

# Tiềm năng xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Ấn Độ: Phân tích theo mặt hàng (HS 6 chữ số)

Nguyễn Thị Hiền\*

Viện Nghiên cứu Ấn Độ và Tây Nam Á

Ngày nhận bài: 01/07/2021, ngày gửi phản biện: 31/03/2022, ngày duyệt đăng: 28/04/2022

Ấn Độ hiện là thị trường nhập khẩu lớn thứ 7 của Việt Nam trong năm 2020 (Trademap.org). Đa dạng hóa xuất khẩu sang Ấn Độ không chỉ giúp Việt Nam đa dạng hóa thị trường, mà đây còn là cách thức để thúc đẩy hơn nữa mối quan hệ thương mại song phương. Sử dụng các chỉ số thương mại như Chỉ số lợi thế so sánh, Chỉ số xu hướng xuất khẩu, Chỉ số thâm nhập nhập khẩu, Chỉ số cường độ thương mại để xác định tiềm năng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Ấn Độ, kết quả cho thấy, ngoài những sản phẩm truyền thống có tỷ lệ xuất khẩu cao sang thị trường Ấn Độ, Việt Nam có thể mở rộng xuất khẩu nhiều mặt hàng khác, nhằm mục đích đa dạng hàng hóa xuất khẩu.

Từ khóa: Ấn Độ, chỉ số lợi thế so sánh, thương mại, xuất khẩu, Việt Nam

## Mở đầu

Trong vòng 10 năm trở lại đây, quan hệ thương mại Việt Nam - Ấn Độ đã có nhiều cải thiện với kim ngạch song phương liên tục gia tăng qua các năm. Ấn Độ nhanh chóng tăng 13 bậc từ vị trí 20 (năm 2009) lên vị trí thứ 7 (năm 2020), vượt qua nhiều đối tác truyền thống, quan trọng như Anh, Thái Lan, Australia, Malaysia để trở thành đối tác quan trọng của Việt Nam. Việt Nam cũng dần trở thành đối tác quan trọng của Ấn Độ trong khu vực ASEAN. Năm 2020, Việt Nam đã vượt qua Thái Lan để trở thành đối tác xuất khẩu lớn thứ 4 của Ấn Độ trong khu vực ASEAN chỉ sau Indonesia, Singapore, Malaysia (Trademap.org).

Lĩnh vực thương mại là một trong những trụ cột quan trọng của quan hệ ngoại giao Việt Nam - Ấn Độ. Đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu được xác định là một phương thức để thúc đẩy hoạt động thương mại (G.O. Odularu, 2009). Do đó, nghiên cứu tiềm năng đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang Ấn Độ sẽ giúp xác định các mặt hàng xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam, đồng thời đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của phía Ấn Độ. Qua đó góp phần nâng cao kim ngạch thương mại song phương.

## 1. Tiềm năng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Ấn Độ theo sản phẩm (HS 6 chữ số)

Bài viết sử dụng chỉ số lợi thế so sánh RCA (Revealed Comparative Advantage); chỉ số xu hướng xuất khẩu (EPI - Export Propensity Index) đo lường khả năng cung cấp hàng hóa của Việt Nam; chỉ số thâm

\* hien.ktqd.91@gmail.com

nhập nhập khẩu (IPI - Import Penetration Index) đo lường nhu cầu tiêu dùng sản phẩm ở thị trường Ấn Độ; cán cân thương mại (BOT) của Ấn Độ; và chỉ số cường độ thương mại TII (Trade Intensity Index) giữa Việt Nam và Ấn Độ, đo lường dòng chảy thương mại song phương, mức độ thân mật của mối quan hệ thương mại song phương<sup>1</sup>. Trên cơ sở đó xác định sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu cao từ Việt Nam sang Ấn Độ.

Phạm vi của EPI và IPI là từ 1 đến 100, giá trị cao của EPI (Việt Nam) mang ý nghĩa chi sự phụ thuộc cao của các nhà sản xuất trong nước vào việc xuất khẩu mặt hàng đó, trong khi giá trị cao của IPI (Ấn Độ) mang ý nghĩa sự phụ thuộc lớn vào nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu trong nước. Trong danh mục các mặt hàng mã HS 6 chữ số có hàng nghìn sản phẩm, phạm vi của EPI, IPI sẽ không quá cao. Vì nguyên nhân này, nghiên cứu đưa ra mức giới hạn lựa chọn giá trị của EPI và IPI là 1%. Giá trị của TII lớn hơn 1 mang ý nghĩa Ấn Độ chấp nhận các mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam tại thị trường của mình.

**Bảng 1.1. Ba kịch bản xác định tiềm năng xuất khẩu hàng hóa (HS6) của Việt Nam sang Ấn Độ**

Kịch bản	RCA của Việt Nam	RCA của Ấn Độ	BOT của Ấn Độ	EPI của Việt Nam	IPI của Ấn Độ	TII Ấn Độ - Việt Nam
A	$RCA_v > 1$	$RCA_i < 1$	$BOT_i < 0$	$EPI_v > 1\%$	$IPI_i > 1\%$	$TII > 1$
B	$RCA_v > 1$	$RCA_i > 1$	$BOT_i < 0$	$EPI_v > 1\%$	$IPI_i > 1\%$	$TII > 1$
C	$RCA_v > 1$	$RCA_i > 1$	$BOT_i > 0$	$EPI_v > 1\%$	$IPI_i > 1\%$	$TII > 1$

**Bảng 1.2. Danh sách nhóm hàng thỏa mãn các yêu cầu của bảng 1.1**

STT	HS 6	Việt Nam RCA	Ấn Độ RCA	HS6 Ấn Độ BOT 2019 (Nghìn USD)	Việt Nam EPI	Ấn Độ IPI	Việt Nam - Ấn Độ TII
A		$RCA_v > 1$	$RCA_i < 1$	$BOT_i < 0$	$EPI_v > 1\%$	$IPI_i > 1\%$	$TII > 1$
1	'270111	39.0	0.0	(279,169)	0.071	0.010	521.7
2	'741110	15.3	0.6	(437,499)	0.194	0.017	6.3
3	'844331	13.9	0.1	(364,979)	0.616	0.014	10.8
4	'740819	7.5	0.7	(945,847)	0.064	0.035	2.4
5	'870840	4.1	0.5	(631,657)	0.172	0.038	2.6
6	'851829	3.5	0.4	(297,903)	0.245	0.011	5.4
7	'851830	3.3	0.1	(311,383)	0.699	0.012	1.9
8	'851770	3.3	0.4	(7,874,498)	6.100	0.296	2.3
9	'400122	3.2	0.1	(584,992)	0.194	0.022	3.2
10	'847330	2.1	0.1	(1,230,962)	0.580	0.049	12.8
11	'230990	2.0	0.8	(173,193)	0.185	0.023	1.6
12	'382490	1.7	0.3	(324,108)	0.071	0.021	2.8

<sup>1</sup> Về định nghĩa và cách tính EPI của Việt Nam, IPI của Ấn Độ, TII Ấn Độ - Việt Nam, xem thêm Nguyễn Thị Hiền, Nguyễn Thị Thái Châu (2022). *Tiềm năng xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Ấn Độ: Phân tích theo chương hàng hóa (HS 2 chữ số)*. *Tạp chí Nghiên cứu Ấn Độ và Châu Á*, Số 4, tr.1-9.

STT	HS 6	Việt Nam RCA	Ấn Độ RCA	HS6 Ấn Độ BOT 2019 (Nghìn USD)	Việt Nam EPI	Ấn Độ IPI	Việt Nam - Ấn Độ TH
13	'852580	1.4	0.3	(2,020,014)	0.699	0.076	3.5
14	'950300	1.4	0.7	(167,081)	0.480	0.011	1.2
15	'901890	1.2	0.9	(469,757)	0.196	0.028	1.3
16	'392099	1.2	0.6	(373,020)	0.018	0.015	3.1
17	'391990	1.1	0.5	(340,412)	0.041	0.016	12.5
18	'720421	1.1	0.0	(1,623,462)	0.019	0.059	2.7
<b>B</b>		<b>RCA<sub>v</sub> &gt; 1</b>	<b>RCA<sub>i</sub> &gt; 1</b>	<b>BOT<sub>i</sub> &lt; 0</b>	<b>EPI<sub>v</sub> &gt; 1%</b>	<b>IPI<sub>i</sub> &gt; 1%</b>	<b>TH &gt; 1</b>
19	'871410	19.8	3.5	(40,821)	0.116	0.016	1.6
20	'252100	3.4	1.5	(410,940)	0.038	0.017	2.9
21	'281820	2.5	2.2	(473,885)	0.109	0.035	4.3
22	'390210	1.7	1.8	(236,533)	0.100	0.029	3.4
<b>C</b>		<b>RCA<sub>v</sub> &gt; 1</b>	<b>RCA<sub>i</sub> &gt; 1</b>	<b>BOT<sub>i</sub> &gt; 0</b>	<b>EPI<sub>v</sub> &gt; 1%</b>	<b>IPI<sub>i</sub> &gt; 1%</b>	<b>TH &gt; 1</b>
23	'901839	1.1	1.8	25,362	0.099	0.011	3.2

Nguồn: Tác giả tổng hợp và tính toán từ cơ sở dữ liệu Trademap.org

**Bảng 1.3. Một số chỉ số thương mại của các mặt hàng xuất khẩu ở bảng 1.1**

STT	HS 6	Xuất khẩu của Việt Nam năm 2019 ra thế giới (A) (Nghìn USD)	Nhập khẩu của Ấn Độ từ thế giới năm 2019 (B) (Nghìn USD)	Nhập khẩu của Ấn Độ từ Việt Nam năm 2019 (C) (Nghìn USD)	Tỷ trọng nhập khẩu của Ấn Độ từ Việt Nam trên cả thế giới (C/B) (%)	Tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ so với thế giới (C/A) (%)
<b>Nhóm A</b>						
1	'270111	244,345	281,001	17,002	6,1	7,0
2	'741110	671,034	456,102	269,693	59,1	40,2
3	'844331	2,128,063	377,536	30,622	8,1	1,4
4	'740819	220,488	960,802	212,428	22,1	96,3
5	'870840	594,766	1,047,673	21,329	2,0	3,6
6	'851829	844,603	307,928	132,456	43,0	15,7
7	'851830	2,413,892	317,539	47,962	15,1	2,0
8	'851770	21,070,693	8,168,050	1,500,492	18,4	7,1
9	'400122	671,444	599,730	144,761	24	21,6
10	'847330	2,002,397	1,338,337	128,767	9,6	6,4
11	'230990	258,230	400,884	58,486	14,6	22,6
12	'382490	246,926	586,901	12,463	2,1	5,0

13	'852580	2,413,082	2,083,423	576,786	27,7	23,9
14	'950300	1,658,216	298,577	1,705	0,6	0,1
15	'901890	675,352	762,177	11,359	1,5	1,7
16	'392099	63,061	424,663	11,498	2,7	18,2
17	'391990	142,041	429,187	47,232	11,0	33,3
18	'720421	66,679	1,629,945	42,048	2,6	63,1
<b>Nhóm B</b>						
19	'901839	343,272	311,030	11,545	3,7	3,4
20	'871410	400,453	435,785	5,426	1,2	1,4
21	'252100	130,648	473,652	26,823	5,7	20,5
22	'281820	376,777	959,739	257,189	26,8	68,3
<b>Nhóm C</b>						
23	'390210	347,104	785,900	23,316	3,0	6,7

*Nguồn: Tác giả tổng hợp và tính toán từ cơ sở dữ liệu Trademap.org*

## 2. So sánh Việt Nam với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường Ấn Độ

Để đảm bảo sản phẩm được lựa chọn có tiềm năng xuất khẩu cao vào thị trường Ấn Độ, bước tiếp theo nghiên cứu sẽ so sánh, kiểm tra các đối thủ cạnh tranh xuất khẩu vào Ấn Độ, bằng cách so sánh các chỉ số về: giá trị nhập khẩu của Ấn Độ trong năm 2019; tỷ trọng nhập khẩu của Ấn Độ (%); tăng trưởng trung bình giá trị nhập khẩu giai đoạn 2015-2019 (%/năm); xếp hạng của các nước đối tác về xuất khẩu trên thế giới; khoảng cách trung bình giữa các nước đối tác và tất cả các thị trường nhập khẩu của họ (kilomet); giá trị đơn vị (USD/chiếc); mức thuế trung bình do Ấn Độ áp dụng (%).

Kết quả thu được như sau:

**HS270111:** Xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ ở mặt hàng này đứng thứ 4, sau Nga, Latvia, Trung Quốc, chiếm 6,1% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ (bảng 1.3). So sánh về giá cả (mức giá tới cảng Ấn Độ), mặc dù được hưởng mức thuế nhập khẩu 0%, Việt Nam vẫn không có nhiều lợi thế cạnh tranh về giá. Giá cả đơn vị của Việt Nam cao hơn mức trung bình của thế giới, Nga, Latvia, và thấp hơn giá của Trung Quốc. Tiềm năng mở rộng xuất khẩu của Việt Nam ở mặt hàng này sang thị trường Ấn Độ là không cao.

**HS741110:** Xuất khẩu của Việt Nam ở mặt hàng này đứng đầu tiên tại thị trường Ấn Độ với tỷ trọng chiếm hơn 59% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm hơn 40% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Việt Nam có được lợi thế so sánh về giá so với các đối thủ khác. Đồng thời, xuất khẩu mặt hàng này cũng có tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2015-2019 đạt mức cao 39% (Trademap.org). Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS844331:** Xuất khẩu của Việt Nam ở mặt hàng này đứng thứ 3 tại thị trường Ấn Độ, chiếm tỷ trọng 8,1% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và 1,4% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3).

**HS740819:** Xuất khẩu của Việt Nam ở mặt hàng này đứng vị trí thứ 2, chỉ sau Malaysia, với tỷ trọng chiếm 22,1% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, nhưng chiếm tới hơn 96% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Do đó, đối với sản phẩm này, không có nhiều cơ hội cho Việt Nam mở rộng xuất khẩu bởi mức xuất khẩu sang Ấn Độ đã gần đạt tới giới hạn cung của Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình giai đoạn 2015-2019 đạt 22% (Trademap.org), cao hơn các quốc gia khác.

**HS870840:** Mặt hàng này của Việt Nam mới chỉ chiếm 2% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 3,6% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Xét về giá cả, Việt Nam có lợi thế so sánh hơn nhiều so với các quốc gia đối thủ. Đồng thời, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam cũng ở mức cao, 15% (Trademap.org). Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại Ấn Độ.

**HS851829:** Việt Nam hiện đang là thị trường xuất khẩu số 1 của mặt hàng này tại Ấn Độ, chiếm tỷ trọng 43% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và chiếm 15,7% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Mức tăng trưởng tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2015-2019 ở mức 13% (Trademap.org), cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh khác. Việt Nam cũng có lợi thế so sánh so với các đối thủ đứng thứ 2 và thứ 3. Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS851830:** Việt Nam đứng thứ 2 trong danh sách đối tác xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ, chỉ sau Trung Quốc. Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Ấn Độ chiếm 15% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và chiếm 2% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Việt Nam có lợi thế so sánh về giá so với đối thủ đứng ở vị trí thứ nhất, bởi Việt Nam được hưởng mức thuế nhập khẩu 0%, trong khi Trung Quốc chịu mức thuế 10%. Với tốc độ tăng trưởng trung bình 5 năm trở lại đây ở mức cao (25%) (Trademap.org), Việt Nam có tiềm năng để mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS851770:** Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam đứng thứ 3, sau Trung Quốc và Hồng Kông, chiếm 18,4% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và 7,1% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Việt Nam có lợi thế so sánh về giá so với 2 quốc gia đứng đầu xuất khẩu, 2 quốc gia đứng thứ 4 (Hàn Quốc), thứ 5 (Đài Loan), và thấp hơn mức giá trung bình thế giới tại thị trường Ấn Độ. Đây chính là mặt hàng đứng đầu trong danh sách xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường Ấn Độ. Tiềm năng mở rộng, đa dạng hóa xuất khẩu mặt hàng này là rất lớn. Tuy nhiên, các nhà xuất khẩu cũng cần quan tâm đến việc Ấn Độ sử dụng tới 40 yêu cầu phi thuế quan áp đặt lên mặt hàng này.

**HS400122:** Năm 2019, Việt Nam là quốc gia đứng thứ 2 trong danh sách xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ, chỉ sau Indonesia, chiếm 24% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và chiếm 21,6% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình đạt -2% trong giai đoạn 2015-2019 (Trademap.org) và với mức giá cả tuy có cạnh tranh hơn so với các quốc gia khác nhưng mức độ không cao, Việt Nam không có nhiều tiềm năng trong việc đa dạng hóa xuất khẩu mặt hàng này.

**HS847330:** Việt Nam đứng thứ 4 trong danh sách các quốc gia xuất khẩu sang Ấn Độ năm 2019, sau Trung Quốc, Hồng Kông và Malaysia. Với xu hướng tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2015-2019 ở mức -3% (Trademap.org) và giá cả tuy có cạnh tranh hơn so với các quốc gia khác nhưng sự chênh lệch không đáng kể, Việt Nam không có nhiều tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS230990:** Năm 2019, Việt Nam là quốc gia xuất khẩu thứ 2, chỉ sau Sri Lanka với giá trị chiếm 14,6% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và chiếm 22,6% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Tốc độ tăng trưởng bình quân xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường Ấn Độ đạt mức cao, 22%, và tốc độ

tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam nói chung trên thị trường thế giới cũng ở mức cao, 20% (Trademap.org). Bên cạnh đó, với mức giá cạnh tranh, thấp hơn nhiều so với mức trung bình thế giới và các đối thủ khác tại cùng thị trường, Việt Nam có nhiều cơ hội trong việc mở rộng xuất khẩu mặt hàng này.

**HS382490:** Việt Nam mặc dù không nằm trong top 10 quốc gia xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ, với tỷ trọng chỉ chiếm 2,1% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và 5% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3), nhưng tốc độ tăng trưởng nhập khẩu của Ấn Độ từ Việt Nam đạt 106% giai đoạn 2015-2019, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình của Việt Nam tăng 16% (Trademap.org). Bên cạnh đó, với mức giá cạnh tranh, thấp hơn nhiều so với mức trung bình thế giới và các đối thủ khác tại cùng thị trường, Việt Nam có cơ hội trong việc mở rộng xuất khẩu mặt hàng.

**HS852580:** Việt Nam đứng thứ 2 trong danh sách các nước xuất khẩu sang Ấn Độ, sau Trung Quốc. Việc được miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu theo Hiệp định AIFTA khiến giá cả mặt hàng này của Việt Nam tại Ấn Độ có lợi thế hơn so với Trung Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản. Bên cạnh đó, với tốc độ tăng trưởng trung bình xuất khẩu sang Ấn Độ cao, đạt 115%/năm (Trademap.org), nhưng tốc độ tăng trưởng trung bình xuất khẩu của Việt Nam ở mức -3% (Trademap.org), cho thấy xu hướng chuyển dịch xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Ấn Độ. Việt Nam có cơ hội mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS950300:** Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu hàng đầu mặt hàng này ở thị trường Ấn Độ với tỷ trọng chiếm gần 86% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ (Trademap.org). Trong khi đó, Việt Nam chỉ đứng thứ 9 với tỷ trọng chiếm 0,6% (bảng 1.3). Việt Nam cũng không có nhiều lợi thế cạnh tranh về giá so với các đối thủ khác, do đó, tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ là không cao.

**HS901890:** Mặt hàng này của Việt Nam đứng thứ 15 trong danh sách các nước xuất khẩu sang Ấn Độ năm 2019, chiếm 1,5% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 1,7% giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Đây cũng là một mặt hàng thế mạnh của Ấn Độ. Để bảo vệ sản xuất trong nước, Ấn Độ áp dụng 325 yêu cầu phi thuế đối với mặt hàng này. Việt Nam có lợi thế so sánh về giá so với phần lớn các quốc gia khác (trừ Trung Quốc), cho thấy tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang thị trường Ấn Độ là có nhưng không nhiều.

**HS392099:** Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam tại Ấn Độ đứng thứ 5, sau Trung Quốc, Hồng Kông, Mỹ, Hàn Quốc. Giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ chiếm 2,7% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ, và chiếm 18,2% giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Với mức giá cao hơn gấp nhiều lần so với các đối thủ khác, Việt Nam không có nhiều cơ hội trong việc mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS391990:** Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam tại Ấn Độ đứng thứ 3. Cũng tương tự sản phẩm mã HS392099, với mức giá cao hơn nhiều lần so với mức trung bình của thế giới và các đối thủ khác, cơ hội để mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ là không cao.

**HS720421:** Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam tại Ấn Độ đứng thứ 12 trong danh sách các nước xuất khẩu năm 2019, chiếm 2,6% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 63% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Việt Nam có lợi thế so sánh về giá so với các đối thủ khác. Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS901839:** Việt Nam đứng thứ 10 trong danh sách xuất khẩu sang Ấn Độ, chiếm 3,7% tổng giá trị nhập khẩu của nước này, và chiếm 3,4% giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Với mức giá cao hơn

gặp nhiều lần các đối thủ khác, Việt Nam không có nhiều cơ hội trong việc mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS871410:** Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu hàng đầu mặt hàng này ở thị trường Ấn Độ với tỷ trọng chiếm gần 82,6% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ (Trademap.org). Trong khi đó, Việt Nam đứng ở vị trí thứ 5 với tỷ trọng chiếm 1,2% (bảng 1.3). Bên cạnh đó, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ấn Độ trong giai đoạn 2015-2019 ở mức -2%/năm (Trademap.org). Việt Nam có lợi thế so sánh về giá so với các quốc gia khác, nhưng không có lợi thế so sánh với Trung Quốc. Do đó, Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ, tuy nhiên, mức độ không cao.

**HS252100:** Việt Nam đứng thứ 4 trong danh sách các nhà xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ, sau UAE, Oman, Malaysia. Xuất khẩu của Việt Nam chiếm 5,7% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 20,5% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2015-2019 đạt 76%/năm (Trademap.org), giá cả đơn vị của Việt Nam ở mức cao hơn so với 2 quốc gia đứng đầu là UAE và Oman nhưng cạnh tranh hơn so với Malaysia và Egypt, cho thấy Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS281820:** Xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam tại thị trường Ấn Độ chiếm 26,8% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 68,3% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3). Việt Nam đứng thứ 2 trong danh sách quốc gia xuất khẩu, chỉ sau Australia. Với mức giá cạnh tranh, thấp hơn so với các đối thủ khác như Indonesia, Trung Quốc, Hà Lan, đồng thời tương đương với mức giá của Australia, Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

**HS390210:** Việt Nam là quốc gia đứng thứ 12 trong danh sách các nhà xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Ấn Độ năm 2019. Với giá trị chiếm 3% tổng giá trị nhập khẩu của Ấn Độ và chiếm 6,7% giá trị xuất khẩu của Việt Nam (bảng 1.3), đặc biệt với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2015-2019 đạt 611% (Trademap.org), và với mức giá khá tương đồng các quốc gia đối thủ khác, Việt Nam có tiềm năng mở rộng xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường Ấn Độ.

## Kết luận

Bằng cách sử dụng các chỉ số RCA, BOT và EPI của Việt Nam, IPI của Ấn Độ, TII Ấn Độ - Việt Nam, ba kịch bản xác định các mặt hàng của Việt Nam có tiềm năng xuất khẩu sang Ấn Độ được đưa ra tương tự. Nghiên cứu xác định 23 mặt hàng của Việt Nam thỏa mãn 3 kịch bản, được xác định là có tiềm năng xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ. Qua phân tích đối với từng mặt hàng, nghiên cứu chỉ ra rằng, ngoài những mặt hàng chủ lực của Việt Nam trên thị trường Ấn Độ hiện nay, còn nhiều mặt hàng khác cho thấy tiềm năng xuất khẩu cao. Đây là cơ sở để nghiên cứu đưa ra kết luận, Việt Nam có nhiều tiềm năng trong việc đa dạng hóa xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ.

## Tài liệu tham khảo

1. ITC, <https://www.trademap.org/Index.aspx>. Ngày truy cập 9/12/2021.
2. Odularu, G. O. (2009). Export diversification as a promotion strategy for intra-ECOWAS trade expansion. *African Journal of Business Management*, 3(2), pp.32-38.