

MỤC LỤC

	Trang
MỞ ĐẦU	4
PHẦN THỨ NHẤT: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ XUẤT KHẨU CỦA NƯỚC TA	10
I. Vấn đề thị trường trong chiến lược phát triển kinh tế hướng về xuất khẩu	10
1. Một số khái niệm cơ bản về thị trường và thị trường hàng hoá xuất khẩu	10
1.1. Khái niệm về thị trường, thị trường quốc tế	10
1.2. Khái niệm về hàng hoá xuất khẩu	11
1.3. Khái niệm về thị trường xuất khẩu hàng hoá	11
1.4. Khái niệm về thị trường hàng hoá xuất khẩu	14
1.5. Khái niệm về chính sách phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu và khái niệm về giải pháp phát triển TTHHXK	15
2. Phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu với chiến lược phát triển kinh tế hướng về xuất khẩu	17
2.1. Nội dung cơ bản của phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	17
2.2. Chiến lược phát triển kinh tế hướng về xuất khẩu và sự lựa chọn của Việt Nam	18
2.3. Mối quan hệ giữa phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu và chiến lược hướng về xuất khẩu	22
3. Mối quan hệ giữa thị trường trong nước với thị trường ngoài nước, giữa xuất khẩu và nhập khẩu trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu và thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu.	22
3.1. Mối quan hệ giữa thị trường trong nước với thị trường ngoài nước trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu và chiến lược hướng về xuất khẩu.	23
3.2. Mối quan hệ giữa xuất khẩu và nhập khẩu hàng hoá trong quá trình phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu và thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu	25
II. Các xu hướng phát triển chung của kinh tế, của thương mại thế giới và sự ảnh hưởng đến phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam.	26
1. Các xu hướng phát triển chung của nền kinh tế thế giới	26
2. Các xu hướng phát triển chung của thương mại thế giới ảnh hưởng đến phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam.	32
III. Kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng thị trường xuất khẩu của một số nước trên thế giới và bài học cho Việt Nam	35
1. Kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu và phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của một số nước trên thế giới	35
1.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc	35
1.2. Kinh nghiệm của một số nước và vùng lãnh thổ công nghiệp mới (Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan)	37
1.3. Kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu và phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của một số nước công nghiệp phát triển (Nhật Bản, Hoa Kỳ)	40
2. Một số vấn đề đặt ra đối với việc phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam từ kinh nghiệm của nước ngoài.	41
IV. Một số vấn đề cơ bản liên quan đến phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010, 2020	45
1. Vấn đề giải quyết sự cân bằng của cán cân thương mại với phát triển thị trường	45

hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam	
2. Chính sách đa thành phần kinh tế và vai trò của kinh tế Nhà nước trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam	47
2.1. Phát triển đa thành phần kinh tế với việc phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	47
2.2. Vấn đề vai trò của kinh tế Nhà nước và của Nhà nước trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	48
2.3. Vai trò của Nhà nước trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001 – 2010	49
3. Vấn đề nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu và doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện tự do hoá thương mại - nhân tố cơ bản trong thúc đẩy xuất khẩu và phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu thời kỳ tới của Việt Nam	50
PHẦN THỨ HAI: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ XUẤT KHẨU CỦA NƯỚC TA TRONG 10 NĂM QUA	54
I- Kết quả hoạt động xuất khẩu hàng hoá và những chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu, phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu trong 10 năm qua (1991 – 2000)	54
1- Tổng quát về kết quả hoạt động thương mại và thị trường trong nước	54
2- Đánh giá khái quát về kết quả hoạt động xuất nhập khẩu trong 10 năm qua (1991 – 2000)	56
2.1- Những thành tựu chủ yếu của hoạt động xuất nhập khẩu thời kỳ 1991 – 2000	56
2.2- Những tồn tại và nguyên nhân trực tiếp hạn chế hoạt động xuất, nhập khẩu 10 năm qua	59
3- Đánh giá các chính sách và giải pháp đổi mới đã thực hiện 10 năm qua tác động đến sự phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam	60
3.1- Khái quát chung về cơ chế và chính sách vĩ mô của Nhà nước tác động đến phát triển thị trường và thương mại trong nước 10 năm qua	60
3.2- Đánh giá tổng quát chính sách và cơ chế quản lý của Nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu 10 qua	63
3.3- Những chính sách phát triển hàng hoá xuất khẩu và thị trường hàng hoá xuất khẩu 10 năm qua - Kết quả và những hạn chế	65
4- Kết quả chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu và chuyển dịch cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam 10 năm qua	74
4.1- Vai trò và kết quả hoạt động ngoại thương tác động đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu của Việt Nam 10 năm qua	74
4.2- Kết quả chuyển dịch cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam 10 năm qua	77
5- Đánh giá tổng quát những thành tựu, tồn tại và nguyên nhân về phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	80
5.1- Những thành tựu nổi bật:	80
5.2- Các mặt tồn tại:	82
II. Một số bài học kinh nghiệm trong phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam 10 năm qua	84
1. Kiên trì đường lối đối ngoại rộng mở, phát triển nền kinh tế mở, đa phương hoá và đa dạng hoá quan hệ kinh tế quốc tế	84
2. Kiên định sự lựa chọn chiến lược phát triển kinh tế hướng về xuất khẩu, nhất quán coi xuất khẩu là hướng ưu tiên trọng điểm của hoạt động kinh tế đối ngoại, trên cơ sở đó xác lập chính sách ưu đãi thích hợp	85
3. Chủ động hội nhập quốc tế, đồng thời giữ vững ổn định chính trị và kinh tế	86

trong nước, phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN	
4. Đổi mới toàn diện và sâu sắc công tác quản lý Nhà nước về kinh tế - thương mại nói chung, về xuất khẩu nói riêng; phát huy nội lực, tiềm năng của tất cả các thành phần kinh tế nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu.	87
5. Chủ động thâm nhập thị trường quốc tế, phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu trên cơ sở có chiến lược phát triển thị trường dài hạn; gắn phát triển thị trường xuất khẩu với việc đẩy mạnh sản xuất hàng hoá xuất khẩu và tạo nguồn hàng xuất khẩu đủ lớn và ổn định, phù hợp với nhu cầu thị trường	88
6. Kết hợp chặt chẽ giữa xuất khẩu với nhập khẩu, giữa phát triển thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu hàng hoá, vươn tới giành thị phần đáng kể tại các thị trường có sức mua lớn và ổn định, các thị trường có nền công nghệ nguồn.	89
7. Phát triển thị trường tiêu thụ hàng hoá xuất khẩu trên cơ sở chú trọng cả thị trường tiêu thụ ở nước ngoài và thị trường tiêu thụ ở trong nước để bổ sung lẫn nhau, phân tán rủi ro.	90
8. Khuyến khích tất cả các thành phần kinh tế, tất cả mọi người Việt Nam trong nước và Việt kiều ở nước ngoài vào việc tìm kiếm và tạo thị trường xuất khẩu hàng hoá	90
9. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, phát huy vai trò chủ động của phía Nhà nước và phía doanh nghiệp trong việc thâm nhập và mở rộng thị trường hàng hoá xuất khẩu	92
PHẦN THỨ BA: DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ THẾ GIỚI VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010	93
I. Dự báo xu hướng phát triển của thị trường và một số dự báo chung về kinh tế và thương mại thế giới đến năm 2010	93
1. Dự báo các xu hướng của thị trường thế giới	93
2. Một số dự báo chung về tăng trưởng kinh tế và thương mại thế giới đến năm 2010	96
II. Dự báo thị trường thế giới đối với một số hàng hoá	104
1. Thị trường các mặt hàng nông sản	104
2. Thị trường các mặt hàng thuỷ sản thế giới	110
3. Thị trường các mặt hàng giấy dếp thế giới	110
4. Thị trường các mặt hàng dệt may	112
5. Thị trường các mặt hàng điện tử tin học	113
III. Dự báo khả năng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam thời kỳ 2001 – 2010	114
1. Dự báo chỉ tiêu chung về xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 – 2010	114
2. Dự báo triển vọng mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trong thời kỳ 2001 – 2010	115
2.1. Xuất khẩu nhóm hàng nông sản	115
2.2. Nhóm thuỷ sản	119
2.3. Nhóm hàng lâm sản	119
2.4. Nhóm hàng công nghiệp tiêu dùng	120
2.5. Nhóm hàng vật liệu xây dựng	123
2.6. Nhóm hàng dầu mỏ và các khoáng sản kim loại	123
2.7. Xuất khẩu điện tử - tin học	124
3. Dự báo một số thị trường nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam	127
3.1. Thị trường châu Á	127

3.2. Thị trường châu Âu	131
3.3. Thị trường châu Mỹ	134
3.4. Thị trường Úc và châu Đại Dương	135
3.5. Thị trường châu Phi	136
PHẦN THỨ TƯ: ĐỊNH HƯỚNG CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2020	139
I- Mục tiêu, quan điểm và phương hướng phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hóa	139
1- Mục tiêu phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020	139
2- Những quan điểm cơ bản về phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020	141
3- Những phương hướng lớn về phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020	143
II- Định hướng những chính sách chủ yếu để phát triển sản xuất hàng hoá xuất khẩu, phát triển xuất khẩu và phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	146
1- Những định hướng lớn về chính sách phát triển kinh tế và phát triển xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010	146
2- Định hướng các chính sách phát triển hàng hoá xuất khẩu, chính sách xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010	148
2.1- Định hướng các chính sách phát triển hàng hoá xuất khẩu	148
2.2- Định hướng các chính sách phát triển xuất khẩu	151
2.3. Định hướng nội dung cơ bản của chính sách phát triển thị trường xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010	158
III - Định hướng chính sách đối với các thị trường xuất khẩu	160
1- Định hướng chính sách thâm nhập các thị trường mới (Bắc Mỹ, Nam Mỹ, Châu Phi)	161
2- Chính sách củng cố và mở rộng thị phần của Việt Nam ở những khu vực thị trường hiện có (Đông á, SNG, Đông Âu, Tây Nam á)	162
3- Chính sách thâm nhập và mở rộng thị phần của Việt Nam tại EU, gắn phát triển thị trường xuất khẩu với thị trường nhập khẩu công nghệ nguồn	163
4. Chính sách đối với thị trường nội khối ASEAN	164
5. Chính sách đối với một số thị trường đặc thù như Trung Quốc, ấn Độ	
IV. Định hướng mô hình tổng thể về tổ chức, quản lý sản xuất, kinh doanh hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam áp dụng cho thời kỳ đến năm 2010	165
1. Phương pháp luận về xác định mô hình tổng thể	165
2. Các thành tố cơ bản của mô hình và vị trí, vai trò của từng thành tố trong mô hình.	166
2.1. Các thành tố cơ bản của mô hình	166
2.2. Định hướng phát triển và vị trí, vai trò của một số thành tố cơ bản trong mô hình	168
3. Phác hoạ mô hình tổng thể về tổ chức quản lý sản xuất kinh doanh hàng hoá xuất khẩu theo ngành hàng của Việt Nam (mô hình mẫu chung)	173
PHẦN THỨ NĂM: CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG HOÁ XUẤT KHẨU CỦA NƯỚC TA	174
I. Các giải pháp phát triển nguồn hàng xuất khẩu	174
1. Các giải pháp nhằm thu hút và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư phát triển	174

sản xuất hàng hoá xuất khẩu	
1.1. <i>Cải thiện môi trường thu hút đầu tư</i>	174
1.2. <i>Tăng hiệu quả việc sử dụng nguồn vốn đầu tư</i>	176
2. Chuyển dịch cơ cấu đầu tư theo hướng ưu tiên các ngành trọng điểm và mũi nhọn để xuất khẩu	178
3. Gắn đổi mới công nghệ với thị trường xuất khẩu hàng hoá	179
4. Phát triển các thành phần kinh tế và các loại hình doanh nghiệp sản xuất hàng hoá hướng về xuất khẩu	180
5. Nâng cao vai trò và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong việc tạo ra nguồn hàng xuất khẩu	181
6. Giải pháp đối với một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực	182
7. Hình thành và sử dụng hợp lý các quỹ phát triển xuất khẩu và thành lập ngân hàng thương mại quốc doanh.	184
8. Phát triển các dịch vụ hỗ trợ sản xuất hàng xuất khẩu và xuất khẩu	185
9. Đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động nhập khẩu, trước hết là các yếu tố đầu vào của sản xuất hàng xuất khẩu	186
II. Các giải pháp phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu	186
1. Về phía Nhà nước	186
1.1. <i>Tăng cường các hoạt động ngoại giao, đàm phán kiến tạo thị trường cho hàng hoá xuất khẩu Việt Nam.</i>	186
1.2. <i>Tăng cường hiệu quả của quốc gia trong việc phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu</i>	187
1.3. <i>Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại ở cấp Chính phủ</i>	189
1.4. <i>Huy động Việt kiều và chuyên gia nước ngoài vào phát triển thị trường xuất khẩu hàng hoá</i>	190
1.5. <i>Một số giải pháp khác:</i>	191
2. Đối với cấp độ ngành, doanh nghiệp	192
2.1. <i>Tiếp cận, phân tích thông tin để phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu</i>	192
2.2. <i>Tăng cường tiếp xúc trực tiếp với đối tác và với thị trường xuất khẩu</i>	193
2.3. <i>Nâng cao khả năng cạnh tranh cấp doanh nghiệp trong việc phát triển thị trường xuất khẩu</i>	194
2.4. <i>Chủ động xây dựng chiến lược kinh doanh và chiến lược thị trường</i>	196
3. Nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành nghề, phối hợp chặt chẽ giữa Nhà nước, hiệp hội, doanh nghiệp	197
3.1. <i>Nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành nghề</i>	197
3.2. <i>Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa Nhà nước, hiệp hội, doanh nghiệp trong việc tiếp cận và mở rộng thị trường</i>	197
4. Giải pháp phát triển thị trường xuất khẩu hàng hoá trên một số thị trường trọng điểm	199
5. Một số giải pháp phát triển thị trường trong nước nhằm tiêu thụ một phần hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam	209
KẾT LUẬN	211
TÀI LIỆU THAM KHẢO	