

MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ CHẤT LƯỢNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM

GS.TS. Đặng Đình Đào¹, TS. Phạm Hoàng Linh²

¹Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

²Trường Đại học Thủy lợi

Email: linhph@tlu.edu.vn

Ngày nhận: 15/3/2023

Ngày nhận bản sửa: 17/3/2023

Ngày duyệt đăng: 23/3/2023

Tóm tắt

Bài viết tập trung đánh giá chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Số liệu thứ cấp được tổng hợp từ một số nguồn như WITS¹, Tổng cục Thống kê... Kết quả phân tích cho thấy chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã từng bước được cải thiện theo thời gian nhưng còn nhiều hạn chế. Kết quả này là căn cứ để đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh chất lượng xuất khẩu của Việt Nam trong những năm tiếp theo.

Từ khóa: Xuất khẩu, hàng hóa, chất lượng xuất khẩu, Việt Nam, hàm lượng nội địa.

Discussions on the Export Quality of Vietnam

Prof. Dr. Dang Dinh Dao, Dr. Pham Hoang Linh

¹The National Economics University

²Thuy Loi University

Email: linhph@tlu.edu.vn

Abstract

The quality of Vietnam's export is assessed in focus in this paper. Secondary data are collected from a host of sources, i.e., World Integrated Trade Solution (WITS), Vietnam General Statistics Office... The findings show that Vietnam's export quality has been gradually improved over time but many limitations remain existing. This result is the basis for proposing solutions

1. Đặt vấn đề

Kể từ khi mở cửa nền kinh tế vào năm 1986, xuất khẩu Việt Nam tăng trưởng liên tục. Trong vòng 10 năm (2009-2019), kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng 4,6 lần, từ 57 tỉ Đô la Mỹ lên 264,6 tỉ Đô la Mỹ, tương đương với tốc độ tăng trưởng trung bình cả giai đoạn khoảng gần 6%/năm². Tăng trưởng liên tục và đều đặn đã khiến cho xuất khẩu đóng góp ngày càng lớn vào tăng trưởng và phát

triển kinh tế của đất nước. Năm 2009, kim ngạch xuất khẩu bằng 54% GDP đã tăng lên mức 79% vào năm 2019 (thời điểm trước khi đại dịch Covid-19 bùng phát vào năm 2020).

Ngay cả trong thời kỳ đại dịch Covid-19 (2020-2021), kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn duy trì tăng trưởng dương khi đạt lần lượt là 281,4 tỉ Đô la Mỹ (tăng 6,3% so với năm 2019) và 335,8 tỉ Đô la Mỹ (tăng khoảng 19,3% so với năm

2020)³. Đặc biệt, từ năm 2020, Việt Nam đã trở thành quốc gia có giá trị xuất nhập khẩu lớn thứ 19 thế giới.

Năm 2022 là năm đầu tiên nền kinh tế Việt Nam cũng như toàn thế giới bắt đầu phục hồi sau đại dịch. Bên cạnh những khó khăn do Covid-19 vừa đi qua để lại, thế giới còn phải đối mặt với cuộc khủng hoảng năng lượng do hậu quả của bất ổn chính trị giữa Nga và Ucraina, theo sau là lạm phát tại nhiều quốc gia. Lạm phát tất yếu dẫn đến nhu cầu hàng hóa giảm và chi phí hàng hóa tăng. Đây là hai nguy cơ tác động xấu đến xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, vượt qua năm 2022, kết quả xuất khẩu của Việt Nam vẫn tăng trưởng ấn tượng. Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa năm 2021 đạt 668,5 tỉ USD, tăng 22,6% so với năm 2020 và năm 2022, đạt mức kỷ lục 735,0 tỉ USD, tăng 9,46% so với năm 2021).

Như vậy, xuất khẩu Việt Nam đã duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định trong một thời gian dài. Kết quả này là động lực giúp xuất khẩu Việt Nam vẫn duy trì tăng trưởng ngay cả trong thời kỳ đại dịch Covid-19, cũng như vượt qua rất nhiều khó khăn như đứt gãy chuỗi cung ứng nội địa và toàn cầu, lạm phát tăng cao, tốc độ tăng trưởng kinh tế giảm sút, bất ổn an ninh và chính trị tại một số quốc gia...

Vấn đề đặt ra là tăng trưởng số lượng cần đi đôi với tiến bộ về chất lượng thì xuất khẩu của Việt Nam mới bền vững. Ngoài ra, từ năm 2009, Việt Nam chính thức thoát khỏi mức thu nhập thấp, trở thành nước có thu nhập trung bình thấp. Để thoát khỏi cái bẫy thu nhập trung bình như nhiều quốc gia khác thì việc tăng cường đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng thu nhập đóng vai trò quan trọng. Muốn vậy thì xuất khẩu cần phải có sự tăng trưởng đột phá về số lượng dựa trên sự cải thiện mạnh mẽ về chất lượng. Bài viết sẽ tập trung đánh giá chất lượng xuất

khẩu hàng hóa của Việt Nam dựa trên nhiều khía cạnh. Trên cơ sở đó, một số định hướng sẽ được đưa ra nhằm cải thiện chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời gian tới.

2. Một số vấn đề lý luận về chất lượng xuất khẩu hàng hóa

Có một số quan điểm về chất lượng xuất khẩu. Quan điểm thứ nhất cho rằng chất lượng xuất khẩu đồng nghĩa với chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Tới lượt nó, chất lượng sản phẩm xuất khẩu lại được phản ánh qua giá sản phẩm xuất khẩu. Henn và cộng sự (2014) sử dụng chỉ tiêu giá cả hàng hóa, giá trung bình của từng nhóm sản phẩm và biến động giá trung bình để phản ánh chất lượng xuất khẩu. Cùng quan điểm với Henn và cộng sự (2013, 2014 và 2015), Trinh và cộng sự (2022) cũng xem xét chất lượng xuất khẩu như là chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Theo Hallak (2006), chất lượng xuất khẩu cao khi sản phẩm xuất khẩu có giá cao kèm theo thị phần cao. Đồng thời, chỉ có những sản phẩm có giá cao mới được xuất khẩu sang những thị trường ở xa. Nói tóm lại, theo quan điểm này, một quốc gia có chất lượng xuất khẩu cao đồng nghĩa với việc quốc gia đó xuất khẩu được nhiều sản phẩm có mức giá trung bình cao và chiếm thị phần cao trên thị trường quốc tế.

Quan điểm thứ hai cho rằng chất lượng xuất khẩu của một quốc gia được phản ánh qua giá trị nội địa hay hàm lượng nội địa của một quốc gia trong sản phẩm xuất khẩu (Fujii-Gambero và Ramos, 2015; Xiong và Quresshi, 2013). Fujii-Gambero và Ramos (2015) sử dụng thêm một chỉ tiêu bên cạnh hàm lượng nội địa là chỉ tiêu mục đích sử dụng sản phẩm xuất khẩu tại nước nhập khẩu. Xiong và Quresshi (2013) đánh giá chất lượng xuất khẩu theo giá trị xuất khẩu ròng hay thương mại ròng đã điều chỉnh, tức là, lấy giá trị xuất khẩu trừ đi giá trị nhập khẩu

¹Giải pháp thương mại tích hợp toàn cầu - World Integrated Trade Solution

²Tính toán của tác giả dựa vào số liệu của WITS

³Tính toán của tác giả dựa vào số liệu của WITS

của một quốc gia sau khi đã loại bỏ đóng góp của khu vực gia công và doanh nghiệp FDI. Theo quan điểm này, chất lượng xuất khẩu nằm ở phần giá trị thực tế mà một quốc gia đóng góp được trong sản phẩm được xuất khẩu. Nói cách khác, tỷ lệ đóng góp của một quốc gia trong tổng giá trị hàng xuất khẩu càng cao thì chất lượng xuất khẩu càng cao. Tuy nhiên, mức độ đóng góp được xác định theo những cách khác nhau, cụ thể là: mức độ đóng góp của quốc gia có thể được xác định qua hàm lượng nội địa (Fujii-Gambero và Ramos, 2015) hay qua việc loại bỏ đóng góp của hoạt động gia công xuất khẩu và xuất khẩu có nguồn gốc từ các doanh nghiệp FDI (Xiong và Quresshi, 2013). Về bản chất, hàm lượng nội địa hay chỉ tiêu giá trị thương mại ròng điều chỉnh đều ám chỉ mức độ đóng góp của một quốc gia vào giá trị hàng xuất khẩu. Để có cái nhìn toàn diện hơn, bài viết này sẽ đánh giá chất lượng xuất khẩu của Việt Nam theo cả hai quan điểm kể trên.

Để nâng cao chất lượng xuất khẩu, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng các quốc gia cần tập trung đầu tư lâu dài và toàn diện, trong đó, tập trung vào cải thiện các yếu tố then chốt như chất lượng nguồn nhân lực (Henn, 2013; D'Adamo, 2018), tăng nguồn vốn FDI (Javorcik và Harding, 2011), tăng thu nhập của nước xuất khẩu và tỷ lệ đầu vào bao gồm cả sản phẩm và dịch vụ công nghệ cao (D'Adamo, 2018), tăng nguồn vốn FDI (Javircik và Harding, 2011), tăng thu nhập của nước xuất khẩu và tỷ lệ đầu vào bao gồm cả sản phẩm và dịch vụ công nghệ cao (D'Adamo, 2018).

3. Đo lường chất lượng xuất khẩu

Theo quan điểm thứ nhất, một quốc gia có chất lượng xuất khẩu cao được hiểu là quốc gia xuất khẩu được nhiều sản phẩm có giá trung bình cao và chiếm thị phần cao trên thị trường quốc tế. Theo đó, các sản phẩm có giá trị cao sẽ là các sản phẩm chế biến chế tạo, trong đó, sản phẩm công nghệ cao đóng vai trò quan trọng.

Do đó, trong bài viết này, tác giả sử dụng chỉ tiêu tỷ trọng hàng chế biến chế tạo và hàng công nghệ cao trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra, do Việt Nam là một nước nhỏ nên thay vì sử dụng chỉ tiêu thị phần quốc gia trên thị trường quốc tế, tác giả sử dụng chỉ tiêu lợi thế so sánh hiển thị (Revealed Comparative Advantage - RCA) thể hiện lợi thế tương đối trong xuất khẩu các hàng hóa có giá trị cao của Việt Nam sẽ phù hợp hơn và có cơ sở để phân tích sâu hơn về chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Công thức tính chỉ số RCA như sau:

$$RCA = (X_{ik}/X_i)/(X_{wk}/X_w)$$

Trong đó, RCA_{ik} là lợi thế so sánh biểu hiện của nước i đối với mặt hàng k ; X_{ik} là giá trị xuất khẩu mặt hàng k của nước i ; X_i là tổng giá trị xuất khẩu của nước i ; X_{wk} là tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng k của thế giới; X_w là tổng giá trị xuất khẩu của thế giới. Nước i sẽ có lợi thế so sánh trong xuất khẩu mặt hàng k nếu chỉ số $RCA > 1$; lợi thế so sánh càng lớn nếu chỉ số RCA này càng lớn. Nước i không có lợi thế so sánh đối với sản xuất và xuất khẩu mặt hàng k khi chỉ số $RCA < 1$. Theo Hinloopen và Marrewijk (2001), chỉ số RCA giải thích lợi thế so sánh như sau:

- $0 < RCA \leq 1$: Hàng hóa không có lợi thế so sánh
- $1 < RCA \leq 2$: Hàng hóa có lợi thế so sánh ở mức thấp
- $2 < RCA \leq 4$: Hàng hóa có lợi thế so sánh ở mức trung bình
- $RCA > 4$: Hàng hóa có lợi thế so sánh ở mức cao

Theo quan điểm thứ hai, tác giả sử dụng chỉ tiêu giá trị xuất khẩu điều chỉnh loại bỏ đóng góp của khối doanh nghiệp FDI và hoạt động gia công xuất khẩu.

4. Số liệu

Số liệu về xuất khẩu của Việt Nam được lấy từ nguồn WITS, Tổng cục Thống kê. Số liệu lấy cho giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2022, trong đó, chia làm 03 giai đoạn: giai đoạn trước đại dịch Covid-19

(2009-2019), giai đoạn trong đại dịch Covid-19 (2020-2021) và giai đoạn nền kinh tế phục hồi sau đại dịch (2022).

5. Thực trạng chất lượng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam

Thứ nhất, sự tăng trưởng liên tục về số lượng là điều kiện cần để thúc đẩy sự tiến bộ về chất lượng xuất khẩu.

Từ năm 2009 đến năm 2019, xuất khẩu Việt Nam tăng gần 5 lần về giá trị, đưa Việt Nam từ quốc gia có giá trị xuất khẩu đứng thứ 36 lên vị trí thứ 22 thế giới. Trong 02 năm chịu tác động tiêu cực từ

đại dịch Covid-19, xuất khẩu Việt Nam không chỉ duy trì được tốc độ tăng trưởng, mà còn lập kỉ lục khi lần đầu tiên vào nhóm 20 quốc gia xuất khẩu nhiều nhất thế giới với vị trí 19/20 từ năm 2020. Nhờ duy trì được tốc độ tăng trưởng trong một thời gian dài mà thứ hạng cũng như vị thế của Việt Nam về xuất khẩu không ngừng được cải thiện (tăng 15 bậc trong vòng 13 năm). Đồng thời, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam cũng tăng từ mức chỉ bằng chưa đến 5% lên mức khoảng 10% giá trị xuất khẩu của quốc gia xuất khẩu lớn nhất thế giới qua các năm.

Bảng 1. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam qua các năm

Năm	Kim ngạch	Thứ hạng	So với quốc gia xuất khẩu hàng đầu (%)
2009	57,09	36	4,75
2019	264,61	22	10,58
2020	281,44	19	10,87
2021	335,79	21	9,98
2022	374,4 ⁴		

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của WITS

Thứ hai, tình hình xuất khẩu hàng hóa có giá trị cao (hàng chế biến chế tạo và hàng công nghệ cao).

Tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng chế biến chế tạo và công nghệ cao tăng liên tục trong giai đoạn nghiên cứu. Xuất khẩu hàng chế biến, chế tạo trong vòng 10 năm (2009-2019) tăng từ mức dưới

60% lên mức trên 80% và duy trì ổn định ở mức này cho đến nay. Xuất khẩu hàng công nghệ cao tăng trưởng tỷ trọng mạnh hơn cả nhóm hàng chế biến, chế tạo nói chung: từ mức dưới 10% vào năm 2009 lên gần 40% vào năm 2019 và cũng duy trì ổn định ở mức này cho đến nay.

Bảng 2. Tỷ trọng xuất khẩu hàng có giá trị cao

Đơn vị tính: %

Năm	Hàng chế biến, chế tạo	Hàng công nghệ cao
2009	58,81	8,40
2019	84,52	37,51
2020	86,43	40,64
2021	86,36	40,40
2022	85,88 ⁵	

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của WITS

⁴Tính toán của tác giả, dựa trên số liệu của Tổng cục Hải quan và Bộ Công thương

⁵Theo số liệu của Bộ Công thương, tính đến tháng 8/2022

Nhờ đó, xuất khẩu hàng công nghệ cao của Việt Nam cũng cải thiện đáng kể về thứ hạng, từ vị trí thứ 37 lên vị trí thứ 10 thế giới kể từ năm 2019. Bảng 2 minh họa thay đổi tỷ trọng xuất khẩu hàng chế biến chế tạo và hàng công nghệ cao của Việt Nam.

Cũng nhờ sự tiến bộ này mà lợi thế xuất khẩu hàng chế biến chế tạo cũng như hàng công nghệ cao của Việt Nam không ngừng được cải thiện. Bảng 3 trình bày lợi thế so sánh của xuất khẩu hai mặt hàng này của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu.

Bảng 3. Kết quả tính toán chỉ số lợi thế so sánh hiển thị của xuất khẩu hàng hóa có giá trị cao của Việt Nam

Năm	Hàng chế biến			Hàng công nghệ cao		
	Tỷ trọng của Việt Nam (%)	Tỷ trọng của thế giới (%)	RCA	Tỷ trọng của Việt Nam (%)	Tỷ trọng của thế giới (%)	RCA
2009	58,81	67,14	0,87	8,40	16,48	0,51
2019	84,52	69,89	1,21	37,51	18,84	1,99
2020	86,43	71,56	1,21	40,64	20,64	1,97
2021	86,36	69,86	1,23	40,40	20,08	2,01

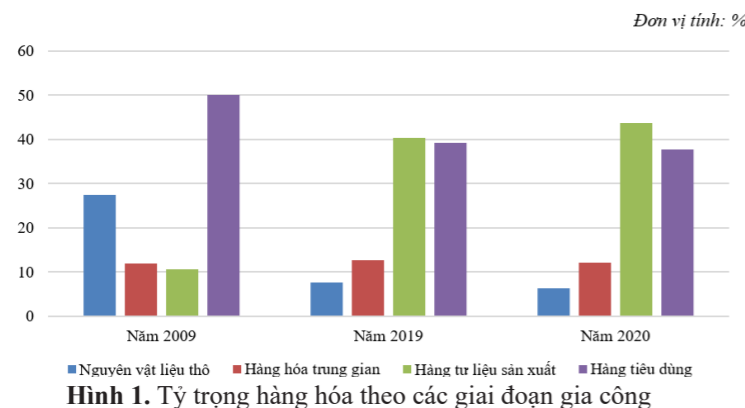
Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của WITS

Từ kết quả trên, có thể thấy rằng tỷ trọng xuất khẩu hàng có giá trị cao của Việt Nam cao hơn mức trung bình của thế giới. Do đó, có thể tạm thời kết luận rằng Việt Nam có lợi thế so sánh trong xuất khẩu hàng chế biến và hàng công nghệ cao, tuy nhiên, lợi thế so sánh chỉ ở mức thấp (hàng chế biến, chế tạo) và trung bình (hàng công nghệ cao). Điều đó phần nào cho thấy chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam chưa cao.

Thứ ba, đóng góp của quốc gia trong giá trị hàng xuất khẩu ngày càng tăng.

Theo quy định hiện hành của Việt Nam, một hàng hóa được công nhận là sản

xuất tại Việt Nam khi có giá trị nội địa tối thiểu 30% và công đoạn cuối cùng không phải là gia công đơn giản. Tuy nhiên, nếu đem so sánh quy định này với các quốc gia phát triển (hàng hóa phải đảm bảo hàm lượng nội địa khoảng 50-60% mới được công nhận là được sản xuất tại quốc gia đó) thì hàm lượng giá trị nội địa của hàng Việt Nam ở mức thấp. Do quy định của pháp luật phản ánh phần nào thực tế, nên qua đó, có thể thấy rằng trên thực tế, hàm lượng nội địa của Việt Nam trong hàng hóa xuất khẩu ở mức thấp. Nguyên nhân có thể nằm ở vấn đề gia công và đầu tư trực tiếp nước ngoài.



Hình 1. Tỷ trọng hàng hóa theo các giai đoạn gia công

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của WITS

(a) Đối với vấn đề gia công, Bảng 4 thể hiện tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam theo các giai đoạn gia công.

Từ kết quả trên, có thể thấy rằng, kim ngạch xuất khẩu hàng nguyên liệu thô giảm mạnh từ gần 30% xuống còn hơn 6%, trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu hàng tư liệu sản xuất tăng mạnh từ hơn 10% lên hơn 40%. Điều này cho thấy có sự tiến bộ nhất định về chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam khi tỷ trọng xuất khẩu các hàng hóa giá trị thấp giảm xuống, đồng thời, tỷ trọng xuất khẩu các hàng hóa có giá trị cao hơn tăng lên.

Tuy nhiên, cần làm rõ hàm lượng nội địa của Việt Nam trong mỗi nhóm hàng này. Theo Tổng cục Thống kê (2016), xuất khẩu hàng gia công chiếm khoảng 18% tổng kim ngạch xuất khẩu và các doanh nghiệp Việt Nam thu về tiền phí gia công trị giá khoảng 8,6 tỉ Đô la Mỹ. Tỷ lệ phí gia công trên tổng giá trị hàng hóa sau gia công bằng khoảng 26,4%. Điều này có nghĩa là Việt Nam đóng góp khoảng ¼ giá trị hàng hóa gia công xuất khẩu. Trong khi đó, doanh nghiệp Việt Nam cũng đi thuê gia công ở nước

ngoài với tổng phí gia công phải trả cho đối tác nước ngoài chỉ khoảng 8,2 triệu Đô la Mỹ và mức phí gia công phải trả chiếm tới hơn 60% tổng giá trị hàng hóa sau gia công. Có nghĩa là, Việt Nam nhận gia công nhiều nhưng chủ yếu tập trung ở những công đoạn đơn giản như lắp ráp nên giá trị gia tăng thấp. Ở chiều ngược lại, Việt Nam thuê nước ngoài gia công rất ít nhưng lại ở những công đoạn phức tạp và giá trị cao.

Ngoài ra, hoạt động gia công được thực hiện chủ yếu bằng nguyên liệu nhập từ nước ngoài. Kim ngạch nhập khẩu nguyên liệu phục vụ gia công chiếm tới 12% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước. Chỉ tính các ngành hàng xuất khẩu chính của Việt Nam như điện tử máy tính, điện thoại, dệt may, giày dép thì tỷ lệ nguyên liệu đầu vào nhập khẩu phục vụ gia công chiếm khoảng 62,3% tổng giá trị hàng hóa sau gia công. Điều này phản ánh chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam không cao. Bảng 4 trình bày tỷ lệ phí gia công so với tổng giá trị hàng hóa sau gia công của một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Bảng 4. Tỷ lệ phí gia công trên giá trị hàng hóa gia công tại Việt Nam

Đơn vị tính: %

Mặt hàng	Tỷ lệ
Dệt may	24,5
Giày dép	27,3
Điện tử máy tính	30,9
Điện thoại	32,4

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2016

(b) Đối với vấn đề đóng góp của khối doanh nghiệp FDI vào xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam:

Theo số liệu của Bộ Công thương (Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam năm 2021), kim ngạch xuất khẩu đến từ các doanh nghiệp FDI chiếm một tỷ trọng tương đối lớn. Tỷ lệ này ở một số ngành hàng xuất khẩu chủ lực ở mức rất cao: điện thoại và linh kiện khoảng 99%, máy tính và linh

kiện khoảng 98%, dệt may khoảng 60%... Như vậy, nếu loại bỏ đóng góp của khối doanh nghiệp FDI khỏi xuất khẩu hàng hóa thì hàm lượng nội địa của Việt Nam chỉ chiếm khoảng 30% kim ngạch xuất khẩu. Chưa kể một thực tế là, các doanh nghiệp FDI chủ yếu gia công lắp ráp hàng hóa với nguyên liệu đầu vào nhập khẩu chiếm tỷ trọng lớn đã khiến cho hàm lượng nội địa trong giá trị hàng hóa xuất khẩu

của Việt Nam vẫn ở mức thấp. Không chỉ nguyên liệu đầu vào nhập khẩu mà đóng góp của Việt Nam thông qua các ngành công nghiệp phụ trợ phục vụ xuất khẩu cũng rất thấp. Theo một nghiên cứu được đăng trên Báo Chính phủ điện tử, tỷ lệ nội địa hóa trong ngành công nghiệp phụ trợ phục vụ xuất khẩu ở một số ngành hàng xuất khẩu chủ yếu như sau: ngành công nghệ cao khoảng 2%, ngành dệt may và da giày khoảng 30%, ngành cơ khí chế tạo khoảng 20%, ngành điện tử khoảng 10%.

Tóm lại, chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã có những tiến bộ rõ rệt nhờ vào tốc độ tăng trưởng kim ngạch được duy trì ổn định trong một thời gian dài. Biểu hiện rõ nhất cho sự tiến bộ về chất lượng xuất khẩu là tỷ lệ hàng có giá trị cao như hàng chế biến chế tạo và hàng công nghệ cao đã tăng đáng kể trong giai đoạn nghiên cứu. Thêm vào đó, Việt Nam cũng cải thiện được lợi thế so sánh trong xuất khẩu các mặt hàng này, tuy nhiên, mức độ cải thiện vẫn chưa đủ để nâng cao chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam một cách đột phá khi mà lợi thế so sánh biểu hiện của Việt Nam mới chỉ ở mức thấp và trung bình. Ngoài ra, mức độ đóng góp của Việt Nam vào giá trị hàng hóa xuất khẩu vẫn còn khiêm tốn khi gia công vẫn đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, nhưng lại chủ yếu tập trung ở các công đoạn gia công đơn giản như lắp ráp mang lại giá trị thấp (phí gia công chỉ chiếm khoảng 30% giá trị hàng hóa sau gia công, trong khi giá trị nguyên liệu đầu vào phải nhập khẩu để phục vụ gia công hàng xuất khẩu lại chiếm tới hơn 60% giá trị hàng hóa sau gia công). Đồng thời, có tới hơn 60% giá trị xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có nguồn gốc từ các doanh nghiệp FDI. Như vậy, với hàm lượng nội địa mới đạt khoảng 30% thì chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn cần phải cải thiện rất nhiều trong thời gian tới.

6. Một số định hướng nhằm cải thiện chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam

Để nâng cao chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, trong thời gian tới còn rất nhiều việc phải làm từ đầu tư hiện đại hóa công nghệ xuất, tổ chức và quản lý quá trình sản xuất kinh doanh đến phát triển nguồn nhân lực, đội ngũ lao động chuyên nghiệp, có tay nghề cao... Sau đây là một số định hướng:

Trước hết, cần phải tăng tỷ lệ nội địa hóa trong giá trị hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam theo hai hướng: *Thứ nhất*, giảm gia công các công đoạn giá trị thấp, tăng gia công các công đoạn giá trị cao. *Thứ hai*, chuyển hướng dòng vốn FDI từ chỗ tập trung gia công lắp ráp sang chuyển giao công nghệ, nhằm tăng hàm lượng nội địa của Việt Nam. Tiếp theo, để những định hướng kể trên thực sự khả thi thì các giải pháp đi kèm phải bao gồm nâng cao trình độ và ứng dụng công nghệ vào sản xuất hàng xuất khẩu, cải thiện chất lượng nguồn nhân lực và cải thiện thể chế.

Về bản chất, không thể nâng cao hàm lượng nội địa của Việt Nam trong giá trị hàng xuất khẩu nếu doanh nghiệp Việt Nam cứ dừng mãi ở hoạt động gia công các công đoạn đơn giản. Muốn vậy, các doanh nghiệp trong nước bắt buộc phải nắm bắt và vận dụng được công nghệ sản xuất, công nghệ nguồn để có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị hàng hóa. Mà để đạt được điều đó thì vấn đề mấu chốt nằm ở chất lượng nguồn nhân lực có đủ khả năng tiếp thu, ứng dụng và sáng tạo công nghệ. Bài toán logistics trong xuất khẩu hàng hóa cũng cần được cải thiện cơ bản từ phương thức thanh toán, thủ tục hải quan, giao nhận và vận chuyển hàng hóa... Và cuối cùng, thể chế phải được cải thiện để Nhà nước hỗ trợ tích cực và hiệu quả hơn cho các doanh nghiệp trong quá trình gia tăng hàm lượng nội địa và xa hơn là nâng cao chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

7. Kết luận

Bài viết đánh giá chất lượng xuất khẩu của Việt Nam theo một số chỉ tiêu như tỷ trọng xuất khẩu các hàng hóa có giá trị cao như hàng chế biến chế tạo và hàng công nghệ cao, cũng như lợi thế so sánh của Việt Nam trong xuất khẩu những mặt hàng này. Ngoài ra, bài viết cũng phân tích đóng góp của hoạt động gia công xuất khẩu và khối doanh nghiệp FDI vào xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, để từ đó, thấy được mức độ đóng góp thực sự của Việt Nam vào giá trị hàng hóa xuất khẩu.

Một số kết luận được rút ra gồm có:

Một là, chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã được nâng cao nhờ vào tăng trưởng kim ngạch trong một thời gian dài, thể hiện qua tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa có giá trị cao tăng lên và lợi thế so sánh trong xuất khẩu hàng hóa có giá trị cao cũng dần dần được cải thiện.

Thứ hai, mặc dù có tiến bộ nhưng chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam còn những hạn chế nhất định như: lợi thế so sánh trong xuất khẩu hàng hóa có giá trị cao mới chỉ ở mức thấp và trung bình, xuất khẩu phụ thuộc vào gia công các công đoạn đơn giản có giá trị thấp, nguồn nguyên liệu đầu vào nhập khẩu chiếm tỷ trọng cao và đóng

góp của khối doanh nghiệp FDI.

Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số định hướng nâng cao chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam thông qua tăng cường hàm lượng nội địa của Việt Nam theo hai hướng: *Thứ nhất*, tăng gia công các công đoạn phức tạp có giá trị cao và giảm gia công các công đoạn có giá trị thấp. *Thứ hai*, định hướng dòng vốn FDI từ lĩnh vực gia công sang chuyên giao công nghệ, thu hút công nghệ nguồn. *Ngoài ra*, để nâng cao chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam còn cần phải nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao trình độ công nghệ và hoàn thiện thể chế, môi trường logistics...

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng nghiên cứu này còn có những hạn chế về mặt số liệu khiến cho việc đo lường chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn chưa thực sự đầy đủ. Trong tương lai, khi vấn đề này được khắc phục thì tác giả có thể tính toán nhiều chỉ tiêu hơn nữa để đánh giá chất lượng xuất khẩu toàn diện và thuyết phục hơn. Ngoài ra, việc đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, đặc biệt là ảnh hưởng của dòng vốn FDI trong ngắn và dài hạn cũng có thể là một trong những hướng nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

- Báo Chính phủ điện tử (2022), “*Để tăng tỷ lệ nội địa hóa công nghiệp hỗ trợ*”, <https://baochinhphu.vn/de-tang-ti-le-noi-dia-hoa-cong-nghiep-ho-tro-102220308154525421.htm>, truy cập ngày 20/10/2022.
- Bộ Công thương (2020), Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2019.
- D'Adamo, G. (2018), The determinants of export quality in the euro area, *Quarterly Report on the Euro Area (QREA)*, 17(1), 23-31.
- Fujii-Gambero, G., & García-Ramos, M. (2015), Revisiting the quality of exports, *Journal of Economic Structures*, 4(1), 1-17.
- Hallak, J. C. (2006), Product quality and the direction of trade, *Journal of international Economics*, 68(1), 238-265.
- Harding, T., & Javorcik, B. (2011), FDI and export upgrading.
- Henn, C., Papageorgiou, C., Romero, J. M., & Spatafora, N. (2020), Export quality in advanced and developing economies: evidence from a new data set, *IMF Economic Review*, 68(2), 421-451.
- Trinh, V. Q., Nguyen, A. T. Q., & Vo, X. V. (2022), Export quality upgrading and environmental sustainability: Evidence from the East Asia and Pacific Region, *Research in International Business and Finance*, 60, 101632.
- Xiong, J., & Qureshi, S. (2013), The quality measurement of China high-technology exports, *Procedia Computer Science*, 17, 290-297.