

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

-----

**ĐÀO NGỌC TIẾN**

**ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA  
CỦA VIỆT NAM TRONG XU THẾ TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ**

Chuyên ngành:      Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế  
Mã số:                62.31.07.01

Hà Nội, 2010

Công trình được hoàn thành tại Trường Đại học Ngoại thương.

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải**

Phản biện 1: **PGS. TS. Nguyễn Thường Lạng**

Đại học Kinh tế quốc dân

Phản biện 2: **PGS.TS. Đinh Văn Thành**

Viện nghiên cứu Thương mại

Phản biện 3: **PGS.TS. Lưu Ngọc Trinh**

Viện kinh tế và chính trị thế giới

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Nhà nước, họp tại Trường Đại học Ngoại thương vào hồi 16h00 ngày 10 tháng 6 năm 2010

Có thể tìm hiểu luận án tại: Thư viện quốc gia, thư viện Trường Đại học Ngoại thương

## LỜI NÓI ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của Luận án

Thực hiện chủ trương đa dạng hóa, đa phương hóa các quan hệ kinh tế đối ngoại được đề ra tại Đại hội Đại biểu Đảng toàn quốc lần thứ IX, chiến lược phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001-2010 đã nhấn mạnh đến khâu then chốt là “**mở rộng và đa dạng hóa thị trường, kết hợp mở rộng tối đa về diện với phát triển trọng điểm các thị trường có sức mua lớn**”. Phát triển các thị trường xuất khẩu không chỉ giúp chúng ta phát huy được lợi thế của đất nước trong phân công lao động quốc tế mà còn giúp không bị lệ thuộc hoàn toàn vào một vài quốc gia, một vài công ty nước ngoài.

Thực hiện chủ trương này, trong những năm qua, thị trường xuất khẩu của Việt Nam liên tục được mở rộng. Hiện nay, Theo số liệu của Bộ Công Thương, Việt Nam đã có quan hệ buôn bán với 221 nước và vùng lãnh thổ ở cả 5 châu lục, trong đó, xuất khẩu tới 219 nước. Hàng Việt Nam đã xâm nhập được các thị trường nhập khẩu chính của thế giới như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung quốc, Australia... Đây cũng là một trong những yếu tố có tầm quan trọng đặc biệt trong việc duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định trong thời gian qua của Việt Nam. Tuy nhiên, cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam cũng đang thể hiện sự tập trung quá mức vào một số thị trường. Năm 2008, thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Hoa Kỳ với khoảng 22,4% kim ngạch xuất khẩu. 6 thị trường xuất khẩu lớn nhất đã chiếm tới 65% tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta và nếu xét 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất thì con số này là 80%. Sự tập trung quá mức sẽ tiềm ẩn rủi ro cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam khi những thị trường xuất khẩu chính này biến động bất lợi hoặc áp dụng các rào cản như các biện pháp bảo hộ tạm thời hay hàng rào kỹ thuật khi nhận thấy hàng xuất khẩu của Việt Nam đang xuất khẩu mạnh vào thị trường đó. Những diễn biến này ảnh hưởng không nhỏ đến tính ổn định, mặt “chất” trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Bên cạnh đó, trong những năm qua, Việt Nam cũng đã tích cực hội nhập vào nền kinh tế thế giới: gia nhập ASEAN (1995), APEC (1998), ký Hiệp định thương mại với Hoa Kỳ (2001), gia nhập WTO (2006), ký kết Hiệp định đối tác kinh tế (EPA) với Nhật Bản (2009). Việc tham gia các tổ chức quốc tế đã mở ra cho hàng Việt Nam cơ hội được tiếp cận với thị trường thế giới rộng lớn một cách bình đẳng. Tuy nhiên, trong bối cảnh kết quả vòng đàm phán Doha của WTO chưa rõ ràng, các nước đang nỗ lực ký kết các hiệp định thương mại tự do song phương và khu vực (FTAs/RTAs). Những hiệp định thương mại tự do này có xu hướng tăng cường thương mại giữa các nước đối tác trong khu vực và hạn chế thương mại với các đối tác không phải đối tác. Khi đó, Việt Nam chưa tham gia sâu vào các hiệp định này nên sẽ gặp nhiều khó khăn trong xuất khẩu sang chính các thị trường truyền thống của mình. Do vậy, để khai thác cơ hội của tự do hóa thương mại, việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu lại càng trở nên cần thiết hơn. Do đó, trong những

năm tới, yêu cầu cấp bách đặt ra với Việt Nam là phải có những điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa một cách căn bản và toàn diện.

Vì vậy việc phân tích thực trạng, tìm ra các luận cứ khoa học cho việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu nhằm nâng cao mặt “chất” cho hoạt động ngoại thương Việt Nam, tận dụng những cơ hội của tự do hóa thương mại là rất cần thiết. Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề này, tác giả quyết định chọn đề tài “**Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong xu thế tự do hóa thương mại**” làm đề tài luận án tiến sỹ khoa học kinh tế của mình.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

### **a. Tình hình nghiên cứu ở nước ngoài**

Ở nước ngoài, các nghiên cứu về cơ cấu thị trường xuất khẩu của các quốc gia đã được nghiên cứu khá nhiều. Phần lớn các nghiên cứu này đều sử dụng phương pháp Cân bằng tổng quát (Computable General Equilibrium - CGE) hoặc mô hình trọng lượng (gravity model)<sup>1</sup>.

Đối với mô hình trọng lượng, Trung tâm thương mại quốc tế ITC đã áp dụng mô hình trọng lượng để tính toán tiềm năng thương mại cho các nền kinh tế đang phát triển và các nền kinh tế chuyển đổi (tháng 5/2005). Trong nghiên cứu này, Việt Nam chỉ được đề cập đến với tư cách nước nhập khẩu chứ không phải nước xuất khẩu. Quỹ tiền tệ quốc tế IMF (tháng 1/2006) cũng đã áp dụng mô hình trọng lượng để đánh giá tác động của liên kết kinh tế ASEAN và APEC đến các luồng thương mại trong khu vực, trong đó có xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này đã bỏ qua sự khác biệt trong rào cản của các nước đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Có thể nói, do mục tiêu của nghiên cứu này không phải là cơ cấu thị trường xuất khẩu nên mô hình trọng lượng đã được điều chỉnh phù hợp nên chưa làm rõ được tác động của mỗi yếu tố đến cơ cấu hàng xuất khẩu.

### **b. Tình hình nghiên cứu trong nước**

Ở trong nước, đã có khá nhiều nghiên cứu đánh giá, phân tích hoạt động ngoại thương nói chung và xuất khẩu nói riêng. Có thể kể đến các đề tài NCKH như “*Khả năng và những giải pháp tổng thể để kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 50 tỷ USD vào năm 2010*” (Bộ Thương mại, mã số 2004-78-023), hay “***Đánh giá thực trạng và định hướng chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu Việt Nam thời kỳ 2005-2015***” (Bộ Thương mại, mã số 2005-78-011). Trong các nghiên cứu này thường tập trung vào kim ngạch xuất khẩu hoặc cơ cấu hàng hóa. Nếu có đề cập đến cơ cấu thị trường xuất khẩu thì chỉ với tư cách là một chỉ tiêu của hoạt động ngoại thương chứ chưa phải là đối tượng nghiên cứu chính. Do đó, các nghiên cứu này chưa hệ thống được các yếu tố tác động và giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu.

---

<sup>1</sup> Mô hình trọng lượng còn được dịch là mô hình hấp dẫn. Trong luận án này sẽ thống nhất sử dụng thuật ngữ “mô hình trọng lượng”.

Đối với từng thị trường xuất khẩu, đã có nhiều nghiên cứu đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường một cách riêng lẻ. Trong đó điển hình là đề tài NCKH độc lập cấp Nhà nước “*Luận cứ khoa học xây dựng chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường châu Á giai đoạn 2001-2010*” do PGS.TS Vũ Chí Lộc làm chủ nhiệm (Trường Đại học Ngoại thương). Bên cạnh đó, có thể kể đến các đề tài của Bộ thương mại như: *ảnh hưởng của Liên minh Châu Âu mở rộng đến quan hệ kinh tế thương mại với Việt Nam*, mã số B2003-78-018, CN đề tài: Vụ Âu- Mỹ; *Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - Nhật Bản*, mã số 98-78-050, CN đề tài PTS. Phạm Thế Hưng; *Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ*, mã số 97-78-060, CN đề tài PTS. Phạm Thế Hưng; *Một số kiến nghị và giải pháp nhằm phát triển quan hệ kinh tế thương mại nước ta với một số thị trường chủ yếu Nam Á - Trung cận đông*, năm 2000; *Một số giải pháp nhằm phát triển quan hệ kinh tế thương mại nước ta với một số thị trường chủ yếu Tây Nam Á - Trung cận đông*, mã số 2001-78-007, Trung tâm tư vấn và đào tạo kinh tế đối ngoại (ICTC); *Giải pháp phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và một số nước châu Phi*, mã số 2002-78-002, CN đề tài Nguyễn Đức Thương,...

Nhìn chung, các nghiên cứu trong nước mới chỉ đề cập đến từng thị trường xuất khẩu của Việt Nam chưa nghiên cứu một cách tổng thể cơ cấu thị trường xuất khẩu và các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu.

Chính vì vậy, luận án tiến sỹ “**Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong xu thế tự do hóa thương mại**” là luận án đầu tiên nghiên cứu tổng thể cơ cấu và các yếu tố tác động đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam để có những giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu.

### **3. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu của Luận án**

#### **a. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu nghiên cứu của luận án là hệ thống hóa và xây dựng các luận cứ khoa học, trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam nhằm phát triển xuất khẩu một cách có hiệu quả nhất.

#### **b. Nhiệm vụ nghiên cứu**

- Làm rõ khái niệm, phân loại thị trường xuất khẩu, cơ cấu thị trường xuất khẩu và các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam
- Tổng kết kinh nghiệm điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của một số nước và rút ra bài học cho Việt Nam.
- Phân tích thực trạng và các nhân tố ảnh hưởng và quá trình điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam bằng cả phương pháp định tính và định lượng.
- Xác định phương hướng, chỉ tiêu điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam.
- Đề xuất các giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam.

#### **4. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu của Luận án**

##### **a. Đối tượng nghiên cứu:**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là thực trạng cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam để xác định định hướng và mục tiêu điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu. Bên cạnh đó, luận án cũng sẽ nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam, nhằm tìm ra những yếu tố Nhà nước có thể tác động để điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu.

##### **b. Phạm vi nghiên cứu:**

*Về mặt thời gian*, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam kể từ sau Đổi mới (năm 1986) đến nay và đưa ra dự báo và đề xuất giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường đến năm 2015, tầm nhìn 2020.

*Về không gian*, luận án sẽ giới hạn nghiên cứu kinh nghiệm của nước ngoài ở 2 quốc gia là Trung Quốc và Nhật Bản để rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

*Về nội dung*, luận án sẽ chỉ nghiên cứu cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa mà không nghiên cứu cơ cấu thị trường xuất khẩu dịch vụ. Ngoài ra, luận án sẽ không đi sâu vào cơ cấu mặt hàng hoặc xuất khẩu của từng mặt hàng mà chỉ tập trung vào cơ cấu thị trường xuất khẩu và đi sâu phân tích 5 thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là ASEAN, Nhật Bản, Trung Quốc, EU và Hoa Kỳ.

#### **5. Các phương pháp nghiên cứu**

Trên cơ sở phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác-Lê Nin, luận án sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh, khái quát để hoàn thành các mục tiêu đặt ra.

Bên cạnh phân tích định tính nói trên, luận án cũng sử dụng phương pháp tích định lượng thông qua việc áp dụng mô hình trọng lượng (gravity model) vào đánh giá thực trạng cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Việc áp dụng mô hình này sẽ giúp đánh giá tác động của từng nhân tố đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam.

Ngoài ra, để nâng cao chất lượng luận án và có những đánh giá khách quan về cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam, tác giả cũng đã tiến hành điều tra xã hội học đối với 48 chuyên gia trong lĩnh vực thông qua bảng câu hỏi.

#### **6. Các đóng góp mới của Luận án**

- Trên cơ sở hệ thống hóa các nghiên cứu trước đây về mô hình trọng lượng, luận án đã chỉ rõ các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu, bao gồm 3 nhóm nhân tố (i) Nhóm nhân tố cung (ii) Nhóm nhân tố cầu (iii) Nhóm các yếu tố hấp dẫn/cản trở. Các nhân tố này bao gồm cả những nhân tố khách quan như khoảng cách, lịch sử quan hệ giữa các nước đối tác,... và các nhân tố chủ quan có thể tác động được như chính sách của nước xuất khẩu hay nhập khẩu,...

- Thông qua việc nghiên cứu quá trình điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Nhật Bản và Trung Quốc, luận án đã rút ra 7 bài học kinh nghiệm. Đó là (i) Chú trọng

đến thị trường trong nước; (ii) Gắn thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu, (iii) Đa dạng hóa, đa phương hóa thị trường xuất khẩu, (iv) Đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực, (v) Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) góp phần mở rộng thị trường xuất khẩu, (vi) Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong lĩnh vực tiếp thị và thông tin, (vii) Gắn du lịch với xuất khẩu nhằm phát triển thị trường xuất khẩu.

- Luận án chia quá trình điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam thành 4 giai đoạn và tính toán các chỉ tiêu cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong từng giai đoạn. Các chỉ tiêu được sử dụng bao gồm số thị trường xuất khẩu, số thị trường xuất khẩu điều chỉnh, thị phần trung bình và độ phân tán của thị trường xuất khẩu. Qua các chỉ tiêu đó, có thể nhận thấy cơ cấu thị trường xuất khẩu của nước ta chưa có sự đa dạng mạnh mẽ mà chỉ là sự dịch chuyển từ thị trường này sang các thị trường khác khi có những biến động trên thế giới.

- Luận án đã vận dụng mô hình trọng lượng để đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến cơ cấu thị trường xuất khẩu. Kết quả hồi quy của mô hình trọng lượng cho thấy, tăng trưởng kinh tế của nước đối tác có tác động mạnh mẽ đến cơ cấu thị trường xuất khẩu còn khoảng cách, thuế nhập khẩu không có tác động lớn. Ngoài ra, thu nhập bình quân đầu người lại có tác động tiêu cực đến xuất khẩu do hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu hướng đến phân đoạn thị trường có thu nhập thấp.

- Luận án đã rút ra 6 kết quả đạt được và 6 hạn chế còn tồn tại trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra, luận án cũng đã chỉ rõ 5 nguyên nhân chủ quan và 5 nguyên nhân khách quan dẫn đến những kết quả và hạn chế.

- Trên cơ sở dự báo các yếu tố bên trong và bên ngoài, luận án đã đề xuất 5 quan điểm cần quán triệt trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa. Ngoài ra, trên cơ sở dự báo tăng trưởng kinh tế của IMF và dự báo dân số của UNPA, luận án đã vận dụng mô hình trọng lượng đã được xây dựng để dự báo kim ngạch và chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2015.

- Luận án đã đề xuất 3 nhóm giải pháp để điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu bao gồm (i) Nhóm giải pháp hoàn thiện môi trường pháp lý, (ii) Nhóm giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh và (iii) Nhóm giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến một số thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam (ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU).

## **7. Giới thiệu bố cục của Luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án được chia làm 3 chương:

- Chương 1: Cơ sở khoa học của việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong xu thế tự do hóa thương mại
- Chương 2: Thực trạng điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam
- Chương 3: Định hướng và các giải pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

## CHƯƠNG 1

### CƠ SỞ KHOA HỌC CỦA VIỆC ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM TRONG XU THẾ TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI

#### 1.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU VÀ CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

##### 1.1.1. Thị trường xuất khẩu

###### 1.1.1.1. Khái niệm thị trường và thị trường xuất khẩu

###### a. Khái niệm và đặc điểm thị trường

###### b. Khái niệm và đặc điểm của thị trường xuất khẩu

- Thị trường xuất khẩu thường có quy mô lớn hơn thị trường nội địa.
- Thị trường xuất khẩu phức tạp hơn thị trường nội địa:
- Thị trường xuất khẩu thường có khoảng cách so với thị trường trong nước.

###### 1.1.1.2. Phân loại thị trường xuất khẩu

##### 1.1.2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu

###### 1.1.2.1. Khái niệm cơ cấu và cơ cấu kinh tế

###### 1.1.2.2. Khái niệm cơ cấu hàng xuất khẩu

###### 1.1.2.3. Khái niệm cơ cấu thị trường xuất khẩu

Cơ cấu thị trường xuất khẩu là tổng thể các khu vực, các thị trường xuất khẩu trong kim ngạch xuất khẩu với vị trí, tỷ trọng tương ứng và mối liên hệ hữu cơ tương đối ổn định hợp thành.

Giữa cơ cấu hàng và cơ cấu thị trường xuất khẩu có mối quan hệ, gắn bó chặt chẽ.

	<b>Thị trường A</b>	<b>Thị trường B</b>	<b>Thị trường C</b>	<b>Tổng</b>
<b>Mặt hàng 1</b>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 1 sang thị trường A</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 1 sang thị trường B</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 1 sang thị trường C</i>	<b>Tỷ trọng mặt hàng 1</b>
<b>Mặt hàng 2</b>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 2 sang thị trường A</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 2 sang thị trường B</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 2 sang thị trường C</i>	<b>Tỷ trọng mặt hàng 2</b>
<b>Mặt hàng 3</b>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 3 sang thị trường A</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 3 sang thị trường B</i>	<i>Kim ngạch XK mặt hàng 3 sang thị trường C</i>	<b>Tỷ trọng mặt hàng 3</b>
<b>Tổng</b>	<b>Tỷ trọng thị trường A</b>	<b>Tỷ trọng thị trường B</b>	<b>Tỷ trọng thị trường C</b>	<b>Cơ cấu hàng xuất khẩu</b>

*Note: The table includes callouts: 'Cơ cấu thị trường xuất khẩu' pointing to the bottom row, and 'Cơ cấu hàng xuất khẩu' pointing to the rightmost column.*

**Hình 1.2: Mối quan hệ giữa cơ cấu hàng và cơ cấu thị trường xuất khẩu**

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

##### 1.1.3. Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu

###### 1.1.3.1. Số thị trường xuất khẩu ((number of export market) — N



Chỉ tiêu này thể hiện hàng xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt tại bao nhiêu thị trường trên thế giới. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hàng hóa Việt Nam đã được xuất khẩu sang càng nhiều nước.

### 1.1.3.2. Số thị trường xuất khẩu điều chỉnh: (number of equivalent export market) - NE

$$NE = \frac{1}{\sum_i (X_i/X)^2}$$

Trong đó:  $X_i$  là kim ngạch xuất khẩu sang nước  $i$   
 $X$  là tổng kim ngạch xuất khẩu

Về mặt toán học, đây là trung bình điều hòa của bình phương thị phần của từng thị trường xuất khẩu. Chỉ tiêu này khắc phục được tình trạng hàng Việt Nam có xuất hiện tại một thị trường nhưng với kim ngạch không đáng kể nhưng vẫn được tính đến trong chỉ tiêu số thị trường xuất khẩu.

### 1.1.3.3. Thị phần trung bình ( $\bar{X}$ ) (average market share) - $\bar{X}$

$$\bar{X} = \frac{\sum_i X_i}{N(\bar{X})}$$

Chỉ tiêu này thể hiện mức độ tập trung của các thị trường xuất khẩu. Chỉ tiêu này càng lớn thể hiện cơ cấu thị trường xuất khẩu càng tập trung vào một số ít thị trường với thị phần cao nhưng cũng hàm ý một sự đa dạng hóa trong cơ cấu thị trường xuất khẩu.

### 1.1.3.4. Độ phân tán của thị trường xuất khẩu (Spread of export market) - S

$$S = \sqrt{\frac{\sum_i (X_i - \bar{X})^2}{N(\bar{X})}}$$

Trong đó  $\bar{X}$  là kim ngạch xuất khẩu trung bình sang 1 thị trường  
 $N(\bar{X})$  là số thị trường xuất khẩu

Chỉ tiêu này thể hiện mức độ phân tán của các thị trường so với mức trung bình. Về mặt toán học, đây chính là độ lệch chuẩn của kim ngạch xuất khẩu sang từng thị trường xuất khẩu. Chỉ tiêu này càng nhỏ thì các thị trường càng gần với mức trung bình, nghĩa là không có các thị trường quá lớn hay quá nhỏ.

## 1.2. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU VÀ KHẢ NĂNG ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

### 1.2.1. Các yếu tố tác động đến luồng xuất khẩu

Theo mô hình trọng lượng cơ bản, thương mại giữa hai quốc gia sẽ tỷ lệ thuận với quy mô của 2 nền kinh tế và tỷ lệ nghịch với khoảng cách giữa 2 nước.

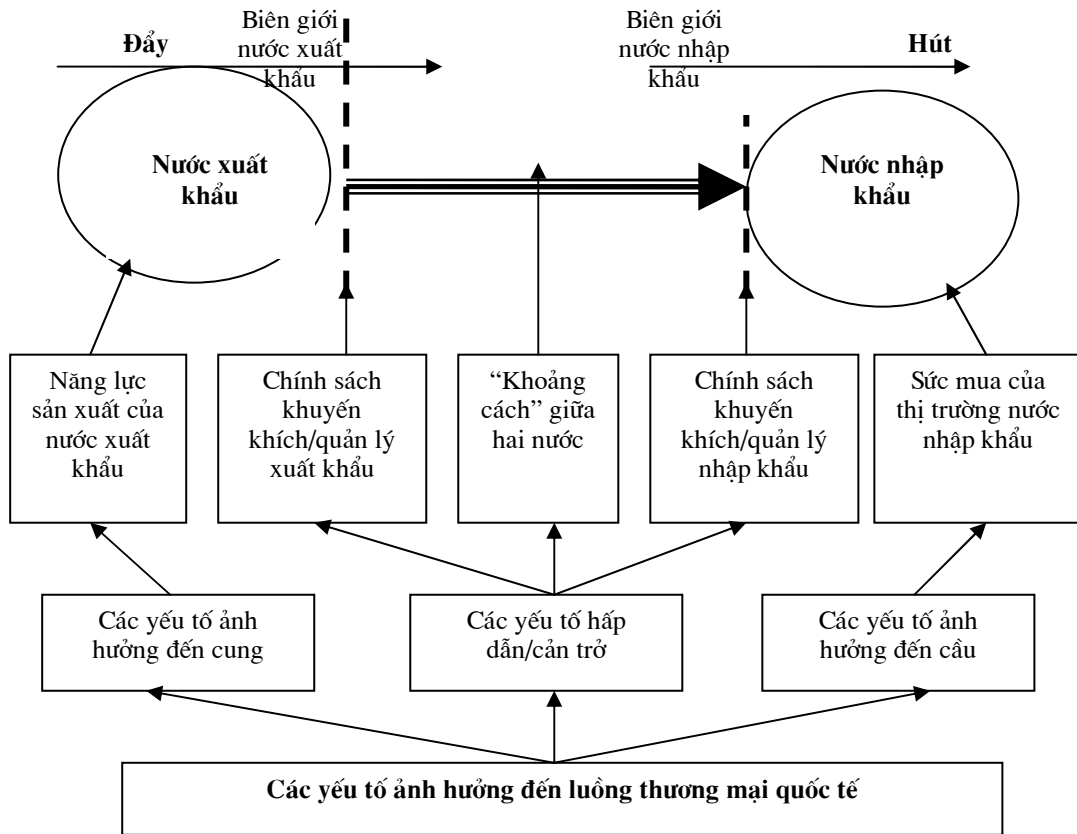
$$X_{ij} = \alpha GDP_i^{\beta_1} GDP_j^{\beta_2} POP_i^{\beta_3} POP_j^{\beta_4} DIS^{\beta_5}$$

Trong đó:  $X_{ij}$  là kim ngạch xuất khẩu của nước  $i$  sang nước  $j$

$GDP_{i,j}$  là tổng sản phẩm quốc nội của nước i, j

$POP_{i,j}$  là dân số của nước i, j

$DIS_{ij}$  là khoảng cách giữa nước i và nước j



**Hình 1.4: Mô hình Trọng lượng trong thương mại quốc tế**

*Nguồn: Đào Ngọc Tiến, 2008, [73]*

### 1.2.2. Các yếu tố tác động đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Nhóm các yếu tố cung

Nhóm yếu tố cầu

Nhóm các yếu tố hấp dẫn/cản trở

### 1.2.3. Khái niệm và nội dung điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu là sự thay đổi tỷ trọng và tương quan giữa các thị trường xuất khẩu. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu là sự tác động của chính phủ nhằm thay đổi tỷ trọng và tương quan giữa các thị trường xuất khẩu phù hợp với các mục tiêu phát triển xuất khẩu.

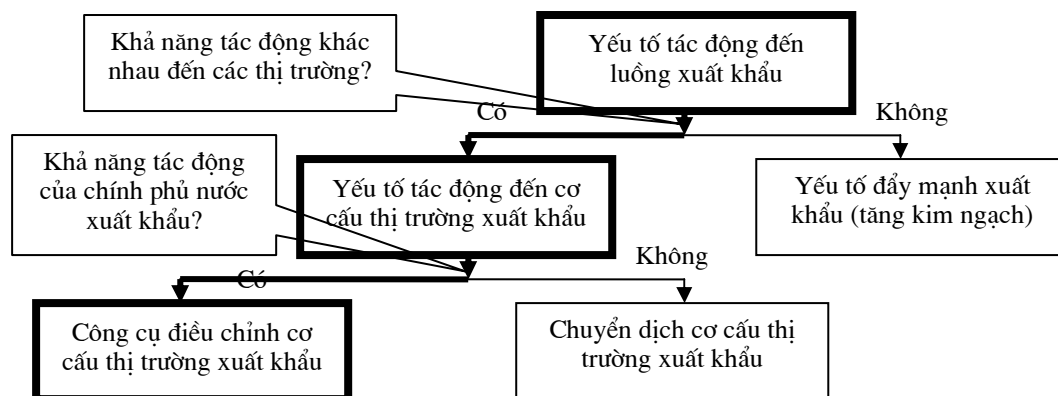
**Bảng 1.5: So sánh chuyển dịch và điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu**

	<b>Chuyển dịch cơ cấu TTXK</b>	<b>Điều chỉnh cơ cấu TTXK</b>
Tính chất	Khách quan	Chủ quan
Chủ thể	Doanh nghiệp hoặc tự phát	Nhà nước

Nguyên nhân	Thay đổi của các yếu tố ảnh hưởng đến luồng xuất khẩu
Kết quả	Thay đổi về tỷ trọng và tương quan giữa các thị trường xuất khẩu

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Về mặt nội dung, sự điều chỉnh của chính phủ thực chất là việc tác động vào các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, không phải mọi yếu tố tác động đến cơ cấu thị trường xuất khẩu đều nằm trong khả năng điều chỉnh của chính phủ.



**Hình 1.6: Đặc điểm của công cụ điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu**

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

**Bảng 1.6: Khả năng điều chỉnh cơ cấu thị trường của chính phủ nước xuất khẩu**

Yếu tố	Tác động đến cơ cấu thị trường	Khả năng điều chỉnh
Tăng trưởng kinh tế của nước xuất khẩu	Tác động gián tiếp	Có
Cơ cấu kinh tế của nước xuất khẩu	Tác động gián tiếp	Có
Tăng trưởng kinh tế của nước nhập khẩu	Tác động gián tiếp	Không
Thị hiếu của nước nhập khẩu	Tác động trực tiếp	Không
Khoảng cách giữa nước XK và nước NK	Tác động trực tiếp	Không
Chính sách khuyến khích xuất khẩu thông qua tạo nguồn hàng, cải biến cơ cấu	Tác động gián tiếp	Có
Chính sách khuyến khích xuất khẩu thông qua biện pháp tài chính tiền tệ	Tác động gián tiếp	Có
Chính sách khuyến khích xuất khẩu thông qua các chương trình xúc tiến xuất khẩu	Tác động trực tiếp	Có
Chính sách của nước nhập khẩu	Tác động trực tiếp	Thấp

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

Hai yếu tố quan trọng có tác động trực tiếp và có thể sử dụng để điều chỉnh cơ cấu thị trường là chính sách khuyến khích xuất khẩu (với mục tiêu định hướng thị trường) và ký kết các PTA/FTA để thay đổi chính sách của nước nhập khẩu (giảm và tiến tới xóa bỏ các rào cản thương mại). Chính vì thế, nội dung điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu



cần tập trung vào những yếu tố có tác động trực tiếp mà chính phủ có khả năng điều chỉnh cao hoặc trung bình, bao gồm:

- Chính sách khuyến khích xuất khẩu thông qua các hoạt động xúc tiến xuất khẩu.
- Thay đổi chính sách của nước nhập khẩu thông qua việc đàm phán và ký kết các hiệp định quốc tế (chủ yếu là các FTAs và RTAs).

### 1.3. TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI VỚI VIỆC ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

#### 1.3.1. Khái niệm tự do hóa thương mại

Tự do hoá thương mại được hiểu là quá trình dỡ bỏ mọi cản trở đối với hoạt động thương mại, bao gồm việc cắt giảm, tiến tới xoá bỏ thuế quan và hàng rào phi thuế quan; xoá bỏ sự phân biệt đối xử; tạo lập môi trường thông thoáng, thuận lợi nhằm thúc đẩy sự phát triển của hoạt động thương mại quốc tế [41].

#### 1.3.2. Các hình thức của tự do hóa thương mại

Tự do hoá thương mại đơn phương.

Tự do hoá thương mại đa phương trong khuôn khổ của WTO.

Tự do hoá thương mại thông qua hội nhập khu vực.

Tự do hoá thương mại song phương.

#### 1.3.3. Tác động của tự do hóa thương mại đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Hiệu ứng mở rộng xuất khẩu đề cập đến việc khi thực hiện liên kết kinh tế giữa một nhóm nước sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu giữa các nước thành viên trong nhóm được mở rộng và phát triển mà không làm giảm xuất khẩu sang các nước khác ngoài khối.

Hiệu ứng chuyển hướng xuất khẩu diễn ra khi việc liên kết kinh tế giữa một nhóm nước tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu giữa các nước thành viên trong nhóm được mở rộng nhưng lại làm giảm xuất khẩu sang các nước khác ngoài khối.

**Bảng 1.7: Tác động của các hình thức tự do hóa thương mại đến cơ cấu thị trường**

Hình thức	Tác động
Đơn phương	Tác động gián tiếp đến chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu.
Đa phương	Tác động gián tiếp đến chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu.
Khu vực	Trực tiếp điều chỉnh cơ cấu thị trường XK hướng về các nước đối tác
Song phương	Trực tiếp điều chỉnh cơ cấu thị trường XK hướng về nước đối tác

*Nguồn: tác giả tổng hợp*

### 1.4. KINH NGHIỆM ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

#### 1.4.1. Chính sách điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Trung quốc

#### 1.4.2. Chính sách điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Nhật Bản

#### 1.4.3. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

1.4.3.1. Chú trọng đến thị trường trong nước

1.4.3.2. Gắn thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu

1.4.3.3. Đa dạng hóa, đa phương hóa thị trường xuất khẩu

1.4.3.4. Đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

1.4.3.5. Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) nhằm chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu

1.4.3.6. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường xuất khẩu, đặc biệt trong lĩnh vực tiếp thị và thông tin

1.4.3.7. Gắn du lịch với xuất khẩu nhằm phát triển thị trường xuất khẩu

## 1.4. SỰ CẦN THIẾT ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU TRONG XU THẾ TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI

1.5.1. Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển

1.5.2. Góp phần khai thác và phát huy lợi thế của nền kinh tế

1.5.3. Là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy phát triển các quan hệ kinh tế đối ngoại

1.5.4. Giúp tăng thu ngân sách, tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước

1.5.5. Tác động tích cực đến việc giải quyết việc làm, cải thiện đời sống nhân dân

1.5.6. Phân tán rủi ro, nâng cao độ ổn định của nền kinh tế

## CHƯƠNG 2:

### THỰC TRẠNG ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM

#### 2.1. QUÁ TRÌNH ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

##### 2.1.1. Giai đoạn 1986-1990 (bắt đầu đổi mới)

##### 2.1.1.1. Khái quát về hoạt động xuất khẩu

##### 2.1.1.2. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Trong giai đoạn này, cùng với chủ trương chuyển từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa sang cơ chế thị trường, các chính sách của Nhà nước chủ yếu tác động vào giải phóng lực lượng sản xuất trong nước, từ đó giúp tăng kim ngạch xuất khẩu.

**Bảng 2.2: Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu 1986-1990**

	Đ.vị	1986	1987	1988	1989	1990
Mức độ đại diện của số liệu	%	76,0	80,3	76,8	70,7	92,9
Số thị trường (N)	nước	33	32	40	39	51
Số thị trường điều chỉnh (NE)	nước	6,82	5,26	6,12	9,44	5,33
Thị phần trung bình ( $\bar{X}$ )	Triệu USD	21,4	24,5	24,2	39,3	55,8
Độ phân tán (S)	Triệu USD	10,1	12,5	12,0	16,9	24,5

*Nguồn: tính toán từ số liệu của Tổng cục thống kê*

## 2.1.2. Giai đoạn 1991-1997 (giai đoạn từ sau khủng hoảng ở các nước XHCN đến trước khủng hoảng tài chính châu Á)

### 2.1.2.1. Khái quát về hoạt động xuất khẩu

#### 2.1.2.2. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Trong giai đoạn này, việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của chúng ta chủ yếu hướng đến mục tiêu mở rộng quan hệ, đa dạng hóa thị trường. Nhờ đó, cơ cấu thị trường xuất khẩu của nước ta có sự phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là từ sau khi Việt Nam gia nhập ASEAN (năm 1995).

**Bảng 2.4: Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu 1990-1997**

	Đ.vị	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Mức độ đại diện của số liệu	%	94.9	90.7	89.5	90.5	93.1	94.1	97.6
Số thị trường (N)	nước	42	54	56	65	72	133	168
Số thị trường điều chỉnh (NE)	nước	5,37	6,92	7,72	8,21	9,20	10,27	13,25
Thị phần trung bình ( $\bar{X}$ )	Triệu USD	47,2	43,3	47,7	56,5	70,5	51,3	53,3
Độ phân tán (S)	Triệu USD	20,2	17,2	18,1	20,8	23,7	16,4	14,4

*Nguồn: tính toán từ số liệu của Tổng cục thống kê*

## 2.1.3. Giai đoạn 1998 - 2006 (sau khủng hoảng tài chính tiền tệ Châu Á đến trước khi gia nhập WTO)

### 2.1.3.1. Khái quát về hoạt động xuất khẩu

#### 2.1.3.2. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Trong giai đoạn này, chính sách khuyến khích xuất khẩu của Việt Nam, thay vì việc dỡ bỏ các rào cản đối với xuất khẩu để tăng trưởng kim ngạch như giai đoạn trước thì đã hướng vào chất lượng, đưa ra nhiều hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Việc nâng cao chất lượng hoạt động xuất khẩu được chú ý đến, nỗ lực đàm phán gia nhập WTO, đàm phán BTA với Hoa Kỳ, tích cực hội nhập ASEAN+. Tuy nhiên, đối với cơ cấu thị trường xuất khẩu, định hướng của chúng ta vẫn tiếp tục hướng đến các thị trường xuất khẩu lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, ASEAN. Do đó, cơ cấu thị trường xuất khẩu cũng chưa thể hiện sự phát triển rõ nét nào, đặc biệt về chất lượng.

**Bảng 2.6: Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu 1998-2006**

	Đ.vị	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Mức độ đại diện của số liệu	%	99.5	98.8	99.7	97.8	97.7	97.4	95.7	91.7	99,4
Số thị trường (N)	nước	177	171	185	208	220	211	189	195	180
Số thị trường điều chỉnh	nước	16,63	17,24	14,21	15,53	13,97	11,84	12,57	12,96	12,20

chính (NE)										
Thị phần trung bình ( $\bar{X}$ )	Triệu USD	53,2	101,8	78,5	76,6	84,1	167,7	329,2	572,0	219,8
Độ phân tán (S)	Triệu USD	12,5	22,9	20,1	19,1	22,3	47,6	89,4	154,1	61,2

*Nguồn: tính toán từ số liệu của Tổng cục thống kê*

## 2.1.4. Giai đoạn 2007-2008 (sau khi Việt Nam gia nhập WTO)

### 2.1.4.1. Khái quát về hoạt động xuất khẩu

### 2.1.4.2. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Các chính sách xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục được điều chỉnh phù hợp với các quy định và cam kết quốc tế. Bên cạnh đó, chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, chương trình Thương hiệu quốc gia tiếp tục được cải tiến theo hướng nâng cao hiệu quả. Tuy nhiên, đến năm 2008, khủng hoảng kinh tế toàn cầu diễn ra đã ảnh hưởng mạnh đến hoạt động xuất khẩu và điều chỉnh thị trường xuất khẩu của nước ta.

**Bảng 2.8: Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu 2007-2008**

Chỉ tiêu	Đơn vị	2007	2008 <sup>2</sup>
Mức độ đại diện của số liệu	%	99,2	89,8
Số thị trường (N)	nước	166	50
Số thị trường điều chỉnh (NE)	nước	12,23	11,02
Thị phần trung bình ( $\bar{X}$ )	Triệu USD	290,3	1130,3
Độ phân tán (S)	Triệu USD	80,5	341

*Nguồn: tính toán từ số liệu của Tổng cục thống kê*

## 2.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

### 2.2.1. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam

Mô hình trọng lượng đối với cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt nam:

$$\ln E_{jt} = \alpha + \beta_1 \ln(Y_{VNt} Y_{jt}) + \beta_2 \ln\left(\frac{Y_{VNt}}{P_{VNt}} \frac{Y_{jt}}{P_{jt}}\right) + \beta_3 \ln Dis + \beta_4 T_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

Kết quả áp dụng mô hình như sau:

$$\ln E_{jt} = -4,629478938 + 0,978810988 \ln(Y_{VNt} Y_{jt}) - 0,117906505 \ln\left(\frac{Y_{VNt}}{P_{VNt}} \frac{Y_{jt}}{P_{jt}}\right) - 0,747993536 \ln Dis - 0,00163202 T_{jt} + \varepsilon_{jt}$$

**Bảng 2.9 : Mô hình trọng lượng đối với cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam**

Hệ số R <sup>2</sup> (R Square)	0,684019477
Hệ số R <sup>2</sup> đã điều chỉnh (Adjusted R Square)	0,679630859
Độ lệch chuẩn (Standard Error)	1,497958322
Số quan sát (Observations)	293

<sup>2</sup> Số liệu 2008 là thống kê chưa đầy đủ nên không có ý nghĩa khi so sánh với số liệu các năm trước đó

**Bảng 2.10 : Hệ số của mô hình trọng lượng đối với cơ cấu thị trường xuất khẩu**

	Hệ số (Coefficients)	Độ lệch chuẩn (Standard Error)	Thống kê t (t Stat)	Giá trị P (P-value)
Hệ số chặn $\alpha$	-4,629478938	1,731076	-2,674336	0,007915563
$\beta_1$ (Y)	0,978810988	0,051972	18,83338	3,97569E-52
$\beta_2$ (Y/P)	-0,117906505	0,075021	-1,571642	0,11713161
$\beta_3$ (Dis)	-0,747993536	0,132647	-5,638994	4,0815E-08
$\beta_4$ (T)	-0,001632021	0,01802	-0,090566	0,927900723

Nguồn: Tính toán của tác giả

Hệ số  $R^2$  của mô hình là 68% cho thấy các nhân tố đưa vào mô hình đã giải thích được 68% sự biến động về cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Các yếu tố khác, bên ngoài mô hình sẽ ảnh hưởng đến 32% những biến động của thị trường xuất khẩu. Các yếu tố này chủ yếu bao gồm chính sách nhập khẩu phi thuế quan của nước đối tác (sẽ được phân tích ở phần 2.3) và chính sách xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam (sẽ được phân tích ở phần 2.2.2).

#### Ảnh hưởng của GDP đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Nếu mọi yếu tố khác không đổi, cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam có xu hướng chuyển dịch sang các nước có tốc độ tăng trưởng GDP cao.

#### Ảnh hưởng của thu nhập bình quân đầu người đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Nếu GDP bình quân đầu người của nước đối tác tăng 1% thì xuất khẩu của Việt Nam sang nước đó sẽ giảm 0,12%. Điều này làm cho cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam sẽ có xu hướng nghiêng về các nước có thu nhập bình quân đầu người thấp.

#### Ảnh hưởng của khoảng cách đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Khoảng cách tăng lên sẽ làm tăng chi phí vận chuyển và giảm kim ngạch buôn bán giữa hai quốc gia. Do đó, chúng ta khó thâm nhập được những thị trường xa mà trong những năm vừa qua, thị trường các nước ASEAN, Trung Quốc vẫn luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

#### Ảnh hưởng của thuế quan đến cơ cấu thị trường xuất khẩu

Xuất khẩu của Việt Nam không bị cản trở nhiều bởi thuế nhập khẩu của nước ngoài mà bị cản trở nhiều hơn bởi các biện pháp phi thuế quan. Điều này phù hợp với xu thế của chính sách thương mại quốc tế là chuyển dần từ thuế quan sang các biện pháp phi thuế quan như biện pháp kỹ thuật hay các biện pháp phòng vệ thương mại. Do đó, để điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu, bên cạnh việc đàm phán các FTA để giảm thuế nhập khẩu, chúng ta cũng cần chú ý đến việc phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và đối phó với các biện pháp phòng vệ thương mại của nước ngoài để thâm nhập vào những thị trường khó tính, có mức độ bảo hộ cao.



### 2.2.2. Chính sách xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam

- Thiên về hỗ trợ một số hoạt động XTTM truyền thống (khảo sát thị trường, hội chợ triển lãm, thông tin thương mại...), chưa khuyến khích những hoạt động XTTM mới.
- Nội dung hỗ trợ chưa hoàn thiện nên hạn chế hiệu quả của các sự kiện đó.
- Chưa có quy định cụ thể về thời hạn cấp tạm ứng kinh phí hỗ trợ ảnh hưởng đến sự chủ động của các đơn vị tham gia, giảm chất lượng của các hoạt động XTTM.
- Một số hoạt động XTTM của địa phương, của từng ngành tương xứng tầm quốc gia nhưng chưa có cơ chế hỗ trợ địa phương, ngành bằng những chương trình cụ thể.

Ngày 21/5/2009, Quyết định số 80/2009/QĐ-TTg sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại (XTTM) quốc gia giai đoạn 2006-2010 đã có nhiều hoạt động xúc tiến thương mại hướng đến mục tiêu phát triển thị trường xuất khẩu.

## 2.3. MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA VIỆT NAM

### 2.3.1. Thị trường ASEAN

Khái quát về ASEAN và một số quy định đối với hàng xuất khẩu Việt Nam  
 Chính sách của Việt Nam với thị trường ASEAN  
 Kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN

### 2.3.2. Thị trường Nhật Bản

Khái quát về Nhật Bản và một số quy định đối với hàng xuất khẩu Việt Nam  
 Chính sách của Việt Nam với thị trường Nhật Bản  
 Kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản

### 2.3.3. Thị trường Trung Quốc

Khái quát về Trung Quốc và một số quy định đối với hàng xuất khẩu Việt Nam  
 Chính sách của Việt Nam với thị trường Trung Quốc  
 Kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc

### 2.3.4. Thị trường EU

Khái quát về EU và một số quy định đối với hàng xuất khẩu Việt Nam  
 Chính sách của Việt Nam với thị trường EU  
 Kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang EU

### 2.3.5. Thị trường Hoa Kỳ

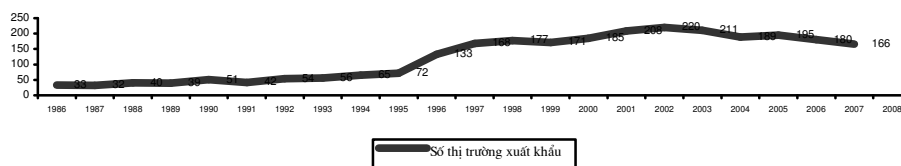
Khái quát về Hoa Kỳ và một số quy định đối với hàng xuất khẩu Việt Nam  
 Chính sách của Việt Nam với thị trường Hoa Kỳ  
 Kết quả hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ

## 2.4. ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

### 2.4.1. Những kết quả đạt được

(1) Trước hết, thị trường xuất khẩu của nước ta đã từng bước được mở rộng. Kết quả này được thể hiện ở số thị trường xuất khẩu đã tăng từ 33 nước và vùng lãnh thổ năm 1986 lên 195 vào năm 2005. Đặc biệt, sự mở rộng này diễn ra tương đối ổn định, hầu như

trong tất cả các năm (trừ 2000 và 2004) số thị trường xuất khẩu của năm sau đều cao hơn năm trước. Đặc biệt, có những năm số thị trường xuất khẩu đã có sự gia tăng mạnh mẽ như năm 1997 (từ 72 lên 133), năm 1998 (từ 133 lên 168) và 2002 (từ 185 lên 208).



**Hình 2.11: Các chỉ tiêu cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt nam 1998 - 2008**

*Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của Tổng cục Thống kê*

(2) Cơ cấu thị trường đã chuyển dịch, trong đó có những sự chuyển dịch theo định hướng chiến lược của Nhà nước. Trong số 10 khu vực thị trường được xác định theo Chiến lược xuất nhập khẩu thì chỉ có 4 khu vực được đánh giá chưa đạt yêu cầu.

**Bảng 2.30: Đánh giá chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu so với mục tiêu chiến lược đến năm 2005**

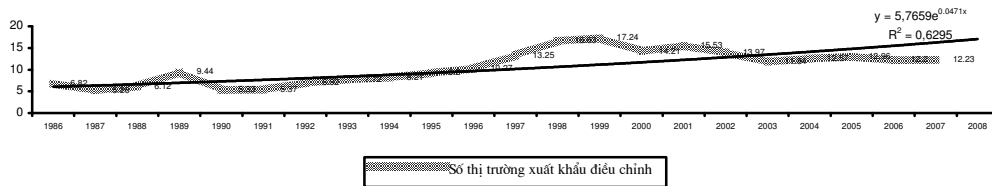
*Đơn vị: %*

Thị trường	2001	TH 2005	Mục tiêu CL 2005	Đánh giá
<b>Toàn thế giới</b>				
<b>Châu á</b>	<b>60,5</b>	<b>50,5</b>	<b>57-60</b>	<b>Vượt mức, tốt</b>
Nhật bản	16,7	14,5	15-16	Chưa đạt, chưa tốt
ASEAN	17	16,9	23-25	Vượt mức, tốt
Trung Quốc	9,4	9,6	16-18	Chưa đạt, không tốt
<b>Châu Âu</b>	<b>25,3</b>	<b>18</b>	<b>26-27</b>	<b>Chưa đạt, không tốt</b>
EU	20	16	21-22	Chưa đạt, không tốt
SNV và Đông Âu			1,5-2	
<b>Châu Mỹ</b>	<b>9,3</b>	<b>22</b>	<b>5-6</b>	<b>Vượt mức, đột phá</b>
Hoa Kỳ	7,1	20		Vượt mức, đột phá
<b>Australia và New Zealand</b>	<b>6,8</b>	<b>8</b>	<b>3-5</b>	<b>Vượt mức, tốt</b>
<b>Các khu vực khác</b>	<b>1,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2</b>	<b>Đạt yêu cầu</b>

*Nguồn: Viện nghiên cứu thương mại, 2009*

(3) Cơ cấu thị trường xuất khẩu đã có những thị trường mới, đặc biệt là trong giai đoạn từ năm 2001 đến nay. Trong đó, đáng chú ý nhất là đã đột phá xuất khẩu thành công, duy trì được thị phần trên thị trường Hoa Kỳ, thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất thế giới, do những nỗ lực ký kết được Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ (tháng 7/2000). Bên cạnh đó, có thể ghi nhận việc mở rộng thị trường châu Đại dương.

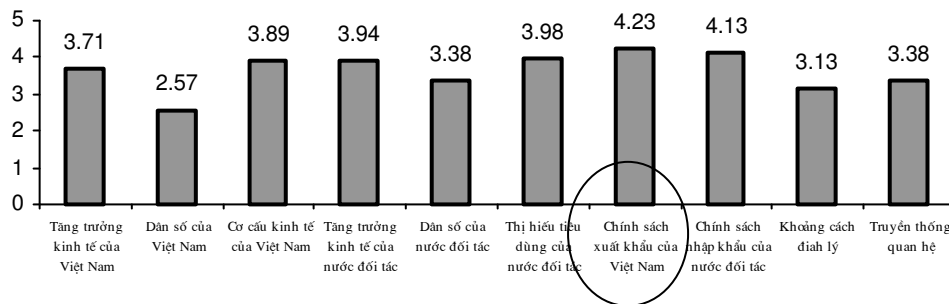
(4) Bên cạnh sự mở rộng về số lượng thị trường xuất khẩu, trong thời gian qua, cơ cấu thị trường xuất khẩu của nước ta đã có sự biến chuyển nhất định về chất lượng. Điều này có thể thấy được thông qua số lượng thị trường xuất khẩu điều chỉnh. Năm 1986, chỉ tiêu này được đánh giá ở mức 6,82 thì đến năm 2005 đã tăng lên 2,96.



**Hình 2.12: Các chỉ tiêu cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt nam 1998 - 2008**

*Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của Tổng cục Thống kê*

(5) Vai trò của Chính phủ, thể hiện qua các chính sách xuất khẩu trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu là khá tốt. Trong cuộc khảo sát của tác giả, các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu được đánh giá trên thang Likert 5 điểm. Trong số 10 yếu tố được đưa ra thì chính sách xuất khẩu là yếu tố được đánh giá cao nhất, với mức đánh giá là 4,23, tức là gần với mức cao nhất (5).



**Hình 2.14: Các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt nam**

*Nguồn: Khảo sát của tác giả*

(6) Việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Chính phủ có những sự tiến bộ rõ nét qua các thời kỳ. Giai đoạn 1986-1990, trọng tâm của chính sách là định hình cơ chế kinh tế thị trường và giải phóng sức sản xuất trong nước mà chưa có những chính sách cụ thể đối với hoạt động xuất khẩu; Giai đoạn 1991-1997, việc điều chỉnh cơ cấu thị trường hướng đến mục tiêu mở rộng quan hệ thương mại, hội nhập vào kinh tế thế giới; Giai đoạn 1998-2006, việc điều chỉnh cơ cấu thị trường hướng đến mục tiêu xâm nhập vững chắc trên vào thị trường lớn (Mỹ, Nhật Bản, EU,...); Giai đoạn 2007-nay, việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu nhằm vừa tránh tăng trưởng mạnh tại các thị trường lớn, vừa đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng.

#### **2.4.2. Một số tồn tại**

(1) Tuy cơ cấu thị trường xuất khẩu của chúng ta đã có sự chuyển biến nhưng chưa thật sự đa dạng hóa. Tại từng thời kỳ, kim ngạch xuất khẩu của chúng ta đều chỉ tập trung vào một số ít thị trường: 6 nước xuất khẩu lớn nhất luôn chiếm 77,7%; 64% và 58,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của chúng ta trong mỗi thời kỳ. Tuy tỷ trọng này giảm dần thể hiện sự đa dạng hóa hơn trong cơ cấu thị trường nhưng vẫn còn quá lớn, dẫn tới sự phụ thuộc của xuất khẩu nước ta vào một số thị trường xuất khẩu lớn.

(2) Sự cải thiện trong cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam chưa ổn định, vẫn còn có những giai đoạn mức độ đa dạng hóa thị trường không những không tăng lên mà còn giảm đi. Nếu xem xét số thị trường xuất khẩu điều chỉnh, hình 2.12 cho thấy giai đoạn 1998-2006, chỉ tiêu này có xu hướng giảm.

(3) Cơ cấu thị trường xuất khẩu của nước ta mang tính phụ thuộc quá lớn, chịu nhiều ảnh hưởng từ bên ngoài. Trong những năm qua, cơ cấu thị trường xuất khẩu của chúng ta đã có ít nhất 2 lần khủng hoảng. Lần 1 năm 1991, khi CNXH ở Liên Xô cũ và các nước Đông Âu sụp đổ; Lần 2 năm 1998 khi cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ châu Á diễn ra. Những lần khủng hoảng này đều ảnh hưởng lớn không chỉ đến kim ngạch xuất khẩu mà còn đến cơ cấu thị trường xuất khẩu. Trong khi giữa các lần khủng hoảng, khi yếu tố bên ngoài tương đối ổn định thì cơ cấu thị trường xuất khẩu của chúng ta cũng không có sự thay đổi đáng kể nào. Nói một cách khác, hàng hóa Việt Nam xâm nhập vào các thị trường nước ngoài còn chưa vững chắc.

(4) Chính phủ chưa có những chiến lược, định hướng thị trường xuất khẩu rõ ràng và phù hợp với thực tiễn. Cho đến nay, Việt Nam có 2 văn bản pháp lý xác định định hướng phát triển hoạt động xuất nhập khẩu đến năm 2010:

- Chiến lược phát triển hoạt động xuất nhập khẩu thời kỳ 2001-2010 do Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) ban hành ngày 16/9/2000).

- Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010 được phê duyệt tại Quyết định số 156/2006/QĐ-Ttg ngày 30/6/2006 của Thủ tướng chính phủ.

(5) Sự chuyển dịch trong cơ cấu thị trường xuất khẩu còn thể hiện sự thiếu kiểm soát và định hướng của Chính phủ. Bảng 2.29 cho thấy trong số 10 khu vực thị trường thì có đến 5 khu vực thị trường có sự tăng/giảm tỷ trọng vượt quá định hướng chiến lược. ở góc độ tích cực, có thể nhìn nhận đây là kết quả của việc thâm nhập và phát triển thị trường. Tuy nhiên, đối với cơ cấu thị trường, việc tăng trưởng quá nhanh, tập trung quá mức vào một khu vực cũng sẽ là điều không tốt vì dẫn đến sự phụ thuộc.

(6) Những chính sách xúc tiến xuất khẩu của Chính phủ chưa có tác động mạnh trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường. Các hoạt động trong chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm có xu hướng định hướng chuyển dịch cơ cấu mặt hàng nhiều hơn cơ cấu thị trường. Cho đến gần đây (từ 2009) thì mới bắt đầu có những hoạt động tác động mạnh và trực tiếp đến cơ cấu thị trường xuất khẩu.

### **2.4.3. Nguyên nhân**

#### **Nguyên nhân chủ quan**

(1) Năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam còn hạn chế, ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường, đặc biệt là những thị trường xa, thị trường khó tính.

(2) Chính phủ chưa thực sự quan tâm đến phát triển thị trường xuất khẩu, còn thiếu những chính sách thị trường có hiệu quả. Điều đó làm sự chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam mang tính tự phát mà chưa có sự điều chỉnh của Nhà nước.

(3) Hoạt động xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào khu vực có vốn đầu tư nước ngoài, dẫn đến cơ cấu thị trường bị ảnh hưởng bởi cơ cấu các nước đầu tư vào Việt Nam.

(4) Các doanh nghiệp chưa chủ động trong việc thâm nhập và phát triển thị trường xuất khẩu. Điều này làm cho các doanh nghiệp có xu hướng tập trung vào một vài thị trường do những biến động ngắn hạn nên khó khăn cho các biện pháp điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Nhà nước.

(5) Các hiệp hội ngành hàng chưa phát huy được vai trò chủ thể thứ ba, bên cạnh Nhà nước và doanh nghiệp để điều tiết hoạt động của ngành, cung cấp thông tin và bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp trên thị trường thế giới.

### **Nguyên nhân khách quan**

(1) Tác động của những cuộc khủng hoảng kinh tế, tài chính tiền tệ trên thế giới. Do đó, khi bị khủng hoảng, tốc độ tăng trưởng GDP của các thị trường này giảm sẽ ngay lập tức ảnh hưởng mạnh đến xuất khẩu của Việt Nam.

(2) Xu hướng tự do hóa thương mại trên thế giới đang diễn ra mạnh mẽ, đặc biệt là các BFTA và RTA. Các hiệp định thương mại tự do này sẽ tạo ra các hiệu ứng mở rộng thương mại và chuyển dịch thương mại. Trong điều kiện Việt Nam chưa tham gia vào các FTA (ngoại trừ EPA với Nhật Bản và các RTA với tư cách thành viên ASEAN) thì chúng ta sẽ chịu thiệt trước xu hướng tự do hóa thương mại này.

(3) Bên cạnh xu hướng tự do hóa thương mại, sức ép bảo hộ nền kinh tế trong nước buộc các nước có những thay đổi trong chính sách nhập khẩu, chuyển từ những rào cản truyền thống sang những rào cản mới, tinh vi hơn, đặc biệt là những rào cản kỹ thuật và các biện pháp phòng vệ thương mại.

(4) Cách mạng khoa học công nghệ diễn ra mạnh mẽ trên thế giới đã rút ngắn vòng đời sản phẩm. Các doanh nghiệp Việt Nam, với hạn chế về công nghệ nên khó theo kịp tốc độ đổi mới trên thế giới. Điều đó hạn chế khả năng thâm nhập và chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu sang các nước phát triển, với thu nhập và đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm.

(5) Vai trò các công ty xuyên quốc gia (TNCs) ngày càng lớn và chi phối các mạng sản xuất toàn cầu. Các doanh nghiệp Việt Nam chưa tham gia sâu vào mạng sản xuất toàn cầu nên hoạt động xuất khẩu còn mang tính bị động. Việt Nam chủ yếu mới tham gia được vào các công đoạn đơn giản, xuất khẩu sang các thị trường trung gian trong mạng sản xuất chứ chưa tiếp cận trực tiếp đến thị trường tiêu dùng cuối cùng.

## **CHƯƠNG 3:**

### **ĐỊNH HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG**

#### **XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM**

##### **3.1.1. DỰ BÁO MỘT SỐ YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU**

##### **3.1.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến cung**

Sự ổn định chính trị, kinh tế và xã hội của đất nước cho đến nay đã tạo niềm tin cho toàn dân, cho các doanh nghiệp và các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

Kinh tế Việt Nam tăng trưởng liên tục với tốc độ cao, năm sau cao hơn năm trước, làm cho quy mô nền kinh tế ngày càng được nâng cao.

Thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa gắn với hội nhập kinh tế quốc tế bước đầu đã hình thành và vận hành có hiệu quả.

Cơ cấu kinh tế đã có sự chuyển dịch tích cực theo hướng công nghiệp hóa, bước đầu hiện đại hóa trong một số ngành then chốt.

### **3.1.2. Các yếu tố hấp dẫn/cản trở**

Toàn cầu hóa kinh tế thế giới tiếp tục sẽ là xu thế tất yếu. Tự do hóa thương mại sẽ tiếp tục diễn ra ở mọi cấp độ: song phương, khu vực, đa phương.

Xu thế mở rộng các liên kết kinh tế song phương, khu vực và đa phương trở thành một trong những nhân tố chủ yếu thúc đẩy sự phát triển của kinh tế khu vực và thế giới.

Cuộc cách mạng khoa học công nghệ diễn ra với quy mô lớn chưa từng có trong lịch sử, làm thay đổi kết cấu kinh tế thế giới.

### **3.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu**

Tuy chưa có thống nhất về mô hình phục hồi của kinh tế thế giới sau cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008 nhưng các nghiên cứu đều cho rằng kinh tế thế giới đã đạt đến điểm đáy của khủng hoảng.

Đời sống của người dân, kể cả ở những nước chậm phát triển, sẽ được cải thiện đáng kể. Nhu cầu của thị trường thế giới nhìn chung sẽ tiếp tục tăng trưởng, đặc biệt nhu cầu ở các nước chậm phát triển sẽ có được tốc độ tăng trưởng nhanh hơn

Nhu cầu tiêu dùng của thị trường thế giới có những thay đổi, trong đó, những xu hướng chung có thể kể đến là (i) Người tiêu dùng ngày quan tâm đến nhãn hiệu/thương hiệu của sản phẩm; (ii) Người tiêu dùng ngày quan tâm đến tính thuận tiện (convenience) của sản phẩm; (iii) Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe của mình; (iv) Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến những hàng hóa thân thiện với môi trường.

## **3.2. QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA**

### **3.2.1. Quan điểm điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu**

3.2.1.1. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu không tách rời khỏi nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu.

3.2.1.2. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hướng tới sự đa dạng hóa thị trường để giảm thiểu rủi ro trong hoạt động xuất khẩu.

3.2.1.3. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu phải xác định thị trường trọng điểm.

3.2.1.4. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu cần đảm bảo nguyên tắc không can thiệp vào hoạt động của doanh nghiệp.

3.2.1.5. Điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu không tách rời khỏi thị trường trong nước.

### 3.2.2. Mục tiêu điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu

Trên cơ sở mô hình trọng lượng được xây dựng ở chương 2, tác giả đã tiến hành dự báo cơ cấu thị trường.

**Bảng 3.2: Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa theo châu lục**

Đơn vị: %

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Châu Á	47,91%	48,54%	49,17%	49,76%	50,29%	50,75%	51,08%
Châu Âu	25,16%	24,67%	24,16%	23,65%	23,13%	22,58%	21,99%
Châu Mỹ	16,52%	16,27%	15,99%	15,70%	15,38%	15,03%	14,64%
Châu Phi	2,15%	2,17%	2,19%	2,20%	2,20%	2,19%	2,18%
Châu Đại Dương	8,27%	8,35%	8,49%	8,69%	9,00%	9,45%	10,12%

Nguồn: Tính toán dự báo của tác giả

**Bảng 3.3: Mục tiêu điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa**

Thị trường	Dự báo 2015 (%)	Định hướng
Châu Á	50-52	Với lợi thế thị trường gần và việc ký kết các FTA song phương và với tư cách thành viên ASEAN, khu vực châu Á vẫn sẽ có sự tăng trưởng mạnh mẽ, và khó có thể giảm về tỷ trọng
Châu Âu	20-22	Do rào cản trong chính sách của EU (cơ chế tốt nghiệp GSP), trong khi thị trường các nước Đông Âu khó có thể có sự tăng trưởng mạnh nên xuất khẩu sang châu Âu sẽ đi vào chiều sâu và không tăng về tỷ trọng, thậm chí có thể giảm nhẹ.
Châu Mỹ	15-16	Thị trường Mỹ sẽ không có tăng trưởng đột biến (do khả năng áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại), tăng trưởng xuất khẩu sẽ chủ yếu dựa vào khu vực Mỹ La Tinh nhưng cũng không có gia tăng về tỷ trọng.
Châu Đại Dương	10	Do khoảng cách xa nên dù tác động của FTA ASEAN - Australia cũng sẽ khó tạo ra sự gia tăng mạnh về tỷ trọng xuất khẩu.
Châu Phi	4-6	Đây là khu vực thị trường tiềm năng, cùng với chính sách mạnh mẽ của Chính phủ nên có thể chứng kiến sự gia tăng về tốc độ tăng trưởng và tỷ trọng.

Nguồn: Dự báo của tác giả

## 3.3. CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU CHỈNH CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM

### 3.3.1. Nhóm giải pháp hoàn thiện môi trường pháp lý, tạo cơ sở điều chỉnh cơ cấu thị trường

- 3.3.1.1. Tăng cường hoạch định chính sách thị trường xuất khẩu với sự tham vấn xã hội.
- 3.3.1.2. Hoàn thiện các quy định pháp lý trong nước, đáp ứng yêu cầu và các cam kết quốc tế để sớm được công nhận nền kinh tế thị trường
- 3.3.1.3. Xây dựng cơ chế dự phòng, cảnh báo sớm các vụ kiện phòng vệ thương mại
- 3.3.1.4. Nghiên cứu ký kết các hiệp định thương mại tự do mới một cách có chọn lọc.

### **3.3.2. Nhóm giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam**

- 3.3.2.1. Giải pháp thu hút vốn đầu tư
- 3.3.2.2. Phát triển khoa học công nghệ
- 3.3.2.3. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực
- 3.3.2.4. Giải pháp hỗ trợ tài chính
- 3.3.2.5. Giải pháp tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp

### **3.3.3. Nhóm giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu và tiếp cận thị trường**

- 3.3.3.1. Hoàn thiện hệ thống luật, tăng cường quản lý Nhà nước về xúc tiến xuất khẩu
- 3.3.3.2. Thiết lập mạng lưới xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam.
- 3.3.3.3. Tiếp tục duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến xuất khẩu thông qua "Chương trình xúc tiến xuất khẩu trọng điểm quốc gia"
- 3.3.3.4. Tạo điều kiện thuận lợi về lãnh sự cho thương nhân trong nước và nước ngoài
- 3.3.3.5. Xây dựng và nâng cao uy tín sản phẩm quốc gia
- 3.3.3.6. Nâng cao hiệu quả hoạt động của các trung tâm xúc tiến xuất khẩu địa phương

## **3.4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP RIÊNG ĐỐI VỚI CÁC THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM**

### **3.4.1. Đối với thị trường các nước ASEAN**

- Chú trọng phát triển thương mại nội ngành, nghĩa là các nước sẽ cùng xuất khẩu và nhập khẩu một loại sản phẩm nhưng chuyên môn hóa và những phân loại nhỏ hơn.
- Chú trọng hợp tác giữa các nước ASEAN thông qua việc phát triển công nghiệp hỗ trợ để hình thành mạng lưới sản xuất ASEAN.

### **3.4.2. Đối với thị trường Trung Quốc**

- Chú trọng phát triển thương mại biên giới đi kèm với quản lý Nhà nước.
- Phát triển cơ sở hạ tầng để tạo điều kiện thuận lợi hóa thương mại.

### **3.4.3. Đối với thị trường Nhật Bản**

- Nâng cao nhận thức về vai trò của chất lượng sản phẩm và thời hạn giao hàng đối với các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản.
- Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu tại thị trường Nhật Bản.
- Chính phủ Việt Nam cũng cần có những chính sách thu hút vốn đầu tư của doanh nghiệp Nhật Bản, tận dụng những hỗ trợ của chính phủ Nhật Bản để tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp hai nước.

### **3.4.4. Đối với thị trường EU**



- Thành lập những cơ sở chuyên nghiên cứu, dự báo về nhu cầu, thị hiếu và chính sách thương mại EU.

- Nghiên cứu xây dựng các khoa ngoại quan tại thị trường này. Khi đó, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tập kết hàng hóa tại các kho ngoại quan để chờ đợi thời điểm thuận lợi nhất.

- Nhà nước cần theo dõi và điều tiết lượng hàng xuất khẩu sang thị trường EU, tránh tình trạng Việt Nam bị tổn thương GSP như đã xảy ra với sản phẩm giày dép.

### **3.4.5. Đối với thị trường Hoa Kỳ**

- Theo dõi và dự báo những thay đổi trong chính sách thương mại của Hoa Kỳ.

- Hoa Kỳ là một trong những đối tác phù hợp nhất để nghiên cứu đàm phán và ký kết FTA. Việc ký kết FTA với Hoa Kỳ sẽ không chỉ giúp đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này mà còn là sự thúc đẩy cho việc ký kết FTA với các thị trường khác.

- Chúng ta cần tận dụng lực lượng này với sự hiểu biết về phong tục tập quán và chính sách nước sở tại để làm cầu nối đưa hàng Việt Nam sang thị trường này.

## **KẾT LUẬN**

Cơ cấu thị trường xuất khẩu là một chỉ tiêu chất lượng quan trọng của hoạt động xuất khẩu. Để có một cơ cấu thị trường xuất khẩu đa dạng, hợp lý, giúp khai thác có hiệu quả các nguồn lực, tăng trưởng ổn định kim ngạch xuất khẩu, Nhà nước cần có sự can thiệp, định hướng và điều chỉnh nhất định.

Trên cơ sở kết hợp giữa các phương pháp phân tích định tính với mô hình trọng lượng, cùng với ý kiến chuyên gia, luận án đã đạt được một số kết quả sau:

1. Luận án đã hệ thống hóa khái niệm thị trường và cơ cấu thị trường xuất khẩu. Trên cơ sở đó, đưa ra 4 chỉ tiêu để đánh giá cơ cấu thị trường xuất khẩu bao gồm số thị trường, số thị trường điều chỉnh, thị phần trung bình và độ phân tán thị trường xuất khẩu.
2. Trên cơ sở tổng kết các nghiên cứu trước đây về các nhân tố ảnh hưởng đến thị trường xuất khẩu thông qua mô hình trọng lượng, luận án đã chỉ rõ các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường xuất khẩu, bao gồm 3 nhóm nhân tố (i) Nhóm nhân tố cung (ii) Nhóm nhân tố cầu (iii) Nhóm các yếu tố hấp dẫn/cản trở.
3. Trong bối cảnh tự do hóa thương mại, các rào cản thương mại được loại bỏ ở cả cấp độ đa phương, khu vực và song phương. Quá trình tự do hóa thương mại, đặc biệt thông qua các hiệp định thương mại tự do khu vực và song phương, sẽ ảnh hưởng mạnh đến cơ cấu thị trường xuất khẩu của các quốc gia.
4. Thông qua việc nghiên cứu quá trình điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Nhật Bản và Trung Quốc, luận án đã rút ra 7 bài học kinh nghiệm. Đó là (i) Chú trọng đến thị trường trong nước; (ii) Gắn thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu, (iii) Đa dạng hóa, đa phương hóa thị trường xuất khẩu, (iv) Đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc

tế và khu vực, (v) Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) góp phần mở rộng thị trường xuất khẩu, (vi) Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường xuất khẩu, tập trung vào lĩnh vực tiếp thị và thông tin, (vii) Gắn du lịch với xuất khẩu nhằm phát triển thị trường xuất khẩu.

5. Luận án đã phân tích việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Chính phủ qua 4 giai đoạn gắn với những mốc sự kiện như khủng hoảng chủ nghĩa xã hội ở châu Âu (1990-1991), khủng hoảng tài chính tiền tệ châu á (1997-1998) và việc Việt Nam gia nhập WTO (2006). Kết quả của việc điều chỉnh này được thể hiện qua các chỉ tiêu cơ cấu thị trường xuất khẩu. Qua đó, có thể nhận thấy cơ cấu thị trường xuất khẩu của nước ta chưa có sự đa dạng mạnh mẽ mà chỉ là sự chuyển dịch từ thị trường này sang các thị trường khác khi có những biến động trên thế giới.

6. Luận án đã vận dụng mô hình trọng lượng để đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến cơ cấu thị trường xuất khẩu. Kết quả hồi quy của mô hình trọng lượng cho thấy, tăng trưởng kinh tế của nước đối tác có tác động mạnh mẽ đến cơ cấu thị trường xuất khẩu còn khoảng cách, thuế nhập khẩu không có tác động lớn. Ngoài ra, thu nhập bình quân đầu người lại có tác động tiêu cực đến xuất khẩu do hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu hướng đến phân đoạn thị trường có thu nhập thấp.

7. Luận án đã phân tích thực trạng chính sách nhập khẩu (tập trung vào thuế quan, biện pháp kỹ thuật và phòng vệ thương mại) của các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam, bao gồm ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ và EU. Đối với mỗi thị trường, luận án đã khái quát quá trình điều chỉnh của Việt Nam thông qua chính sách xuất khẩu đối với từng thị trường và đánh giá kết quả của chính sách thông qua kim ngạch, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang từng thị trường..

8. Luận án đã rút ra 6 kết quả đạt được và 6 hạn chế còn tồn tại trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra, luận án cũng đã chỉ rõ 5 nguyên nhân chủ quan và 5 nguyên nhân khách quan dẫn đến những kết quả và hạn chế nói trên.

9. Trên cơ sở dự báo các yếu tố ảnh hưởng đến cung, cầu và các yếu tố hấp dẫn, cản trở, luận án đã đề xuất 5 quan điểm cần quán triệt trong việc điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa. Ngoài ra, trên cơ sở dự báo tăng trưởng kinh tế của IMF và dự báo dân số của UNPA, luận án đã vận dụng mô hình trọng lượng đã được xây dựng để dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2015 và đưa ra mục tiêu điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa.

10. Luận án đã đề xuất 3 nhóm giải pháp để điều chỉnh cơ cấu thị trường xuất khẩu bao gồm (i) Nhóm giải pháp hoàn thiện môi trường pháp lý, (ii) Nhóm giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh và (iii) Nhóm giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Bên cạnh đó, luận án cũng đề xuất một số giải pháp cụ thể đối với 5 thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam (ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU).

## DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ

1. Đào Ngọc Tiến (2010), *Nghiên cứu mối liên hệ giữa xuất khẩu và du lịch quốc tế: Trường hợp của Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, Số 41/2010
2. Đào Ngọc Tiến (2009), *Các yếu tố ảnh hưởng đến luồng xuất khẩu của Việt Nam và hàm ý chính sách trong bối cảnh khủng hoảng toàn cầu (Determinants to Vietnam's exprt flows and government implications under the global crisis)*, Hội thảo quốc tế “Nghiên cứu về chính sách thương mại quốc tế”, Trường Đại học Ngoại thương, 7-8/12/2009.
3. Đào Ngọc Tiến (2009), *Phát triển công nghiệp hỗ trợ của Nhật Bản, Thái Lan, Malaysia và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam*, Hội thảo quốc tế “Phát triển công nghiệp hỗ trợ: Kinh nghiệm của Nhật Bản và một số nước châu Á”, Hà Nội, tháng 10/2009
4. Đào Ngọc Tiến & Phan Thị Thanh Hương (2009), *Phát triển các hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam - Góc nhìn từ phía doanh nghiệp*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, Số 34/2009
5. Đào Ngọc Tiến & Nguyễn Văn Hồng (2008), *Mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với ASEAN+3*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, Số 32/2008
6. Đào Ngọc Tiến và Nguyễn Hữu Khải (2008), *Hàng rào kỹ thuật của EU và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đối với các doanh nghiệp Hà Nội*, Tạp chí Nghiên cứu châu Âu, số 10(97)/2008
7. Đào Ngọc Tiến và Nguyễn Hữu Khải (2007), *Xuất khẩu của Việt Nam năm 2006 và triển vọng 2007*, Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, Số 1/2007
8. Đào Ngọc Tiến, Nguyễn Hữu Khải và Vũ Thị Hiền (2007), *Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam*, NXB Thống kê
9. Đào Ngọc Tiến và Bùi Việt Phương (2006), *Xu hướng hình thành các Hiệp định thương mại tự do song phương và tác động đối với Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại Số 19/2006
10. Đào Ngọc Tiến và Phạm Thu Hương (2006), *Thách thức đối với trợ cấp xuất khẩu sau khi Việt Nam gia nhập WTO*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại Số 18/2006
11. Đào Ngọc Tiến và Vũ Hoàng Nam (2006), *Tác động của of AFTA và BTA đối với xuất khẩu của Việt Nam: phân tích định lượng*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại Số 16/2006