu, hoặc khả năng duy trì hoặc tăng thị phần toàn cầu của các nhà sản xuất trong nước đối với hàng hóa và dịch vụ của mình. Hai thước đo phổ biến để đánh giá khả năng cạnh tranh là độ co giãn của cầu của mặt hàng xuất khẩu theo giá và theo thu nhập. Bản tóm tắt chính sách này giới thiệu hai phép đo đơn giản về năng lực cạnh tranh để ước

¹ Một phiên bản cũ của ấn phẩm này đã được trình bày tại Diễn đàn Nhịp đập Kinh tế Việt Nam được tổ chức tại Hà Nội vào ngày 22 tháng 11 năm 2022.

tính độ co giãn thương mại bằng các chỉ số để tính toán và theo dõi. Chúng tôi sử dụng phép đo này để chứng minh Việt Nam đã tăng thị phần trên thị trường thế giới ở nhiều loại mặt hàng. Hơn nữa, Việt Nam xuất khẩu nhiều hàng hóa đang gia tăng tỷ trọng trong thương mại thế giới. Điều này cho thấy Việt Nam cực kỳ cạnh tranh về giá và đang tăng cường sự có mặt của mình trên thị trường các mặt hàng xu thế và tăng trưởng nhanh.

Thứ ba, báo cáo tóm tắt chính sách đưa ra bằng chứng để kết luận rằng tăng trưởng kinh tế ở các nước có thu nhập trung bình và thấp có liên quan chặt chẽ với khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu theo cả hai nghĩa: tăng thị phần trên tất cả các mặt hàng và xuất khẩu hàng hóa có tỷ trọng thương mại toàn cầu ngày càng tăng.

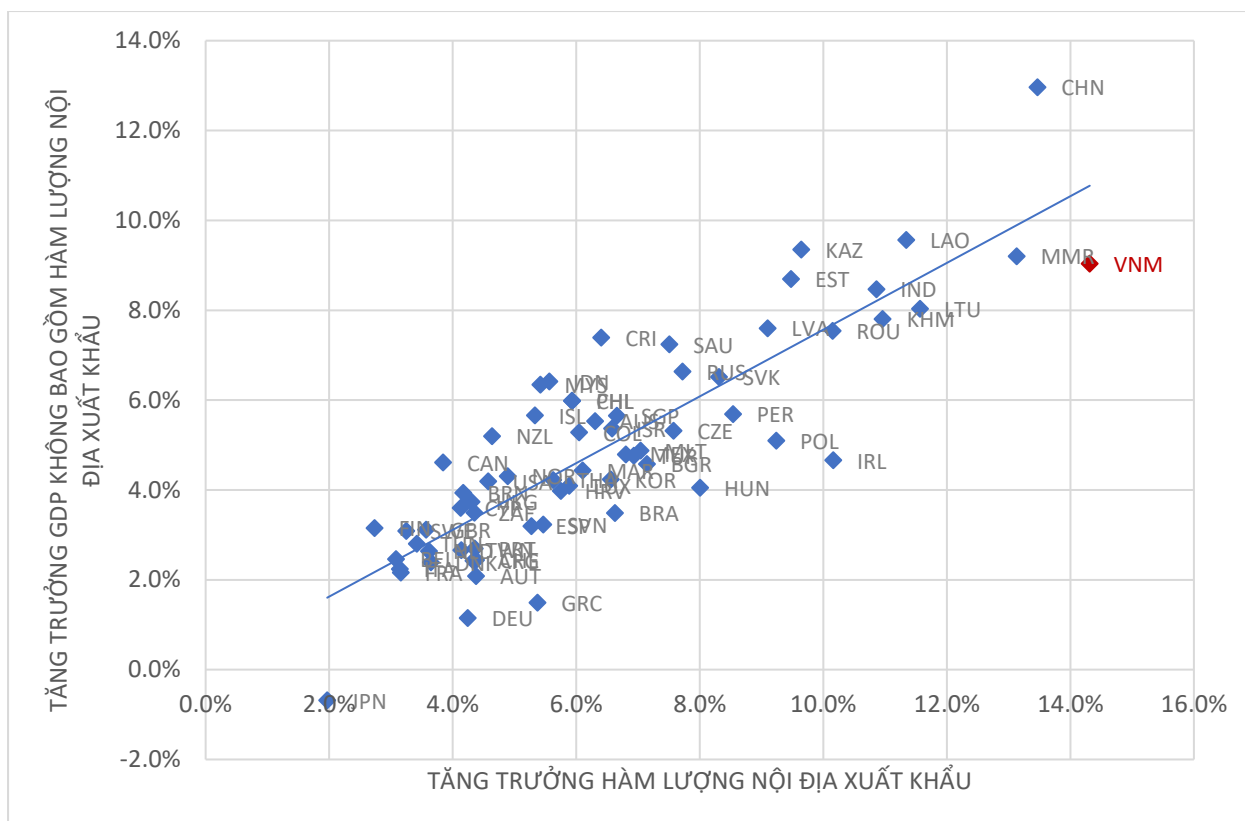
Báo cáo này đưa ra kết luận chính sách là tăng trưởng xuất khẩu và xuất khẩu mặt hàng gì đều quan trọng. Việt Nam đã đúng khi theo đuổi chính sách tự lực thông qua hội nhập, nhằm tăng thị phần đối với hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu, bao gồm cả những hàng hóa và dịch vụ xu hướng mà thế giới ngày càng cần. Hàng hóa xu hướng không chỉ giới hạn ở hàng hóa sản xuất với công nghệ cao hoặc phức tạp: nhiều ngành sản xuất truyền thống, như hàng may mặc và giày dép, và hàng hóa nông nghiệp, cũng có tính xu hướng theo nghĩa là nhu cầu đối với những hàng hóa này đang tăng lên trên toàn cầu. Về lâu dài, Việt Nam có thể sẽ mất khả năng cạnh tranh trong một số mặt hàng xuất khẩu nhạy cảm về giá, đặc biệt là các mặt hàng sản xuất thâm dụng lao động. Điều này cho thấy tầm quan trọng đặc biệt của việc chiếm lĩnh thị trường mới, đặc biệt là các thị trường hàng hóa và dịch vụ mà nhu cầu toàn cầu đang tăng lên.

XUẤT KHẨU VÀ TĂNG TRƯỞNG

Dù có quan điểm trái chiều về nhiều vấn đề, nhưng các nhà kinh tế học đều thống nhất rằng: xuất khẩu có lợi cho tăng trưởng kinh tế. Các nhà kinh tế thuộc trường phái tân cổ điển lập luận rằng thương mại phân bổ nguồn lực hiệu quả hơn, thúc đẩy tăng trưởng năng suất (Balassa, 1978; Feder, 1983). Những người theo trường phái cấu trúc coi xuất khẩu là một công cụ để xác định lợi thế kinh tế nhờ quy mô trong sản xuất và nới lỏng hạn chế ngoại hối đối với tăng trưởng (Kaldor, 1975; Thirlwall, 2012). Dù theo học thuyết nào, các bằng chứng cho thấy mối liên hệ giữa xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế đều đáng tin cậy: các quốc gia đạt được tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bền vững sẽ tăng trưởng nhanh hơn. Mối quan hệ này không bị chi phối bởi mẫu và giai đoạn nghiên cứu.

Một số ý kiến phản biện rằng xuất khẩu và tăng trưởng GDP có liên quan với nhau vì xuất khẩu ròng là một thành phần của GDP, và do đó, mệnh đề này hiển nhiên đúng. Vấn đề này có thể được giải quyết bằng cách trừ xuất khẩu khỏi GDP và kiểm định mối quan hệ giữa tăng trưởng GDP phi xuất khẩu (GDP trừ xuất khẩu ròng) và tăng trưởng xuất khẩu. Hình 1 trình bày kết quả của bài tập này đối với 66 quốc gia trong những năm 2000-2018.² Trục tung đo tốc độ tăng trưởng GDP trừ đi hàm lượng nội địa của xuất khẩu, trong khi trục hoành thể hiện tốc độ tăng trưởng hàm lượng nội địa của xuất khẩu. Hình 1 cho thấy rõ tăng trưởng xuất khẩu có liên quan chặt chẽ với tăng trưởng của sản lượng kinh tế ngoài xuất khẩu. Mối quan hệ thống kê chuẩn mạnh và rõ rệt: khoảng 74% sự khác biệt về tốc độ tăng trưởng giữa các quốc gia trong bộ mẫu là do xuất khẩu. Tình trạng của Việt Nam phù hợp với xu hướng chung này: Việt Nam là quốc gia tăng trưởng xuất khẩu nhanh nhất trong nhóm mẫu và tốc độ tăng trưởng kinh tế cũng nằm trong số 4 hoặc 5 quốc gia hàng đầu trong giai đoạn này.

² 66 quốc gia được đưa vào dựa trên dữ liệu có sẵn từ OECD trong các năm từ 2000 đến 2018 www.oecd.org/sti/ind/input-outputtables.htm.



Hình 1. Tăng trưởng gdp không bao gồm xuất khẩu của khu vực kinh tế trong nước và tăng trưởng xuất khẩu khu vực kinh tế trong nước, 2000-2018 (Nguồn: Tính toán theo dữ liệu từ OECD)

ĐO LƯỜNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH XUẤT KHẨU

Sau khi đã xác định xuất khẩu đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng, câu hỏi tiếp theo là làm thế nào để các quốc gia có thể duy trì tăng trưởng xuất khẩu trong thời gian dài? Làm thế nào các quốc gia có thể đảm bảo rằng hàng hóa và dịch vụ của họ luôn giữ được thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế?

Xuất khẩu tăng và giảm theo nhu cầu toàn cầu, mức độ cải thiện năng lực quản lý và công nghệ trong nước và những thay đổi về giá cả. Chi phí phát sinh để đảm bảo tuân thủ các điều ước quốc tế đã tăng lên trong những năm gần đây cùng với sự gia tăng của các thỏa thuận thương mại song phương và khu vực, tâm lý bảo hộ gia tăng, kéo theo sự gia tăng các quy tắc và tiêu chuẩn nhập khẩu. Sự suy yếu của các cơ chế thực thi và xét xử đa phương đã khiến các quốc gia tìm cách bảo vệ thị trường thông qua các biện pháp không công bằng.

Lợi thế kinh tế nhờ quy mô đóng vai trò chính trong tăng trưởng năng suất, và khả năng cạnh tranh xuất khẩu. Ví dụ, các doanh nghiệp xuất khẩu động vật có vỏ lớn thường đầu tư vào các cơ sở sản xuất giống và nuôi con non để đảm bảo nguồn cung cấp con non ổn định với giá ổn định. Tích hợp theo chiều dọc giúp kiểm soát chặt hơn khâu sản xuất, tiêu chuẩn hóa và tuân thủ các quy tắc quốc tế. Trong tất cả các lĩnh vực, việc tăng quy mô sản xuất tạo ra cơ hội “vừa học vừa làm” hoặc tăng lợi nhuận hiệu quả. Dù với quy mô nào, doanh nghiệp đều được hưởng lợi từ lợi thế kinh tế nhờ quy mô ngoại sinh, chẳng hạn như cải thiện cơ sở hạ tầng hậu cần và giao thông, kiến thức và kỹ năng tích lũy được trong các doanh nghiệp và trường đại học tại địa phương. Ở hầu hết

các quốc gia, nhu cầu trong nước không đủ để hình thành các khu chế xuất, nơi tập trung các doanh nghiệp, nhà máy hoạt động cùng một ngành hoặc một phân khúc ngành.

Sự thay đổi về giá tương đối ảnh hưởng đến triển vọng xuất khẩu của những hàng hóa và dịch vụ có sẵn sản phẩm thay thế. Nếu giá màn hình video của Hàn Quốc tăng do chi phí lao động tăng, thì một số thị phần sẽ rơi về tay các quốc gia xuất khẩu màn hình khác. Tuy nhiên, đối với một số loại hàng hóa và dịch vụ, không có sẵn sản phẩm cạnh tranh thay thế, sản lượng xuất khẩu của những hàng hóa, dịch vụ này không bị ảnh hưởng nhiều bởi thay đổi về giá. Khối lượng xuất khẩu gạo tăng (hoặc ít nhất là không giảm) khi giá tăng do người tiêu dùng châu Á không muốn thay thế gạo bằng các loại ngũ cốc khác.³ Trong hầu hết các loại hàng xuất khẩu, hiệu ứng thu nhập, công nghệ và sở thích định hình nhu cầu thị trường hơn giá tương đối.

Trong nhiều yếu tố, duy trì tăng trưởng xuất khẩu trong thời gian dài lại phụ thuộc vào thành phần của hàng xuất khẩu. Tăng trưởng được duy trì ổn định khi các quốc gia xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ có nhu cầu toàn cầu đang tăng lên, nhưng không bị co giãn về giá. Sản xuất máy fax hoặc ổ đĩa mềm với giá rẻ nhất không phải là một chiến lược tốt vì nhu cầu toàn cầu đối với những sản phẩm này đang giảm. Ngược lại, các nhà xuất khẩu lithium đang được hưởng mức giá cao hơn và tăng khối lượng xuất khẩu—ít nhất là vào thời điểm hiện tại—khi thế giới chuẩn bị cho quá trình chuyển đổi từ nhiên liệu hóa thạch sang năng lượng tái tạo. Sản xuất hàng hóa co giãn theo thu nhập - nghĩa là khách hàng sẽ mua nhiều hơn khi thu nhập của họ tăng lên - cũng giúp duy trì tăng trưởng xuất khẩu. Điện thoại di động, quần áo xa xỉ, các sản phẩm nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản đắt tiền như dầu tỳ hữu cơ và hàu là những sản phẩm có độ co giãn thu nhập cao.

Định luật Thirlwall cho rằng tốc độ tăng trưởng kinh tế trong dài hạn bị giới hạn bởi tỷ lệ giữa tăng trưởng xuất khẩu với hệ số co giãn của nhu cầu nhập khẩu theo thu nhập (McCombie & Thirlwall, 1994). Tăng trưởng xuất khẩu là một hạn chế ràng buộc đối với tăng trưởng GDP vì hiệu ứng thu nhập tác động mạnh hơn đến cán cân thanh toán so với hiệu ứng giá cả. Ở các nước đang phát triển, định luật Thirlwall được chứng minh trong thực tiễn vì biến động giá—thay đổi trong tỷ giá hối đoái thực hoặc giá xuất nhập khẩu—trong hầu hết các trường hợp bị giới hạn trong một biên độ hẹp, và do đó bị chi phối bởi hiệu ứng thu nhập (Thirlwall, 2012). Ở các nước đang phát triển, độ co giãn theo giá của hàng nhập khẩu thấp do các sản phẩm thay thế cho nhiều mặt hàng thiết yếu không có sẵn ở thị trường trong nước.

Những lỗi hỏng trong thống kê thương mại quốc tế gây khó khăn trong việc tính toán độ co giãn của giá cả và thu nhập đối với xuất nhập khẩu.⁴ Bản tóm tắt chính sách này áp dụng hai thước đo đơn giản về khả năng cạnh tranh để so sánh hiệu suất xuất khẩu của các quốc gia theo thời gian. Chỉ số đầu tiên, ở đây gọi là “năng lực cạnh tranh”, là tỷ lệ phần trăm thu nhập xuất khẩu tích lũy đối với hàng hóa mà quốc gia đó đã *tăng thị phần toàn cầu*

³ Gạo là một ví dụ về hàng hóa Giffen, được định nghĩa là hàng hóa kém chất lượng có giá tăng khi lượng cầu tăng. Đường cầu đối với một hàng hóa của Giffen dốc lên bởi vì trong trường hợp không có đủ hàng hóa thay thế, người tiêu dùng sẽ hy sinh thu nhập khả dụng để đảm bảo khả năng tiếp cận. Khi người tiêu dùng mua nhiều hàng hóa kém chất lượng hơn khi thu nhập giảm, thu nhập khả dụng giảm đi có liên quan đến sự gia tăng nhu cầu đối với hàng hóa Giffen.

⁴ Độ co giãn được định nghĩa là phần trăm thay đổi về lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi về giá. Không có số liệu thống kê về số lượng hàng hóa xuất khẩu và nhập khẩu đối với nhiều hàng hóa và quốc gia.

giữa hai thời điểm. Các quốc gia có khả năng cạnh tranh theo nghĩa này đã có thể tăng thị phần ở hầu hết các thị trường xuất khẩu mà họ tham gia.⁵

Chỉ số thứ hai, ở đây gọi là “năng lực cạnh tranh xu hướng”, đo lường tỷ trọng xuất khẩu của một quốc gia bao gồm hàng hóa mà *tổng nhu cầu toàn cầu đã tăng lên*. Ví dụ, chất bán dẫn là một hàng hóa xu hướng, vì nhu cầu xuất khẩu đã tăng nhanh theo tỷ lệ phần trăm trong tổng thương mại thế giới. Ngược lại, máy fax không phải là hàng hóa xu hướng vì thị phần của chúng trong thương mại toàn cầu đã giảm. Danh sách 20 mặt hàng năng xu hướng nhất trong giai đoạn 2003-2018 được trình bày trong Bảng 1. Các mặt hàng sản xuất có giá trị cao chiếm ưu thế trong danh sách: linh kiện và thiết bị điện tử như điện thoại di động, máy tính, công tắc điện, bóng bán dẫn và pin; dược phẩm và hóa chất; và linh kiện máy bay. Tuy nhiên, các mặt hàng sản xuất thâm dụng lao động như quần áo và giày dép than đá, khí tự nhiên hóa lỏng và vàng cũng nằm trong danh sách này.

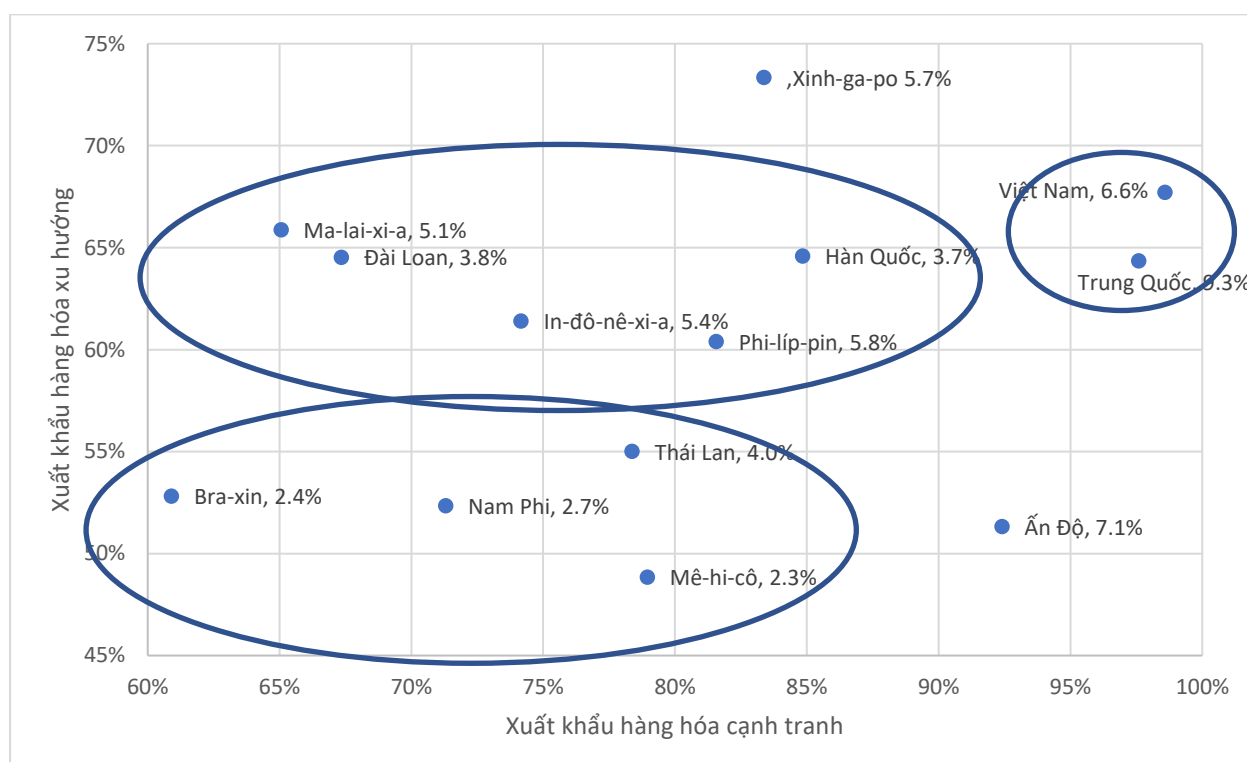
Bảng 1. 20 mặt hàng xu hướng nhất xuất khẩu sang các nước OECD, 2003-2018

Thứ hạng	Mã SITC	Mô tả	Tỷ USD 2018	Thị phần 2018
1	7643	Điện thoại di động (thiết bị truyền sóng vô tuyến)	302	2.6%
2	9710	Quặng vàng phi tiền tệ xuất khẩu	164	1.4%
3	6732	Thép-2 cán phẳng và thép cán nguội	41	0.4%
4	7522	Máy vi tính số	111	1.0%
5	3431	Khí thiên nhiên, hóa lỏng	77	0.7%
6	7726	Tủ điện	42	0.4%
7	7149	Bộ phận động cơ turbo và tua-bin/máy bay phản lực turbo	106	0.6%
8	7929	Phụ kiện máy bay	68	0.9%
9	8722	Thiết bị y tế và dụng cụ chỉnh hình	123	1.0%
10	7731	Dây và cáp cách điện bao gồm cả cáp quang	87	0.8%
11	3212	Than bitum	63	0.6%
12	7781	Pin tích trữ	38	0.3%
13	7763	Đi-ốt, bóng bán dẫn và thiết bị bán dẫn	42	0.4%
14	5422	Thuốc có chứa insulin và các kích thích tố khác	37	0.3%
15	6911	Cầu, tháp, cửa, khung, giàn giáo sắt thép	31	0.3%
16	5989	Các sản phẩm hóa chất khác nhau bao gồm thuốc nhuộm, chất hóa dẻo, bột nhào mô hình, hàn và hàn, phụ gia xi măng	43	0.4%
17	8442	Quần áo mặc ngoài phụ nữ	22	0.2%
18	579	Dưa tươi và khô, quả mọng, lê, dứa, chà là và bơ	32	0.3%
19	8515	Giày dép có mũi vải	18	0.2%

⁵ Dữ liệu thương mại được lấy từ cơ sở dữ liệu UN Comtrade, theo dõi giá trị thương mại hàng hóa bằng đô la Mỹ.⁵ Xuất khẩu dịch vụ không được bao gồm. Việc nhập khẩu được giới hạn ở các nước OECD để loại bỏ sự sai lệch do thiếu dữ liệu trong một số danh mục sản phẩm và năm.⁵ Các so sánh được thực hiện giữa các năm 2003 và 2018, được tính theo mức trung bình ba năm để giảm thiểu tác động của các giá trị ngoại lệ.

20	7436	Thiết bị lọc và làm sạch nước, dầu và xăng, bộ lọc không khí, các chất lỏng và khí khác	35	0.3%
		Tổng	1,482	13.1%

Kết quả tổng hợp dữ liệu thể hiện nhiều mô hình thú vị (Hình 2). Có ba nhóm quốc gia nổi bật trong bộ mẫu. Trung Quốc và Việt Nam đều có khả năng cạnh tranh cao và có tỷ trọng xuất khẩu những sản phẩm cạnh tranh xu hướng tương đối lớn. Trung Quốc và Việt Nam cũng là những nền kinh tế phát triển nhanh nhất ở châu Á trong giai đoạn này.



Hình 2. Hàng hóa "Cạnh tranh" và "Xu hướng" tính theo tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu, năm 2003 và 2018. Số liệu bên cạnh tên quốc gia là mức tăng trưởng GDP trung bình 2003-2018.

Nhóm quốc gia thứ hai ghi nhận các mức độ cạnh tranh khác nhau nhưng hầu hết các mặt hàng xuất khẩu trong năm 2018 (hơn 60%) đều cạnh tranh xu hướng theo nghĩa đây là những sản phẩm đang gia tăng tỷ trọng xuất khẩu của thế giới. Hàn Quốc, Đài Loan và Ma-lai-xi-a xuất khẩu các sản phẩm điện tử và các sản phẩm có giá trị gia tăng cao khác, trong khi mất thị phần xuất khẩu các sản phẩm thâm dụng lao động. Hàng hóa xu hướng của In-đô-nê-xi-a không phải là mặt hàng công nghiệp chế tạo mà là than đá và dầu cọ.

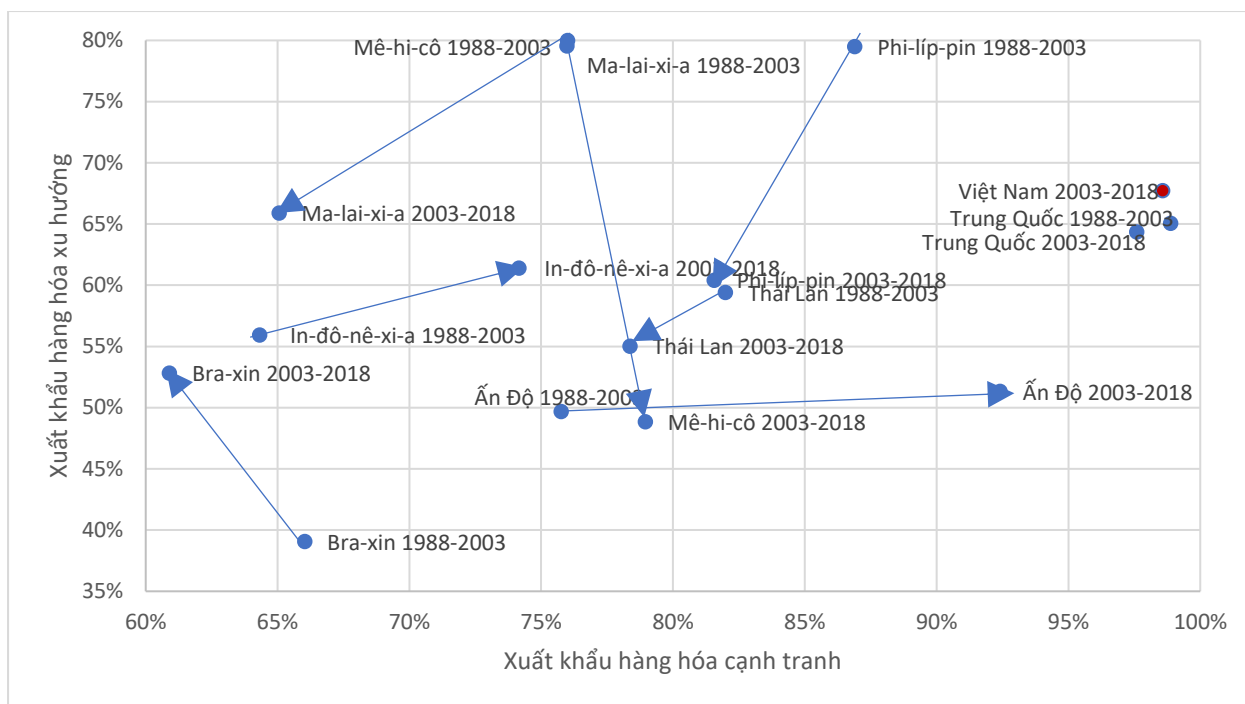
Nhóm thứ ba xếp hạng thấp hơn về các chỉ số cạnh tranh, mất thị phần tại các thị trường sẵn có, ít thâm nhập các thị trường xuất khẩu hàng hóa xu hướng. Sự thiếu năng động ở Mê-hi-cô, Thái Lan và Nam Phi phần nào phản ánh các điều kiện trong ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô. Công suất dư thừa toàn cầu và nhu cầu tăng trưởng chậm đã góp phần làm giảm thị phần của các ngành này trong thương mại toàn cầu. Mặc dù Bra-

xin có ngành công nghiệp máy bay cạnh tranh xu hướng, quốc gia này vẫn phụ thuộc nhiều vào các mặt hàng nông sản số lượng lớn và xuất khẩu kim loại.

Hai ngoại lệ trong nhóm là Xinh-ga-po và Ấn Độ. Xinh-ga-po ngày càng chuyên môn hóa các mặt hàng chế tạo phức tạp, khiến nước này trở thành một quốc gia xuất khẩu cạnh tranh xu hướng đặc biệt. Ấn Độ cực kỳ cạnh tranh, với 92% hàng hóa xuất khẩu của nước này chiếm thị phần từ năm 2003 đến năm 2018. Tuy nhiên, chỉ một nửa hàng hóa xuất khẩu của Ấn Độ thuộc loại hàng hóa cạnh tranh xu hướng, ngang bằng với Nam Phi và Bra-xin.

Hình 3 mở rộng phân tích đến giai đoạn 1988-2003 để chỉ ra những thay đổi về năng lực cạnh tranh theo thời gian. Một tỷ lệ nhỏ hàng xuất khẩu từ Ma-lai-xi-a, Thái Lan và Phi-líp-pin đã giành được thị phần trong giai đoạn thứ hai, phản ánh sự cạnh tranh ngày càng tăng từ Trung Quốc, Việt Nam và Ấn Độ trong hoạt động đầu tư vào các ngành thâm dụng lao động. Giữa giai đoạn thứ nhất và thứ hai, tăng trưởng giá trị xuất khẩu giảm 1/3 ở Thái Lan, gần một nửa ở Ma-lai-xi-a và 2/3 ở Phi-líp-pin. In-đô-nê-xi-a là ngoại lệ, quốc gia này có lượng hàng hóa bùng nổ kéo dài trong giai đoạn này. Tăng trưởng giá trị xuất khẩu vẫn ổn định trong hai giai đoạn ở mức khoảng 7% mỗi năm, mặc dù cơ cấu xuất khẩu chuyển từ hàng công nghiệp chế tạo sang hàng hóa. Mê-hi-cô mất tính xu hướng trong xuất khẩu phần lớn là do xuất khẩu ô tô tăng trưởng tương đối chậm. Tăng trưởng giá trị xuất khẩu của Mê-hi-cô giảm từ 40% xuống còn 6% mỗi năm trong giai đoạn 2.

Mặc dù không có dữ liệu về Việt Nam trong giai đoạn trước, nhưng giá trị xuất khẩu đã tăng 22% mỗi năm từ năm 1988 đến năm 2003, mặc dù xuất phát điểm thấp. Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ, chỉ tương đương với 4% GDP vào năm 1988, đã tăng lên 57% GDP vào năm 2003. Tham gia Hiệp định Thương mại Song phương Việt Nam - Hoa Kỳ và các hiệp định song phương khác là tiền đề để Việt Nam trở thành thành viên Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) năm 2007. Điều này tạo ra làn sóng xuất khẩu mới kéo dài cho đến khi cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 nổ ra. Giá trị xuất khẩu tăng 16% mỗi năm kể từ khi phục hồi vào năm 2011 cho đến năm 2019.



Hình 3. Thay đổi về năng lực cạnh tranh, 1988-2003 so với 2003-2018

Bảng A1 (phụ lục) trình bày các mặt hàng xuất khẩu cạnh tranh quan trọng nhất của Việt Nam. Điện thoại di động, chiếm tỷ trọng đáng kể 17% trong xuất khẩu hàng hóa năm 2018, đứng đầu danh sách các sản phẩm chiếm thị phần trên toàn cầu và của Việt Nam. Các ngành sản xuất thâm dụng lao động khác, chẳng hạn như may mặc, giày dép, đồ nội thất, máy tính và linh kiện điện tử, chiếm phần lớn trong danh sách. Các mặt hàng nông nghiệp tiêu biểu là các loại hạt (hạt điều), cà phê và động vật có vỏ chế biến sẵn. Điện thoại di động cũng đứng đầu danh sách các mặt hàng xuất khẩu xu hướng, tiếp đến là giày dép, may mặc, linh kiện điện tử, máy vi tính và nhiều mặt hàng chế tạo khác. Mặt hàng xuất khẩu nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản tiêu biểu là các loại hạt, cà phê và cá phi lê.

KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CÓ QUAN TRỌNG KHÔNG?

Báo cáo tóm tắt chính sách này giới thiệu hai chỉ số đơn giản để đánh giá khả năng cạnh tranh. Chỉ số đầu tiên là tỷ trọng xuất khẩu của một quốc gia tăng trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu trong một giai đoạn nhất định. Quốc gia có nền kinh tế cạnh tranh là quốc gia tăng thị phần hàng hóa xuất khẩu của mình trên toàn cầu. Chỉ số thứ hai liên quan nhiều đến xuất khẩu mặt hàng gì hơn là xuất khẩu bao nhiêu. Chúng tôi đo lường tính cạnh tranh xu hướng của một nền kinh tế theo tỷ lệ xuất khẩu của những mặt hàng quan trọng mà thị trường thế giới đang cần, tức là các mặt hàng có tỷ trọng xuất khẩu tăng trên toàn cầu (so với các mặt hàng khác). Đây có thể coi là chỉ số cạnh tranh *tiềm năng* trong tương lai.

Ở phần trước, chúng ta đã thấy rằng, tăng trưởng xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế có mối quan hệ chặt chẽ và nhất quán. Do vậy, khả năng cạnh tranh cũng gắn liền với tăng trưởng. Mệnh đề này có thể được chứng minh thông qua thử nghiệm thống kê dưới đây:

Chúng tôi đã xây dựng một mô hình đơn giản để kiểm tra mối liên hệ giữa khả năng cạnh tranh (theo cả 2 nghĩa) và tăng trưởng kinh tế. Quy mô mẫu bao gồm 65 quốc gia phát triển và đang phát triển với dữ liệu trong giai đoạn từ 1995 đến 2018. Giả thuyết của nghiên cứu là: tăng trưởng GDP gắn liền với khả năng cạnh tranh bao gồm tăng thị phần xuất khẩu và cạnh tranh xu hướng- tăng xuất khẩu các mặt hàng đang nổi lên trên thị trường toàn cầu.

Kết quả tại Bảng 2 khẳng định mối quan hệ chặt chẽ giữa năng lực cạnh tranh xuất khẩu và tăng trưởng sản lượng quốc gia. Như dự đoán, GDP bình quân đầu người trong giai đoạn đầu (1995) tác động nghịch chiều đáng kể lên tốc độ tăng trưởng GDP⁶. Khả năng cạnh tranh tăng 1% như đã đề cập trong bảng báo cáo tóm tắt chính sách này tương quan với 0.36% mức tăng trưởng GDP bình quân. Tăng 1% trong tỷ trọng xuất khẩu quốc gia bao gồm mặt hàng chủ đạo và mặt hàng xu hướng tương quan với mức tăng GDP 0.44%. Mối quan hệ này được thể hiện trong Hình 4, cho thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa hàng xuất khẩu quốc gia chiếm thị phần toàn cầu (trục x) và tăng trưởng GDP bình quân (trục y).

Bảng 2. Xuất khẩu hàng hóa cạnh tranh và xu hướng và tăng trưởng kinh tế

Biến phụ thuộc	Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân		
R² chỉnh sửa	55%		
Thống kê F	27.1		
		Thống kê T	Giá trị p
Hệ số chặn	0.87	1.01	0.39
GDP bình quân đầu người năm 1995	-0.30	5.28	0.00
Xuất khẩu hàng hóa cạnh tranh	0.36	3.66	0.00
Xuất khẩu hàng hóa xu hướng	0.44	2.42	0.02

N=65, các biến dưới dạng logs

⁶ Các quốc gia ghi nhận thu nhập bình quân đầu người thấp hơn sử dụng ít vốn trên mỗi lao động hơn và do đó có xu hướng tăng trưởng nhanh hơn các nước giàu khi họ sử dụng nhiều vốn hơn và tiếp cận đường biên công nghệ.

doanh nghiệp trong nước với các viện nghiên cứu (UNDP, 2018). Chính sách của chính phủ cần khuyến khích sự tăng trưởng và phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong nước, đặc biệt là các doanh nghiệp đã chứng minh được năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Đối mặt với các tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu và cam kết gần đây của chính phủ về chuyển đổi năng lượng từ nhiên liệu hóa thạch sang năng lượng tái tạo và đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, những chính sách này vẫn còn phù hợp. Nhu cầu cải thiện điều phối giữa thương mại, phát triển doanh nghiệp và chính sách phát triển kinh tế trở nên cấp thiết trong bối cảnh phát triển hiện tại. Trong những năm tới, việc tiếp cận thị trường toàn cầu và tham gia các hiệp định thương mại sẽ ngày càng gắn liền với việc thực hiện các tiêu chuẩn bền vững như sử dụng năng lượng tái tạo và vật liệu không gây ô nhiễm trong sản xuất. Các chính sách của chính phủ cũng cần thiết để hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước trong các ngành công nghiệp bền vững, bao gồm năng lượng tái tạo và sử dụng năng lượng hiệu quả.

Nhiều bằng chứng cho thấy sự xuất hiện trở lại của tình trạng phân mảnh trong sản xuất từng phổ biến trong những năm 1990 và đạt đỉnh trong khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Sản xuất vẫn mang tính toàn cầu, nhưng chủ nghĩa bảo hộ đang gia tăng, đặc biệt là những hạn chế thương mại đối với hàng hóa và dịch vụ phức tạp về công nghệ đã giảm bớt công đoạn trong sản xuất và rút ngắn khoảng cách địa lý của các yếu tố đầu vào (Miroudot & Nordström, 2020). Các chuỗi giá trị ngắn hơn và sự dịch chuyển từ tìm kiếm nguồn cung ứng toàn cầu sang tìm kiếm nguồn cung nội địa sẽ mang đến cả cơ hội và thách thức cho Việt Nam. Nếu việc sản xuất các linh kiện công nghệ cao như chất bán dẫn được chuyển sang Mỹ và các nước tiên tiến khác, Việt Nam có thể mất một số nhà đầu tư nước ngoài và thị trường nước ngoài trong các ngành này. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn có nhiều lợi thế như: chi phí sản xuất, cơ sở hạ tầng đang được cải thiện, chính trị ổn định và thị trường nội địa đang phát triển. Tận dụng những lợi thế này, đồng thời khuyến khích sản xuất các sản phẩm và linh kiện có giá trị gia tăng cao hơn, nâng cấp năng lực công nghệ và chất lượng lực lượng lao động, đồng thời hoàn thành quá trình chuyển đổi sang năng lượng bền vững có thể nâng cao khả năng cạnh tranh của Việt Nam so với các điểm đến đầu tư khác.

Về lâu dài, Việt Nam sẽ mất khả năng cạnh tranh xuất khẩu một số mặt hàng nhạy cảm về giá, đặc biệt là các lĩnh vực sản xuất thâm dụng lao động. Chúng ta nên chuẩn bị cho việc thay đổi lợi thế cạnh tranh quốc gia này từ bây giờ. Theo kinh nghiệm của các quốc gia có nền kinh tế thành công ở Đông Á, xây dựng các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước đóng vai trò rất quan trọng, tình trạng phụ thuộc quá nhiều vào các công ty nước ngoài để tăng năng suất và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường quốc tế có thể tạo ra các lỗ hổng như bài học của một số quốc gia ASEAN. Duy trì tốc độ tạo việc làm mới, đặc biệt là trong các lĩnh vực có thể đạt được tốc độ tăng trưởng năng suất nhanh chóng, sẽ rất quan trọng (Palma & Pincus, 2022).

- Aiyar, S., & Ilyina, A. (2023, February 8). Charting Globalization's Turn to Slowbalization After Global Financial Crisis. *IMF Blog*. <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/02/08/charting-globalizations-turn-to-slowbalization-after-global-financial-crisis>
- Alvaredo, F., & Gasparini, L. (2015). Recent Trends in Inequality and Poverty in Developing Countries. In *Handbook of Income Distribution* (Vol. 2, pp. 697–805). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-59428-0.00010-2>
- Balassa, B. (1978). Exports and economic growth. *Journal of Development Economics*, 5(2), 181–189. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(78\)90006-8](https://doi.org/10.1016/0304-3878(78)90006-8)
- Benjamin, D., Brandt, L., & McCaig, B. (2017). Growth with equity: Income inequality in Vietnam, 2002–14. *The Journal of Economic Inequality*, 15(1), 25–46. <https://doi.org/10.1007/s10888-016-9341-7>
- Feder, G. (1983). On exports and economic growth. *Journal of Development Economics*, 12(1–2), 59–73. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(83\)90031-7](https://doi.org/10.1016/0304-3878(83)90031-7)
- Gorman, T. (2022). Exports with equity? Land, income, and agrarian transition in Vietnam. *Canadian Journal of Development Studies / Revue canadienne d'études du développement*, 43(4), 575–592. <https://doi.org/10.1080/02255189.2022.2080191>
- Kaldor, N. (1975). Economic Growth and the Verdoorn Law—A Comment on Mr Rowthorn's Article. *The Economic Journal*, 85(340), 891. <https://doi.org/10.2307/2230633>
- McCombie, J. S. L., & Thirlwall, A. P. (1994). *Economic Growth and the Balance-of-Payments Constraint*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-23121-8>
- Miroudot, S., & Nordström, H. (2020). Made in the World? Global Value Chains in the Midst of Rising Protectionism. *Review of Industrial Organization*, 57(2), 195–222. <https://doi.org/10.1007/s11151-020-09781-z>
- Palma, J. G., & Pincus, J. (2022). Is Southeast Asia Falling into a Latin American-Style Middle Income Trap? In S. Waglé & K. Wignaraja (Eds.), *The great upheaval: Resetting development policy and institutions for the decade of action in Asia and the Pacific* (pp. 119–149). Cambridge University Press.

Saucedo, E., Ozuna, T., & Zamora, H. (2020). The effect of FDI on low and high-skilled employment and wages in Mexico: A study for the manufacture and service sectors. *Journal for Labour Market Research*, 54(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s12651-020-00273-x>

Thirlwall, A. P. (2012). Balance of Payments Constrained Growth Models: History and Overview. In E. Soukiazis & P. A. Cerqueira (Eds.), *Models of Balance of Payments Constrained Growth* (pp. 11–49). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137023957_2

UNDP. (2018). *The Productivity and Competitiveness of Vietnamese Manufacturing*. <https://www.vn.undp.org/content/vietnam/en/home/library/ProductivityandCompetitiveness.html>

Bảng A1. Xuất khẩu hàng hóa cạnh tranh và xu hướng của Việt Nam, 2018

Xuất khẩu hàng hóa cạnh tranh			Xuất khẩu hàng hóa xu hướng		
Sản phẩm	Xuất khẩu 2018	%	Sản phẩm	Xuất khẩu 2018	%
Điện thoại di động	24,398	17%	Điện thoại di động	24,398	17%
Giày thể thao	4,869	3%	Giày thể thao	4,869	3%
Giày có mũ da	4,033	3%	Dây và cáp cách điện bao gồm cả cáp quang	3,131	2%
Nội thất gỗ văn phòng, nhà bếp, phòng ngủ	3,397	2%	Quần áo mặc ngoài dệt kim hoặc móc cho phụ nữ	2,558	2%
Áo sơ mi, áo chui đầu, áo len chui đầu, áo ghi lê, dệt kim hoặc móc	3,211	2%	Máy vi tính số	2,438	2%
Dây và cáp cách điện bao gồm cả cáp quang	3,131	2%	Các loại hạt ăn được tươi hoặc khô	2,401	2%
Quần áo mặc ngoài dệt kim hoặc móc cho phụ nữ	2,558	2%	Giày có mũ vải	2,261	2%
Máy vi tính số	2,438	2%	Đi-ốt, bóng bán dẫn và thiết bị bán dẫn	2,260	2%
Các loại hạt ăn được tươi hoặc khô	2,401	2%	Máy bay, xe cơ giới, văn phòng và ghế ngoài trời	2,108	1%
Giày có mũ vải	2,261	2%	Cà phê chưa rang	1,893	1%
Đi-ốt, bóng bán dẫn và thiết bị bán dẫn	2,260	2%	Giày có mũ cao su hoặc nhựa	1,833	1%
Máy bay, xe cơ giới, văn phòng và ghế ngoài trời	2,108	1%	Áo khoác dệt kim, nam giới	1,545	1%
Áo phông, áo lót và áo vest khác	2,016	1%	Hộp đựng máy ảnh, kính, v.v.	1,415	1%
Quần tây, nam giới	1,950	1%	Phi lê cá, đông lạnh	1,368	1%
Cà phê chưa rang	1,893	1%	Áo khoác dệt kim, nữ giới	1,356	1%
Giày có mũ cao su hoặc nhựa	1,833	1%	La-de, ống kính thiên văn	1,332	1%
Quần tây, nữ giới	1,791	1%	Túi xách tay	1,051	1%
Bộ phận và phụ kiện viễn thông	1,641	1%	Nhựa dùng để đóng gói, nút chai, nắp đậy	908	1%
Áo khoác dệt kim, nam giới	1,545	1%	Micro, chân loa	901	1%
Động vật có vỏ đã sơ chế và bảo quản	1,536	1%	Quần áo tráng cao su	820	1%
Tổng	71,271	49%	Tổng	60,847	42%