

# CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CÁC QUỐC GIA ASEAN

● NGUYỄN PHÚC NAM

## TÓM TẮT:

Những năm gần đây, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu (XK) hàng hóa sang thị trường các quốc gia ASEAN trong tổng kim ngạch XK của Việt Nam có sự suy giảm tương đối. Trong khi đó, ASEAN là thị trường có mức độ cam kết tự do hóa thương mại ở mức cao nhất trong các FTAs Việt Nam tham gia. Một trong những nguyên nhân của tình trạng này đến từ những bất cập trong cơ cấu hàng hóa XK sang ASEAN. Nội dung bài viết dưới đây phân tích sự chuyển dịch trong cơ cấu hàng hóa XK của Việt Nam sang thị trường ASEAN giai đoạn 2015 - 2020, làm rõ những kết quả tích cực đã đạt được và một số hạn chế, nguyên nhân cùng những vấn đề đặt ra, trên cơ sở đó khuyến nghị một số giải pháp chuyển dịch cơ cấu hàng hóa XK sang ASEAN theo hướng hợp lý, hiện đại, nhằm nâng cao hiệu quả và thúc đẩy XK sang thị trường ASEAN.

**Từ khóa:** cơ cấu xuất khẩu, hàng hóa, chuyển dịch, ASEAN.

## 1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn 5 năm trở lại đây, XK hàng hóa của Việt Nam sang ASEAN mặc dù tiếp tục gia tăng về giá trị, nhưng tốc độ tăng trưởng đã chậm lại và tỷ trọng có sự sụt giảm, với tốc độ tăng trung bình chỉ đạt 8,6% cho giai đoạn 2015-2019, nếu tính cả năm 2020 thì tốc độ tăng trung bình giai đoạn 2015-2020 chỉ đạt 4,9%. Tỷ trọng kim ngạch XK sang thị trường ASEAN trong tổng kim ngạch XK của Việt Nam ra thế giới giảm từ 14,4% năm 2010 xuống còn 11,2% năm 2015 và 8,2% năm 2020. Bên cạnh lý do các doanh nghiệp (DN) chuyển hướng sang các thị trường lớn khác ký kết FTA với Việt Nam, một trong những nguyên nhân quan trọng nằm ở những bất cập liên quan đến cơ cấu mặt hàng XK của Việt Nam. Chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN trong giai đoạn 2015 - 2020 vẫn còn chậm. Cơ cấu mặt hàng XK

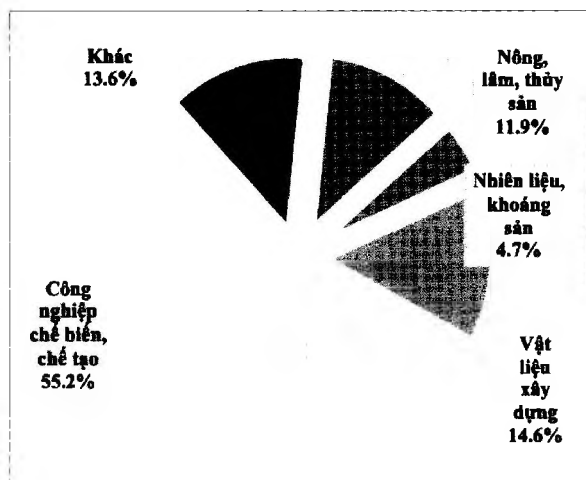
của Việt Nam chưa phản ánh được những lợi thế so sánh và chưa khai thác hiệu quả các cơ hội mở rộng thị trường ASEAN và gia tăng kim ngạch XK. Khu vực ASEAN ngày càng đóng vai trò quan trọng trong các mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị toàn cầu về điện tử, ô tô, dệt may, giày dép, chế biến gỗ, thủy sản,... Để tham gia hiệu quả các chuỗi giá trị, góp phần nâng cao hiệu quả XK sang thị trường ASEAN, yêu cầu đặt ra là phải tiếp tục cải thiện cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN theo hướng gia tăng tỷ trọng của các mặt hàng có hàm lượng chế biến và giá trị gia tăng cao.

**2. Thực trạng cơ cấu XK và chuyển dịch cơ cấu XK sang thị trường ASEAN theo 4 nhóm hàng (Hình 1, Hình 2)**

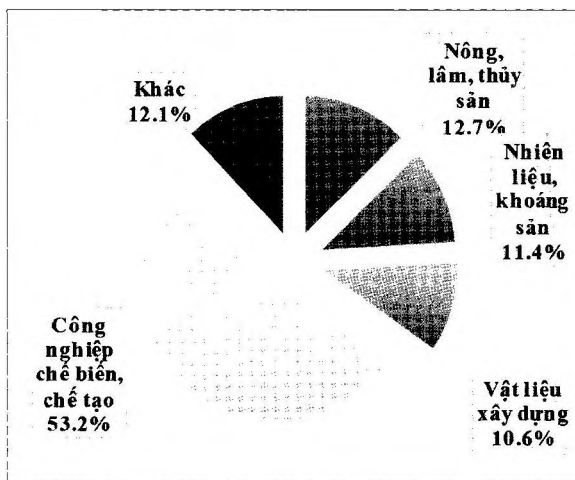
(i) Nhóm hàng hóa nông lâm thủy sản

Năm 2015, kim ngạch XK các mặt hàng nông, lâm, thủy sản sang khu vực Đông Nam Á đạt 2,3 tỷ

Hình 1: Cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN năm 2020



Hình 2: Cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN năm 2025



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam

USD, chiếm tỷ trọng 12,7% tổng kim ngạch XK của Việt Nam sang khu vực. Vào thời điểm này, nông sản XK của Việt Nam chủ yếu vẫn là sản phẩm thô, sơ chế. Gạo là mặt hàng chủ lực với kim ngạch XK khoảng 1 tỷ USD (chiếm 43% giá trị của nhóm hàng nông lâm thủy sản XK sang ASEAN). Tiếp theo là thủy sản, cao su, cà phê, hạt tiêu, hạt điều. Ngoài ra còn có sắn và các sản phẩm từ sắn, chè với kim ngạch không đáng kể. Năm 2020, kim ngạch XK các mặt hàng nông, lâm, thủy sản sang khu vực Đông Nam Á đạt 2,8 tỷ USD, tăng về giá trị nhưng giảm nhẹ về tỷ trọng, chiếm 11,9% tổng kim ngạch XK của Việt Nam sang khu vực. Gạo vẫn là mặt hàng XK chủ lực sang khu vực với kim ngạch khoảng 1,4 tỷ USD (chiếm 51% giá trị nhóm nông lâm thủy sản XK sang ASEAN). Tiếp theo vẫn là các mặt hàng chính giống như năm 2015 nhưng điều đáng lưu ý là có sự nổi lên của nhóm hàng rau quả, đồng thời là sự sụt giảm mạnh của nhóm hàng cao su cả về giá trị và tỷ trọng.

Trong những năm gần đây, XK rau củ quả, trái cây của Việt Nam ra thế giới và sang ASEAN có sự tăng trưởng tích cực. Việt Nam đã chú trọng nhiều hơn đến khai thác cơ hội XK rau củ quả, trái cây, các loại hạt có thể ăn được sang thị trường ASEAN. Các mặt hàng này bao gồm các loại rau củ (bắp cải, xu hào, cà rốt, khoai tây, khoai lang, cà chua, súp lơ...), trái cây tươi (thanh long, vải, nhãn, xoài,

chuối, dứa, bưởi, sầu riêng, roi đường, măng cụt,...), các loại hạt (điều, macadamia), gia vị (hành, hẹ, tỏi, gừng, nghệ, ớt). Trừ Philippines chưa mở cửa thị trường cho rau quả Việt Nam và Indonesia có chính sách hạn chế nhập khẩu, các mặt hàng rau quả nói trên tùy từng loại đã được XK sang các nước ASEAN, theo thứ tự kim ngạch từ cao xuống thấp gồm Thái Lan, Lào, Malaysia, Singapore, Cam-pu-chia, Indonesia.

Xét về hàm lượng chế biến, trong giai đoạn 2015 - 2020, các sản phẩm nông sản Việt XK sang thị trường ASEAN chủ yếu vẫn ở dạng thô, sơ chế, chất lượng chưa đồng đều, dẫn tới giá trị thấp hơn mặt hàng cùng loại của các nước và phải tiêu thụ dưới thương hiệu của các nhà nhập khẩu. Theo số liệu của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), năm 2015, cà phê Việt Nam được XK ở dạng thô chiếm tỷ trọng gần như tuyệt đối, lên đến 99,8% tại Indonesia, 99,6% tại Malaysia, 98,3% tại Philippines, 99,5% tại Thái Lan và 51,8% tại Singapore. Đến năm 2019 và 2020, cà phê thô vẫn chiếm trên 97% tổng lượng XK sang Indonesia, Malaysia, Philippines và Thái Lan, ngoại trừ thị trường Singapore đã được cải thiện với cà phê thô giảm tỷ trọng xuống còn 28% năm 2019 và 30,5% năm 2020. Tương tự như vậy, chè XK sang ASEAN có tới hơn 95% lượng XK ở dạng thô, sơ chế. Tỷ trọng của chè đóng gói chỉ ở mức khoảng 1% và

chưa có sự cải thiện trong giai đoạn 2015-2020. Hạt tiêu XK sang ASEAN cũng vẫn chủ yếu ở dạng thô, chiếm tỷ trọng trên 85% tổng lượng XK trong cùng giai đoạn.

Gạo là mặt hàng nông sản chính XK sang ASEAN. Gạo được XK chủ yếu sang Philippines, đạt kim ngạch 1 tỷ USD năm 2020, chiếm 75,2% lượng gạo XK sang ASEAN và chiếm 1/3 XK gạo của Việt Nam ra toàn thế giới. Các thị trường quan trọng khác trong ASEAN gồm Malaysia, Singapore, Indonesia, Brunei. Gạo XK sang Philippines và Indonesia chủ yếu là gạo trắng phẩm cấp thường, độ tẩm từ 20-25%, cạnh tranh chủ yếu bằng giá. Về chiến lược, ngành Gạo của Việt Nam đang giảm dần sản xuất và XK các loại gạo trắng thường do khó cạnh tranh về giá với các nước chuyên sản xuất gạo giá rẻ như Myanmar, Pakistan và Ấn Độ. Những năm về trước, lúa chất lượng cao chỉ chiếm từ 35 đến 40% trong cơ cấu sản xuất lúa gạo thì đến năm 2020 con số này đã đạt từ 75 đến 80%. Điều này đã đưa giá gạo XK của Việt Nam tăng lên rất nhanh trong vài năm gần đây, đặc biệt là năm 2020. Cơ cấu gạo XK của Việt Nam đang tiếp tục chuyển dịch theo hướng gia tăng các loại gạo thơm, gạo đặc sản, gạo japonica, gạo trắng phẩm cấp cao với giá bán và giá trị gia tăng cao hơn<sup>1</sup>. Mục tiêu XK gạo của cả nước cũng đã được điều chỉnh, đến năm 2030, dự kiến chỉ còn khoảng 4 triệu tấn và nâng cao giá trị XK.

#### *(ii) Nhóm hàng hóa nhiên liệu, khoáng sản*

XK nhiên liệu, khoáng sản của Việt Nam giảm dần trong những năm qua, đặc biệt là dầu thô và than đá, do để phục vụ nhu cầu trong nước. Năm 2015, XK nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản sang ASEAN đạt 2,1 tỷ USD, chiếm 11,4% tổng kim ngạch XK của Việt Nam sang ASEAN. Năm 2020, kim ngạch XK nhóm hàng này giảm xuống còn 1,1 tỷ USD, chiếm 4,7% tổng kim ngạch XK sang ASEAN.

Trong cơ cấu XK nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản năm 2015 của Việt Nam, dầu thô vẫn chiếm tỷ trọng lớn, khoảng 69,4%, tương đương gần 1,5 tỷ USD. Tiếp theo là xăng dầu, với tỷ trọng 27,7%, kim ngạch 581,2 triệu USD. XK than đá đạt 51,5 triệu USD, chiếm 2,5%. XK khoáng sản đạt 9 triệu USD. Cùng chung xu hướng giảm XK ra thế giới, XK dầu thô sang ASEAN cũng giảm dần về giá trị,

đạt 935,6 triệu USD năm 2017, đạt 695,7 triệu USD năm 2018, đạt 745,8 triệu USD năm 2019. Năm 2020, XK dầu thô sang ASEAN đạt 584,4 triệu USD, giảm 60% so với năm 2015 về giá trị, tỷ trọng trong nhóm nhiên liệu khoáng sản cũng giảm xuống còn 53%. XK xăng dầu cũng có sự giảm nhẹ về giá trị và chỉ đạt 484,8 triệu USD. XK than đá giảm còn 17,7 triệu USD, chiếm 1,6% tổng giá trị XK của nhóm nhiên liệu, khoáng sản.

#### *(iii) Nhóm hàng hóa công nghiệp chế biến, chế tạo*

Năm 2015, XK nhóm hàng hóa công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam sang ASEAN đạt hơn 9,7 tỷ USD, chiếm 53,2% tổng giá trị XK sang ASEAN. Trong cơ cấu nhóm hàng chế biến, chế tạo 5 nhóm hàng có kim ngạch lớn nhất gồm: (i) điện thoại các loại và linh kiện (2,1 tỷ USD); (ii) máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (1,4 tỷ USD); (iii) máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng (1,2 tỷ USD); (iv) phương tiện vận tải và phụ tùng (1,2 tỷ USD); (v) dệt may (612,6 triệu USD). 5 nhóm hàng này chiếm tới hơn 66,7% tổng giá trị XK của cả nhóm công nghiệp chế biến chế tạo, trong đó, các mặt hàng trên chiếm tỷ trọng lần lượt là 21,9%, 14,2%, 12,4%, 11,9%, 6,3%.

Năm 2015, Việt Nam có 9 nhóm mặt hàng XK sang ASEAN có kim ngạch đạt trên 500 triệu USD, bao gồm điện thoại các loại và linh kiện (2,1 tỷ USD), dầu thô (1,4 tỷ USD), máy vi tính (1,3 tỷ USD), máy móc thiết bị (1,2 tỷ USD), sắt thép (1,2 tỷ USD), phương tiện vận tải và phụ tùng (1,1 tỷ USD), gạo (1,01 tỷ USD), hàng dệt may (612,6 triệu USD), xăng dầu các loại (581,2 triệu USD).

Các mặt hàng kim ngạch từ 100 triệu USD đến 350 triệu USD, có tỷ trọng từ 1% - 4% tổng giá trị XK của nhóm chế biến chế tạo, xếp theo thứ tự kim ngạch từ cao xuống thấp gồm sản phẩm từ chất dẻo; nguyên phụ liệu dệt may da giày; sản phẩm hóa chất; xơ, sợi dệt các loại; thức ăn gia súc và nguyên liệu; giày dép các loại; phân bón các loại; kim loại thường và sản phẩm từ kim loại; giấy và các sản phẩm từ giấy; bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc; chất dẻo nguyên liệu; sản phẩm gốm, sứ; gỗ và sản phẩm gỗ.

Các mặt hàng có kim ngạch dưới 100 triệu USD và tỷ trọng không đáng kể, dưới 1% gồm: hóa chất; vải mảnh, vải kỹ thuật khác; túi xách, ví, va li, mũ,

ô, dù; sản phẩm từ cao su; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện; sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ; đồ chơi, dụng cụ thể thao; đá quý, kim loại quý.

Năm 2020, XK nhóm hàng hóa công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam sang ASEAN đạt khoảng 12,8 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 52,2% trong tổng kim ngạch XK hàng hóa sang ASEAN, gần như không thay đổi so với năm 2015. Do đó, cơ cấu XK hàng hóa của Việt Nam sang ASEAN vẫn chưa có sự dịch chuyển đáng chú ý, chưa nói đến sự đột phá.

5 nhóm mặt hàng có kim ngạch lớn nhất vẫn là: điện thoại các loại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng; phương tiện vận tải và phụ tùng; dệt may. Tuy nhiên, tỷ trọng của 5 nhóm mặt hàng lớn nhất đã có sự suy giảm, cho thấy nhóm hàng hóa chế biến, chế tạo XK sang ASEAN đang tiếp tục được đa dạng hóa và có sự góp mặt nhiều hơn của những mặt hàng khác. Top 5 mặt hàng lớn nhất nêu trên có kim ngạch khoảng 7,8 tỷ USD, chiếm 61,2% tổng giá trị XK sang ASEAN. Riêng kim ngạch mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện chỉ đạt 1,5 tỷ USD, giảm mạnh do dịch Covid-19 (giảm 36,4% so với năm 2019 và giảm 30,7% so với năm 2015). Đáng chú ý, mặt hàng dệt may đã cải thiện vị trí trong cơ cấu mặt hàng chế biến chế tạo, với tỷ trọng 10,6% (cao hơn mức 6,3% của năm 2015).

Năm 2019, Việt Nam có 14 nhóm mặt hàng XK sang ASEAN có kim ngạch trên 500 triệu USD, bao gồm sắt thép các loại (2,5 tỷ USD), điện thoại các loại và linh kiện (2,3 tỷ USD)... Một số mặt hàng mới gia nhập nhóm có kim ngạch trên 500 triệu USD gồm nguyên phụ liệu dệt, may, da giày (691,5 triệu USD), hàng thủy sản (683,2 triệu USD), sản phẩm từ sắt thép (608,7 triệu USD), thủy tinh (569,1 triệu USD), sản phẩm từ chất dẻo (503 triệu USD).

Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, Việt Nam có 11 nhóm mặt hàng XK sang ASEAN có kim ngạch trên 500 triệu USD. Các mặt hàng sụt giảm mạnh về kim ngạch so với năm 2019 gồm sản phẩm từ sắt thép, xăng dầu các loại, sản phẩm từ chất dẻo.

Đáng chú ý, trong số các mặt hàng chế biến, chế tạo XK sang ASEAN, có nhiều mặt hàng chưa được thể hiện trong thông tin thống kê hải quan được

công bố, do có kim ngạch không đáng kể. Nhiều mặt hàng trong số này đang được Việt Nam nhập khẩu khá nhiều từ các nước ASEAN, mặc dù trong nước có sản xuất, nhưng chưa XK hoặc XK chưa nhiều sang ASEAN. Các mặt hàng này bao gồm: chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh; chế phẩm thực phẩm khác; giấy các loại và sản phẩm từ giấy; hàng điện gia dụng và linh kiện; linh kiện, phụ tùng ô tô, xe máy; dược phẩm; ô tô; sản phẩm mây tre cói thảm; sữa và sản phẩm sữa; thuốc trừ sâu. Thực tế này cho thấy Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu nhập khẩu của các nước ASEAN đối với các mặt hàng này.

#### *(iv) Nhóm hàng hóa vật liệu xây dựng*

Năm 2015, kim ngạch XK nhóm hàng hóa vật liệu xây dựng của Việt Nam sang ASEAN đạt gần 2 tỷ USD, chiếm 10,6% tổng kim ngạch XK hàng hóa sang ASEAN. Các mặt hàng XK chính gồm sắt thép (1,2 tỷ USD, chiếm 61,8% tổng giá trị XK của nhóm vật liệu xây dựng); sản phẩm từ sắt thép (308,3 triệu USD, chiếm 15,8%), clanke và xi măng (259,4 triệu USD, chiếm 13,3%), dây và cáp điện (178,7 triệu USD, chiếm 9,2%).

Năm 2020, kim ngạch XK nhóm hàng vật liệu xây dựng sang ASEAN đạt gần 3,4 tỷ USD, tăng 73,9% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 14,6% trong tổng kim ngạch XK hàng hóa sang ASEAN, tăng so với mức 10,6% của năm 2015. Đây là sự thay đổi tích cực. Vật liệu xây dựng là nhóm hàng Việt Nam có thế mạnh trong sản xuất và XK, đặc biệt là sắt thép và các sản phẩm từ sắt thép, dây và cáp điện. XK sắt thép sang ASEAN năm 2020 đạt 2,3 tỷ USD, chiếm 67,8% tổng giá trị XK nhóm vật liệu xây dựng. XK sản phẩm từ sắt thép đạt 496,3 triệu USD, chiếm 14,6%, clank-ke và xi măng đạt 320,6 triệu USD, chiếm 9,4%, dây và cáp điện đạt 276,5 triệu USD, chiếm 8,1%. Quá trình đô thị hóa, xây dựng cơ sở hạ tầng tại nhiều nước ASEAN như Indonesia, Philippines, Myanmar, Lào, Cam-puchia, Thái Lan đang được đẩy mạnh khiến cho nhu cầu đối với vật liệu xây dựng cũng tăng nhanh theo. Việt Nam cần tận dụng những cơ hội này để đẩy mạnh XK, đa dạng hóa các mặt hàng vật liệu xây dựng XK sang ASEAN.

## **2. Thực trạng chuyển dịch cơ cấu XK sang ASEAN theo một số nhóm hàng chủ lực**

Giai đoạn 2015 - 2020, trong số các mặt hàng

XK chủ lực sang thị trường ASEAN, có những mặt hàng không có thay đổi đáng kể về tỷ trọng trong cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN, mặc dù có sự gia tăng về kim ngạch. Trong khi đó, có những mặt hàng có thay đổi đáng kể về tỷ trọng.

Kim ngạch XK các mặt hàng cà phê, sản phẩm từ chất dẻo, sản phẩm gỗ, da giày, dây và cáp điện, vải màn hình, vải kỹ thuật có tỷ trọng tương đối ổn định trong tổng kim ngạch XK, không có thay đổi lớn hoặc gia tăng đột biến. Riêng mặt hàng thủy sản có sự giảm nhẹ về tỷ trọng, từ 2,7% năm 2015 xuống 2,4% năm 2020, mặc dù về kim ngạch thì tăng từ 485,7 triệu USD năm 2015 lên 560,9 triệu USD năm 2020.

XK các mặt hàng dệt may, sắt thép và sản phẩm sắt thép có sự bứt phá, tỷ trọng thay đổi mạnh mẽ theo hướng gia tăng. Kim ngạch XK dệt may tăng từ 612,6 triệu USD, chiếm tỷ trọng 3,4% năm 2015, lên gần 1,4 tỷ USD, với tỷ trọng tương ứng là 5,8% trong năm 2020. Sắt thép và sản phẩm sắt thép tăng từ 1,54 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 8,3% năm 2015, lên 2,8 tỷ USD, với tỷ trọng tương ứng là 12,1% năm 2020. Rau quả tăng từ 116,9 triệu USD, chiếm tỷ trọng 0,6% năm 2015, lên 288,3 triệu USD, với tỷ trọng tương ứng là 1,2% năm 2020. Xu hướng này cho thấy các DN trong ngành Dệt may, Sắt thép và rau quả XK đã có những bước tiến lớn về năng lực

sản xuất và XK ra thị trường nước ngoài, trong đó có ASEAN, đồng thời cũng thể hiện sự gia tăng về nhu cầu của các nước ASEAN đối với những mặt hàng này. (Hình 3)

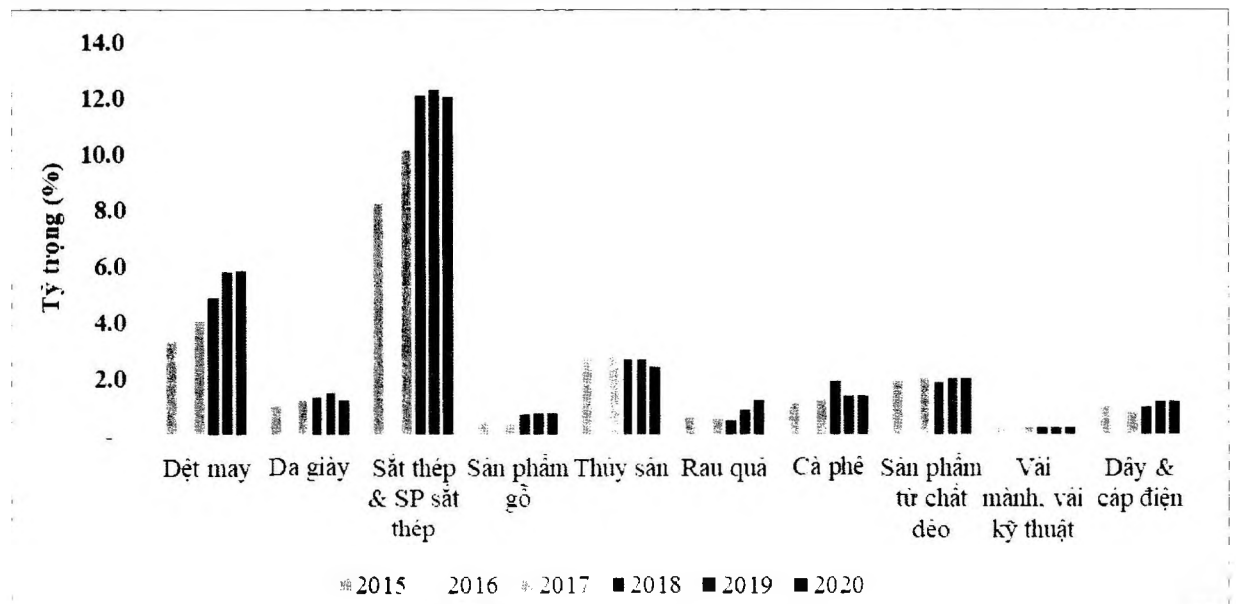
**3. Đánh giá chung**

Kết quả tích cực trong chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK của Việt Nam sang ASEAN trong giai đoạn 2015-2020:

- Cơ cấu mặt hàng XK có sự chuyển dịch tích cực giữa các nhóm hàng, theo hướng giảm tỷ trọng hàng nhiên liệu thô (dầu thô, than đá), nguyên liệu thô, sơ chế, giảm tỷ trọng của nhóm hàng nông lâm thủy sản, tăng tỷ trọng của nhóm hàng chế biến, chế tạo và vật liệu xây dựng. Tỷ trọng gộp của cả nhóm hàng chế biến, chế tạo và vật liệu xây dựng tăng từ 62,9% năm 2015 lên 69,8% trong tổng kim ngạch năm 2020. Tỷ trọng của các mặt hàng chế tạo thâm dụng công nghệ, kỹ năng như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị; các mặt hàng công nghệ và công nghiệp tăng dần trong những năm gần đây góp phần làm gia tăng nhanh tổng kim ngạch XK của Việt Nam và có nhiều tác động tích cực tới tăng trưởng kinh tế.

- Ngay trong từng nhóm hàng cũng có sự chuyển dịch theo hướng hiện đại, gia tăng tỷ trọng của các mặt hàng chế biến, các mặt hàng Việt Nam có lợi thế so sánh. Trong nhóm nhiên liệu khoáng sản, tỷ

**Hình 3: Tỷ trọng của một số mặt hàng XK chủ lực sang ASEAN giai đoạn 2015-2020**



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)

trọng của dầu thô giảm từ 69,4% năm 2015 xuống còn 53% năm 2020; than đá giảm từ 2,5% xuống 1,6%, tương ứng với đó là sự gia tăng tỷ trọng của mặt hàng xăng dầu. Trong nhóm chế biến, chế tạo, có sự gia tăng mạnh của dệt may cả về tỷ trọng và giá trị tuyệt đối. Đây là mặt hàng Việt Nam có lợi thế so với hầu hết các nước ASEAN khác. Trong nhóm hàng vật liệu xây dựng, sắt thép và sản phẩm sắt thép cũng tăng mạnh về tỷ trọng. Năng lực cạnh tranh trong sản xuất một số sản phẩm thép của Việt Nam, đặc biệt là các loại thép cuộn cán nguội, tôn lạnh, tôn phủ màu,... vượt trội so với các nước trong khu vực. Ngành Thép Việt Nam đang tận dụng tốt cơ hội mở rộng thị trường tại các nước ASEAN do ngành xây dựng tại các quốc gia trong khu vực phát triển mạnh.

- Mặt hàng XK sang thị trường ASEAN đang tiếp tục được đa dạng hóa. Ngày càng có nhiều sản phẩm mới tham gia vào giỏ hàng XK. Số lượng mặt hàng có kim ngạch XK trên 500 triệu USD gia tăng, giúp Việt Nam mở rộng quy mô XK. Trong nhóm hàng nông lâm thủy sản XK sang ASEAN năm 2020, có sự xuất hiện và nổi lên của nhóm hàng rau quả, là những mặt hàng XK có hiệu quả kinh tế cao. Đối với ngành Gạo XK, các loại gạo thơm, gạo chất lượng cao với giá trị gia tăng và giá bán cao hơn cũng tăng dần về tỷ trọng. Ngoài ra, còn nhiều mặt hàng chế biến mới tham gia XK như trái cây sấy khô, bánh kẹo, thực phẩm đóng gói, cà phê hòa tan, thủy sản chế biến (nghêu, cá ngừ)... Các mặt hàng công nghiệp khác như sản phẩm sắt thép, gạch men, vải màn, vải kỹ thuật, các loại bóng đèn led, khung sườn xe và săm lốp ô tô, các sản phẩm thân thiện môi trường (bao bì, túi đựng, găng tay, ống hút tự phân hủy,...) cũng được XK nhiều hơn sang ASEAN.

Bên cạnh những chuyển dịch tích cực nêu trên, cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN cũng bộc lộ một số hạn chế, bất cập:

- XK hàng hóa của Việt Nam sang ASEAN vẫn chủ yếu tập trung vào một số mặt hàng XK chủ lực. Số lượng mặt hàng thực sự có lợi thế cạnh tranh tại thị trường ASEAN còn hạn chế. 5 nhóm mặt hàng lớn nhất gồm điện thoại các loại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; phương tiện vận tải và phụ tùng; dệt may chiếm tới hơn 66,7% tổng giá

trị XK của cả nhóm công nghiệp chế biến chế tạo trong năm 2015 và trên 61% năm 2020. Ngoại trừ dệt may, XK 4 nhóm hàng còn lại chủ yếu do khu vực FDI đóng góp.

- Cơ cấu mặt hàng XK có sự dịch chuyển nhưng tốc độ dịch chuyển chậm, chưa có yếu tố đột phá, chưa hướng mạnh vào XK những hàng hóa được chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao. Tỷ trọng của nhóm hàng chế biến, chế tạo, là nhóm có giá trị gia tăng cao hơn cả, chưa được cải thiện so với năm 2015 (năm 2020 chiếm 52,2%, năm 2015 chiếm 53,2%). Tỷ trọng nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản và nông, lâm, thủy sản có sự giảm dần trong cơ cấu hàng hóa XK nhưng tỷ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo chưa thực sự tăng nhanh. Đối với nhóm hàng chế biến, chế tạo của Việt Nam vẫn chủ yếu làm gia công, lắp ráp cho nước ngoài (dệt may, da giày, hàng điện tử, điện thoại,...) nên giá trị gia tăng thu về không cao. Hàm lượng công nghệ, mức độ phức tạp của sản phẩm XK chưa cao. Theo bảng xếp hạng về độ phức tạp của hàng hóa XK năm 2019 do Growth Lab thuộc Trung tâm Phát triển Quốc tế, Đại học Harvard bình chọn, Việt Nam<sup>2</sup> đứng thứ 56 trong bảng xếp hạng gồm 133 quốc gia trên thế giới. So với các quốc gia trong khu vực, Việt Nam hiện xếp cao hơn Indonesia, Campuchia, Lào, Myanmar; nhưng xếp sau khá xa so với Singapore, Thái Lan, Malaysia, Philippines.

- Cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN chưa phát huy hết tiềm năng phát triển, lợi thế của một số lĩnh vực như da giày, chế biến gỗ, dây và cáp điện, vải kỹ thuật, sản phẩm nhựa, sản phẩm từ cao su, thiết bị điện, sữa và sản phẩm từ sữa, đồ uống... Những lĩnh vực này có sự góp mặt của nhiều DN bản địa. Sản phẩm đã có chỗ đứng tốt tại thị trường nội địa và đang vươn ra XK. Thị trường ASEAN có nhu cầu và còn dư địa cho những mặt hàng này. Tuy nhiên, trong cơ cấu mặt hàng XK sang ASEAN, tỷ trọng của những mặt hàng này còn ở mức rất thấp, ít có sự thay đổi, hoặc chỉ tăng nhẹ trong giai đoạn 2015-2020.

Nhiều mặt hàng nông sản XK đang là thế mạnh của Việt Nam. Nhưng xét về hàm lượng chế biến, hàng nông sản Việt Nam XK sang thị trường ASEAN chủ yếu vẫn ở dạng thô, sơ chế, giá trị gia tăng thấp, giá trị thu được chưa cao. Chưa kể đến

thương hiệu, mẫu mã chưa hấp dẫn, thậm chí chưa có thương hiệu, trong khi chi phí sản xuất và logistics cao làm giảm sức cạnh tranh của sản phẩm. Việt Nam có lợi thế cạnh tranh đối với các loại trái cây nhiệt đới như thanh long, vải, xoài, nhãn, chôm chôm, vú sữa, bơ, na, dứa,... nhưng những sản phẩm này chưa được XK nhiều sang các nước ASEAN, ngoại trừ Cam-pu-chia và Lào với kim ngạch không lớn.

#### **4. Một số giải pháp và kiến nghị**

*Thứ nhất, nhóm giải pháp từ phía nhà nước liên quan đến phát triển thị trường.*

- Các cơ quan quản lý nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và các cơ chế, chính sách liên quan đến nhiệm vụ phát triển thị trường ASEAN:

+ Cần xây dựng và thực thi chiến lược về phát triển thị trường ASEAN, trong đó xác định các mục tiêu, biện pháp và nhiệm vụ cụ thể nhằm thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu XK sang ASEAN theo hướng hợp lý, hiện đại, đa dạng hóa mặt hàng XK. Trong đó cũng đưa ra yêu cầu phối hợp của từng Bộ, ngành, các cơ quan quản lý thương mại ở các địa phương.

+ Tiếp tục phối hợp với các nước ASEAN trong việc thực hiện các mục tiêu và biện pháp của Kế hoạch tổng thể xây dựng Cộng đồng Kinh tế ASEAN 2025; hoàn thiện khung khổ pháp lý, thúc đẩy và làm sâu sắc việc thực thi các biện pháp thuận lợi hóa thương mại khu vực như chương trình điều hành kinh tế được ủy quyền (AEO), chương trình tự chứng nhận; triển khai hiệu quả cơ chế một cửa quốc gia trong khuôn khổ Cơ chế một cửa ASEAN...; tăng cường các thỏa thuận công nhận lẫn nhau về chất lượng hàng hóa; hài hòa hóa các tiêu chuẩn quốc tế và hỗ trợ lẫn nhau trong xây dựng năng lực thực hiện các tiêu chuẩn; tăng cường hợp tác, tạo thuận lợi cho các giao dịch thương mại điện tử qua biên giới trong ASEAN.

+ Tích cực triển khai các khuôn khổ pháp lý về hợp tác trong lĩnh vực thương mại và các lĩnh vực có vai trò hỗ trợ cho thương mại đã ký với từng nước ASEAN, đồng thời rà soát, nghiên cứu và thúc đẩy đàm phán, ký kết các thỏa thuận hợp tác mới trong các lĩnh vực thương mại, vận tải, hải quan, ngân hàng, tiêu chuẩn chất lượng, SPS,... để hỗ trợ cho các hoạt động trao đổi thương mại.

- Thúc đẩy đàm phán với các nước ASEAN về mở cửa thị trường nông sản. Mặc dù ngành Nông nghiệp được bảo hộ, nhưng trên thực tế, thị trường các nước ASEAN vẫn có nhu cầu đối với nông sản nhập khẩu. Thái Lan, Singapore, Malaysia nhập khẩu khá nhiều trái cây các loại từ các thị trường như Úc, New Zealand, Nam Phi, EU, Hoa Kỳ, Nam Mỹ... Việt Nam có nhiều loại trái cây đặc sản, có sản lượng và nguồn cung dồi dào, giá trị XK cao, nhưng chưa khai thác được hiệu quả thị trường ASEAN như xoài, sầu riêng, bơ, chanh leo, vải, nhãn, bưởi, thanh long, vú sữa, chôm chôm.

- Tăng cường vai trò của các cơ quan quản lý, xúc tiến thương mại trong việc định hướng, cung cấp thông tin thị trường, hướng dẫn cho DN về các cách tiếp cận và các cơ hội đang đặt ra tại thị trường ASEAN.

- Thường xuyên theo dõi để kịp thời phát hiện và có biện pháp đấu tranh, xử lý các chính sách hạn chế, rào cản thương mại đối với các mặt hàng XK có thế mạnh của Việt Nam. Trong thời gian qua, Indonesia, Philippines, Thái Lan,... đặt ra khá nhiều các biện pháp phi thuế quan có tính hạn chế thương mại đối với các mặt hàng XK của Việt Nam như sắt thép, xi măng, gạch men, xơ sợi, màng BOPP,... Các biện pháp này làm giảm tốc độ tăng trưởng XK và sức cạnh tranh của sản phẩm XK của Việt Nam.

- Tăng nguồn kinh phí, tần suất, quy mô và nâng cao hiệu quả tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường ASEAN. Trong những năm qua, các hoạt động xúc tiến thương mại được phê duyệt tập trung nhiều vào những thị trường lớn như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU, Hoa Kỳ,... Các hoạt động xúc tiến thương mại tại những thị trường này thường có quy mô lớn, thu hút sự tham gia đông đảo của các DN và đã phát huy hiệu quả tích cực trong việc thúc đẩy XK sang các thị trường này. Tuy nhiên, trên thực tế, nhà nhập khẩu tại các nền kinh tế lớn thường chủ động tìm đến nhà cung cấp của Việt Nam, trong khi đó đối với các thị trường ASEAN, DN Việt Nam (người bán) thường phải chủ động hơn trong việc đi tìm nhà nhập khẩu. Do đó, các hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường ASEAN cần được sự quan tâm nhiều hơn.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động và phát huy vai

trò của các cơ chế hợp tác định kỳ (Ủy ban liên Chính phủ, Ủy ban hỗn hợp, Tiểu ban hỗn hợp, Nhóm công tác chung,...) với các nước ASEAN để thúc đẩy giải quyết các khó khăn, trở ngại trong hoạt động xuất nhập khẩu với các nước ASEAN.

*Thứ hai, nhóm giải pháp từ phía nhà nước liên quan đến sản xuất.*

- Tạo thuận lợi cho việc nhập khẩu máy móc thiết bị, công nghệ, nguyên liệu và ứng dụng khoa học công nghệ để đổi mới, chuyển dịch cơ cấu sản xuất nông nghiệp và công nghiệp theo hướng hiện đại, phục vụ cho phát triển XK, trong đó có XK sang thị trường ASEAN.

- Tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư, hoàn thiện thể chế, có chính sách ưu đãi vượt trội, có tính cạnh tranh quốc tế nhằm thu hút các dự án lớn, dự án trọng điểm quốc gia, dự án công nghệ cao và các nhà đầu tư chiến lược, các tập đoàn đa quốc gia đầu tư, đặt trụ sở và thành lập các trung tâm chế tạo tại Việt Nam trong các lĩnh vực tiềm năng như: hóa chất, linh kiện điện tử, sản phẩm bán dẫn, điện thoại di động, ô tô và phụ tùng ô tô, cơ khí, máy móc thiết bị công nghệ cao, vật liệu mới, dệt may, giày dép, sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Thu hút được các dự án FDI lớn sẽ góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu XK sang ASEAN một cách nhanh nhất, do các tập đoàn đa quốc gia đã có sẵn vốn, công nghệ, năng lực chế biến, chế tạo, đặc biệt đối với những mặt hàng công nghệ cao như điện tử, máy móc thiết bị.

- Tăng cường sự hỗ trợ dành cho các ngành công nghiệp hỗ trợ như hóa chất, nhựa, cơ khí, dệt, vật liệu, linh kiện điện tử, phụ tùng ô tô,... đặc biệt là công nghiệp phụ trợ đối với các ngành hàng XK chủ lực như điện tử, máy móc, dệt may, da giày, thực phẩm,... nhằm gia tăng cơ hội liên kết, hợp tác giữa DN FDI và DN bản địa, tăng hàm lượng nội địa và giá trị gia tăng cho các sản phẩm XK của Việt Nam, cải thiện vị trí của Việt Nam trong các mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị khu vực.

*Thứ ba, nhóm giải pháp từ phía các hiệp hội và DN.*

- Nghiên cứu, thúc đẩy thành lập các hiệp hội kinh doanh, hiệp hội DN trong khu vực ASEAN và khuyến khích sự tham gia của các DN Việt Nam trong các hiệp hội nói trên nhằm tăng cường các hoạt động hợp tác giữa cộng đồng DN, nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, tạo thuận lợi cho các hoạt động trao đổi thông tin, nắm tình hình cung cầu thị trường và các hoạt động hợp tác, liên kết kinh doanh giữa DN Việt Nam và DN các nước ASEAN.

- Tích cực nghiên cứu thị trường để xác định đúng thị trường mục tiêu trong ASEAN có nhiều tiềm năng, cơ hội cho sản phẩm hàng hóa của ngành hàng, của DN mình. Dành nguồn lực để đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất, chế biến, năng lực cạnh tranh, kiểm soát tốt chất lượng, đáp ứng thị hiếu và yêu cầu của thị trường ASEAN. Chú trọng xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm của DN để khẳng định hình ảnh, vị trí tại thị trường ASEAN. Các DN cũng cần tăng cường tính chủ động trong việc liên kết, tham gia sâu hơn và hiệu quả hơn vào các mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị trong khu vực, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm, dịch vụ, tiến tới nấc thang cao hơn trong chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

### 5. Kết luận

Tận dụng, khai thác hiệu quả các thị trường có FTAs, trong đó có ASEAN là nhiệm vụ quan trọng trong công tác phát triển thị trường ngoài nước. Với dân số trên 650 triệu người, quy mô GDP khoảng 3 nghìn tỷ USD, đứng thứ 5 thế giới, có vị trí thuận lợi trong kết nối với Việt Nam, ASEAN tiếp tục là thị trường còn nhiều tiềm năng và dư địa cho các sản phẩm XK thế mạnh của Việt Nam. Khắc phục những bất cập trong cơ cấu mặt hàng XK sang thị trường ASEAN sẽ giúp Việt Nam tiếp tục nâng cao hiệu quả khai thác thị trường ASEAN và cải thiện vị trí của mình trong mạng lưới sản xuất và các chuỗi giá trị khu vực ■

### TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

<sup>1</sup><https://baocantho.com.vn/no-luc-nang-cao-chat-luong-va-gia-tri-hat-gao-viet-a131196.html>

<sup>2</sup><https://atlas.cid.harvard.edu/rankings>



**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Bộ Công Thương (2021), *Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2020*, NXB Công Thương.
2. Đỗ Minh (2021), XK gạo Việt Nam: Đột phá từ chất lượng, <http://www.hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Kinh-te/988965/xuat-khau-gao-viet-nam%20dot-pha-tu-chat-luong>.
3. Trịnh Thị Thanh Thủy & Vũ Thúy Vinh (2016), *Bàn về cơ cấu thương mại Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo “Phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2016 - 2025”, Hà Nội, 2016 (tr.189-201), NXB Công Thương.
4. Khánh Trung (2021), Nỗ lực nâng cao chất lượng và giá trị hạt gạo Việt, <https://baocantho.com.vn/no-luc-nang-cao-chat-luong-va-gia-tri-hat-gao-viet-a131196.html>.
5. Harvard University's Growth Lab - Center for International Development. (2021). Atlas of Economic Complexity: Country & Product Complexity Rankings. Retrieved from: <https://atlas.cid.harvard.edu/rankings>

**Ngày nhận bài: 5/9/2021**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/10/2021**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 15/10/2021**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. NGUYỄN PHÚC NAM**

**Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Á - châu Phi**

**Bộ Công Thương**

**THE RESTRUCTURING OF VIETNAM'S  
EXPORTS TO ASEAN MARKETS**

● Master. **NGUYEN PHUC NAM**

Deputy Director, Department of Asia - Africa Market

Ministry of Industry and Trade

**ABSTRACT:**

Although ASEAN remains the trading partner with the highest level of commitment to trade liberalization among free trade agreements that Vietnam has joined so far, ASEAN's share in Vietnam's total export turnover has experienced a relatively decreasing trend in recent years. This paper analyzes the shift in the structure of Vietnam's exports to ASEAN markets in the period 2015-2020, and clarifies the positive achieved results and some limitations. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to promote the restructuring of Vietnam's exports to ASEAN in a more reasonable and modern direction, improving the efficiency of Vietnam's exports to the ASEAN market.

**Keywords:** export structure, goods, restructuring, ASEAN.