

Mã số:	274
Ngày nhận:	17/05/2016
Ngày gửi phản biện lần 1:	30/05/2016
Ngày gửi phản biện lần 2:	14/06/2016
Ngày hoàn thành biên tập:	21/10/2016
Ngày duyệt đăng:	21/10/2016

SO SÁNH THỊ TRƯỜNG CÁC NƯỚC ĐỐI TÁC TRONG HIỆP ĐỊNH TPP VÀ HIỆP ĐỊNH RCEP - CƠ HỘI XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CHO VIỆT NAM

Bùi Thị Hằng Phương¹

Tóm tắt

Việt Nam đã và đang tham gia đàm phán ký kết hai Hiệp định thương mại tự do với nhiều đặc điểm tương đồng, đó là Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Hai hiệp định này dự kiến mở ra nhiều cơ hội xuất khẩu cho Việt Nam với nhiều thị trường tiềm năng. Bài viết phân tích, so sánh thị trường các đối tác xuất khẩu của Việt Nam trong TPP và RCEP về quy mô thị trường và cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Trên cơ sở tính toán các chỉ số cường độ thương mại và chỉ số tương đồng xuất khẩu giữa Việt Nam với từng nước đối tác và với nhóm các đối tác, bài viết phân tích cơ hội xuất khẩu cho hàng hóa Việt Nam tại từng thị trường, bao gồm thị trường các đối tác riêng biệt của TPP và RCEP và nhóm thị trường chung của cả hai hiệp định.

Từ khóa: TPP, RCEP, xuất khẩu hàng hóa, hiệp định thương mại.

Abstract

Vietnam has been negotiating to join two Free Trade Agreements with many features in common, which are Trans-Pacific Partnership (TPP) and Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). These two agreements open many export opportunities for Vietnam with potential markets. This article aims at analyzing and comparing Vietnam's export partners in TPP and RCEP in terms of trade size and export composition. Based on calculations of Trade intensity index (TII) and Export

¹ Giảng viên Khoa Kinh doanh Quốc tế - Học viện Ngân hàng, Email: hangphuongbui@gmail.com

Similarity Index (ESI) between Vietnam and each partner and groups of partners, this article analyses export opportunities for Vietnamese products in markets including separate partners and group of mutual partners in TPP and RCEP.

Key words: *TPP, RCEP, exports, trade agreements.*

Trong quá trình tự do hóa thương mại đa phương giữa các quốc gia trên thế giới, Tổ chức Thương mại Thế giới WTO đã đóng vai trò rất tích cực, mang lại nhiều lợi ích cho tất cả các nước thành viên như cải thiện khả năng tiếp cận thị trường, tăng cường cơ chế giám sát thương mại và đầu tư, cải cách thể chế và thuận lợi hóa thương mại... Tuy nhiên, những bất đồng về vai trò của các thị trường mới nổi trong hệ thống thương mại toàn cầu, kết hợp với những quan ngại sâu sắc về lợi ích chung cho tất cả các thành viên khi tăng cường tự do hóa thương mại và đầu tư đa phương, đã khiến cho Vòng đàm phán Doha – Vòng đàm phán thứ 9 của WTO đi vào bế tắc. Để tìm kiếm giải pháp thay thế trong khi cơ chế đa phương đang dần bộc lộ những bất cập của nó, các FTA – một trong những “cánh cửa” để ngỏ của WTO² – xuất hiện ngày càng nhiều, với sự tham gia của các nền kinh tế lớn. Nổi bật là Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Partnership Agreement), Hiệp định thương mại và đầu tư xuyên Đại Tây dương (Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement - TTIP), Hiệp định thương mại tự do Trung Quốc – Nhật Bản – Hàn Quốc, Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (Regional Comprehensive Economic Partnership – RCEP)... Với mục tiêu thúc đẩy hoạt động giao lưu, thương mại với các nước đối tác lớn trong khu vực và trên thế giới, Việt Nam đã và đang tham gia đàm phán hai Hiệp định có tầm ảnh hưởng lớn trong khu vực là TPP và RCEP.

1. Giới thiệu về Hiệp định TPP và RCEP

1.1. Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP

Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) là một Hiệp định thương mại tự do giữa 12 quốc gia khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, bao gồm New Zealand, Australia, Canada, Mỹ, Mexico, Nhật Bản, Malaysia, Brunei, Việt Nam, Singapore, Peru và Chile. Sau 6 năm đàm phán, Hiệp định TPP đã được ký kết ngày 04/02/2016 tại New Zealand, và sẽ có hiệu lực khi tất cả (hoặc phần lớn) các nước thành viên hoàn tất việc thông qua TPP theo thủ tục nội bộ của từng nước. Nếu các nước thành viên

² Một trong những ngoại lệ trong nguyên tắc đối xử Tối huệ quốc của WTO đó là thúc đẩy sự gia tăng của các hiệp định thương mại tự do (Free Trade Agreement – FTA).

không hoàn tất việc thông qua trong vòng 2 năm kể từ ngày ký Hiệp định, thì Hiệp định sẽ có hiệu lực nếu có ít nhất 6 nước thành viên có tổng sản phẩm quốc nội (GDP) chiếm trên 85% tổng GDP của tất cả 12 nước TPP đã thông qua Hiệp định. Tiền thân của Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương là Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương được ký kết năm 2005 giữa 4 quốc gia New Zealand, Singapore, Chile, Brunei về các vấn đề chính sách kinh tế, liên quan đến thương mại hàng hóa, dịch vụ, sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ và chính sách cạnh tranh. Với sự tham gia tích cực của Mỹ, hiệp định TPP mở rộng nội dung của Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương, bao quát trên nhiều lĩnh vực, trong đó có bảo vệ môi trường và bảo vệ lao động.

Mục tiêu của TPP là thiết lập một mặt bằng thương mại tự do chung cho các nước khu vực châu Á - Thái Bình Dương, “thúc đẩy phát triển kinh tế, hỗ trợ việc làm; tăng cường cải cách, nâng cao năng suất và cạnh tranh; cải thiện mức sống, giảm nghèo; thúc đẩy minh bạch, quản trị; đẩy mạnh bảo vệ môi trường và bảo vệ lao động”³.

1.2. Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực RCEP

RCEP là cơ chế đối tác kinh tế toàn diện khu vực, chính thức khởi động đàm phán vào ngày 20/11/2012, với sự tham gia của 16 quốc gia trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Nòng cốt của RCEP là 10 quốc gia ASEAN, cùng với Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, Hàn Quốc, New Zealand và Australia. Ban đầu, RCEP dự kiến kết thúc đàm phán năm 2015, tuy nhiên hiệp định này đã kéo dài thời gian đàm phán đến năm 2016. Mới đây nhất, ngày 17-29/04/2016, vòng đàm phán thứ 12 của các nước ASEAN và các nước đối tác đã diễn ra tại Perth, Australia. RCEP được thành hình với mục đích cạnh tranh với Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP) do Hoa Kỳ khởi xướng với sự tham dự của 12 quốc gia bên bờ Thái bình dương. Do đó, sự thành công của đàm phán TPP chính là một động lực thúc đẩy các nước tham gia RCEP nhanh chóng kết thúc đàm phán. Nếu đàm phán RCEP thành công, Hiệp định này sẽ mở một thị trường rộng lớn với dân số lên tới 3,4 tỷ người và tổng sản phẩm quốc nội GDP 21.400 tỷ USD, chiếm khoảng 47% dân số và 28% tổng thu nhập quốc nội (GDP) của thế giới, với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Đàm phán diễn ra trong các lĩnh vực thương mại hàng hóa (bao gồm các nội dung thuế quan, quy tắc xuất xứ, thủ

³ Kết luận tại Hội nghị Bộ trưởng 12 nước TPP ngày 04/10/2015.

tục hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS), tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục đánh giá sự phù hợp (TBT), v.v.), thương mại dịch vụ, đầu tư, sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, giải quyết tranh chấp và hợp tác kinh tế kỹ thuật.

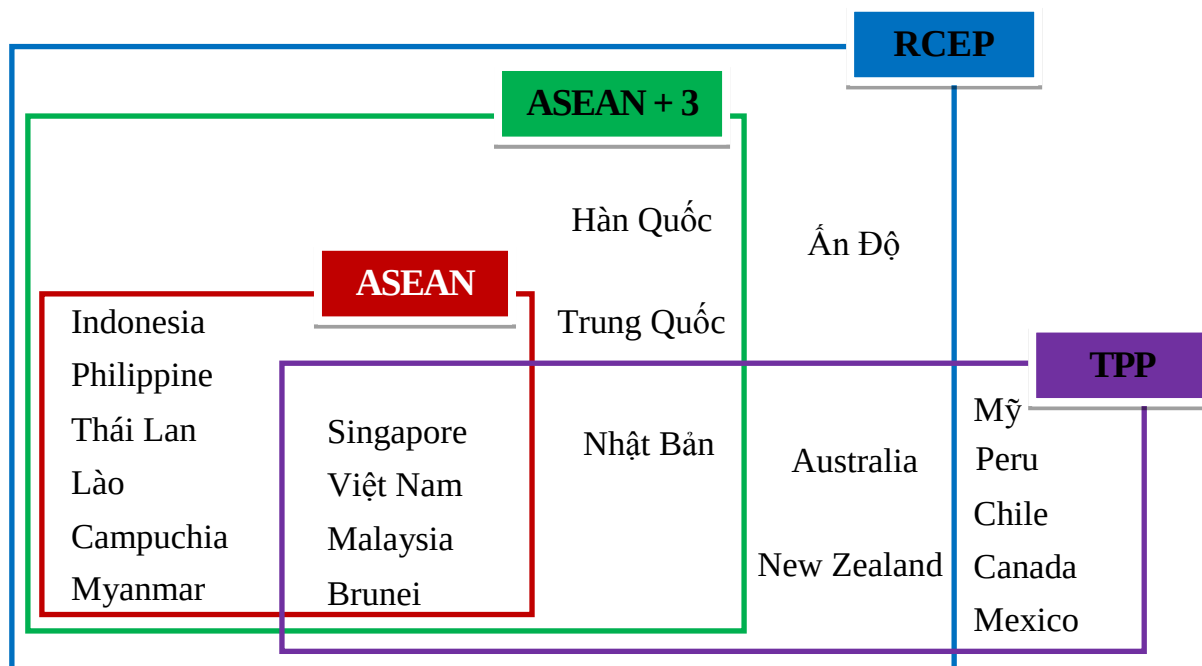
Mục tiêu của RCEP là mở cửa hơn nữa thương mại hàng hóa và dịch vụ, bỏ dần những rào cản thương mại và tự do hóa các dịch vụ, mở rộng hơn nữa đầu tư trực tiếp nước ngoài vào ASEAN và các đối tác thương mại bên ngoài. RCEP đóng vai trò kết nối các FTA ASEAN+1, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp ở các nước thành viên dễ dàng khai thác lợi ích của Hiệp định này cũng như thúc đẩy sự liên kết trong các chuỗi sản xuất khu vực, thúc đẩy sự phát triển năng động của ASEAN.

1.3. So sánh Hiệp định TPP và RCEP

TPP và RCEP khởi động quá trình đàm phán khá gần nhau. TPP khởi động từ năm 2010 và đã chính thức kết thúc đàm phán tháng 10/2015. Mặc dù bắt đầu đàm phán sau – năm 2013, tuy nhiên do được xây dựng trên nền tảng quan hệ thương mại sẵn có giữa ASEAN là trung tâm và các nước đối tác quen thuộc, RCEP được kỳ vọng sẽ sớm kết thúc các thoả thuận trong năm 2016. Là những hiệp định có tầm ảnh hưởng lớn do có sự tham gia của nhiều nền kinh tế hàng đầu thế giới, TPP và RCEP đều hướng tới cam kết mở rộng, tự do hóa thương mại giữa các quốc gia, tuy nhiên quy mô và tính chất mở rộng có nhiều điểm khác biệt.

Xét về các nước thành viên, TPP và RCEP có một số thành viên chung, bao gồm 4 nước ASEAN: Việt Nam, Singapore, Malaysia, Brunei và các nước ngoài ASEAN bao gồm Nhật Bản, Úc, New Zealand. Mặc dù có tới 7 nước thành viên chung, các trụ cột kinh tế của hai Hiệp định này lại không đồng nhất. RCEP chú trọng hơn vào việc phát triển đồng nhất nền kinh tế khu vực ASEAN, là sự kết hợp giữa tầm nhìn khu vực ASEAN+3 và ASEAN+6, nhằm tăng cường kết nối giữa các quốc gia đã có sẵn các thoả thuận thương mại với ASEAN. Với hạt nhân chính là cộng đồng ASEAN, RCEP chịu rất nhiều ảnh hưởng của các nước trong khu vực là Trung Quốc, Hàn Quốc và Ấn Độ, đặc biệt là Trung Quốc – nền kinh tế lớn thứ hai thế giới (theo xếp hạng của World Bank 2015). Trong khi đó, TPP với vai trò dẫn đầu của Mỹ, đang tạo ra một sân chơi mới của thế kỷ 21, kết nối các thị trường Châu Á và Châu Mỹ. Sự khác biệt của thị trường TPP chủ yếu đến từ các đối tác Mỹ, Canada, Mexico – những nước thành viên riêng biệt so với RCEP.

Hình 1: Các nước thành viên của TPP và RCEP



Xét về quy mô thương mại, TPP và RCEP có quy mô gần tương đương. Các nước thành viên TPP chiếm 32% GDP thế giới và 26% thương mại toàn cầu, trong khi các nước RCEP chiếm 24% GDP thế giới và 28% thương mại toàn cầu. Trong TPP, Mỹ, Canada và Mexico đã chiếm tới 19% tổng giá trị nhập khẩu hàng hóa và hơn 14% tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa trên toàn thế giới. Còn 3 nước thành viên riêng biệt của RCEP, gồm Trung Quốc, Hàn Quốc và Ấn Độ, chiếm tới 15% tổng giá trị nhập khẩu và 19% tổng giá trị xuất khẩu thế giới (2015). Như vậy, quy mô thương mại của các nước thành viên TPP và RCEP đều tương đối lớn, trong đó TPP thể hiện tiềm năng thị trường nhập khẩu lớn hơn. Tuy nhiên, năm 2015, tổng trị giá xuất nhập khẩu của 3 nước thành viên RCEP riêng biệt ngoài ASEAN đã lên tới 5582 tỷ USD, cao hơn tổng trị giá xuất nhập khẩu của Mỹ, Canada và Mexico cộng lại. Kết hợp với những ưu thế về vị trí địa lý tương đối gần giữa các nước thành viên (giảm chi phí vận chuyển, đi lại...), đây có thể là một cơ hội để RCEP tăng cường quy mô thương mại mạnh mẽ hơn trong thời gian tới.

Bảng 1: Quy mô thương mại của các nước đối tác trong TPP và RCEP năm 2015

Quốc gia	Giá trị NK (tỷ USD)	Thị phần NK (%)	Giá trị XK (tỷ USD)	Thị phần XK (%)
Các đối tác riêng biệt trong TPP				
Mỹ	2.306	14,0%	1.504	9,2%

Canada	419	2,5%	407	2,5%
Mexico	395	2,4%	381	2,3%
Chile	63	0,4%	63	0,4%
Peru	38	0,2%	33	0,2%
<i>Các đối tác riêng biệt trong RCEP</i>				
Trung Quốc	1.682	10,2%	2.282	14,0%
Hàn Quốc	437	2,6%	527	3,2%
Ấn Độ	391	2,4%	264	1,6%
Các nước ASEAN (6) ⁴	476	2,9%	553	3,4%
<i>Các đối tác chung của hai hiệp định</i>				
Nhật	626	3,8%	625	3,8%
Australia	200	1,2%	188	1,2%
New Zealand	36	0,2%	34	0,2%
Các nước ASEAN (3) ⁵	639	3,9%	641	3,9%
<i>Thế giới</i>	16.480	100%	16.329	100%

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế)

Xét về các tiêu chuẩn thương mại, RCEP đưa ra các chuẩn mực thấp hơn với quá trình tiếp cận dần dần và phạm vi tác động hẹp hơn, chủ yếu tập trung vào việc cắt giảm thuế trong thương mại hàng hóa – dịch vụ - đầu tư. RCEP công nhận các đặc điểm riêng và tình trạng kinh tế khác nhau của các nước tham gia, do đó có các quy định rất linh hoạt, chấp nhận cho các thành viên đưa ra các rào cản thương mại không đồng nhất (ưu tiên cho các nước thu nhập trung bình – thấp trong khu vực). Trong khi đó, là một Hiệp định thế hệ mới có “chất lượng cao”, TPP yêu cầu sự đồng nhất chặt chẽ giữa các nước thành viên trong việc loại bỏ tất cả các loại thuế quan của hàng hóa, hầu như không cho phép các trường hợp đặc cách/ngoại lệ, kể cả với các nước kém phát triển. Đồng thời TPP còn là một hiệp định toàn diện, không chỉ thúc đẩy thương mại hàng hóa tự do mà còn hướng tới lĩnh vực dịch vụ và các vấn đề thể chế, bao phủ một phạm vi rộng lớn về đầu tư, cạnh tranh, sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ... Đặc biệt, các tiêu chuẩn của TPP với các lĩnh vực như lao động, bảo vệ môi trường, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là rất cao đối với tất cả các thành viên. Mặc dù được đặt rất nhiều kỳ vọng, những khoảng cách về nhận thức và về kinh tế rõ ràng sẽ là những rào cản lớn trong quá trình “nhất thể hóa” kinh tế khu vực Châu Á-Thái Bình Dương.

⁴ Gồm 6 đối tác là Thái Lan, Indonesia, Philippines, Myanmar, Lào, Campuchia.

⁵ Gồm 3 đối tác là Malaysia, Singapore, Brunei.

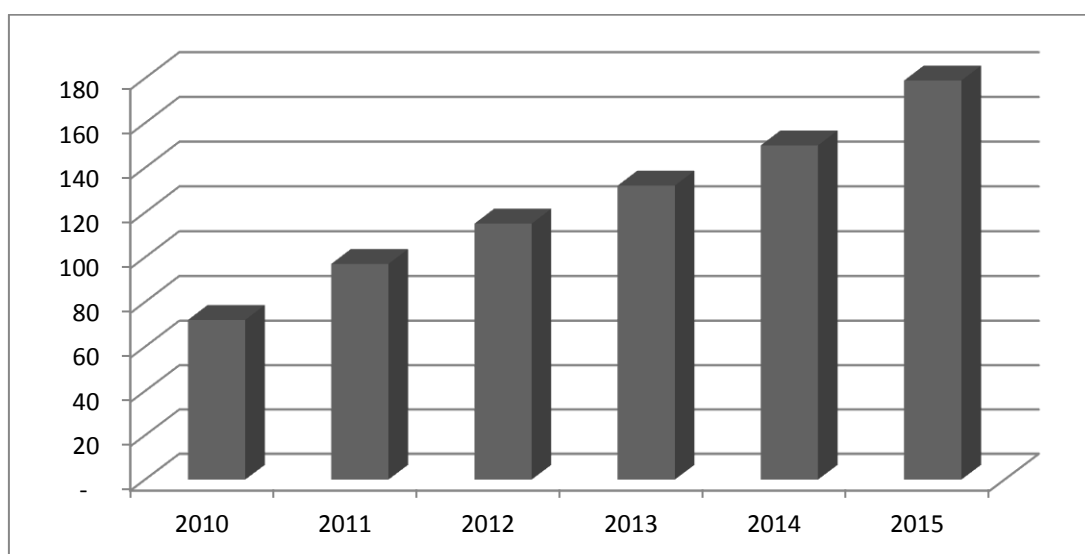
Có thể nói, RCEP và TPP không hề mâu thuẫn mà hỗ trợ, bổ sung cho nhau. Với các nền kinh tế lớn khu vực Châu Mỹ, TPP có quy mô thương mại lớn hơn đi kèm với nó là những tiêu chuẩn thương mại cao hơn rất nhiều. Trong khi đó, RCEP chủ yếu bao gồm những thị trường quen thuộc đối với Việt Nam và những chuẩn mực tương đối “dễ thở” hơn. Những khác biệt về quy mô và tiêu chuẩn thương mại giữa hai Hiệp định này sẽ là cơ hội cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang nhiều thị trường hơn, giúp Việt Nam tiến xa hơn trong quá trình hội nhập.

2. Thị trường xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam với các nước đối tác trong TPP và RCEP

2.1. Cơ cấu thị trường xuất khẩu

Trong những năm gần đây, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam duy trì xu hướng tăng liên tục. Kim ngạch xuất khẩu tăng từ 72 tỷ USD năm 2010 lên 179 tỷ USD năm 2015. Tốc độ tăng trưởng ổn định ở mức 13% - 19% trong giai đoạn 2010 – 2015.

Hình 2: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam (tỷ USD)



(Nguồn: Dữ liệu Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế 2015)

Bảng 2 cho thấy mức độ tăng trưởng trong giá trị xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang các nước đối tác thương mại của hai Hiệp định trong giai đoạn 5 năm (2011-2015) và 2 năm (2014-2015) gần nhất. Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ - Mexico – Canada trị giá tới 46,56 tỷ USD, chiếm 26% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam năm 2015. Tốc độ tăng trưởng của xuất khẩu Việt Nam sang nhóm các nước này trong giai đoạn 2011-2015 cũng rất cao và có xu hướng tăng mạnh hơn trong hai năm gần đây. Nổi bật là thị trường Mexico với tốc độ tăng trưởng giá trị hàng xuất khẩu 39% giai đoạn 2011-2015 và 76% giai đoạn 2014-2015. Bên cạnh đó, Chile cũng là

một thị trường tiềm năng. Mặc dù không phải là thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, chỉ chiếm 0,3% tổng giá trị xuất khẩu năm 2015, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Chile khá cao và có xu hướng tăng mạnh trong 2 năm gần đây. Với quy mô và tốc độ tăng trưởng như vậy, Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu sang các thị trường này khi TPP đã chính thức có hiệu lực.

Trong khi đó, là những thị trường đã có quan hệ với Việt Nam thông qua khu vực ASEAN+3, ASEAN+6, nhóm thị trường các nước RCEP vẫn nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam với tốc độ tăng trưởng ổn định giai đoạn 2011-2015. Theo số liệu năm 2015 (ITC), Trung Quốc là thị trường nhập khẩu hàng hóa Việt Nam lớn thứ 2 trên thế giới với 25,13 tỷ USD. Hàn Quốc đứng thứ 4 và Ấn Độ đứng thứ 18. Ngoài 3 quốc gia này, Hiệp định RCEP còn bao gồm các nước khác trong khu vực ASEAN – vốn là những thị trường xuất khẩu quen thuộc của Việt Nam. Ngoại trừ Trung Quốc và Hàn Quốc có tốc độ tăng trưởng cao và có xu hướng tiếp tục tăng, xuất khẩu sang Ấn Độ và các nước ASEAN có tăng nhưng giảm dần trong giai đoạn 2014-2015. Như vậy, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang các nước RCEP nhìn chung đều có xu hướng tăng trong giai đoạn 5 năm gần đây, nhưng thấp hơn tương đối so với các đối tác riêng biệt trong TPP.

Bên cạnh đó, nhóm các đối tác chung của hai hiệp định lại phản ánh tốc độ tăng trưởng trung bình thấp. Đáng chú ý nhất là Nhật và Australia – hai thị trường xuất khẩu chiếm tới 18,47 tỷ đôla Mỹ, tương đương 10,3% thị phần xuất khẩu của Việt Nam – có tốc độ tăng trưởng khá thấp, trung bình 6%/năm trong giai đoạn 2011-2015 và có xu hướng giảm năm 2014-2015.

Bảng 2: Tăng trưởng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang các nước đối tác trong TPP và RCEP

Quốc gia	Trị giá XK 2015	Thị phần	Tăng trưởng 2011-2015	Tăng trưởng 2014-2015
	Tỷ USD	%	%/năm	%/năm
<i>Các đối tác riêng biệt trong TPP</i>				
Mỹ	39,66	22,1	21	24
Mexico	3,69	2,1	39	76
Canada	3,20	1,8	24	25
Chile	0,61	0,3	38	60
Peru	0,34	0,2	39	29

Các đối tác riêng biệt trong RCEP⁶				
Trung Quốc	25,13	14	20	26
Hàn Quốc	9,80	5,5	18	23
Ấn Độ	2,68	1,5	16	-4
Thái Lan	4,03	2,3	18	2
Philippines	1,27	0,7	10	-6
Các đối tác chung của hai hiệp định				
Nhật	15,12	8,4	6	-2
Australia	3,35	1,9	6	-25
New Zealand	0,42	0,2	21	3
Malaysia	4,84	2,7	6	4
Singapore	3,60	2,0	21	13
Brunei	0,04	0,0	36	280

(Nguồn: Dữ liệu Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế 2015)

Để phân tích tầm quan trọng của các nhóm đối tác thương mại, chỉ số cường độ thương mại được tính toán và thể hiện trong Bảng 3. Chỉ số cường độ thương mại – Trade Intensity Index (TII) nhằm xác định giá trị thương mại giữa hai quốc gia lớn hơn/nhỏ hơn giá trị được kỳ vọng trên cơ sở vai trò của nước đối tác trong thương mại quốc tế. Chỉ số này được xác định bằng tỷ trọng xuất khẩu của một quốc gia sang nước đối tác, chia cho tỷ trọng xuất khẩu của thế giới sang nước đối tác đó, và được tính theo công thức của Ngân hàng Thế giới World Bank như sau:

$$TII_{ij} = \frac{\frac{x_{ij}}{X_{it}}}{\frac{x_{wj}}{X_{wt}}}$$

trong đó, x_{ij} và x_{wj} lần lượt là giá trị xuất khẩu của Quốc gia i và của Thế giới sang Quốc gia j; X_{it} và X_{wt} lần lượt là tổng giá trị xuất khẩu của Quốc gia i và của Thế giới.

Chỉ số cường độ thương mại lớn hơn 1 cho thấy dòng thương mại lớn hơn so với kỳ vọng. Điều này cho thấy Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia, New Zealand và các nước ASEAN vẫn là những khách hàng quan trọng đối với xuất khẩu hàng hóa Việt Nam. Đặc biệt, Hàn Quốc, Nhật Bản và nhóm các nước ASEAN có sức hấp dẫn lớn đối với xuất khẩu Việt Nam. Như vậy, Việt Nam đang khai thác rất tốt các hiệp định thương mại tự do ASEAN + Hàn Quốc và ASEAN + Nhật Bản.

Giá trị thương mại giữa Việt Nam và các đối tác riêng biệt trong TPP mặc dù có xu hướng tăng nhưng phần lớn đều thấp hơn so với kỳ vọng, bao gồm Mexico (0,85),

⁶ Số liệu thương mại năm 2015 của Indonesia, Myanmar, Lào, Campuchia chưa được cập nhật trên cơ sở dữ liệu của ITC.

Canada (0,70), Chile (0,88) và Peru (0,82). Ngược lại, nhờ có các liên kết của ASEAN trong khu vực, các đối tác riêng biệt trong RCEP có sức hấp dẫn rất lớn đối với hàng hóa Việt Nam. Ngoại lệ duy nhất là trường hợp của Ấn Độ (chỉ số thấp hơn 0,8), phản ánh giá trị thương mại chưa tương xứng với tiềm năng của thị trường. Trên thực tế, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ đã đạt 2,68 tỷ đôla Mỹ, chiếm 1,5% thị phần xuất khẩu (2015). Tuy nhiên, với một thị trường nhập khẩu lớn thứ 13 thế giới, Ấn Độ vẫn là một thị trường chưa được khai thác tốt của Việt Nam.

Trong khi đó, nhóm các đối tác chung của hai hiệp định này đều có quan hệ thương mại tốt với Việt Nam, giá trị thương mại lớn hơn kỳ vọng từ 1-2 lần. Mặt khác, chỉ số cường độ thương mại của Nhật Bản và Australia đang giảm dần, do các thị trường này có xu hướng thu hẹp nhập khẩu dưới tác động của khủng hoảng kinh tế và những biến động của giá dầu (Dầu và nhiên liệu khoáng hiện là sản phẩm xuất khẩu đứng thứ 2 của Việt Nam sang thị trường Australia, chỉ sau điện tử và các thiết bị điện tử).

Xét một cách tổng thể, các đối tác TPP và RCEP có chỉ số cường độ thương mại ngày càng tương tự nhau: trong khi chỉ số cường độ thương mại giữa Việt Nam và các thị trường RCEP liên tục giảm (chủ yếu do thương mại Việt Nam - ASEAN giảm) thì các đối tác trong TPP đang dần khẳng định được vai trò đối với xuất khẩu hàng hóa Việt Nam với những bước tăng trưởng ổn định.

Bảng 3: Chỉ số cường độ thương mại của Việt Nam với các nước đối tác trong TPP và RCEP giai đoạn 2011-2015

Quốc gia	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Các đối tác riêng biệt trong TPP</i>					
Mỹ	1,41	1,36	1,47	1,50	1,57
Mexico	0,32	0,30	0,34	0,33	0,85
Canada	0,40	0,40	0,48	0,57	0,70
Chile	0,35	0,34	0,40	0,91	0,88
Peru	0,38	0,38	0,36	0,56	0,82
<i>Các đối tác riêng biệt trong RCEP⁷</i>					
Trung Quốc	1,25	1,14	0,97	0,96	1,36
Hàn Quốc	1,75	1,73	1,86	1,72	2,05
Ấn Độ	0,63	0,59	0,72	0,69	0,63
Thái Lan	1,60	1,84	1,75	1,93	1,82
Philippines	4,53	4,62	3,78	4,31	1,65

⁷ Số liệu thương mại năm 2015 của Indonesia, Myanmar, Lào, Campuchia chưa được cập nhật trên cơ sở dữ liệu của ITC.

Các đối tác chung					
Nhật Bản	2,44	2,38	2,33	2,28	2,20
Australia	2,09	2,07	2,15	2,22	1,53
New Zealand	0,79	0,78	0,99	0,94	1,06
Singapore	1,11	1,01	1,03	1,02	1,11
Malaysia	2,78	3,70	3,47	2,38	2,51
Brunei	0,79	0,76	0,69	1,74	1,08
Nhóm đối tác chung	2,10	2,15	2,12	1,97	1,86
Nhóm đối tác ASEAN	2,45	2,52	2,38	2,19	N/A
Nhóm đối tác RCEP	1,75	1,70	1,61	1,55	N/A
Nhóm đối tác TPP	1,45	1,44	1,49	1,46	1,50

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế)

2.2. Cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu

Xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu tập trung vào một số sản phẩm chính như điện tử và linh kiện điện tử (chiếm 40,20% tổng giá trị xuất khẩu), hàng dệt may (14,61%), giày dép (9,78%) và máy móc – thiết bị (7,79%). Sự mất cân đối trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu khiến cho Việt Nam bị phụ thuộc vào một số ngành và dễ bị tổn thương trước những thay đổi của ngành. Trong khi chất lượng và hàm lượng giá trị gia tăng của hầu hết sản phẩm xuất khẩu Việt Nam còn khá khiêm tốn và khả năng cải thiện vị trí trong chuỗi giá trị khu vực còn hạn chế, Việt Nam sẽ càng bất lợi nếu cơ cấu mặt hàng xuất khẩu tương đồng với các nước đối tác trong TPP và RCEP, vì gặp phải sức ép cạnh tranh đáng kể.

Bảng 4: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực (theo giá trị xuất khẩu) của Việt Nam năm 2015

Mã HS	Mặt hàng XK	Giá trị XK (tỷ USD)
85	Sản phẩm điện tử và linh kiện	64.12
64	Giày dép	15.59
84	Máy móc, thiết bị	12.42
62	Hàng dệt may, phụ kiện không bao gồm len	12.32
61	Hàng dệt may, phụ kiện có len	10.98
94	Đồ đạc, thiết bị chiếu sáng	7.59
03	Cá, tôm cua	4.26
27	Nhiên liệu khoáng, dầu	4.25
09	Trà, cà phê	3.65
42	Hàng da	3.32

(Nguồn: Dữ liệu Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế 2015)

Để đo lường mức độ tương đồng trong mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam và nước đối tác, chỉ số tương đồng xuất khẩu - Export Similarity Index (ESI) đã được tính

toán dựa trên việc so sánh cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam với từng nước đối tác thương mại. Chỉ số này được phát triển trên cơ sở nghiên cứu của Finger và Kreinin (1979) và được tính theo công thức:

$$ESI_{ij}^t = \sum_p \min(s_{pi}^t, s_{pj}^t)$$

trong đó, s_{pi}^t và s_{pj}^t lần lượt là tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm p của Quốc gia i và Quốc gia j trong năm t. Chỉ số này tính trên tất cả các sản phẩm và có giá trị trong khoảng 0 – 1. $ESI_{ij}^t = 0$ nếu hai quốc gia i và j không có sản phẩm chung trong năm t. $ESI_{ij}^t = 1$ nếu các mặt hàng xuất khẩu của hai quốc gia i và j là giống hệt nhau.

Bảng 5: Chỉ số tương đồng xuất khẩu giữa Việt Nam và các nước đối tác trong TPP và RCEP giai đoạn 2011 - 2015

Quốc gia	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Các đối tác riêng biệt trong TPP</i>					
Mỹ	0.49	0.47	0.47	0.46	0.39
Canada	0.43	0.40	0.39	0.37	0.31
Mexico	0.52	0.56	0.55	0.54	0.50
Chile	0.24	0.21	0.21	0.21	0.18
Peru	0.33	0.30	0.28	0.29	0.22
<i>Các đối tác riêng biệt trong RCEP</i>					
Trung Quốc	0.56	0.63	0.68	0.68	0.66
Hàn Quốc	0.45	0.53	0.56	0.55	0.49
Ấn Độ	0.51	0.48	0.45	0.45	0.39
Thái Lan	0.56	0.54	0.54	0.53	0.44
Philippines	0.43	0.50	0.56	0.56	0.62
<i>Các đối tác chung</i>					
Nhật Bản	0.38	0.40	0.41	0.41	0.38
Australia	0.32	0.29	0.25	0.24	0.20
New Zealand	0.33	0.31	0.29	0.28	0.24
Singapore	0.43	0.49	0.52	0.50	0.55
Malaysia	0.52	0.57	0.59	0.56	0.56
Brunei	0.14	0.12	0.10	0.09	0.06

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu *Bản đồ thương mại – Trung tâm thương mại quốc tế*)

Bảng 5 cho thấy mức độ tương đồng giữa cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và các đối tác trong TPP và RCEP. Nhìn chung, các đối tác trong RCEP có chỉ số tương đồng khá lớn so với Việt Nam. Chỉ số tương đồng xuất khẩu giữa Việt Nam – Trung Quốc đạt mức cao nhất, liên tục ở mức trên 0.6 trong giai đoạn 2012-2015. Hiện nay, Trung Quốc đã ký kết Hiệp định thương mại tự do với Hàn Quốc và đang đàm phán ký FTA ba bên với Nhật Bản - Hàn Quốc. Điều này khiến Việt Nam sẽ gặp nhiều

rủi ro khi phải cạnh tranh với Trung Quốc trong việc xuất khẩu may mặc, giày dép và gạo khi xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản. Trung Quốc cũng là đối thủ của Việt Nam trong xuất khẩu thức ăn, thực phẩm và may mặc vào Hàn Quốc. Ở các thị trường RCEP khác như Hàn Quốc, Ấn Độ và ASEAN, mức độ tương đồng cũng khá cao, trong khoảng từ 0,40 – 0,50. Đây có thể là một khó khăn cho Việt Nam khi thâm nhập vào thị trường các nước này nếu hàng hóa của chúng ta không tìm được lợi thế cạnh tranh với các mặt hàng tương tự của các nước này. Tuy nhiên, mức độ tương đồng trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu cũng tiềm ẩn cơ hội cho Việt Nam và các nước đối tác chung của cả hai hiệp định trở thành các cầu nối hợp tác sản xuất giữa 2 khu vực, nhằm khai thác triệt để các thị trường nhập khẩu.

Trong khi đó, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam khác biệt tương đối so với các nước TPP, ngoại trừ Mexico. Chỉ số tương đồng xuất khẩu của Việt Nam và các nước TPP giao động trong khoảng từ 0,20 - 0,30 và có xu hướng giảm liên tục. Riêng đối với Mexico, do sản xuất và xuất khẩu tập trung vào nhiều mặt hàng chiến lược giống Việt Nam như sản phẩm điện tử và linh kiện, máy móc thiết bị, nhiên liệu khoáng và dầu, đồ đạc thiết bị chiếu sáng... nên chỉ số tương đồng xuất khẩu so với Việt Nam rất cao (trên 0,5) liên tục trong 5 năm 2011-2015.

Các đối tác chung của hai hiệp định được chia làm hai nhóm: nhóm các nước Nhật Bản – Australia – New Zealand có mức độ tương đồng thấp so với Việt Nam và nhóm các nước ASEAN có cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tương đồng cao. Dựa trên đặc điểm nền kinh tế và lịch sử quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các đối tác này thì sự khác biệt trong chỉ số tương đồng xuất khẩu giữa hai nhóm trên là điều hoàn toàn dễ hiểu.

3. Cơ hội xuất khẩu cho hàng hóa Việt Nam

Sự khác biệt về quy mô và cơ cấu thương mại giữa các nước thành viên TPP và RCEP đã mở ra nhiều cơ hội xuất khẩu cho hàng hóa Việt Nam.

Đối với các thị trường có tốc độ tăng trưởng nhanh nhưng giá trị thương mại song phương chưa tương xứng với tiềm năng, như Canada, Chile và Peru, Việt Nam cần khai thác các thế mạnh xuất khẩu và tận dụng tối đa các cơ hội thương mại tự do mà hiệp định TPP đem lại.

Đối với các thị trường chiếm thị phần lớn, tốc độ tăng trưởng khá tốt, chỉ số cường độ thương mại cao, đồng thời có mức độ tương đồng trong cơ cấu xuất khẩu

cao như Trung Quốc và Hàn Quốc, Việt Nam sẽ phải chịu áp lực cạnh tranh trong chính RCEP. Việc tham gia vào cả TPP và RCEP có thể biến Việt Nam trở thành cầu nối hợp tác sản xuất, đưa những mặt hàng tương đồng của Việt Nam – Trung Quốc – Hàn Quốc vào thị trường TPP với giá trị và chất lượng cao hơn.

Đối với Mexico và Ấn Độ - hai thị trường có cường độ thương mại thấp và mức độ tương đồng cao, Việt Nam có thể khai thác chính các mặt hàng xuất khẩu có tính tương đồng, tập trung nâng cao chất lượng và tăng hàm lượng giá trị gia tăng cho sản phẩm. Mexico – nằm trong TPP, với tiêu chuẩn cao và Ấn Độ - nằm trong RCEP, với những chuẩn mực vừa phải, sẽ là hai thị trường bổ sung cho nhau đối với hàng xuất khẩu Việt Nam.

Đối với các thị trường có cường độ thương mại cao kết hợp với chỉ số tương đồng thấp (Nhật Bản và Australia), cơ hội xuất khẩu của Việt Nam là rất lớn, do không phải chịu áp lực cạnh tranh từ những mặt hàng xuất khẩu tương đồng. Đồng thời, đây là cũng là 2 quốc gia nằm trong nhóm đối tác chung của cả 2 Hiệp định, do đó Việt Nam có thể tận dụng cơ hội mở rộng thị trường của TPP và RCEP để lựa chọn những ưu đãi có lợi nhất cho mình.

Tóm lại, TPP và RCEP hoàn toàn không mâu thuẫn nhau. Ngược lại, hai hiệp định này góp phần mở ra nhiều cơ hội hơn nữa cho Việt Nam, nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và nâng cao vị trí của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. Việc Việt Nam tham gia vào cả hai hiệp định sẽ củng cố quan hệ thương mại với các nước đối tác chiến lược lâu năm và tiếp tục mở rộng khai thác các thị trường mới. Bên cạnh đó, đối với các đối tác riêng biệt của hai hiệp định, Việt Nam có thể tận dụng lợi thế thành viên của mình để có được những ưu đãi cạnh tranh so với các đối tác khác. Ngoài ra, sự khác biệt trong tiêu chuẩn thương mại giữa hai hiệp định cũng mở ra cơ hội để hàng Việt Nam vừa tiếp cận với những thị trường “dễ thở” vừa có cơ hội nâng cao chất lượng, hướng tới những thị trường tiêu chuẩn cao.

Tài liệu tham khảo

1. Finger, J.M. and M.E. Kreinin (1979), *A Measure of 'Export Similarity' and Its Possible Uses*, Economic Journal 89:905-12.
2. MUTRAP EU- Việt Nam (2015), *Báo cáo đánh giá tác động của Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực RCEP đối với nền kinh tế Việt Nam*.

3. Peter K. Schott (2004), *The Relative Similarity of China's Exports to the United States vis a vis Other U.S. Trading Partners*, Yale School of Management.
4. Shintaro Hamanaka (2014), *Trans-Pacific Partnership versus Regional Comprehensive Economic Partnership: Control of Membership and Agenda Setting*, ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration.
5. http://wits.worldbank.org/wits/wits/witshelp/Content/Utilities/e1.trade_indicators.htm.