

BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 70.08.RD

BÁO CÁO TỔNG HỢP

**DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI MỘT SỐ MẶT
HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2015**

7157
06/3/2009

HÀ NỘI - 2008

BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 70.08.RD

**DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT
KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015**

Cơ quan quản lý đề tài: **BỘ CÔNG THƯƠNG**

Cơ quan chủ trì thực hiện: **VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

Chủ nhiệm đề tài: PGS.TS Đinh Văn Thành

Các thành viên: TS. Nguyễn thị Nhiều

Ths. Đỗ Kim Chi

Ths. Lê Huy Khôi

CN. Hoàng thị Hương Lan

CN. Phạm Hồng Lam

CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU

CƠ QUAN QUẢN LÝ ĐỀ TÀI

HÀ NỘI - 2008

MỤC LỤC

Danh mục chữ viết tắt	Trang
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I. DỰ BÁO TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM	5
1.1. Triển vọng kinh tế và thương mại thế giới đến năm 2015	5
1.1.1. Triển vọng kinh tế thế giới đến năm 2015	5
1.1.2. Triển vọng thương mại và thị trường hàng hóa thế giới	14
1.2. Tổng hợp dự báo về thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam	19
1.2.1. Mặt hàng gạo	19
1.2.2. Mặt hàng cà phê	26
1.2.3. Mặt hàng cao su tự nhiên	29
1.2.4. Mặt hàng thủy sản	33
1.2.5. Gỗ và sản phẩm gỗ	37
1.2.6. Mặt hàng dệt may	40
1.2.7. Mặt hàng giày dép	44
1.2.8. Mặt hàng điện tử và linh kiện	46
CHƯƠNG 2. DỰ BÁO KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN 2015	49
2.1. Một số cơ sở để xây dựng dự báo	49
2.2. Mặt hàng gạo	50
2.2.1. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007	50
2.2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến năm 2015	51
2.3. Mặt hàng cà phê	55
2.3.1. Thực trạng xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007	55
2.3.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015	56

2.4. Mặt hàng cao su tự nhiên	60
2.4.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007	60
2.4.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2015	62
2.5. Mặt hàng thủy sản	64
2.5.1. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007	64
2.5.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015	65
2.6. Mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ	70
2.6.1. Thực trạng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam 2001 - 2007	70
2.6.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015	71
2.7. Mặt hàng dệt may	76
2.7.1. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam 2001 - 2007	76
2.7.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015	77
2.8. Mặt hàng giày dép	80
2.8.1. Thực trạng xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007	80
2.8.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến năm 2015	82
2.9. Điện tử và linh kiện điện tử	84
2.9.1. Thực trạng xuất khẩu điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam 2001 - 2007	84
2.9.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam đến năm 2015	85
KẾT LUẬN	89
TÀI LIỆU THAM KHẢO	92

DANH MỤC ĐỒ THỊ, BẢNG BIỂU, PHỤ LỤC

Bảng 1.1. Dự báo triển vọng tăng trưởng kinh tế thế giới	6
Bảng 1.2. Các nước phát triển: Lạm phát và cầu nội địa	7
Bảng 1.3. Dự báo một số chỉ tiêu kinh tế chủ yếu	9
Bảng 1.4. Triển vọng kinh tế thế giới theo dự báo điều chỉnh của IMF	11
Bảng 1.5. Triển vọng kinh tế thế giới theo dự báo điều chỉnh tháng 12/2008 của WB	13
Bảng 1.6. Dự báo triển vọng thương mại thế giới	15
Bảng 1.7. Dự báo chỉ số giá hàng hóa	19
Bảng 1.8. Dự báo triển vọng cung cầu gạo thế giới	20
Bảng 1.9. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của các nước xuất khẩu chính	22
Bảng 1.10. Dự báo triển vọng nhập khẩu gạo của các nước nhập khẩu chính	23
Bảng 1.11. Dự báo tiêu thụ cà phê thế giới	26
Bảng 1.12. Dự báo sản lượng cà phê thế giới	27
Bảng 1.13. Xu hướng giá cà phê trên thị trường thế giới	28
Bảng 1.14. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015	29
Bảng 1.15. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015	30
Bảng 1.16. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên của một số nước sản xuất chủ yếu	30
Bảng 1.17. Xu hướng giá cao su trên thị trường thế giới	32
Bảng 1.18. Dự báo tiêu thụ thủy sản theo nhóm nước	34
Bảng 1.19. Dự báo sản lượng thủy sản thế giới	35
Bảng 1.20. Xu hướng giá gỗ nguyên liệu trên thị trường thế giới	39
Bảng 1.21. Dự báo cung cầu sợi trên thị trường thế giới	40
Bảng 1.22. Dự báo thương mại bông thế giới	42
Bảng 1.23. Dự báo tiêu thụ giày dép thế giới	44
Bảng 2.1. Xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007	51
Bảng 2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015	53
Bảng 2.3. Xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007	55

Bảng 2.4. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015	59
Bảng 2.5. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007	61
Bảng 2.6. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến 2015	63
Bảng 2.7. Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007	65
Bảng 2.8. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015	68
Bảng 2.9. Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam 2001 - 2007	70
Bảng 2.10. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015	74
Bảng 2.11. Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam 2001 - 2007	77
Bảng 2.12. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015	79
Bảng 2.13. Xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007	81
Bảng 2.14. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015	83
Bảng 2.15. Xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam 2001 - 2007	85
Bảng 2.16. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015	87
Sơ đồ 1.1. Dự báo xu hướng giá gạo thế giới	25
Sơ đồ 1.2. Dự báo triển vọng thị trường bán dẫn thế giới	47
Sơ đồ 2.1. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015	54
Sơ đồ 2.2. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015	60
Sơ đồ 2.3. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam đến 2015	64
Sơ đồ 2.4. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015	69
Sơ đồ 2.5. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015	75
Sơ đồ 2.6. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015	80
Sơ đồ 2.7. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015	84
Sơ đồ 2.8. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015	88

BẢNG CHỮ VIẾT TẮT

ABARE Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics	Cục Kinh tế Nông nghiệp và Tài nguyên Australia
ACP African, Caribbean and Pacific countries	Các nước đang phát triển thuộc khu vực châu Phi, Caribê-Thái Bình Dương
AMAD Agricultural Market Access Database	Cơ sở dữ liệu thị trường nông sản
CAP Common Agricultural Policy (EU)	Chính sách nông nghiệp chung EU
CIS Commonwealth of Independent States	Cộng đồng các quốc gia độc lập
CPI Consumer Price Index	Chỉ số giá tiêu dùng
DDA Doha Development Agenda	Nghị trình Phát triển Đô-ha
EBA Everything-But-Arms Initiative (EU)	Sáng kiến “Tất cả trừ vũ khí” của EU
ERS Economic Research Service of the US Department for Agriculture	Cơ quan nghiên cứu kinh tế của Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ
EUROSTAT Statistical Office of the European Communities	Cơ quan thống kê của Cộng đồng châu Âu
FAO Food and Agriculture Organization of the United Nations	Tổ chức Nông lương của Liên hiệp quốc
FDI Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp
GDP Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GM Genetically modified	Biến đổi gen
ICO International Coffee Organisation	Tổ chức cà phê thế giới
IMF International Monetary Fund	Tổ chức tiền tệ quốc tế
IRSG International Rubber Study Group	Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế
MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan	Bộ Nông, lâm, ngư nghiệp Nhật Bản
OECD Organisation for Economic Co-operation and Development	Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
OPEC Organization of Petroleum Exporting Countries	Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ
SIA Semiconductor Industry Association	Hiệp hội bán dẫn thế giới

TRQ	Tariff rate quota	Hạn ngạch thuế quan
UN	The United Nations	Liên hiệp quốc
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Hội nghị của Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển
URAA	Uruguay Round Agreement on Agriculture	Hiệp định Nông nghiệp trong Vòng đàm phán Uruguay
USDA	United States Department of Agriculture	Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ
WB	World Bank	Ngân hàng thế giới
WSTS	World Semiconductor Trade Statistics	Trung tâm thống kê thương mại bán dẫn thế giới
WTO	World Trade Organisation	Tổ chức Thương mại thế giới

MỞ ĐẦU

Sự cần thiết nghiên cứu đề tài:

Ngày 27 tháng 10 năm 2000, Thủ tướng Chính phủ đã ra Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg về Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010 với mục tiêu tiếp tục chủ trương dành ưu tiên cao nhất cho xuất khẩu, tạo nguồn hàng có chất lượng, có giá trị gia tăng và sức cạnh tranh cao để xuất khẩu, xuất khẩu phải đạt tốc độ tăng trưởng bình quân từ 15% trở lên, nhập khẩu duy trì ở mức 14%/năm, phấn đấu cân bằng cán cân thương mại vào năm 2009 - 2010 và xuất siêu vào thời kỳ sau năm 2010. Sau 5 năm thực hiện Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ, nhiều chỉ tiêu đã đạt và vượt mục tiêu, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đã đạt 17,6%/năm, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng chủ yếu đều vượt mục tiêu đề ra. Để chuẩn bị cho kế hoạch 5 năm (2006 - 2010), Chính phủ đã giao Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) xây dựng Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 và đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 156/2006/QĐ - TTg ngày 30 tháng 6 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010. Mục tiêu về xuất khẩu đặt ra cho thời kỳ này là phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu 17,5%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 72,5 tỷ USD và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao, sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm xuất khẩu sản phẩm thô. Đến nay, xuất khẩu một số nhóm hàng đã đạt và vượt mục tiêu về tổng kim ngạch xuất khẩu sẽ đạt vào năm 2009, còn một số mục tiêu khác cần phải rà soát và điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện thực hiện cam kết gia nhập WTO .

Ngày 30 tháng 11 năm 2007, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1958/QĐ-BCT về việc Ban hành Chương trình hành động của Ngành Công Thương thực hiện Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP ngày 27 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ về *“Một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới”*. Tại Quyết định này, Bộ Công Thương đã xác định nhiệm vụ phải rà soát, điều chỉnh Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 và xây dựng Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2011 - 2015.

Để cung cấp luận cứ khoa học cho việc triển khai rà soát, điều chỉnh và xây dựng đề án phát triển xuất khẩu hàng hoá của nước ta giai đoạn 2011 - 2015,

cần thiết phải có các công trình nghiên cứu và dự báo tình hình thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Đây là bước đi đầu tiên và rất quan trọng trong quá trình xây dựng chiến lược, quy hoạch và kế hoạch dài hạn về phát triển xuất khẩu hàng hoá nói riêng và thương mại nói chung. Nhất là trong điều kiện và bối cảnh kinh tế và thương mại trên thế giới đang thay đổi và đầy biến động như hiện nay.

Vì những lý do như đã nêu, Bộ Công Thương đã giao cho Viện nghiên cứu Thương mại chủ trì nghiên cứu đề tài cấp Bộ với tên gọi: “***Dự báo thị trường thế giới một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015***”. Đề tài này nghiên cứu thành công sẽ có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc, đáp ứng được yêu cầu cấp bách của thực tiễn quản lý và kinh doanh xuất nhập khẩu, là tài liệu tham khảo có giá trị cho công tác nghiên cứu, hoạch định chính sách và hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp có liên quan.

Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước:

Trên thế giới, có nhiều tổ chức quốc tế và các cơ quan được tổ chức một cách khoa học và chuyên nghiệp, với hệ thống trang thiết bị, hệ thống thông tin hiện đại, đội ngũ các nhà nghiên cứu và dự báo có trình độ cao, thường xuyên tiến hành xây dựng các dự báo định kỳ về kinh tế, thương mại và thị trường hàng hóa thế giới. Trong đó, một số cơ quan và tổ chức thường đưa ra các dự báo như:

- Dự báo hàng năm của Quỹ tiền tệ quốc tế “*World Economic Outlook*”, phân tích và dự báo những biến động của môi trường kinh tế thế giới và các yếu tố tác động đến thị trường hàng hóa;

- Dự báo hàng năm của Ngân hàng thế giới “*Prospects for the Global Economy*”, phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới thị trường hàng hóa thế giới và triển vọng thương mại thế giới trong ngắn hạn;

- Dự báo hàng năm của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ “*Agricultural Projections*” dự báo triển vọng thị trường hàng nông sản thế giới;

- Dự báo của Cơ quan thông tin năng lượng Hoa Kỳ (EIA) “*International Energy Outlook*”, dự báo triển vọng thị trường năng lượng thế giới...

Các dự báo trên thường được công bố miễn phí một cách không đều đặn trên các trang web nhưng cũng được một số tổ chức, cơ quan và doanh nghiệp khai thác để sử dụng cho các mục đích riêng rẽ. Trung tâm dự báo

kinh tế xã hội quốc gia (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), các viện nghiên cứu cũng có sử dụng các dự báo này và đều đánh giá đây là thông tin tham khảo thiếu tính hệ thống và chưa được xử lý để có thể trực tiếp dùng làm luận cứ khoa học cho việc xây dựng kế hoạch và chương trình phát triển sản xuất hoặc xuất khẩu hàng hóa.

Hiện tại, ở trong nước đã có một số Bộ, ngành đang tiến hành rà soát, điều chỉnh và xây dựng chiến lược hoặc quy hoạch phát triển của ngành/lĩnh vực. Trong một số Chiến lược phát triển đã được phê duyệt hoặc công bố, mục tiêu xuất khẩu đã được đưa ra nhưng còn mang tính định hướng cho năm 2015, tầm nhìn 2020. Các nghiên cứu dự báo về thị trường thế giới, khả năng xuất khẩu đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đã được công bố chỉ dừng lại ở năm 2010. Trước các biến động mới của tình hình kinh tế và thương mại thế giới, hiện chưa có công trình nghiên cứu nào đề cập một cách hệ thống và chuyên sâu về dự báo thị trường thế giới đối với các mặt hàng có liên quan đến xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ đến năm 2015.

Mục tiêu nghiên cứu:

Mục tiêu của đề tài là tổng hợp, phân tích và lựa chọn dự báo có độ tin cậy về triển vọng thị trường thế giới đối với một số mặt hàng; phân tích và xây dựng phương án dự báo về khả năng xuất khẩu đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài:

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là tình hình cung cầu thị trường thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam đối với một số mặt hàng như: gạo, cà phê, cao su, thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ, dệt may, giày dép, điện tử và linh kiện. Phạm vi nghiên cứu về thời gian: phân tích thực trạng từ 2001 đến nay và dự báo đến năm 2015.

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp tổng hợp: để tổng hợp các dự báo của các tổ chức quốc tế về thị trường thế giới
- Phương pháp phân tích, thống kê, so sánh: để dự báo về xuất khẩu của Việt Nam.
- Phương pháp chuyên gia: để lựa chọn các phương án dự báo.

Kết cấu đề tài:

Ngoài lời mở đầu, kết luận, nội dung của đề tài gồm 2 Chương như sau:

Chương I: Dự báo triển vọng thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam

Chương II: Dự báo khả năng xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015.

CHƯƠNG I

DỰ BÁO TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

1.1. TRIỂN VỌNG KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI ĐẾN NĂM 2015

1.1.1. Triển vọng kinh tế thế giới đến năm 2015

Theo dự báo của IMF tháng 10/2008 về triển vọng kinh tế thế giới¹, kinh tế thế giới sẽ suy giảm mạnh, trong đó kinh tế Mỹ và châu Âu đang gặp nguy cơ suy thoái. IMF nhận định rằng cuộc khủng hoảng tài chính tồi tệ nhất kể từ thời kỳ đại suy thoái trong thập kỷ 1930 sẽ gây thiệt hại nặng nề về kinh tế, do các nhà đầu tư đang phải vật lộn với cuộc khủng hoảng lòng tin và khủng hoảng tín dụng.

IMF cho rằng kinh tế thế giới sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2008 song với tốc độ chậm lại đáng kể ở hầu hết các nền kinh tế và cơ cấu kinh tế thế giới sẽ có nhiều thay đổi. Những trụ cột của nền kinh tế thế giới sẽ không chỉ là Mỹ, Nhật Bản và khối sử dụng đồng Euro nữa mà là Trung Quốc, Ấn Độ, Nga và các nền kinh tế đang nổi lên khác.

Theo IMF, sau khi tăng trưởng 5,1% năm 2006 và 5,0% năm 2007, kinh tế thế giới 2008 sẽ chỉ tăng trưởng khoảng 3,9% trong năm 2008 và 3,0% trong năm 2009. Các chuyên gia của IMF khẳng định hiện tại khủng hoảng tài chính đã lan ra toàn cầu, với các nhân tố như lạm phát, xu hướng tiết giảm tiêu dùng, giá cả nhiên liệu bất ổn, luồng vốn đầu tư đổ vào các nền kinh tế đang nổi lên tiếp tục giảm sẽ làm cho nền kinh tế thế giới đứng bên bờ vực suy thoái. Năm 2009 sẽ là năm khó khăn nhất đối với nền kinh tế toàn cầu. Trong giai đoạn 2010 – 2013, kinh tế toàn cầu nếu sớm phục hồi cũng chỉ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 4,6%/năm.

Xu hướng tăng trưởng chậm dần lại ở 30 nước công nghiệp thuộc Tổ chức Hợp tác kinh tế và Phát triển (OECD) sẽ còn tiếp diễn. Dự báo OECD sẽ chỉ đạt mức tăng trưởng trung bình 1,5% trong năm 2008 sau khi tăng trung bình 2,6% năm 2007 và dự báo chỉ tăng 0,5% trong năm 2009.

Tốc độ tăng trưởng của kinh tế Mỹ, nền kinh tế đứng đầu OECD và của nền kinh tế thế giới hiện nay, dự báo sẽ chỉ đạt 1,6% năm 2008 và sẽ là

¹ World Economic Outlook, tháng 10/2008

năm thứ 6 liên tiếp kinh tế Mỹ tăng trưởng ở mức thấp. Những hậu quả của cuộc khủng hoảng tài chính hiện nay sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến nền kinh tế Mỹ trong năm 2009.

Bảng 1.1. Dự báo triển vọng tăng trưởng kinh tế thế giới
(% tăng so với năm trước)

	2001	2006	2007	2008	2009	2013
Thế giới	2,2	5,1	5,0	3,9	3,0	4,7
Các nước phát triển	1,2	3,0	2,6	1,5	0,5	2,5
Mỹ	0,8	2,8	2,0	1,6	0,1	2,3
Khu vực Euro	1,9	2,8	2,6	1,3	0,2	2,2
Đức	1,2	3,0	2,5	1,8	-	1,7
Pháp	1,9	2,2	2,2	0,8	0,2	2,8
Italia	1,8	1,8	1,5	-0,1	-0,2	1,3
Nhật Bản	0,2	2,4	2,1	0,7	0,5	1,7
Anh	2,5	2,8	3,0	1,0	-0,1	3,1
Các nước phát triển khác	1,7	3,8	3,9	2,2	1,6	3,6
Các nước dpt và đang chuyển đổi	3,8	7,9	8,0	6,9	6,1	6,9
Trong đó, các khu vực:						
Châu Phi	4,9	6,1	6,3	5,9	6,0	5,4
Trung và Đông Âu	0,4	6,7	5,7	4,5	3,4	5,0
Cộng đồng các quốc gia độc lập	6,1	8,2	8,6	7,2	5,7	5,6
<i>Nga</i>	5,1	7,4	8,1	7,0	5,5	5,5
Các nước dpt châu Á	5,8	9,9	10,0	8,4	7,7	8,8
<i>Trung Quốc</i>	8,3	11,6	11,9	9,7	9,3	10,0
<i>Ấn Độ</i>	3,9	9,8	9,3	7,9	6,9	8,0
Trung Đông	2,6	5,7	5,9	6,4	5,9	5,4
Tây bán cầu	0,7	5,5	5,6	4,6	3,2	4,2

Nguồn: IMF, World Economic Outlook, tháng 10/2008.

Tại Nhật Bản, nền kinh tế lớn thứ hai của thế giới, mối lo ngại lớn nhất là việc nền kinh tế Mỹ tăng trưởng chậm lại và việc đồng Yên vẫn tiếp tục giữ giá cao so với đồng USD, gây ảnh hưởng tiêu cực đến xuất khẩu của Nhật. Các dự báo cho thấy, nếu kinh tế Mỹ đi vào suy thoái hoặc đồng Yên tăng giá so với đồng USD thêm khoảng 10%, nền kinh tế Nhật sẽ phải đối phó với nhiều vấn đề phát sinh. Dự báo kinh tế Nhật Bản sẽ chỉ đạt mức tăng 0,7% trong năm 2008 và 0,2% trong năm 2009.

Trong nửa đầu năm 2008, giá dầu tăng, đồng USD giảm giá và vụ bê bối trên thị trường cho vay thế chấp của Mỹ cũng gây ra những hậu quả tiêu

cực đối với khu vực đồng Euro mà tiêu biểu là lạm phát quá cao tại 13 nước trong khu vực đồng Euro. Tỷ lệ lạm phát trung bình của EU cũng lên đến mức 3,5% trong năm 2008 trong khi tăng trưởng GDP chỉ đạt 1,3%.

Theo IMF, ba nền kinh tế lớn nhất trong châu Âu là Đức, Pháp và Italia hầu như không tăng trưởng trong năm nay và tiếp tục suy giảm trong năm 2009 trong bối cảnh thị trường tài chính bất ổn, thị trường bất động sản đi xuống và giá hàng tiêu dùng cao đã đè nặng lên tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Lạm phát cao đã làm ảnh hưởng đến tăng trưởng cầu nội địa của nhiều nước phát triển trong năm 2008 và thậm chí cầu nội địa có thể giảm xuống trong năm 2009 tại Mỹ và nhiều nước EU.

Bảng 1.2. Các nước phát triển: Lạm phát và cầu nội địa
(% tăng so với năm trước)

	2001	2006	2007	2008	2009	2013
Chỉ số giá tiêu dùng	2,1	2,4	2,2	3,6	2,0	2,0
Mỹ	2,8	3,2	2,9	4,2	1,8	2,1
Khu vực Euro	2,4	2,2	2,1	3,5	1,9	1,9
Đức	1,9	1,8	2,3	2,9	1,4	1,7
Pháp	1,8	1,9	1,6	3,4	1,6	1,8
Italia	2,3	2,2	2,0	3,4	1,9	2,0
Nhật Bản	-0,7	0,3	—	1,6	0,9	1,5
Anh	1,2	2,3	2,3	3,8	2,9	2,0
Các nước phát triển khác	1,9	2,1	2,1	3,9	3,0	2,2
Cầu nội địa	1,1	2,8	2,2	0,8	0,1	2,4
Mỹ	0,9	2,6	1,4	0,1	-0,9	2,2
Khu vực Euro	1,2	2,6	2,2	0,8	0,1	2,1
Đức	-0,5	2,1	1,1	0,6	-0,2	1,3
Pháp	1,7	2,4	2,9	0,9	0,6	2,8
Italia	1,6	12,8	1,3	-0,2	-0,4	1,5
Nhật Bản	1,0	1,6	1,0	-0,3	0,4	1,8
Anh	3,0	2,6	3,6	0,8	-0,6	3,2
Các nước phát triển khác	5,5	3,7	4,5	2,8	2,4	3,8

Nguồn: IMF, World Economic Outlook, tháng 10/2008

IMF đã hạ dự báo tăng trưởng kinh tế khu vực đồng euro (eurozone) xuống 1,3% năm 2008 và xuống mức thấp hơn là 0,2% năm 2009. Theo IMF,

Anh sẽ là nước bị ảnh hưởng nặng nhất trong các nền kinh tế hàng đầu thế giới do cùng lúc chịu tác động của khủng hoảng tín dụng, thị trường nhà đất và thị trường tài chính. Anh đang đối mặt với khủng hoảng tài chính tồi tệ nhất trong vòng 18 năm qua và sẽ trượt vào thời kỳ suy thoái mới trong những tháng cuối năm 2008. Theo dự báo của IMF, kinh tế Anh chỉ tăng trưởng 1% năm 2008 nhưng có thể bắt đầu phục hồi vào cuối năm 2009.

Thị trường bất động sản sụt giảm là vấn đề lớn nhất đối với các nền kinh tế phương Tây và việc cắt giảm nguồn cung tín dụng đã làm cho tình hình trở nên xấu hơn. Sau 5 năm khá dễ dãi trong chính sách tín dụng và lượng tiền lưu thông dồi dào, thị trường tài chính đang đảo chiều và ảnh hưởng của sự đảo chiều này đã thấy rõ trong năm 2008. Cuộc khủng hoảng nợ tín dụng mua nhà trả góp (mortgage) bắt đầu từ bên Mỹ giữa năm 2007 buộc các chủ nợ và nhà đầu tư phải đánh giá lại rủi ro và tăng lãi suất cho vay trong năm 2008 để bù lại phần nào nợ xấu và thất thoát do khủng hoảng. Giá trị tài sản của các ngân hàng bị giảm, các khoản nợ xấu tăng nhanh. Đáng lưu ý là cuộc khủng hoảng tài chính đã và sẽ làm cho tín dụng bị siết chặt, việc tiếp cận nguồn vốn sẽ khó khăn hơn, vay và cho vay sẽ giảm mạnh khiến các vụ mua bán, sáp nhập công ty không còn sôi động, lợi nhuận từ kinh doanh tài chính do vậy sẽ bị sút giảm trầm trọng.

Mặc dù cũng phải chịu những tác động của bất ổn trên thị trường tài chính toàn cầu, sự tăng giá dầu mỏ và tăng trưởng chậm lại đôi chút, nhiều nền kinh tế ngoài OECD vẫn đạt được tốc độ tăng trưởng cao trong năm nay và có triển vọng tiếp tục tăng trưởng cao trong những năm tới.

Khu vực có mức tăng trưởng cao nhất của nền kinh tế thế giới 2008 là các nền kinh tế đang nổi lên ở châu Á, dù các nền kinh tế này cũng chịu không ít tác động tiêu cực từ giá dầu tăng, lạm phát và những hệ quả tiêu cực khác từ thị trường tài chính toàn cầu. Trong bản dự báo đưa ra vào tháng 10/2008, IMF vẫn dự báo tăng trưởng kinh tế của các nước đang phát triển tại châu Á sẽ đạt mức 8,4% trong năm 2008, thấp hơn so với 10,0% của năm 2007 nhưng vẫn là một mức tăng trưởng cao.

Kinh tế Trung Quốc và Ấn Độ vẫn là một trong những điểm tựa cho tăng trưởng kinh tế toàn cầu, với tốc độ tăng GDP tương ứng 9,7% và 7,9%. Dự báo trong giai đoạn 2010 – 2013, hai nước này vẫn sẽ duy trì được tốc độ tăng trưởng tương ứng 10,0%/năm và 8,0%/năm, bất chấp những tác động

tiêu cực của suy thoái kinh tế toàn cầu làm ảnh hưởng đến xuất khẩu và sự phát triển quá nóng cũng ảnh hưởng đến thị trường nội địa.

Cho đến nay, các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển chịu tác động ít hơn trước diễn biến thị trường tài chính và tiếp tục tăng trưởng với nhịp độ nhanh, mặc dù ở một số quốc gia, các hoạt động xuất khẩu cũng đang bắt đầu chững lại. Kinh tế Nga sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2008, tuy với tốc độ chậm hơn, đạt mức 7%, so với 8,1% năm 2007. Tốc độ tăng trưởng của Braxin, nền kinh tế có mức tăng trưởng cao, cũng chậm lại chút ít, ở mức 5,2% so với 5,4% năm 2007.

Bảng 1.3. Dự báo một số chỉ tiêu kinh tế chủ yếu
(% tăng so với năm trước)

	1998- 2005	2006- 2009	2006	2007	2008	2009	2010- 2013
GDP thực tế							
Thế giới	3,6	4,2	5,1	5,0	3,9	3,0	4,6
Các nước phát triển	2,6	1,9	3,0	2,6	1,5	0,5	2,5
Các nước ڑp và đang chuyển ڑi	5,2	7,2	7,9	8,0	6,9	6,1	6,9
Thương mại HH và DV thế giới	6,2	6,4	9,3	7,2	4,9	4,1	7,1
Nhập khẩu							
Các nước phát triển	6,0	3,7	7,5	4,5	1,9	1,1	5,2
Các nước ڑp và đang chuyển ڑi	7,7	12,8	14,7	14,2	11,7	10,5	11,0
Xuất khẩu							
Các nước phát triển	5,2	5,2	8,4	5,9	4,3	2,5	5,3
Các nước ڑp và đang chuyển ڑi	8,4	8,5	11,0	9,5	6,3	7,4	10,1
Giá hàng hóa thế giới							
Hàng chế tạo	1,6	6,6	3,7	8,8	13,8	0,5	1,5
Dầu mỏ	13,6	17,2	20,5	10,7	50,8	-6,3	0,6
Nguyên liệu phi năng lượng	0,5	10,5	23,2	14,1	13,3	-6,2	-2,6
Chỉ số giá tiêu dùng							
Các nước phát triển	1,9	2,5	2,4	2,2	3,6	2,0	2,0
Các nước ڑp và đang chuyển ڑi	8,3	7,2	5,4	6,4	9,4	7,8	5,3

Nguồn: IMF, World Economic Outlook, tháng 10/2008.

Cùng với diễn biến nêu trên, lạm phát chung (headline inflation) tăng lên ở nhiều nơi trên thế giới, xuất phát từ sự gia tăng mạnh của giá lương thực

thực phẩm và năng lượng trong quý II và III của năm 2008. Ở các nền kinh tế phát triển, lạm phát cơ bản cũng tăng cao, mặc dù kinh tế tăng trưởng đang chậm lại. Trong các nền kinh tế mới nổi, lạm phát chung tăng rõ rệt hơn do cầu tăng trưởng mạnh, đồng thời năng lượng và đặc biệt là lương thực, thực phẩm chiếm tỉ trọng cao hơn trong rổ hàng hoá dịch vụ tiêu dùng.

IMF kêu gọi các nhà hoạch định chính sách cần có những "hành động mạnh mẽ" nhằm giải quyết khó khăn tài chính và hỗ trợ việc phục hồi hệ thống tài chính, trong đó đặc biệt quan trọng là phục hồi nguồn vốn của những tổ chức môi giới tài chính chủ chốt như các ngân hàng đầu tư để giúp làm giảm tốc độ suy giảm kinh tế.

Hưởng ứng lời kêu gọi này, trong một đợt phối hợp hành động toàn cầu nhằm ngăn bước tiến của khủng hoảng tài chính, ngày 8/10, Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED), Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB), Ngân hàng Trung ương Anh (BoE), Ngân hàng Trung ương Canada, Ngân hàng Trung ương Thụy Điển và Ngân hàng Trung ương Thụy Sĩ đã đồng loạt cắt giảm lãi suất. Trong đó, 5 Ngân hàng trung ương trừ Ngân hàng Trung ương Thụy Sĩ cùng hạ lãi suất cơ bản 0,5%. Trước đó, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc đã cắt giảm lãi suất cho vay kỳ hạn 1 năm 0,27%. Cơ quan tiền tệ của Hồng Kông cũng tiến hành cắt giảm lãi suất.

Với đợt cắt giảm này, lãi suất cơ bản đồng USD được đưa về mức 1,5%, lãi suất cơ bản Euro giảm còn 3,75%, lãi suất đô la Canada còn 2,5%, lãi suất cơ bản đồng Bảng Anh còn 4,5%, lãi suất đồng Krona của Thụy Điển giảm còn 4,25%. Lãi suất cho vay kỳ hạn 1 năm đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc giảm còn 6,93%.

Tuy nhiên, những biện pháp can thiệp của các Chính phủ đã tỏ ra không mấy hiệu quả và tình hình kinh tế, tài chính toàn cầu vẫn tiếp tục diễn biến theo chiều hướng xấu. Vì vậy, tháng 11/2008, IMF đã phải đưa ra những điều chỉnh trong dự báo triển vọng kinh tế. Theo dự báo mới này², mức tăng GDP toàn cầu dự báo sẽ chỉ đạt 3,7% trong năm 2008 và 2,2% trong năm 2009, giảm tương ứng 0,2% và 0,8% so với dự báo tháng 10/2008 của IMF. Thương mại hàng hóa và dịch vụ thế giới cũng được dự báo sẽ giảm đi so với dự báo tháng 10/2008, đặc biệt là nhu cầu nhập khẩu của các nước phát triển. Nhu cầu dầu mỏ giảm mạnh cùng với tình trạng suy thoái kinh tế đã kéo giá

² IMF, *World Economic Outlook Update*, tháng 11/2008

dầu mỏ giảm xuống nhanh chóng trong thời gian qua và dự báo sẽ tiếp tục giảm trong năm 2009.

Bảng 1.4. Triển vọng kinh tế thế giới theo dự báo điều chỉnh của IMF

	2006	2007	Dự báo điều chỉnh		Thay đổi so với dự báo tháng 10	
			2008	2009	2008	2009
Tăng trưởng GDP (% so với năm trước)						
Thế giới	5,1	5,0	3,7	2,2	-0,2	-0,8
<i>Các nước phát triển</i>	<i>3,0</i>	<i>2,6</i>	<i>1,4</i>	<i>-0,3</i>	<i>-0,1</i>	<i>-0,8</i>
Mỹ	2,8	2,0	1,4	-0,7	-0,1	-0,8
Khu vực đồng Euro	2,8	2,6	1,2	-0,5	-0,1	-0,7
- Đức	3,0	2,5	1,7	-0,8	-0,2	-0,8
- Pháp	2,2	2,2	0,8	-0,5	-0,1	-0,6
- Italia	1,8	1,5	-0,2	-0,6	-0,1	-0,4
- Tây Ban Nha	3,9	3,7	1,4	-0,7	--	-0,5
Nhật Bản	2,4	2,1	0,5	-0,2	-0,2	-0,7
Anh	2,8	3,0	0,8	-1,3	-0,2	-1,2
Canada	3,1	2,7	0,6	0,3	-0,1	-0,9
Các nước phát triển khác	4,5	4,7	2,9	1,5	-0,2	-1,0
Các nước công nghiệp mới châu Á	5,6	5,6	3,9	2,1	-0,1	-1,1
<i>Các nước dpt và đang chuyển đổi</i>	<i>7,9</i>	<i>8,0</i>	<i>6,6</i>	<i>5,1</i>	<i>-0,3</i>	<i>-1,0</i>
Châu Phi	6,1	6,1	5,2	4,7	-0,7	-1,3
Trung và Đông Âu	6,7	5,7	4,2	2,5	-0,3	-0,9
Cộng đồng các quốc gia độc lập	8,2	8,6	6,9	3,2	-0,3	-2,5
- Nga	7,4	8,1	6,8	3,5	-0,2	-2,0
Các nước đang phát triển châu Á	9,8	10,0	8,3	7,1	-0,1	-0,6
- Trung Quốc	11,6	11,9	9,7	8,5	-0,1	-0,8
- Ấn Độ	9,8	9,3	7,8	6,3	-0,1	-0,6
- ASEAN 5	5,7	6,3	5,4	4,2	-0,1	-0,7
Trung Đông	5,7	6,0	6,1	5,3	-0,3	-0,6
Tây bán cầu	5,5	5,6	4,5	2,5	-0,1	-0,7
- Braxin	3,8	5,4	5,2	3,0	--	-0,5
- Mêhicô	4,9	3,2	1,9	0,9	-0,1	-0,9
Tăng trưởng thương mại thế giới (% so với năm trước)	9,4	7,2	4,6	2,1	-0,3	-2,0
<i>Nhập khẩu</i>						
Các nước phát triển	7,5	4,5	1,8	-0,1	-0,1	-1,2

Các nước dpt và đang chuyển đổi	14,9	14,4	10,9	5,2	-0,8	-5,3
Xuất khẩu						
Các nước phát triển	8,4	5,9	4,1	1,2	-0,2	-1,3
Các nước dpt và đang chuyển đổi	11,2	9,6	5,6	5,3	-0,7	-2,1
Biến động giá hàng hóa*						
Dầu mỏ	20,5	10,7	40,2	-31,8	-10,6	-25,5
Hàng phi dầu mỏ**	23,2	14,1	9,4	-18,7	-3,9	-12,5
Chỉ số giá tiêu dùng						
Các nước phát triển	2,4	2,2	3,6	1,4	--	-0,6
Các nước dpt và đang chuyển đổi	5,4	6,4	9,2	7,1	-0,2	-0,7

* tính theo USD; ** bình quân giá xuất khẩu hàng hóa thế giới

Nguồn: IMF, World Economic Outlook Update, tháng 11/2008

Thực tế cho thấy, khủng hoảng tài chính đã lan rộng sang nhiều lĩnh vực kinh tế khác như sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, tiêu dùng, xuất khẩu... Trung Quốc – nước được coi là động lực cho tăng trưởng kinh tế toàn cầu – cũng cảnh báo “cuộc khủng hoảng tài chính thế giới tác động đến kinh tế Trung Quốc nghiêm trọng hơn dự tính”.

Cảnh báo này đưa ra sau khi Ủy ban thống kê quốc gia Trung Quốc cho biết, tốc độ tăng trưởng công nghiệp của nước này đã giảm sút liên tục từ 16% hồi tháng 6 xuống còn 11,4% trong tháng 9 và xuống tiếp 8,2% trong tháng 10, thấp nhất trong 7 năm qua.

Hoạt động xuất khẩu đã bị ảnh hưởng nghiêm trọng do khủng hoảng tài chính và dự báo khó khăn hơn nữa trong năm 2009, kéo theo sự sụt giảm của nhiều ngành sản xuất khác và làm tăng tỷ lệ thất nghiệp. Tập đoàn tài chính Nomura dự báo kim ngạch xuất khẩu của các nền kinh tế mới nổi ở châu Á có thể giảm 20% trong năm 2009 do tác động của tình trạng suy giảm kinh tế toàn cầu. Theo các chuyên gia kinh tế của Nomura, sở dĩ kim ngạch xuất khẩu của các nền kinh tế mới nổi ở châu Á thời gian gần đây vẫn được giữ vững là do các nước chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường khác trong khi sức mua tại thị trường Mỹ giảm sút nhưng sẽ không duy trì được tình trạng này khi ảnh hưởng của suy thoái kinh tế lan rộng sang các nước khác.

Trước tình hình đó, ngày 9/12/2008, Ngân hàng thế giới (WB) đã đưa ra dự báo mới về triển vọng kinh tế thế giới, theo đó kinh tế thế giới chỉ tăng 0,9% trong năm 2009, trong đó GDP của khu vực các nước phát triển giảm 0,1% và GDP của khu vực các nước đang phát triển tăng 4,5%.

Theo Ngân hàng thế giới, giao dịch thương mại sẽ giảm tới 2,1% trong năm 2009, lần suy giảm đầu tiên kể từ năm 1982. Tuy nhiên, Ngân hàng thế giới cũng dự báo rằng kinh tế thế giới sẽ hồi phục vào năm 2010 với tăng trưởng GDP bình quân đạt 3% và tăng trưởng thương mại đạt 6,0%.

Bảng 1.5. Triển vọng kinh tế thế giới theo dự báo điều chỉnh tháng 12/2008 của WB

	2006	2007	2008	2009	2010
Tăng trưởng GDP (% so với năm trước)					
Thế giới	4,0	3,7	2,5	0,9	3,0
<i>Các nước phát triển</i>	<i>3,0</i>	<i>2,6</i>	<i>1,3</i>	<i>-0,1</i>	<i>2,0</i>
Các nước OECD	2,9	2,4	1,2	-0,3	1,9
Khu vực đồng Euro	2,9	2,6	1,1	-0,6	1,6
Nhật Bản	2,4	2,1	0,5	-0,1	1,5
Mỹ	2,8	2,0	1,4	-0,5	2,0
Các nước phát triển ngoài OECD	5,5	5,6	4,3	3,1	5,3
<i>Các nước dpt và đang chuyển đổi</i>	<i>7,7</i>	<i>7,9</i>	<i>6,3</i>	<i>4,5</i>	<i>6,1</i>
<i>Đông Á và Thái Bình Dương</i>	10,1	10,5	8,5	6,7	7,8
Trung Quốc	11,6	11,9	9,4	7,5	8,5
<i>Châu Âu và Trung Á</i>	7,5	7,1	5,3	2,7	5,0
Nga	7,4	8,1	6,0	3,0	5,0
<i>Mỹ Latinh và Caribê</i>	5,6	5,7	4,4	2,1	4,0
Braxin	3,8	5,4	5,2	2,8	4,6
Mêhicô	4,9	3,2	2,0	1,1	3,1
<i>Trung Đông và Bắc Phi</i>	5,3	5,8	5,8	3,9	5,2
<i>Nam Á</i>	9,0	8,4	6,3	5,4	7,2
Ấn Độ	9,7	9,0	6,3	5,8	7,7
Tăng trưởng thương mại thế giới (% so với năm trước)	9,8	7,5	6,2	-2,1	6,0
Chỉ số giá tiêu dùng					
Các nước G-7	2,2	1,7	3,3	1,6	1,8
Mỹ	3,3	2,6	4,5	2,5	2,8
Giá hàng hóa (tính bằng USD)					
Hàng hóa phi dầu mỏ	29,1	17,0	22,4	-23,2	-4,3
Giá dầu mỏ (USD/thùng)	64,3	71,1	101,2	74,5	75,8
Giá dầu mỏ (% so với năm trước)	20,4	10,6	42,3	-26,4	1,8

Nguồn: World Bank, Prospects for the Global Economy, tháng 12/2008

1.1.2. Triển vọng thương mại và thị trường hàng hóa thế giới

Theo IMF, mặc dù hoạt động kinh tế toàn cầu đang giảm tốc, thị trường hàng hoá thế giới dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng do cầu tăng mạnh ở các nền kinh tế mới nổi. Sự gia tăng trong tiêu dùng đối với các hàng hoá truyền thống trong những năm gần đây là động lực thúc đẩy giá cả tăng cao. Đồng thời, giá dầu mỏ cao đã làm tăng nhu cầu nhiên liệu sinh học và đẩy giá các mặt hàng lương thực chính tăng lên. Trong khi đó, sự điều chỉnh từ phía cung trước diễn biến giá cả tăng cao lại có những độ trễ, đáng chú ý là dầu mỏ và mức tồn kho hàng hoá trên nhiều thị trường đã giảm xuống mức thấp, cả trong thời kỳ từ trung đến dài hạn.

Thị trường dầu mỏ: Theo dự báo của OPEC, tăng trưởng nhu cầu dầu mỏ thế giới năm 2008 sẽ giảm từ mức bình quân 1,030 triệu thùng/ngày xuống còn 1 triệu thùng/ngày. Năm 2009, tiêu thụ dầu mỏ sẽ tiếp tục giảm còn 900.000 thùng/ngày. Giá dầu thô tiếp tục chịu sức ép đi xuống. Hơn thế nữa, khả năng suy giảm về nhu cầu dầu còn rất lớn khi mà hệ thống tài chính Mỹ được cho là không thể phục hồi trong năm 2009 và Nhật Bản - nước nhập khẩu dầu lớn nhất thế giới và có nền kinh tế chỉ đứng sau Mỹ, đang chứng kiến nền kinh tế rơi vào một thời kỳ suy thoái trầm trọng nhất trong 7 năm qua. Tuy nhiên, tại các nền kinh tế mới nổi, đặc biệt là Trung Quốc và Ấn Độ, nhu cầu dầu mỏ tiếp tục tăng mạnh. Nhu cầu dầu mỏ của các nền kinh tế đang phát triển ở châu Á dự báo tăng khoảng 3,8%/năm 2008 và 2009, trong đó nhu cầu của Trung Quốc tăng 5,6%.

Thị trường kim loại: Giá hầu hết các kim loại sẽ giảm do nhu cầu tiêu thụ giảm. Hoạt động xây dựng giảm sút tại Bắc Mỹ và một số nước tại EU sẽ làm nhu cầu thép giảm. Giá vàng thế giới sẽ tiếp tục giảm, còn khoảng 610 USD/ounce trong năm 2009, giảm so với dự báo 855 USD trước đây. Sau đợt tăng giá nhiên liệu, nguyên liệu và lương thực, thực phẩm ở mức cao vào quý II và III của năm 2008 khiến cho chỉ số giá chung của năm 2008 đã ở mức cao nhất trong những năm gần đây, hiện tại đã xuất hiện xu hướng giảm giá ở hầu hết các loại hàng hoá cơ bản trên thị trường thế giới.

So với những thời kỳ căng thẳng của thị trường tài chính toàn cầu trước đây, ảnh hưởng trực tiếp của những bất ổn trên thị trường tài chính thế giới hiện nay đối với các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển hạn chế hơn, ngoại trừ các nước/nền kinh tế phụ thuộc nhiều vào trao đổi thương mại với Mỹ. Do vậy, tăng trưởng thương mại của các nền kinh tế mới nổi và các nền

kinh tế đang phát triển tiếp tục đạt mức khá cao, bất chấp tình trạng nhiều quốc gia vẫn đang phải đối mặt với tỉ lệ lạm phát gia tăng do giá lương thực thực phẩm, năng lượng và cầu nội địa tăng mạnh.

Trụ cột để các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển giữ được nhịp độ tăng trưởng là họ đang có một lượng dự trữ ngoại tệ lớn có thể tự chống đỡ được với khủng hoảng tài chính toàn cầu. Hơn nữa, quá trình hội nhập ngày càng tăng của các nền kinh tế này với nền kinh tế toàn cầu tuy đã nhanh và mạnh hơn nhưng đa phần là thị trường mới nổi do đó nhu cầu trong nước vẫn ở mức cao. Các yếu tố này đã và sẽ tiếp tục thúc đẩy, giúp cho hoạt động xuất khẩu, đầu tư trực tiếp nước ngoài và đầu tư trong nước tại các nền kinh tế này tiếp tục phát triển. Nhập khẩu của các nền kinh tế mới nổi và xuất khẩu hàng hoá truyền thống đã đạt được những kết quả tăng trưởng cao và sẽ tiếp tục kích thích thương mại thế giới phát triển. Khuôn khổ chính sách kinh tế vĩ mô, môi trường thể chế được cải thiện và tăng cường cũng là những yếu tố quan trọng để hỗ trợ cho việc đạt được các điều kiện thương mại thuận lợi. Do đó, tình hình tăng trưởng kinh tế của các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển đã trở nên ít phụ thuộc hơn vào chu kỳ kinh doanh của các nền kinh tế phát triển nhất, mặc dù rõ ràng là không thể loại trừ được các ảnh hưởng ngoại lai của tình trạng suy thoái kinh tế.

Vai trò của các nước đang phát triển trong thương mại hàng nông sản sẽ tăng mạnh trong những năm tới, không chỉ thể hiện ở tốc độ tăng trưởng nhập khẩu lương thực, thực phẩm do dân số tăng cao mà còn thể hiện ở tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao đối với các sản phẩm như gạo, đường, dầu thực vật... Tuy nhiên, các nước phát triển vẫn đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu lúa mì, hạt thô, thịt lợn và các sản phẩm sữa.

Bảng 1.6. Dự báo triển vọng thương mại thế giới

(% tăng so với năm trước)

	Bq 1998- 2005	Bq 2006- 2009	2006	2007	2008	2009	Bq 2010- 2013
Các nước phát triển							
GDP thực tế	2,6	1,9	3,0	2,6	1,5	0,5	2,5
Lượng xuất khẩu	5,2	5,2	8,4	5,9	4,3	2,5	5,3
Điều kiện thương mại							
Lượng nhập khẩu	6,0	3,7	7,5	4,5	1,9	1,1	5,2
Các nước đang phát triển và đang chuyển đổi							

GDP thực tế	5,2	7,2	7,9	8,0	6,9	6,1	6,9
Lượng xuất khẩu	8,4	8,5	11,0	9,5	6,3	7,4	10,1
Điều kiện thương mại	1,4	2,8	4,9	1,7	5,5	-0,9	-0,2
Lượng nhập khẩu	7,7	12,8	14,7	14,2	11,7	10,5	11,0
Các khu vực							
Châu Phi							
GDP thực tế	4,8	6,1	6,1	6,3	5,9	6,0	5,7
Lượng xuất khẩu	5,5	4,5	3,7	4,3	2,6	7,3	5,0
Điều kiện thương mại	2,7	6,2	8,9	3,7	15,6	-2,6	-
Lượng nhập khẩu	6,8	12,1	10,9	13,6	12,5	11,4	7,2
Trung và Đông Âu							
GDP thực tế	3,8	5,1	6,7	5,7	4,5	3,4	5,0
Lượng xuất khẩu	8,5	9,6	13,2	10,8	8,4	6,2	10,2
Điều kiện thương mại	0,7	0,3	-0,8	1,9	-0,3	0,5	0,4
Lượng nhập khẩu	8,6	10,9	14,5	13,2	9,5	6,7	10,0
Cộng đồng các quốc gia độc lập							
GDP thực tế	5,5	7,4	8,2	8,6	7,2	5,7	5,8
Lượng xuất khẩu	7,0	6,5	7,9	8,6	3,2	6,4	6,4
Điều kiện thương mại	4,8	6,7	7,6	2,3	21,8	-3,2	-1,6
Lượng nhập khẩu	7,5	18,3	17,9	23,3	19,9	12,5	10,3
Các nước đang phát triển châu Á							
GDP thực tế	6,9	9,0	9,9	10,0	8,4	7,7	9,6
Lượng xuất khẩu	12,2	12,7	17,6	14,1	8,6	10,7	13,7
Điều kiện thương mại	-1,3	0,4	2,9	1,3	-3,3	0,6	0,2
Lượng nhập khẩu	9,8	12,9	16,3	13,6	9,5	12,4	14,0
Trung Đông							
GDP thực tế	4,5	6,0	5,7	5,9	6,4	5,9	5,5
Lượng xuất khẩu	4,5	4,7	4,6	4,7	6,6	3,1	6,2
Điều kiện thương mại	7,3	5,8	7,0	0,2	20,7	-3,2	-0,5
Lượng nhập khẩu	6,7	13,5	13,0	13,2	14,5	13,2	11,3
Các nước Tây bán cầu							
GDP thực tế	2,6	4,7	5,5	5,6	4,6	3,2	4,2
Lượng xuất khẩu	5,4	3,9	5,0	4,5	2,1	4,0	6,0
Điều kiện thương mại	1,1	3,6	7,6	2,4	7,0	-2,3	-0,7
Lượng nhập khẩu	4,5	11,1	12,4	12,9	12,9	6,3	5,8

Nguồn: IMF, World Economic Outlook, tháng 10/2008.

Bên cạnh đó, nhiều nước đang phát triển xuất khẩu những mặt hàng

truyền thống đã đạt được những tiến triển trong việc đa dạng hoá chủng loại hàng xuất khẩu của mình, bao gồm cả việc tăng cường xuất khẩu hàng hóa chế tạo, đồng thời tỉ trọng thương mại giữa các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển cũng tăng lên. Sự gia tăng xuất khẩu các mặt hàng chế tác không chỉ giới hạn trong giai đoạn bùng nổ hiện tại, mà nó thể hiện một xu hướng dài hạn (mặc dù mức độ gia tăng giữa các khu vực có sự khác biệt đáng kể). Đây là đặc điểm đáng chú ý, thể hiện mức độ hội nhập ngày càng tăng của các quốc gia đang phát triển với nền kinh tế thế giới.

Xu hướng hội nhập toàn cầu gần đây được thể hiện qua sự gia tăng của mức độ đa dạng hóa, cả về cơ cấu mặt hàng cũng như thị trường xuất khẩu. Khối lượng xuất khẩu các mặt hàng chế tác so với GDP thực đã tăng lên ở các quốc gia đang phát triển. Tỷ trọng này, so với thời điểm những năm 80 đã tăng lên 2% ở khu vực Trung Đông và châu Phi và tăng trên 20% ở châu Á. Xuất khẩu các mặt hàng chế tác sang các nền kinh tế phát triển đã tăng gấp ba lần so với đầu những năm 90 và xuất khẩu các mặt hàng này sang Trung Quốc thậm chí còn tăng cao hơn, mặc dù mức tăng trưởng cao còn xuất phát từ lý do là mức xuất khẩu ban đầu thấp. Khu vực chế tạo ở các nền kinh tế đang phát triển cũng tiếp nhận những khoản đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn. Xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc và các quốc gia châu Á khác tăng nhanh, ngay cả khi những công ty xuất khẩu nguyên vật liệu đầu vào đã đẩy mạnh hoạt động thương mại đối với các sản phẩm chế tác.

Những nỗ lực không ngừng nhằm cải thiện thể chế và khuôn khổ chính sách sẽ tiếp tục thúc đẩy quá trình hội nhập của các quốc gia đang phát triển và cải thiện khả năng chống đỡ của các quốc gia này trước những thay đổi bất ngờ của giá cả hàng hóa và tiếp tục là các động lực quan trọng của hội nhập. Tuy vậy, rất nhiều quốc gia đang phát triển vẫn phụ thuộc vào xuất khẩu hàng hóa nguyên vật liệu đầu vào, nên việc tăng cường quá trình cải cách và đa dạng hoá sẽ giúp làm giảm mức độ tổn thương của những quốc gia này trước những cú sốc giá cả hàng hóa.

Theo dự báo của OECD³, tuy giá dầu mỏ thế giới đã tăng mạnh trong 2007 – 2008 nhưng sẽ có xu hướng giảm xuống về dài hạn do giá tăng cao làm giảm nhu cầu tiêu thụ và buộc các nước phải tìm các nguồn nhiên liệu thay thế. Bên cạnh đó, theo nhiều chuyên gia kinh tế, tình trạng giá dầu tăng mạnh trong thời gian qua không thực sự phản ánh yếu tố cung cầu mà chịu

³ OECD-FAO *Agricultural Outlook 2008-2017*

nhiều tác động của các hoạt động đầu cơ trong tình trạng tài chính thế giới bất ổn và về lâu dài, tình trạng này sẽ được cải thiện.

Tuy nhiên, do ảnh hưởng của giá dầu mỏ cao trong thời gian qua và những nỗ lực của các nước trong phát triển nhiên liệu sinh học, giá nhiên liệu đã trở thành yếu tố quan trọng tác động đến giá nông sản thế giới, bên cạnh các yếu tố truyền thống như tăng trưởng kinh tế và dân số, năng lực và cơ cấu sản xuất, diễn biến thời tiết, cơ cấu tiêu dùng và thương mại hàng nông sản ...

Theo dự báo của OECD về triển vọng của thị trường lương thực thế giới, nếu như thị trường lúa mì ít có thay đổi thì thị trường hạt thô sẽ chịu tác động lớn của xu hướng phát triển ngành nhiên liệu sinh học. Dự báo tới 40% sản lượng ngô của Mỹ – nước sản xuất/xuất khẩu ngô lớn nhất thế giới – sẽ được sử dụng để sản xuất ethanol. Xu hướng tương tự cũng diễn ra tại nhiều nước Nam Mỹ và châu Âu, tạo áp lực về thiếu hụt nguồn cung cho ngành sản xuất thức ăn gia súc và làm ảnh hưởng đáng kể đến giá các sản phẩm chăn nuôi. Trong khi đó, nhu cầu tăng lên do dân số tăng đối với các loại lương thực cơ bản như lúa mì và gạo sẽ được đáp ứng nhờ khả năng cải thiện năng suất trồng trọt mặc dù diện tích canh tác ít có khả năng mở rộng. Thu nhập tăng cũng làm thay đổi cơ cấu tiêu thụ lương thực, thực phẩm của nhiều nước đang phát triển theo hướng giảm nhu cầu về bột mì, gạo... và tăng tiêu thụ các sản phẩm dầu mỡ, rau quả, thịt và sữa... Vì vậy, về lâu dài, giá các loại thực phẩm chủ yếu ít có khả năng tăng mạnh tuy an ninh lương thực vẫn là vấn đề cấp bách của nhiều nước kém phát triển.

Các chuyên gia của Ngân hàng thế giới cũng dự báo giá hầu hết các loại hàng hóa chủ yếu – nguyên, nhiên vật liệu, lương thực và năng lượng - đã tăng mạnh trong năm 2008 nhưng sẽ có xu hướng giảm dần từ năm 2009 cho đến 2015.

Nếu giá dầu giảm một nửa, giá nông sản sẽ giảm từ 21 đến 32% tùy theo từng mặt hàng. Trong trường hợp đó, giá gạo có thể sẽ giảm 32%, giá ngô sẽ giảm 26%, giá dầu thực vật sẽ giảm 24%, giá lúa mì sẽ giảm 23%, còn giá đường sẽ giảm 21%. Dự báo này lấy cơ sở giá dầu trung bình năm 2008 là 130 USD/thùng, tức là nếu giảm một nửa sẽ còn 65 USD/thùng. Ngược lại, nếu giá dầu thô tăng trở lại do những bất ổn về chính trị trên thế giới và tăng lên 195 USD/thùng vào năm 2010, giá nông sản sẽ tăng từ 16% đến 30%. Cụ thể, giá gạo sẽ tăng 30%, giá ngô sẽ tăng 27%, giá dầu thực vật sẽ tăng 26%, giá lúa mì sẽ tăng 23%, còn giá đường sẽ tăng 16%.

**Bảng 1.7. Dự báo chỉ số giá hàng hóa
(giá thực tế, năm 2000=100)**

	2007	2008	2009	2010	2015
Nhiên liệu	207,4	276,0	202,7	201,8	202,3
Hàng hóa phi nhiên liệu	190,5	213,8	160,8	151,9	146,0
Nông sản	152,9	180,2	139,6	136,0	141,0
Đồ uống	143,9	164,2	131,5	124,9	115,7
Thực phẩm	156,4	194,1	145,7	143,4	150,7
Dầu, mỡ	176,8	217,0	155,6	146,6	159,1
Ngũ cốc	160,1	221,6	156,8	158,9	159,4
Thực phẩm khác	126,2	139,0	122,4	125,2	131,8
Nguyên liệu thô	148,9	154,5	128,8	123,7	130,2
Gỗ	115,9	116,4	102,3	96,7	101,9
Nguyên liệu thô khác	185,1	196,1	157,8	153,4	161,1
Phân bón	203,4	448,6	313,3	238,4	187,5
Kim loại và khoáng sản	266,0	256,3	187,1	174,6	151,7

Nguồn: Worldbank, Prospects for the Global Economy, 2008

1.2. TỔNG HỢP DỰ BÁO VỀ THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

1.2.1. Mặt hàng gạo

1.2.1.1. Dự báo cung cầu gạo thế giới

Theo dự báo của Tổ chức nông lương Liên hợp quốc (FAO) và Tổ chức Hợp tác phát triển kinh tế (OECD), sản lượng gạo thế giới sẽ tăng từ mức bình quân 409,7 triệu tấn của giai đoạn 2002/03 - 2006/07 lên 448,7 triệu tấn vào niên vụ 2010/11 và 464,1 triệu tấn niên vụ 2014/15. Tổng mức tiêu thụ gạo thế giới sẽ tăng từ 422,0 triệu tấn lên 448,4 triệu tấn và 463,8 triệu tấn trong cùng giai đoạn. Như vậy, cung trên thị trường thế giới sẽ tăng nhanh hơn cầu và là một trong những nguyên nhân khiến cho giá gạo sẽ giảm.

Chi phí sản xuất gạo tương đối cao nên tuy gạo vẫn tiếp tục là lương thực thiết yếu nhưng việc sử dụng gạo trong sản xuất thức ăn gia súc hoặc nhiên liệu sinh học sẽ là không kinh tế. Mặc dù mức tăng dân số sẽ là nhân tố chính trong việc tăng tổng tiêu thụ, nhưng mức tăng tiêu thụ còn phụ thuộc

vào mức tiêu dùng gạo bình quân đầu người, dự kiến sẽ tăng từ 65,7 kg năm 2005 lên 67,9 kg năm 2015. Phần lớn mức tăng tiêu thụ phản ánh tiến trình đô thị hoá đang diễn ra, đặc biệt ở châu Phi. Mức tiêu thụ gạo bình quân đầu người dự kiến cũng tăng lên ở những nước phát triển do sự thay đổi trong thói quen sử dụng thực phẩm và dòng di cư mới từ các nước có truyền thống dùng gạo là lương thực chủ yếu.

Gạo vẫn là cây trồng chủ yếu của các nước châu Á và thị phần của khu vực này trong sản lượng gạo toàn cầu dự báo sẽ vẫn chiếm khoảng 88% do sản lượng dự kiến sẽ tăng nhanh tại Bangladesh, Philippin, Cộng hoà Hồi giáo Iran và Việt Nam. Chính sách hỗ trợ sản xuất tạo điều kiện tiếp tục duy trì tăng trưởng sản lượng tại Ấn Độ. Các nước châu Phi, Mỹ La tinh và Caribe cũng sẽ đạt được mức tăng trưởng cao trong năm tới, phần lớn là để đáp ứng nhu cầu nội địa tăng. Sản lượng gạo ở các nước OECD dự kiến không thay đổi nhiều do mức tăng sản lượng của Mỹ và Australia sẽ bù đắp cho lượng suy giảm của EU, Nhật Bản và Hàn Quốc, nơi mà ngành lúa gạo đang trải qua thời kỳ cải cách cơ cấu.

Bảng 1.8. Dự báo triển vọng cung cầu gạo thế giới

Đơn vị: Triệu tấn

	Bq 02/03 - 06/07	2007/08	2010/11	2014/15	Tăng trưởng bq năm (%)	
					2006/07- 2010/11	2010/11- 2014/15
<i>Thế giới</i>						
Sản xuất	409,7	431,8	448,7	464,1	1,85	1,30
Tiêu thụ	422,0	439,5	448,8	463,8	1,40	1,25
Dự trữ cuối vụ	92,5	78,8	85,5	81,2	-	-
Giá (USD/tấn) *	262,3	361,0	330,7	335,6	4,70	1,10
<i>Các nước OECD</i>						
Sản xuất	22,2	21,0	22,3	21,9	1,10	-
Tiêu thụ	22,8	23,0	22,6	22,5	-	-
Dự trữ cuối vụ	6,8	5,3	5,4	5,1	-	-
<i>Các nước ngoài OECD</i>						
Sản xuất	387,5	410,8	426,4	442,2	2,00	1,20
Tiêu thụ	399,2	416,5	426,2	441,4	1,40	1,30
Dự trữ cuối vụ	85,7	73,6	80,1	76,0	-	

* Gạo xay xát, 100% B, NPQ, FOB Băng cốc (tháng 8/tháng 7)

Nguồn: OECD - FAO Agricultural Outlook 2008

Dự trữ gạo thế giới cuối niên vụ 2010/2011 sẽ đạt 85,5 triệu tấn, tăng so với dự trữ cuối niên vụ 2007/08 nhưng sẽ lại giảm xuống còn 81,2 triệu tấn cuối niên vụ 2014/2015 và giá gạo thế giới sẽ tiếp tục tăng trở lại trong giai đoạn 2010/2011 - 2014/2015 nhưng sẽ không vượt quá mức kỷ lục của giai đoạn 2007/2008 - 2008/2009 do tình trạng thiếu lương thực sẽ khuyến khích nhiều nước tìm các biện pháp tăng sản xuất gạo và do nỗ lực của các nước và khu vực trong việc khuyến khích mở rộng sản xuất lúa gạo để tự cung ứng nhu cầu nội địa, đặc biệt ở tiểu vùng Sahara của Châu Phi.

Theo Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), trong giai đoạn dự báo, tiêu dùng gạo thế giới tăng chủ yếu là do tốc độ tăng dân số của khu vực châu Á, đặc biệt là của Indonesia và Bangladesh cũng như tốc độ tăng mức tiêu dùng gạo bình quân đầu người ở các nước Tây bán cầu, Trung Đông và Philippin. Tuy nhiên, ở nhiều nước châu Á, đặc biệt là các nước có thu nhập trung bình và cao, sẽ có xu hướng giảm tiêu dùng gạo do tác động của yếu tố thu nhập tăng và xu hướng thay đổi cơ cấu tiêu thụ lương thực thực phẩm. Theo đó, tổng tiêu dùng gạo ở Trung Quốc, nước tiêu dùng gạo nhiều nhất trên thế giới, dự báo sẽ giảm trong giai đoạn 2009 - 2015.

1.2.1.2. Triển vọng xuất nhập khẩu gạo thế giới

Tỷ lệ buôn bán gạo thế giới trong tổng sản lượng gạo hiện vẫn nhỏ hơn so với tỷ lệ này đối với ngũ cốc nhưng thương mại gạo dự kiến sẽ tăng tốc trong 10 năm tới, làm quy mô của thị trường gạo quốc tế tăng từ 28,6 triệu tấn trong niên vụ 2006/2007 lên 35,1 triệu tấn trong niên vụ 2014/2015.

Theo USDA, các nước sản xuất gạo ở châu Á sẽ tiếp tục là nguồn cung cấp gạo xuất khẩu chính của thế giới trong giai đoạn dự báo. Riêng xuất khẩu gạo của hai nước Thái Lan và Việt Nam sẽ chiếm khoảng nửa tổng lượng gạo xuất khẩu của thế giới. Việt Nam xuất khẩu gạo hạt dài là chủ yếu trong khi Thái Lan xuất khẩu gạo thơm, gạo hạt dài đặc biệt và gạo dính. Xuất khẩu gạo của Ấn Độ dự báo sẽ đứng ở vị trí thứ năm trong số các nước xuất khẩu gạo lớn trên thế giới, sau Pakixtan và Mỹ, do nhu cầu nội địa cao trong khi sản lượng tăng giảm thất thường.

Tuy xuất khẩu gạo của Mỹ tăng chậm trong giai đoạn dự báo nhưng Mỹ sẽ trở thành nước đứng thứ ba về xuất khẩu gạo. Pakixtan, nước xuất khẩu gạo lớn thứ tư thế giới, ít có khả năng mở rộng diện tích lúa gạo nhưng dự kiến vẫn duy trì được tương đối ổn định trong cả giai đoạn.

Bảng 1.9. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của các nước xuất khẩu chính

Các nước xuất khẩu	2006/07	2007/08	2010/11	2014/15	Tăng trưởng bq năm (%)	
					2006/07-2010/11	2010/11-2014/15
Tổng XK (triệu tấn)	28,65	29,69	32,13	35,08	2,30	1,75
Australia	0,20	0,02	0,03	0,04	-	5,90
Arhentina	0,45	0,45	0,48	0,58	1,40	3,85
Các nước Nam Mỹ khác	1,14	1,31	1,32	1,29	2,95	-
EU (1)	0,15	0,15	0,16	0,17	1,40	1,40
Trung Quốc	1,30	1,60	1,90	2,30	7,85	3,85
Ấn Độ	4,20	3,40	3,45	3,35	-	-
Pakixtan	3,00	3,20	3,40	3,45	2,50	1,20
Thái Lan	8,50	9,00	10,50	12,00	4,30	2,70
Việt Nam	4,60	5,00	5,50	6,05	3,60	1,90
Ai Cập	1,00	1,10	0,91	0,80	-	-
Mỹ	2,94	3,42	3,45	3,97	11,30	2,85
Các nước khác	1,17	1,04	1,03	1,09	-	1,40

(1) EU 27, không tính giao dịch nội khu vực

(2) 12 nước thuộc Liên xô cũ, bao gồm cả giao dịch nội khu vực

Nguồn: USDA Long-term Projections, 2008

Lượng gạo xuất khẩu của Trung Quốc dự báo sẽ tăng từ 1,3 triệu tấn niên vụ 2006/2007 lên 2,3 triệu tấn niên vụ 2014/2015. Diện tích sản xuất lúa được dự báo là giảm nhẹ, bù lại năng suất tăng lên. Trung Quốc xuất khẩu gạo chất lượng cao, gạo hạt ngắn và trung bình tới thị trường Bắc Á và gạo chất lượng thấp, hạt dài tới thị trường Sahara Châu Phi và một số thị trường có thu nhập thấp của châu Á.

Xuất khẩu gạo của các nước xuất khẩu nhỏ hơn như Australia, Achentina và các nước Nam Mỹ khác (Uruguay, Guyana, Surinam) dự kiến sẽ tăng nhẹ trong những năm tới trong khi xuất khẩu của Ai Cập dự báo sẽ giảm đi do tăng trưởng tiêu dùng gạo mạnh vượt mức tăng sản lượng. Diện tích trồng lúa của Ai Cập dự báo sẽ không tăng và năng suất lúa Ai Cập đạt mức gần cao nhất của thế giới và khó có triển vọng tăng.

Theo dự báo của FAO - OECD, trong những năm tới nhu cầu nhập khẩu gạo tiếp tục tăng, thậm chí cả ở các nước sản xuất gạo châu Á như Trung Quốc và Indonesia.

Bảng 1.10. Dự báo triển vọng nhập khẩu gạo của các nước nhập khẩu chính

Các nước nhập khẩu	2006/07	2007/08	2010/11	2014/15	Tăng trưởng bq năm (%)	
					2006/07-2010/11	2010/11-2014/15
Tổng NK (triệu tấn)	28,65	29,69	32,13	35,08	2,30	1,75
Canada	0,35	0,37	0,38	0,41	1,65	1,50
Mêhicô	0,60	0,63	0,67	0,74	2,20	2,00
Trung Mỹ/Caribê	1,74	1,67	1,85	2,05	1,40	2,05
Braxin	0,85	0,85	0,76	0,71	-	-
Các nước Nam Mỹ khác	0,46	0,47	0,44	0,46	-	1,35
EU (1)	1,10	1,10	1,18	1,29	1,50	1,80
Các nước Liên xô cũ (2)	0,36	0,44	0,43	0,41	3,60	-
Các nước châu Âu khác	0,13	0,12	0,12	0,12	-	-
Băngladét	0,77	0,80	1,15	1,48	8,35	4,85
Trung Quốc	0,60	0,70	0,73	0,78	4,0	1,40
Nhật Bản	0,65	0,70	0,68	0,68	1,35	0
Hàn Quốc	0,27	0,27	0,33	0,41	4,10	4,40
Indônêxia	1,90	1,60	1,75	2,10	-	3,70
Malaysia	0,90	0,80	0,82	0,87	-	1,40
Philippin	1,80	1,80	1,95	2,05	-	1,40
Các nước châu Á và Châu Đại Dương khác	2,46	2,64	2,67	2,77	1,50	1,30
I rắc	0,70	1,10	1,20	1,37	3,25	2,75
I ran	1,20	0,90	0,90	0,90	-	-
Arập Xêut	1,45	0,96	1,30	1,39	-	1,45
Châu Phi và Trung Đông	1,62	1,49	1,70	1,88	1,35	2,00
Châu Phi - Cận Sahara	6,82	6,70	7,45	8,18	1,75	1,85
Nam Phi	0,96	0,90	0,94	0,99	-	1,40
Mỹ	0,64	0,68	0,74	0,84	2,95	2,55
Các nước khác	0,33	2,03	1,99	0,22	3,20	-

(1) EU 27, không tính giao dịch nội khu vực

(2) 12 nước thuộc Liên xô cũ, bao gồm cả giao dịch nội khu vực

Nguồn: USDA Long- term Projections, 2008

Nhu cầu nhập khẩu cũng tăng mạnh từ các nước Trung Đông. Ngoài ra, sự thay đổi chính sách thương mại lúa gạo ở một số nước OECD cũng khuyến

khích tăng nhập khẩu lúa gạo. Trong khu vực OECD, nhập khẩu gạo của EU dự báo sẽ tăng lên sau khi thuế nhập khẩu được cắt giảm trong năm 2005 và cam kết mở cửa hoàn toàn thị trường gạo của Liên minh cho các nước kém phát triển vào năm 2009. Tương tự, nhập khẩu gạo của Hàn Quốc sẽ tăng lên sau thoả thuận áp dụng điều khoản Đối xử đặc biệt của WTO năm 2004 cam kết mở cửa thị trường gạo lên tới 408.000 tấn đối với gạo nhập khẩu vào năm 2014 so với 250.000 tấn của năm 2005. Tuy nhiên nhập khẩu của Braxin dự báo sẽ chỉ tăng nhẹ và nhập khẩu gạo của Nhật Bản ít thay đổi do Chính phủ nước này vẫn áp dụng chính sách thương mại gạo hiện hành.

Các nước Nam và Đông Nam Á, các nước ở Trung Đông, phần lớn các nước vùng Sahara Châu Phi và các nước Châu Mỹ La Tinh chủ yếu nhập khẩu loại gạo hạt dài trong khi Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Thổ Nhĩ Kỳ, Gioocdani nhập khẩu chủ yếu loại gạo hạt ngắn và trung bình. Gạo thơm như Basmati và Jasmine được các nước có thu nhập cao nhập khẩu.

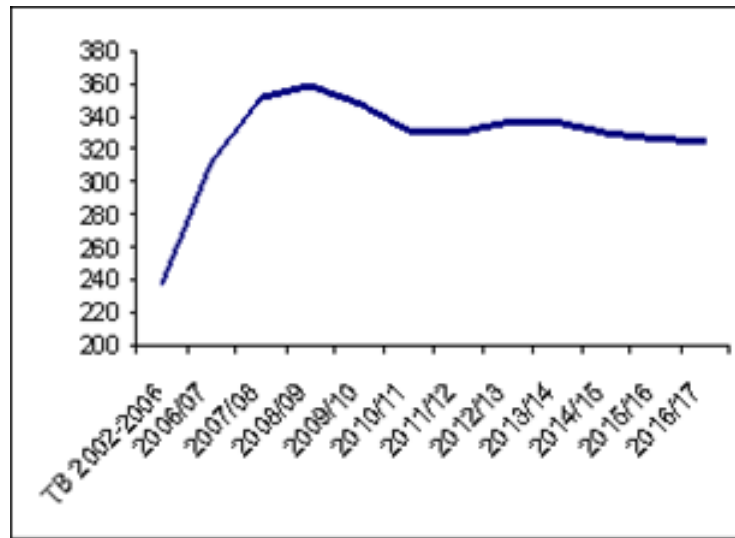
Về nước nhập khẩu, Indonesia và Bangladesh sẽ là hai nước nhập hàng đầu, do dân số tăng nhanh trong khi nguồn lực đất khan hiếm nên diện tích lúa khó có thể mở rộng và diện tích canh tác lúa phải cạnh tranh với các diện tích đất trồng các cây lương thực thay thế khác và đất sử dụng phi nông nghiệp. Phần lớn diện tích trồng lúa ở Bangladesh là diện tích gieo cấy lúa năng suất cao, nên khó có tiềm năng tăng năng suất lúa.

Ở Philippin, hầu hết phần sản lượng lúa tăng là do áp dụng nhiều giống lúa cao sản năng suất cao, nhưng sản lượng tăng dự báo vẫn không đáp ứng kịp mức tăng nhu cầu lúa gạo nội địa của nước này. Tiêu dùng gạo bình quân đầu người của Philippin dự báo sẽ tiếp tục tăng, đẩy nhu cầu nhập khẩu tăng lên.

Ở các nước tiểu vùng Sahara Châu Phi, nhu cầu nhập khẩu gạo hàng năm dự báo sẽ tăng lên để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng tăng do dân số tăng nhanh và thu nhập tăng lên. Gạo nhập khẩu đáp ứng khoảng 50% nhu cầu tiêu dùng trong tiểu vùng này.

Kể từ năm 2007 và đặc biệt là đầu năm 2008, giá gạo xuất khẩu thế giới tăng cao đến mức chưa từng có, vượt xa so với kết quả dự báo biến đổi giá của OECD - FAO công bố cuối năm 2007. Tuy nhiên, theo dự báo của FAO, giá gạo thế giới sẽ chỉ tăng đến mức cao nhất vào năm 2009, sau đó giảm dần và bình ổn trở lại trong giai đoạn từ 2010 - 2015.

Sơ đồ 1.1. Dự báo xu hướng giá gạo thế giới



Theo dự báo của FAO-OECD, hoạt động mua bán gạo trên thế giới tiếp tục sôi động, vì vậy dự báo giá gạo sẽ tiếp tục tăng cao hơn nữa trong thời kỳ tới và sau đó sẽ giảm dần do giá tăng sẽ thúc đẩy người sản xuất mở rộng sản xuất và khôi phục cung, dần dần sẽ làm giá giảm xuống.

Theo Viện Nghiên cứu lúa Quốc tế (IRRI), chiến lược tốt nhất để bình ổn giá gạo là tăng sản xuất với tốc độ cao hơn tốc độ tăng cầu. Sản lượng gạo có thể tăng bằng cách mở rộng diện tích, hoặc tăng năng suất lúa, hoặc kết hợp cả hai biện pháp này. Tuy nhiên ở châu Á, khó có thể tăng cao hơn nữa diện tích đất trồng lúa, sản xuất lúa gạo đang phải chịu cạnh tranh ngày càng mạnh với các ngành nghề và hoạt động kinh tế khác về nguồn lực đất, lao động và nguồn nước. Tại các nước khác, diện tích trồng lúa tăng chủ yếu nhờ việc tăng mùa vụ, tức là lúa sẽ được trồng trái vụ bằng cách tưới tiêu thêm, và tiến trình này đã được thực hiện ở các nước châu Á, đặc biệt là Bangladesh. Trong bối cảnh đó, công cụ chính để tăng sản lượng gạo là dựa vào việc tăng năng suất lúa, trong khi đó tốc độ tăng trưởng năng suất lúa hiện nay là quá thấp để có thể thúc đẩy tăng sản lượng gạo theo mức mong muốn.

Bên cạnh đó, tình trạng khí hậu toàn cầu nóng lên đã tác động tiêu cực tới năng suất lúa đồng thời làm tăng tần suất xảy ra thiên tai hạn hán và lũ lụt. Vì vậy, an ninh lương thực vẫn sẽ là vấn đề cấp thiết trên phạm vi toàn cầu trong những năm tới. Tăng trưởng năng suất bằng sự phát triển và ứng dụng các công nghệ mới sẽ là giải pháp trong dài hạn để giúp giảm thiểu tình trạng tăng giá gạo.

1.2.2. Mặt hàng cà phê

1.2.2.1. Dự báo triển vọng cung cầu cà phê thế giới

Theo Tổ chức cà phê quốc tế (ICO), tiêu thụ cà phê thế giới sẽ đạt mức tăng trưởng bình quân 1,3 - 1,5% /năm trong những năm tới, theo đó đến năm 2015, lượng cà phê tiêu thụ trên toàn cầu đạt 145 triệu bao. Lượng tiêu thụ cà phê hòa tan sẽ tăng nhanh ở các nước phát triển. Nhu cầu đối với các loại cà phê chất lượng cao tăng lên sẽ khuyến khích các nước sản xuất điều chỉnh lại cơ cấu sản xuất các loại cà phê, phát triển cà phê hữu cơ...

Xu hướng của thị trường là ngày càng đòi hỏi cà phê chất lượng cao hơn, do vậy nhu cầu cà phê đặc biệt sẽ tăng nhanh. Mức tiêu thụ cà phê sẽ tăng nhanh ở các nước đang phát triển và sẽ được phát triển mạnh sang Đông Âu, châu Á, châu Mỹ La Tinh, châu Phi, Trung Á - trong đó có Trung Quốc và Nga - là những nước trước đây có xu hướng tiêu thụ chè nhiều hơn (Tổ chức cà phê thế giới đã thông qua chương trình quảng bá cà phê ở một số nước lớn như Nga, Trung Quốc với số tiền 500.000 USD). Xu hướng tăng tiêu thụ tại các nước sản xuất chính sẽ làm tỷ trọng cà phê giành cho xuất khẩu so với tổng sản lượng của các nước này vào năm 2015 giảm xuống dưới 70% so với tỷ trọng 75% của 10 năm trước.

Bảng 1.11. Dự báo tiêu thụ cà phê thế giới
(triệu bao)

	2005	2006	2007	2008	2010	2015	Tăng bq 2015/10 (%)
Thế giới	118,114	121,087	122,726	125,000	130,730	145,000	2,10
Các nước SX	30,164	31,309	32,649	33,540	33,540	33,820	0,50
Braxin	15,363	16,100	16,900	19,500	19,500	20,010	1,10
Mêhicô	1,556	1,794	2,050	2,365		2,515	-
Indônêxia	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	-
Etiopia	1,833	1,833	1,833	2,170	2,170	2,558	3,30
Colombia	1,400	1,400	1,400	1,580	1,580	1,884	3,55
Ấn Độ	1272	1,337	1,360	1,340	1,340	1,480	2,00
Các nước NK	87,950	89,778	90,077	97,190	97,190	102,882	1,40
Đức	8,665	9,151	8,624	10,160	10,160	12,541	4,30
Pháp	4,787	5,278	5,594	5,888	5,880	6,835	3,05
Mỹ	20,298	20,667	21,046	20,180	20,180	23,971	3,50
Nhật Bản	7,128	7,268	7,282	8,580	8,580	9,823	2,80

Nguồn: FAS, USDA, 2008

Theo USDA, sản lượng cà phê thế giới vụ 2008/09 sẽ đạt mức cao kỷ lục 140,6 triệu bao loại 60kg/bao, tăng 18,2% so với vụ 2007/08, trong đó sản lượng cà phê vụ 2008/09 (tháng 7/08 - tháng 6/09) của Braxin sẽ tăng 36% so với vụ hiện tại lên 51,1 triệu bao nhờ chu kỳ tăng sản lượng hai năm một lần của cây cà phê arabica - chiếm 75% tổng sản lượng cà phê thu hoạch được của Braxin. Dự trữ cà phê thế giới vụ tới sẽ tăng 6,7% lên 39,2 triệu bao. Tuy nhiên, giá dầu mỏ và các sản phẩm dầu tăng mạnh trong thời gian qua đã làm tăng chi phí cho cây cà phê và ảnh hưởng đến thu nhập cũng như khả năng đầu tư cho cây cà phê.

Về triển vọng dài hạn, sản lượng của các nước sản xuất cà phê có xu hướng tăng lên (trừ Braxin mất mùa theo chu kỳ 2 năm) nhưng không nhiều do năng suất cà phê của nhiều nước sản xuất chính đã đạt mức cao và diện tích ít có khả năng mở rộng. Kế hoạch tạm trữ 20% sản lượng cà phê của Hiệp hội các nước sản xuất cà phê (ACAP) tuy được nhiều nước ủng hộ nhưng vẫn không thể thực hiện được do biến động giá và thiếu vốn.

**Bảng 1.12. Dự báo sản lượng cà phê thế giới
(triệu bao)**

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09*	2009/10*	2015/16*	% tăng bq 15/16-09/10
Thế giới	111,708	133,482	122,415	140,568	141,140	148,200	1,40
Braxin	36,100	46,700	37,600	51,100	43,053	41,865	-
Việt Nam	13,666	21,250	17,500	21,500	26,210	26,210	-
Colombia	11,953	12,164	12,400	12,200	12,125	11,254	-
Indonesia	6,750	6,665	6,650	6,600	7,693	8,125	1,40
Ấn Độ	4,617	4,800	4,367	4,750	5,812	6,428	2,00
Mêhicô	4,000	4,200	4,500	4,500	6,413	7,124	2,15
Etiopia	4,000	4,636	5,733	6,000	3,218	4,289	5,90
Guatemala	3,605	4,050	3,800	3,800	5,357	5,212	-
Pê ru	2,420	4,550	3,950	4,300	4,420	4,420	-
Hondurat	3,204	3,207	3,600	3,600	3,710	3,794	1,20

Nguồn: FAS, USDA, 2008

Theo ICO, diện tích trồng cà phê trên thế giới dự báo sẽ biến động không đáng kể trong những năm tới. Một số nước có kế hoạch giảm diện tích cà phê theo chương trình hỗ trợ giá cà phê thế giới nhưng chưa thực hiện được. Nhiều nước còn tiếp tục mở rộng hoặc duy trì diện tích cà phê hiện có.

1.2.2.2. Xu hướng thương mại và giá cả

Theo ICO, nhập khẩu cà phê toàn cầu sẽ đạt tốc độ tăng bình quân 0,2%/năm trong giai đoạn 2001 - 2010, đạt 5,5 triệu tấn vào năm 2010. Các nước phát triển vẫn là khu vực nhập khẩu cà phê chủ yếu. Nhập khẩu của các nước phát triển đạt gần 5,1 triệu tấn, chiếm 92% tổng lượng nhập khẩu, trong đó nhập khẩu vào khu vực Bắc Mỹ dự báo sẽ giảm nhẹ, chỉ đạt 154 triệu tấn và nhập khẩu vào châu Âu cũng giảm xuống còn 2,96 triệu tấn.

Về xuất khẩu, cà phê Braxin vẫn là nước cạnh tranh nhất trên thị trường thế giới. Xuất khẩu cà phê của Braxin chiếm 30% tổng xuất khẩu toàn cầu.

Khác với nhiều loại hàng hoá được mua bán và trao đổi trên thị trường thế giới, thị trường cà phê thế giới được chi phối bởi các nước trồng cà phê lớn, các nhà kinh doanh và các nhà rang xay cà phê lớn nhất thế giới. Các nước sản xuất có thể cung ứng cà phê trực tiếp cho thị trường nhưng phần lớn lượng cà phê nhân được bán cho các nhà buôn lớn nhất thế giới.

Các nhà kinh doanh cà phê lớn nhất thế giới hiện bao gồm Neumann Kaffee-Gruppe; Volcaphe; Ecom Trading; Olam International. Các nhà kinh doanh cà phê chuyên mua cà phê để bán cho các nhà rang xay. Một phần cà phê nhân cũng sẽ được bán trực tiếp cho các nhà rang xay. Các nhà rang xay lớn nhất thế giới hiện tại là Nestle; Kraft Foods; Sara Lee; Tchibo. Các nhà rang xay có các thương hiệu cà phê riêng và họ bán cho các nhà bán buôn hoặc bán lẻ đến người tiêu dùng.

Chính vì có sự phân khúc và khác biệt như vậy nên cung cầu và giá cả cà phê trên thị trường thế giới phụ thuộc một bên cung là các nhà trồng và kinh doanh cà phê của các nước sản xuất với một bên là các nhà rang xay và kinh doanh cà phê lớn nhất thế giới.

Bảng 1.13. Xu hướng giá cà phê trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Cà phê Arabica, Uscent/kg (giá danh nghĩa)	272,4	310,0	298,6	287,7	230,0
Cà phê Arabica, Uscent/kg (giá thực tế)	243,3	249,7	238,8	226,9	176,8
Cà phê Robusta, Uscent/kg (giá danh nghĩa)	190,9	230,0	219,3	209,2	165,0
Cà phê Robusta, Uscent/kg (giá thực tế)	164,2	185,2	175,4	165,0	126,8

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.3. Mặt hàng cao su tự nhiên

1.2.3.1. Dự báo triển vọng cung cầu cao su tự nhiên thế giới

Theo dự báo của Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế (International Rubber Study Group - IRSG), nhu cầu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 2,5%/năm trong giai đoạn 2005 – 2010 và tiếp tục tăng 1,8%/năm trong giai đoạn 2010 – 2015, đưa tổng lượng tiêu thụ cao su tự nhiên lên 10, 28 triệu tấn vào năm 2010 và 11,24 triệu tấn vào năm 2015. Đến năm 2015, tỷ trọng cao su tự nhiên trong tổng mức tiêu thụ cao su thế giới sẽ vào khoảng 41,5%, giảm nhẹ so với mức 43,3% của năm 2005. Trung Quốc và các nước châu Á khác vẫn là động lực tạo nên tăng trưởng tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu trong khi tiêu thụ cao su tự nhiên của khu vực châu Âu chỉ tăng không đáng kể và mức tiêu thụ của Bắc Mỹ cũng như Nhật Bản dự báo sẽ có xu hướng giảm đi trong những năm tới.

Sản lượng của ngành sản xuất lốp xe thế giới - lĩnh vực tiêu thụ cao su lớn nhất - dự báo sẽ đạt 2,04 tỷ sản phẩm vào năm 2015, trong đó sản lượng của Trung Quốc đạt 523 triệu sản phẩm, chiếm trên 25%. Trung Quốc vẫn là nước có tốc độ tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên cao nhất trong những năm tới mức tiêu thụ đạt 3,2 triệu tấn vào năm 2010 và 3,9 triệu tấn vào năm 2015. Nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên của những nước sản xuất chính tại châu Á như Malaixia, Indônêxia cũng tăng lên cùng với sự phát triển của ngành chế biến cao su nội địa.

Bảng 1.14. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015

	2005	2007	2010	2015	1000 tấn % tăng bình quân	
					2005-2010	2010-2015
Thế giới	9082	9735	10.284	11.248	2,50	1,80
Trung Quốc	2150	2550	3186	3927	8,15	9,00
EU	1543	1520	1519	1586	-	1,35
Bắc Mỹ	1315	1149	1081	1010	-	-
Nhật Bản	857	888	818	734	-	-
Các nước châu Á khác	2442	2692	2907	3466	3,55	3,55

Nguồn: International Rubber Study Group

Theo IRSG, sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng 2,9%/năm trong giai đoạn 2005 - 2010 và tiếp tục tăng 2,5%/năm

trong giai đoạn 2010 - 2015. Châu Á vẫn là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, chiếm tới 95% tổng sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu.

Bảng 1.15. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015

1000 tấn

	2005	2007	2010	2015	% tăng bình quân	
					2005-2010	2010-2015
Thế giới	8882	9685	10261	11606	2,90	2,50
Châu Á	8377	9409	9819	11039	3,20	2,35
Châu Phi	411	449	463	538	2,35	3,05
Mỹ Latinh	200	216	243	293	3,90	3,80

Nguồn: International Rubber Study Group

Indônêxia sẽ vượt Thái Lan trở thành nước sản xuất cao su lớn nhất thế giới vào năm 2015, sớm hơn 5 năm so với dự tính, nhờ tăng năng suất và mở rộng diện tích trồng cao su.

Bảng 1.16. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên của một số nước sản xuất chủ yếu

1000 tấn

	2005	2007	2010	2015	% tăng bình quân	
					2005-2010	2010-2015
Thế giới	8882	9685	10261	11606	2,90	2,50
Thái Lan	2937	3056	3185	3457	1,65	1,65
Indônêxia	2271	2791	2938	3480	5,25	5,45
Malaixia	1067	1215	1173	1062	1,90	-
Ấn Độ	771	767	904	999	3,20	2,00
Trung Quốc	510	577	619	699	3,85	2,45
Việt Nam	468	608	621	854	5,80	6,50
SriLanca	104	120	113	105	1,65	-

Nguồn: International Rubber Study Group

Sản lượng cao su Indônêxia sẽ tăng trung bình 5%/năm bắt đầu từ 2008 để đạt 3,48 triệu tấn vào 2015. Trong khi đó tăng trưởng sản lượng của Thái Lan sẽ chỉ khoảng 1,6%/năm để đạt 3,46 triệu tấn vào 2015. Tốc độ tăng ở Thái Lan chậm hơn do thời tiết bất lợi, thiếu nhân lực lao động và bạo loạn ở 3 tỉnh miền nam, nơi chiếm gần 10% trong sản lượng cao su Thái Lan hàng năm. Năm 2007, Indônêxia sản xuất gần 2,8 triệu tấn cao su thiên nhiên và vẫn đang nỗ lực tăng sản lượng trên cơ sở tăng hiệu quả sản xuất, được khích

lệ bởi giá và nhu cầu cao su tăng trên thị trường thế giới theo đà tăng trưởng của các thị trường tiêu thụ lốp xe, găng tay và các sản phẩm cao su khác trên toàn cầu. Các điền chủ nhỏ của Indônêxia đang trồng lại 250.000 hécta cao su và sẽ tiếp tục trồng thêm 50.000 hécta mới mỗi năm cho tới 2010.

1.2.3.2. Triển vọng xuất nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới

Nhu cầu tiêu thụ tăng mạnh trong khi sản lượng khó có khả năng tăng lên sẽ buộc Trung Quốc phải tăng nhập khẩu cao su tự nhiên trong những năm tới. Trung Quốc cũng là nước đi tiên phong trong việc chuyển sang dùng cao su tự nhiên thay thế cho cao su tổng hợp trong sản xuất lốp xe hơi. Nhập khẩu của Trung Quốc dự báo sẽ tăng 8%/năm, đạt 1,73 triệu tấn vào năm 2010. Nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của các nước nhập khẩu truyền thống ở Tây Âu và Bắc Mỹ ít thay đổi do tốc độ tăng tiêu thụ giảm. Tuy nhiên, nhu cầu nhập khẩu có khả năng tăng lên tại các nước Đông Âu và các nước CISs cùng với sự phục hồi kinh tế của các khu vực này.

Trong thời gian tới, xuất khẩu sẽ tăng với tốc độ chậm hơn tốc độ tăng sản lượng do nhu cầu tiêu thụ giảm đi tại các nước phát triển nhập khẩu trong khi lại tăng lên ở các nước sản xuất. Xuất khẩu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng 1,3%/năm, đạt 6,455 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Indônêxia dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, đạt 1,82 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Thái Lan ít thay đổi so với hiện tại do sản lượng tăng chậm trong khi nhu cầu tiêu thụ nội địa tăng nhưng Thái Lan vẫn là nước xuất khẩu cao su chủ yếu với lượng xuất khẩu 2,63 triệu tấn trong năm 2010. Trong khi đó, xuất khẩu của Malaixia giảm khoảng 4%/năm, chỉ còn khoảng 0,645 triệu tấn vào năm 2010.

Giá cao su thế giới đã hồi phục mạnh kể từ mức thấp nhất của 30 năm - ở thời điểm 2001 - sau khi những nước sản xuất chính là Thái Lan, Indônêxia và Malaysia quyết định hạn chế sản lượng để kích thích giá tăng - và tiếp tục xu hướng tăng trong những năm qua do nhu cầu tiêu thụ cao su thiên nhiên tiếp tục tăng cao.

Những diễn biến về thị trường cao su triển vọng cung cầu trong những năm tới cho thấy giá cao su có thể giữ vững trong thời gian tới do nguồn cung tiếp tục tăng chậm hơn nhu cầu tiêu thụ và giá dầu thô tăng cao đã đẩy giá cao su tổng hợp lên cao. Tuy nhiên, giá cao su tự nhiên sẽ tăng hay giảm còn phụ thuộc vào sự biến động của các nhân tố chủ yếu như sau:

- Thứ nhất, do tình hình kinh tế thế giới luôn có những biến động, nếu tăng trưởng kinh tế được ổn định trong khoảng thời gian dài thì nhu cầu tiêu thụ ô tô các loại sẽ tăng và nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên tiếp tục tăng khiến cho cầu vượt cung và giá cả sẽ tăng.

- Thứ hai, giá dầu mỏ vẫn có biến động mạnh khiến cho giá cao su tổng hợp cũng biến động theo và tác động tới giá cao su tự nhiên.

- Thứ ba, giá cao su có thể biến động lên xuống theo chu kỳ sinh trưởng và lấy mủ. Khi mà phần lớn diện tích cao su đều vào thời kỳ thu hoạch với sản lượng và năng suất cao nhất thì cung sẽ tăng nhanh trong ngắn hạn và khi đó giá cao su trên thị trường thế giới sẽ giảm.

- Thứ tư, giá cao su sẽ lên xuống thất thường trong ngắn hạn do yếu tố thời tiết, mưa nhiều sẽ gây ảnh hưởng đến việc lấy mủ làm cho sản lượng giảm xuống và giá cả sẽ tăng lên.

- Thứ năm, thị trường cao su tự nhiên trên thế giới được giao dịch mua bán bằng nhiều loại tiền khác nhau. Sự thay đổi tỷ giá giữa các loại đồng tiền cũng tác động đến giá cả cao su trên thế giới.

- Thứ sáu, giá cả cao su tự nhiên trên thị trường thế giới còn phụ thuộc vào sự hợp tác điều tiết sản lượng sản xuất và xuất khẩu. Xu hướng tăng giá trong thời gian qua đã khuyến khích nhiều nước đầu tư cho ngành sản xuất cao su tự nhiên và có thể làm giảm giá cao su trong những năm cuối của giai đoạn dự báo.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới, trong dài hạn thì giá cao su tự nhiên sẽ giảm do chiến lược phát triển ngành cao su ở một số nước xuất khẩu chính sẽ tạo điều kiện cải thiện nguồn cung trong khi những nỗ lực tìm kiếm các nguồn năng lượng thay thế sẽ làm giảm sức ép lên giá dầu mỏ và qua đó tác động tới giá cao su tổng hợp.

Bảng 1.17. Xu hướng giá cao su trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Cao su RSS1, Singapore (giá danh nghĩa)	229.0	260.0	255.6	246.2	200.0
Cao su RSS1, Singapore (giá thực tế)	197.0	209.4	204.4	194.2	153.7

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.4. Mặt hàng thủy sản

1.2.4.1. Dự báo cung cầu thủy sản thế giới

Theo Tổ chức Nông Lương thế giới (FAO), các xu hướng chính của thị trường thủy sản thế giới trong những năm tới như sau:

- Sản lượng, tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người trên thế giới sẽ tăng lên trong 3 thập kỷ tới, nhưng xu hướng tăng sẽ giảm dần theo thời gian.

- Sản lượng đánh bắt dự báo sẽ đình trệ trong khi sản lượng nuôi trồng thế giới dự báo tăng, mặc dù với một tỷ lệ thấp hơn trước đây.

- Tiêu thụ thủy sản tiếp tục tăng do dân số tăng, do kinh tế phát triển và do nhu cầu tiêu thụ thủy sản tăng cao nhưng ngày càng xuất hiện nhiều rào cản từ các thị trường tiêu thụ/nhập khẩu.

- Nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm thủy sản sạch, đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thủy sản tăng cao.

- Trên thế giới có sự phân cực tiêu thụ, sản phẩm đắt tiền cho thị trường giàu và rẻ tiền cho thị trường nghèo. Không có sản phẩm dư thừa.

- Ở các nước phát triển, các phương thức tiêu dùng sẽ phản ánh nhu cầu và nhập khẩu loại thủy sản có chi phí/giá trị cao.

- Ở các nước đang phát triển, các dòng thương mại sẽ phản ánh việc xuất khẩu các loại thủy sản có giá trị cao và nhập khẩu loại thủy sản có chi phí/giá trị thấp.

- Trên thị trường thế giới tình hình cạnh tranh gay gắt vì có rất nhiều nước chú trọng phát triển xuất khẩu thủy sản, đặc biệt là Trung Quốc.

- Do nền kinh tế biến động (bị ảnh hưởng của chiến tranh, dịch bệnh..) nên các thị trường không ổn định, có nhiều biến động về giá, có xu hướng ưa thích các sản phẩm rẻ tiền, ví dụ như tôm cỡ nhỏ tiêu thụ mạnh hơn tôm cỡ lớn, cá biển tiêu thụ nhiều hơn các loài cá nuôi đắt tiền.

- Do nhu cầu giảm cholesterol nên các mặt hàng cá thịt trắng được ưa chuộng, vì vậy nhu cầu tiêu thụ cá rô phi, cá tra... tăng.

Theo FAO, tổng nhu cầu về thủy sản và các sản phẩm thủy sản trên thế giới dự kiến sẽ đạt 183 triệu tấn vào năm 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân 2,1%/năm. Tiêu thụ thủy sản tính theo đầu người trên toàn cầu sẽ tăng bình quân 0,8% trong giai đoạn đến năm 2015, giảm so với mức 1,5% đã đạt

được trong 20 năm trước. Tiêu thụ cá và sản phẩm cá bình quân đầu người dự báo sẽ đạt 13,7 kg vào năm 2010 và 14,3 kg vào năm 2015, trong khi đó nhu cầu về shellfish (thuỷ sản có vỏ) và các sản phẩm nuôi khác sẽ đạt mức tương ứng 4,7 và 4,8 kg/người.

Bảng 1.18. Dự báo tiêu thụ thuỷ sản theo nhóm nước

Triệu tấn

	2005	2010	2015	% tăng bình quân	
				2010/2005	2015/2010
Thế giới	144,5	157,2	183,0	1,75	3,05
- Tiêu dùng cho thực phẩm	107,5	117,2	138,0	1,75	3,30
- Hao hụt và tiêu dùng khác	37	40	45,0	1,60	2,40
<i>Trong đó</i>					
- Các nước đang phát triển	74,5	82,4		2,05	4,05
- Các nước phát triển	33,0	34,8		1,40	1,88

Nguồn: FAO, Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015

Trong tổng lượng gia tăng nhu cầu thuỷ sản dùng làm thực phẩm (khoảng 40 triệu tấn), có 46% mức tăng là do dân số tăng, 54% còn lại là do kinh tế phát triển và các nhân tố khác. Các nước đang phát triển sẽ dẫn đầu về mức tăng nhu cầu tiêu thụ tính theo đầu người với mức tăng dự kiến là 1,3%, trong khi đó tại các nước phát triển mức tăng nhu cầu tiêu thụ tính theo đầu người bình quân mỗi năm giảm 0,2%.

Nhu cầu về bột cá và dầu cá dự kiến mỗi năm sẽ chỉ tăng khoảng 1,1%/năm trong giai đoạn đến 2010 và 0,5%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015. Trong khi đó nhu cầu về bột cá ở các nước đang phát triển sẽ tăng 2,6%/năm cho tới năm 2010 và 1,4%/năm sau thời gian này. Khối lượng cá cần thiết để đáp ứng nhu cầu sản xuất bột cá và dùng cho các mục đích phi thực phẩm khác sẽ đạt khoảng 45 triệu tấn vào năm 2015.

Tiêu thụ thuỷ sản của các nước đang phát triển tăng với nhịp độ cao hơn là do sự gia tăng nhanh hơn về dân số và thu nhập. Đối với các nước phát triển những yếu tố hạn chế nhịp độ tăng sản lượng chính là nhịp độ tăng dân số thấp hơn và mức tiêu thụ thuỷ sản bình quân đầu người đã ở mức cao.

Cùng với sự khác biệt về nhịp độ tăng tiêu thụ thuỷ sản theo nhóm nước phát triển và đang phát triển là sự thay đổi về cơ cấu tiêu thụ theo khu vực trong giai đoạn dự báo. Trong đó, khu vực Đông Bắc Á, ngoại trừ Nhật

Bản, các nước còn lại sẽ có nhịp độ tăng tiêu thụ thủy sản cao nhất (khoảng 30%/năm); tiếp đến là khu vực các nước ASEAN và các nước châu Á khác; các nước Tây Âu, Bắc Mỹ sẽ có nhịp độ tăng tiêu thụ thủy sản thấp nhất.

Do kết quả của việc cải cách hệ thống phân phối hàng thủy sản và do nhiều nguyên nhân khác, ở các nước sẽ có xu hướng tăng tiêu thụ sản phẩm thủy sản tại gia đình bên cạnh hệ thống dịch vụ ăn uống công cộng, các nhà hàng, khách sạn... Thị phần của kênh tiêu thụ gia đình sẽ tăng lên trong tổng tiêu thụ thủy sản của một khu vực thị trường.

Về thị hiếu, tiêu thụ thủy sản thế giới sẽ chuyển sang hướng tiêu dùng nhiều thủy sản tươi, sống, đặc biệt là các loại có giá trị cao: giáp xác, nhuyễn thể, cá ngừ, cá hồi... Tỷ trọng dầu cá, bột cá trong cơ cấu tiêu thụ vẫn ổn định, trong khi tỷ lệ tiêu thụ đồ hộp ngày càng giảm do nguy cơ bị nhiễm chất hoá học từ sản phẩm đồ hộp gia tăng. Đồng thời, nhu cầu về thực phẩm chế biến nhanh tăng, đòi hỏi thời gian chế biến tối thiểu và hương vị phải đặc sắc như thực phẩm chế biến tại gia. Yêu cầu về an toàn thực phẩm ngày càng gia tăng và phổ biến rộng rãi trên khắp thế giới.

- Triển vọng sản lượng thủy sản thế giới:

Theo dự báo của FAO, tổng sản lượng thủy sản của thế giới sẽ đạt mức 159 triệu tấn vào năm 2010 và 172 triệu tấn vào năm 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân 2,1%/năm trong giai đoạn đến 2010 và 1,6%/năm giai đoạn 2010 - 2015, chủ yếu nhờ tăng sản lượng thủy sản nuôi. Ước tính 73% sản lượng gia tăng sẽ là thủy sản nuôi. Thủy sản nuôi dự kiến sẽ chiếm 45% trong tổng sản lượng thủy sản toàn cầu vào năm 2015.

Bảng 1.19. Dự báo sản lượng thủy sản thế giới

	2005	2010	2015	Triệu tấn	
				% tăng bình quân	
				2010/2005	2015/2010
Tổng sản lượng	140,5	159,0	172,0	2,50	1,60
- Sản lượng đánh bắt	95,0	95,5	94,5	-	-
- Sản lượng nuôi trồng	45,5	63,5	77,5	6,95	4,10

Nguồn: FAO, Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015

Sản lượng thủy sản tại các nước đang phát triển dự kiến sẽ tăng 2,7% một năm trong giai đoạn dự báo, mức tăng này chỉ bằng một nửa so với mức

tăng đã đạt được trong hai thập kỷ vừa qua. Tại những nước này, thủy sản đánh bắt dự kiến chỉ tăng 1% một năm. Do vậy, phần lớn mức sản lượng tăng sẽ là từ phía thủy sản nuôi, với sản lượng dự kiến tăng 4,1% một năm. Sản lượng thủy sản đánh bắt ở các nước phát triển dự kiến có thể suy giảm trong giai đoạn dự báo.

So sánh cung cầu dự kiến cho thấy nhu cầu về thủy sản và các sản phẩm thủy sản sẽ cao hơn lượng cung tiềm năng. Tổng lượng thủy sản thiếu hụt sẽ là 9,4 triệu tấn vào năm 2010 và 10,9 triệu tấn vào năm 2015. Tình trạng thiếu hụt này sẽ không xảy ra nếu như có sự cân đối giữa một bên là giá thủy sản tăng, cùng với sự dịch chuyển về nhu cầu tiêu thụ các loại thủy sản khác nhau và một bên là sự dịch chuyển nhu cầu về nhu cầu sang các loại thực phẩm giàu protein thay thế khác.

1.2.4.2. Triển vọng buôn bán thủy sản thế giới

Theo dự báo của FAO, mậu dịch thủy sản thế giới đang tăng trưởng rất nhanh với 38% sản lượng thủy sản được giao dịch quốc tế. Kim ngạch xuất khẩu toàn cầu tăng 9,5% vào năm 2006, 7% năm 2007, lên đến con số kỷ lục 92 tỉ USD. Trung Quốc là nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, với kim ngạch xuất khẩu đạt 9,7 tỉ USD. Đồng thời nước này đang tăng cường nhập khẩu thủy sản, năm ngoái Trung Quốc đã chi 4,2 tỉ USD để nhập khẩu thủy sản cho mục đích tái xuất.

Các nước đang phát triển tiếp tục khẳng định vị trí của mình trong ngành thủy sản, chiếm 50% sản lượng thương mại thủy sản toàn cầu, chiếm 27% giá trị, tương đương 25 tỉ USD. Các nước phát triển chiếm 80% tổng nhập khẩu thủy sản toàn cầu.

Mức xuất khẩu ròng thủy sản và các sản phẩm thủy sản của các nước đang phát triển sẽ đạt 10,6 triệu tấn vào năm 2010, nhưng sẽ giảm xuống còn 10,3 triệu tấn vào năm 2015, chủ yếu là do nhu cầu nội địa gia tăng. Mỹ La tinh và Caribê sẽ tiếp tục là khu vực xuất siêu về thủy sản lớn nhất, và Châu Phi, khu vực nhập siêu về thủy sản truyền thống sẽ trở thành khu vực xuất siêu về thủy sản và các sản phẩm thủy sản vào năm 2010.

Châu Á vẫn là khu vực nhập siêu về thủy sản tuy mức nhập siêu sẽ giảm đi do Trung Quốc - vốn là nước nhập siêu thủy sản sẽ lại trở thành nước xuất siêu về thủy sản vào năm 2015, chủ yếu là do sản lượng nuôi tiếp tục mở rộng.

Các nước phát triển sẽ giảm lượng nhập siêu vào về thủy sản và các sản phẩm thủy sản xuống còn khoảng 10,6 triệu tấn vào năm 2010 và khoảng 10,3 triệu tấn vào năm 2015. Xét theo khu vực, Bắc Mỹ có thể sẽ tăng khối lượng nhập siêu từ 1,7 triệu tấn hiện nay lên 2,4 triệu tấn vào năm 2015. Tây Âu dự kiến sẽ giảm lượng nhập siêu từ mức 2,6 triệu tấn hiện nay xuống còn khoảng 0,2 triệu tấn vào năm 2015. Các nước phát triển khác, đáng chú ý là Nhật Bản, dự kiến sẽ duy trì khối lượng thủy sản nhập khẩu như hiện nay.

Nguồn cung thiếu hụt sẽ khiến mức giá thủy sản gia tăng trong những năm tới. Mức tăng giá thực tế này sẽ có tác động mạnh tới những người tiêu dùng có thu nhập thấp. Đồng thời, sự gia tăng giá thành sản xuất chế biến do tăng chi phí khai thác nguyên liệu và tăng giá lao động sẽ là những yếu tố tiếp tục duy trì xu hướng gia tăng về giá thủy sản. Tuy nhiên, xu hướng tăng giá thủy sản sẽ không lớn do thủy sản là nhóm hàng thực phẩm có khả năng thay thế lớn (giữa các loại thủy sản với nhau). Thêm vào đó, do tính cạnh tranh cao trên thị trường, các nhà cung cấp thủy sản vẫn sử dụng giá như vũ khí lợi hại để chiếm lĩnh thị trường, nên xu hướng tăng giá trên thị trường thế giới cũng bị hạn chế. Cần lưu ý rằng, cạnh tranh về giá chủ yếu phát huy tác dụng tại thị trường các nước đang phát triển, các thị trường mới, trong khi tại các nước phát triển, an toàn vệ sinh thực phẩm mới là yếu tố quyết định đến sức cạnh tranh của sản phẩm. Dự báo, giá các loại thủy sản sẽ tăng khoảng 3% vào năm 2010 và 3,2% vào năm 2015.

1.2.5. Gỗ và sản phẩm gỗ

- *Gỗ nguyên liệu*

Gỗ là mặt hàng nguyên liệu có quy mô buôn bán lớn thứ ba thế giới, sau dầu lửa và than đá. Trong những năm qua, nhu cầu về gỗ trên thế giới tăng nhanh do thương mại đồ nội thất trên thế giới và nhu cầu xây dựng tăng nhanh. Thương mại quốc tế của các sản phẩm lâm nghiệp (bao gồm cả bột giấy và giấy, gỗ nguyên liệu và các sản phẩm gỗ chế biến) tăng từ 60 tỷ USD năm 1985 lên 257 tỷ USD năm 2005. Năm nước sản xuất gỗ lớn nhất thế giới trong những năm qua là Braxin, Ấn Độ, Malaysia, Thái Lan.

Trong năm 2007, mặc dù xuất khẩu gỗ giảm so với năm 2006 song Canada vẫn giữ vị trí số 1 thế giới về xuất khẩu gỗ với tổng giá trị là 3,1 tỷ USD. Các nước xuất khẩu gỗ lớn khác là Đức (2,3 tỷ USD), Trung Quốc (2,1 tỷ USD), Nga (1,9 tỷ USD) và Mỹ (1,7 tỷ USD).

Mỹ vừa là quốc gia xuất khẩu đồ gỗ vừa là quốc gia nhập khẩu đồ gỗ lớn trên thế giới. Năm 2007, Mỹ là quốc gia có giá trị xuất khẩu gỗ lớn thứ 5 trên thế giới đồng thời là quốc gia có giá trị nhập khẩu gỗ lớn nhất thế giới (3,1 tỷ USD). Các nước nhập khẩu lớn bao gồm Nhật Bản (2,3 tỷ USD), Đức (2,1 tỷ USD), Trung Quốc (1,9 tỷ USD) và Anh (1,7 tỷ USD).

Năm 2008 là một năm khó khăn với các nhà sản xuất và kinh doanh gỗ xẻ trước tình trạng suy giảm của thị trường bất động sản và dự báo tình trạng suy giảm còn tiếp tục kéo dài trong năm 2009. Tuy nhiên, trong dài hạn, thị trường gỗ vẫn sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ cao. Theo dự báo của FAO, nhu cầu gỗ nguyên liệu sẽ tăng từ 1,6 tỷ m³ hiện nay lên 2,1 tỷ m³ vào năm 2015, được cung cấp chủ yếu từ nguồn rừng trồng tại khu vực nhiệt đới và các quốc gia nam bán cầu.

- Sản phẩm gỗ

Doanh thu thị trường đồ gỗ nội thất thế giới đạt khoảng 270 tỷ USD, trong đó nhóm các nước công nghiệp phát triển (Mỹ, Italia, Đức, Nhật Bản, Canada, Anh và Pháp) chiếm 55% tổng giá trị đồ nội thất của toàn thế giới. Các nước đang phát triển chiếm 45%, riêng Trung Quốc đã chiếm 14% thị phần đồ gỗ nội thất thế giới. Những nước sản xuất đồ gỗ nội thất lớn nhất thế giới là Mỹ, Trung Quốc, Italia, Đức, Nhật Bản và Canada.

Theo CSIL Milano's World Furniture Outlook 2006/2007, trong 10 năm qua, thương mại quốc tế về sản phẩm đồ gỗ nội thất đã đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn tốc độ sản xuất nhờ những nỗ lực mở cửa thị trường đồ gỗ nội thất. Tổng kim ngạch thương mại đồ gỗ nội thất thế giới hiện vào khoảng 85 tỷ USD. Thương mại đồ gỗ nội thất diễn ra chủ yếu ở 60 quốc gia, trong đó những nước nhập khẩu đồ gỗ nội thất chủ yếu trên thế giới là Mỹ, Đức, Anh, Pháp và Nhật Bản. Mỹ là nước nhập khẩu đồ gỗ nội thất lớn nhất thế giới, chiếm 25 % tổng kim ngạch nhập khẩu đồ nội thất trên thế giới. Nước xuất khẩu đồ gỗ nội thất lớn nhất thế giới là Trung Quốc, chiếm gần 10% tổng kim ngạch xuất khẩu thế giới. Tiếp theo là Italia, Đức, Ba Lan và Canada.

Một tỷ lệ đáng kể thương mại đồ gỗ quốc tế được thực hiện trong phạm vi khu vực: Khu vực EU+Na Uy và Thụy Sĩ, với khoảng 64% ngoại thương đồ gỗ được trao đổi giữa các quốc gia trong khu vực; Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ, với hơn 36% ngoại thương đồ gỗ được giao dịch nội khu vực; Khu vực châu Á - Thái Bình Dương với 1/3 ngoại thương đồ gỗ được giao dịch nội khu vực. Nhìn chung, giao dịch nội khu vực chiếm tới trên 50% tổng giá trị

giao dịch đồ gỗ thế giới. Cơ cấu thị trường gỗ thế giới đã có sự thay đổi đáng kể trong những năm gần đây với sự nổi lên của các nhà xuất khẩu sản phẩm gỗ mới như Nga, Braxin và gần đây là Việt Nam. Braxin chủ yếu xuất khẩu gỗ nguyên liệu, đồ gỗ nội thất và bột giấy trong khi Nga chủ yếu xuất khẩu gỗ súc, gỗ xẻ và panel. Việt Nam - nước xuất khẩu chủ yếu là đồ gỗ nội thất, đã thành công trong việc đưa kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ tăng lên gấp 5 lần trong giai đoạn 2000 - 2005. Trong khi đó, thị phần của những nước xuất khẩu truyền thống như Canada và Phần Lan đã giảm từ 23% (tổng thị phần của 2 nước trên thị trường thế giới) xuống 18% trong 10 năm qua.

Theo Ủy ban tư vấn về giấy và gỗ quốc tế (Advisory Committee on Paper and Wood Products - ACPWP), Braxin, Trung Quốc và Nga sẽ trở thành những nước đứng đầu về xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ thế giới. Vị trí của Ấn Độ và Việt Nam trên thị trường sản phẩm gỗ thế giới cũng sẽ tăng lên đáng kể trong thập kỷ tới trong khi các nước châu Phi sẽ trở thành những nhà cung cấp gỗ nguyên liệu chủ yếu.

Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu chuyển dần từ các sản phẩm thô sang các sản phẩm có hàm lượng chế biến và giá trị gia tăng cao như đồ nội thất, đồ gia dụng, ván sàn. Yêu cầu về chất lượng đối với các sản phẩm gỗ có xuất xứ từ các khu rừng được quản lý bền vững thông qua hệ thống các chứng chỉ rừng ngày càng tăng.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới, sản xuất đồ gỗ sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 20%/năm trong thập kỷ tới. Nhu cầu gỗ nguyên liệu tiếp tục tăng mạnh trong khi triển vọng nguồn cung cấp còn chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố hạn chế như khả năng mở rộng diện tích rừng trồng, nguy cơ khai thác quá mức làm cạn kiệt tài nguyên rừng thiên nhiên, chính sách hạn chế xuất khẩu gỗ nguyên liệu của các nước xuất khẩu...là những yếu tố có thể đẩy giá gỗ nguyên liệu tăng lên về dài hạn.

Bảng 1.20. Xu hướng giá gỗ nguyên liệu trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Gỗ súc, Cameroon, USD/m ³	693,5	708,7	703,8	662,5	703,2
Gỗ súc, Malaysia, USD/m ³	230,5	229,5	231,9	224,8	235,9
Gỗ xẻ, Malaysia, USD/m ³	328,0	410,7	399,9	354,9	368,9

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.6. Mặt hàng dệt may

Theo USDA, mức tiêu thụ bông và sợi nhân tạo của ngành dệt thế giới sẽ đạt mức tăng tương ứng 17% và 16% trong giai đoạn 2006/07 - 2015/16. Sản lượng bông gia tăng trong những năm tới để đáp ứng nhu cầu của ngành dệt sẽ chủ yếu trông đợi vào việc gia tăng năng suất trong khi khả năng tăng diện tích trồng bông khá hạn chế ở hầu hết các khu vực. Dự báo năng suất bông bình quân toàn cầu sẽ tăng khoảng 10,6% từ nay tới năm 2015 trong khi diện tích trồng bông chỉ tăng 3,8%.

Bảng 1.21. Dự báo cung cầu sợi trên thị trường thế giới

	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010	2010 /2011	2015/ 2016	Tăng bq (%/năm)	
							10/11- 06/07	15/16- 10/11
Bông (1000 kiện)								
Cung nội địa	161.334,7	162.300,8	164.783,8	167.707,7	169.889,2	182.941,0	1,55	1,50
Sản xuất	110804,3	113.107,1	115.615,0	118.133,3	119.893,6	130.347,1	1,60	1,70
Dự trữ đầu vụ	50.530,4	49.193,7	49.168,7	49.574,5	49.995,6	52.593,9	-	1,40
Cầu nội địa	161.809,5	162.415,9	164.735,3	167.663,8	169.854,3	183.026,7	1,55	1,50
Tiêu thụ	112.677,9	113.358,2	115.325,3	117.909,3	119.763,9	130.535,8	1,40	1,70
Dự trữ cuối vụ	49.193,7	49.168,7	49.574,5	49.995,6	50.363,8	52.887,5	1,15	1,40
Thương mại	38.649,9	38.683,9	39.618,9	41.325,6	42.490,1	47.972,4	1,90	2,45
Dự trữ / tiêu thụ	0,43	0,43	0,43	0,42	0,42	0,40	-	-
Sợi nhân tạo (triệu pound)								
Cung nội địa	77.450,7	79.627,8	81.852,9	83.747,5	84.328,2	94.807,1	1,70	2,35
Công suất SX	97.890,1	98.277,3	99.301,0	100.822,2	101.026,9	114.526,8	1,20	2,50
Hệ số sử dụng	0,79	0,81	0,82	0,83	0,83	0,83	1,40	0
Cầu nội địa	86.330,4	88.418,2	90.609,8	92.447,6	92.958,9	103.271,6	1,50	2,10
Giá								
Bông, Chỉ số A	91,09	63,98	65,63	66,11	67,21	71,02	-	1,40
Polyester Mỹ	91,87	62,39	63,77	65,77	65,80	71,76	-	1,75

Nguồn: USDA, Cotton: World Markets and Trade, 2008.

Nhu cầu tăng mạnh trong khi nguồn tăng cung hạn chế sẽ làm giá bông tăng từ mức 51,87 Uscent/pound của vụ 2004/05 lên 71 Uscent/pound vào niên vụ 2015/16.

Trung Quốc vẫn tiếp tục là nước nhập khẩu ròng bông do sản xuất nội địa không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ của ngành dệt. Dự báo nhu cầu tiêu thụ bông của ngành dệt Trung Quốc sẽ tăng lên khoảng 13 triệu kiện từ nay tới năm 2016 trong khi sản lượng chỉ tăng 4,7 triệu kiện, từ 27,16 kiện niên vụ 2004/05 lên 31,82 kiện niên vụ 2015/16.

Mức tiêu thụ bông của ngành dệt Ấn Độ dự kiến cũng tăng khoảng 3 triệu kiện từ nay tới năm 2016, chủ yếu được cung cấp từ nguồn bông xơ dài nhập khẩu từ Ai Cập và Mỹ. Mức tiêu thụ bông của ngành dệt Pakixtan dự kiến cũng tăng khoảng 3 triệu kiện từ nay tới năm 2016, trong khi sản lượng sẽ chỉ tăng dưới 2 triệu kiện. Vì vậy, nhập khẩu bông của Pakixtan dự báo sẽ tăng gấp đôi trong những năm tới, từ 1,6 triệu kiện lên 3,2 triệu kiện. Mức tiêu thụ bông của ngành dệt Thổ Nhĩ Kỳ dự kiến cũng tăng lên 1 triệu kiện từ nay tới năm 2016, chủ yếu được đáp ứng từ nguồn nhập khẩu.

Dự báo đến năm 2015, tỷ trọng của Trung Quốc trong tổng tiêu thụ bông cho ngành dệt sẽ tăng từ 37% hiện nay lên 42% trong khi thị phần của Ấn Độ, Pakixtan và Thổ Nhĩ Kỳ đạt mức tương ứng 15%, 11% và 6%.

Với xu hướng tiêu thụ tăng mạnh, thương mại bông quốc tế ngày càng trở nên quan trọng trên thị trường thế giới. Không chỉ tự do hoá thương mại sản phẩm dệt may giúp tăng nhu cầu bông trên thế giới thông qua hiệu quả tăng trưởng, mà cả những xu hướng dịch chuyển về sử dụng bông của các nhà máy dệt về mặt địa lý cũng làm tăng vai trò của thương mại bông trong việc đáp ứng nhu cầu bông của ngành dệt may thế giới, trong đó phải kể đến nhu cầu của ngành dệt Trung Quốc, và ở mức độ thấp hơn, của Pakixtan đã phát triển nhanh hơn đáng kể so với năng lực sản xuất bông của hai nước này.

Ngành dệt may ở Trung Quốc, Ấn Độ và Pakixtan được hưởng lợi lớn từ tự do hoá thương mại sản phẩm dệt may thông qua việc bãi bỏ hạn ngạch MFA (Multifiber Arrangement). Trung Quốc sẽ nhập khẩu bông với khối lượng lớn do ngành dệt may phát triển nhanh chóng nhưng dự báo cả ngành dệt may lẫn nhập khẩu bông của Trung Quốc sẽ phát triển chậm hơn trong những năm tới so với sự phát triển nhanh chóng trong giai đoạn 2001-2007. Tuy nhiên, trong thập niên tới, mức gia tăng nhập khẩu bông ở Trung

Quốc dự báo sẽ lớn hơn mức suy giảm nhập khẩu bông ở các nước khác, và Trung Quốc sẽ chiếm 47% tổng nhập khẩu bông thế giới vào năm 2016.

Bảng 1.22. Dự báo thương mại bông thế giới

Triệu kiện

	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010	2010 /2011	2015/ 2016	Tăng bq (%/năm)	
							10/11- 06/07	15/16- 10/11
Tổng nhập khẩu	42,0	46,0	45,7	46,4	46,9	51,4	2,20	1,85
EU-25 (1)	2,1	1,8	1,7	1,6	1,6	1,4	-	-
CISs (2)	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	-	-
Indônêxia	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,3	-	1,85
Thái Lan	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,2	1,50	1,90
Châu Á và Đại dương khác	5,1	5,1	5,1	5,5	5,5	6,7	1,30	4,00
Pakixtan	2,3	2,7	2,4	2,4	2,4	3,7	-	9,05
Hàn Quốc	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	5,30	-
Trung Quốc	17,5	21,3	21,4	22,1	22,7	24,2	-	1,40
Đài Loan	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,25	-
Thổ Nhĩ Kỳ	2,6	2,8	2,7	2,7	2,7	3,0	-	2,10
Mêhicô	1,4	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2	-	-
Các nước khác	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,3	-	-
Tổng xuất khẩu	42,0	46,0	45,7	46,4	46,9	51,4	2,20	1,85
CISs (2)	6,8	7,2	6,9	6,8	6,8	7,1	-	1,30
Australia	2,4	2,3	2,5	2,8	3,0	3,6	4,55	3,70
Ấn Độ	4,2	5,0	4,6	4,5	4,6	3,4	1,80	-
Braxin	1,4	2,3	3,0	3,2	3,3	4,3	18,70	5,45
Mỹ Latinh khác	0,7	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	-	5,90
Cận Xahara	6,3	6,8	6,8	6,9	6,9	8,5	1,80	4,25
Các nước khác	3,0	3,3	3,1	3,2	3,2	3,6	1,45	2,35
Mỹ	16,2	17,6	17,2	17,4	17,5	19,0	1,55	1,65

(1) Không tính mật dịch nội khối (2) SNG-12, tính cả mật dịch nội khối

Nguồn: USDA, Cotton: World Markets and Trade, 2008.

Trong những năm gần đây, Pakixtan đã nổi lên trở thành nước nhập khẩu bông lớn và dự báo sẽ duy trì vai trò này trong suốt thời kỳ dự báo, trở thành thị trường nhập khẩu bông lớn thứ hai thế giới, vượt Thổ Nhĩ Kỳ. Ngành dệt may Thổ Nhĩ Kỳ vẫn được hưởng lợi từ tiếp cận thương mại

thuận lợi với EU, thị trường chủ yếu về xuất khẩu sản phẩm dệt may. Tuy nhiên, việc bãi bỏ hạn ngạch MFA giúp các đối thủ cạnh có chi phí thấp hơn có điều kiện thuận lợi hơn trong tiếp cận thị trường EU. Vì vậy, ngành dệt may cũng như nhập khẩu bông vào Thổ Nhĩ Kỳ dự báo sẽ giảm chậm trong 10 năm tới.

Mỹ sẽ tiếp tục là nước xuất khẩu bông hàng đầu thế giới trong suốt cả thời kỳ dự báo (2007-2016). Xuất khẩu sẽ giảm xuống 14,5 triệu kiện trong năm 2007/08 song sẽ tăng lên 17,2 triệu kiện năm 2008/09 và 19,2 triệu kiện vào năm 2016/17 trong khi các nước Trung Á - đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Mỹ trong xuất khẩu bông - sẽ hưởng tới chính sách tăng sản xuất/xuất khẩu sản phẩm dệt may chứ không phải bông nguyên liệu.

Kinh tế thế giới, đặc biệt là Mỹ, suy yếu đang ảnh hưởng tới xuất khẩu hàng dệt may của các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các nước châu Á. Hiện tại, các nước cung cấp chính đang phụ thuộc nặng nề vào thị trường may mặc Mỹ và EU. Xu hướng hiện nay cho thấy, các nước Nam Á và Đông Nam Á đã nổi lên thành nguồn cung quan trọng đối với các khách hàng Mỹ và EU. Tuy nhiên, từ 2-2009, hàng dệt may vào Mỹ sẽ khó khăn hơn do phải tuân thủ luật mới về an toàn sản phẩm nhập khẩu vào Mỹ ban hành ngày 14-8-2008.

Theo Textile Intelligence Lmt., thị trường hàng dệt may thế giới sẽ tăng bình quân 13%/năm trong giai đoạn 2006 - 2010, chủ yếu là nhờ sản xuất và nhu cầu gia tăng tại các nước châu Á trong khi nhập khẩu có xu hướng tăng mạnh tại Tây Âu, Hoa Kỳ, Nhật Bản và các nước công nghiệp mới như Hàn Quốc và Đài Loan sẽ ảnh hưởng đến sản lượng nội địa của các khu vực này.

Cơ cấu thị trường có những thay đổi đáng kể từ sau khi Hiệp định dệt may (ATC) hết hiệu lực từ năm 2005 sẽ tạo điều kiện cho các nước đang phát triển tăng cường xuất khẩu hàng dệt may, đặc biệt là những nước có lợi thế cạnh tranh như Trung Quốc. Sự gia nhập vào EU của các nước Đông Âu cũng tạo điều kiện cho các nước này tăng cường xuất khẩu hàng dệt may sang các nước trong khu vực. Tuy nhiên, theo các chuyên gia ngành dệt may, trong 10 năm tới, Trung Quốc vẫn là quốc gia dẫn đầu về sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may trên thị trường thế giới.

Theo Textile Intelligence Lmt, đến năm 2015, thương mại hàng dệt may thế giới có thể tăng gấp đôi so với 2005. Sự phát triển nhanh chóng của thị trường dệt may nội địa Trung Quốc và Ấn Độ sẽ có ảnh hưởng lớn tới thị

trường dệt may thế giới. Tuy nhiên, thương mại hàng dệt may thế giới vẫn mở ra nhiều cơ hội cho các nhà cung cấp hàng dệt may lớn cho thị trường Mỹ và EU, trong đó phải kể đến vai trò ngày càng tăng của Bangladesh, Campuchia, Việt Nam cũng như Turkmenistan và Uzbekistan.

1.2.7. Mặt hàng giày dép

Theo Hiệp hội giày dép châu Âu⁴, Trung Quốc hiện là nước có tổng tiêu thụ giày dép lớn nhất thế giới, khoảng 2,8 tỷ đôi/năm, chủ yếu do dân số cao. Tuy nhiên, tiêu thụ giày dép bình quân đầu người của Trung Quốc mới đạt 1,7 đôi/người/năm trong khi mức tiêu thụ giày dép bình quân đầu người của Mỹ, Nhật Bản và EU đạt tương ứng 6,7 đôi/người/năm, 4,6 đôi/người/năm và 4,4 đôi/người/năm. Châu Á chỉ chiếm khoảng 45% tổng lượng tiêu thụ giày dép, châu Mỹ 25% và châu Âu chiếm khoảng 20% tổng lượng tiêu thụ giày dép toàn cầu. Tiêu thụ giày dép thế giới đã tăng từ 12 tỷ đôi năm 2000 lên 14,4 tỷ đôi năm 2008.

Bảng 1.23. Dự báo tiêu thụ giày dép thế giới

	2000	2004	2008	2010	2015	% tăng bình quân	
						2008-10	2010-15
Tổng lượng tiêu thụ giày dép (triệu đôi)							
<i>Thế giới</i>	<i>12.049</i>	<i>13.307</i>	<i>14.424</i>	<i>15.799</i>	<i>17.668</i>	<i>3,10</i>	<i>3,80</i>
Châu Á	5.222	5.840	6.528	7.698	9.128	5,65	3,45
Châu Mỹ	3.274	3.433	3.611	3.750	3.915	1,40	1,35
Châu Âu	2.396	2.717	2.886	2.919	3.010	1,20	1,25
Các khu vực khác	1.187	1.317	1.399	1.432	1.615	1,25	2,40
Tiêu thụ bình quân đầu người (đôi/người/năm)							
<i>Thế giới</i>	<i>2,0</i>	<i>2,1</i>	<i>2,2</i>	<i>2,3</i>	<i>2,5</i>	<i>1,50</i>	<i>1,65</i>
Châu Á	1,5	1,6	1,7	2,1	2,6	7,30	4,35
Châu Mỹ	3,9	4,0	4,1	4,1	4,2	-	1,15
Châu Âu	3,3	3,7	4,0	4,1	4,1	1,20	-
Các khu vực khác	1,1	1,1	1,1	1,2	1,3	2,90	1,60

Nguồn: UNIDO, The Global Footwear Industry

Tổng sản lượng giày dép thế giới hiện vào khoảng 17 tỷ đôi, trị giá 160 tỷ USD, trong đó các nước châu Á chiếm tới 80% tổng sản lượng giày dép thế

⁴ CEC, *Footwear development of the world, 2008*

giới. Trung Quốc là nước sản xuất giày dép thế giới, chiếm khoảng 60% tổng sản lượng, vượt xa Ấn Độ, nước đứng thứ hai về sản xuất giày dép - 6%. Tiếp theo là Braxin - 4%, Indonesia - 3,5%, Italia - 2,6% và Việt Nam - 2,5%.

Sản lượng giày dép thế giới dự báo sẽ đạt 21,5 tỷ đôi vào năm 2010 và khoảng 24,5 tỷ đôi vào năm 2015. Cùng với xu hướng chuyển dịch sản xuất sang châu Á, dự báo các nước châu Á sẽ tiếp tục chi phối thị trường giày dép thế giới trong những năm tới, cung cấp trên 80% tổng lượng giày dép giao dịch trên thị trường toàn cầu.

Dự báo trong những năm tới, Trung Quốc và các nước châu Á vẫn tiếp tục là những nước xuất khẩu giày dép lớn nhưng các nước xuất khẩu mới nổi ở Mỹ Latinh như Peru, Mêhicô, Colômbia và Achentina sẽ chiếm vị trí quan trọng hơn trên thị trường giày dép thế giới trong khi EU cũng như Hoa Kỳ sẽ trở thành các nước nhập khẩu ròng chủ yếu. Trong khi sản xuất giày dép giảm mạnh ở Mỹ và các nước châu Âu, Thổ Nhĩ Kỳ dự báo sẽ trở trung tâm tái xuất khẩu sang các nước châu Âu các loại giày dép có xuất xứ từ Trung Quốc.

Tại Trung Quốc, nước sản xuất da giày lớn nhất thế giới và chiếm hơn một nửa tổng mậu dịch da giày toàn cầu, ngành da giày đã có những bước phát triển vượt bậc trong thời gian gần đây. Hiện tại, các nhãn hiệu nổi tiếng thế giới như Adidas, Nike, Luis Vuiton ... đều có nhà máy sản xuất tại Trung Quốc. Các sản phẩm da giày của Trung Quốc được sử dụng rộng rãi trên khắp thế giới, đặc biệt là loại có giá vừa và rẻ.

Ấn Độ - một trong 15 nước có sản lượng da lớn nhất thế giới, và là nhà sản xuất và xuất khẩu giày dép lớn thứ hai thế giới chỉ sau Trung Quốc - cũng đang đẩy mạnh hoạt động đầu tư trong lĩnh vực da giày tại nhiều nước trên thế giới trong đó có Etiopia và Ai Cập. Theo Liên hiệp Công nghiệp Ấn Độ (CII) đã tổ chức đi khảo sát hai thị trường này và nhận thấy đây là những thị trường hứa hẹn nhiều tiềm năng do nguyên liệu dồi dào và chi phí nhân công thấp. Trong khi đó, ngành da giày Ấn Độ phát triển mạnh và đang thiếu trầm trọng nguồn nguyên liệu thô.

Pakistan, nơi được coi là có nhiều triển vọng trong lĩnh vực da thuộc, cũng đang trở nên hấp dẫn các nhà đầu tư nhờ chi phí lao động thấp, nguồn nguyên liệu dồi dào và có truyền thống về chất lượng sản phẩm. Ngành da thuộc nước này đang kêu gọi Chính phủ có các biện pháp nhằm hỗ trợ cả về

công nghệ lẫn tài chính để sản phẩm của họ có thể cạnh tranh tốt hơn với các đối thủ đến từ Trung Quốc, Ấn Độ, Bangladesh và Italia.

Trong thời gian qua, Serbia đang nổi lên trong ngành công nghiệp thời trang thế giới với ngành da giày có truyền thống lâu dài về chất lượng sản phẩm và khả năng cung cấp sản phẩm theo yêu cầu của nhiều thị trường, kể cả những đơn hàng nhỏ với quá trình vận chuyển nhanh chóng. Người ta cho rằng, sự kết hợp của Serbia với thị trường thế giới cho phép những mẫu thời trang da giày mới nhất được nhanh chóng tung ra thị trường.

1.2.8. Mặt hàng điện tử và linh kiện

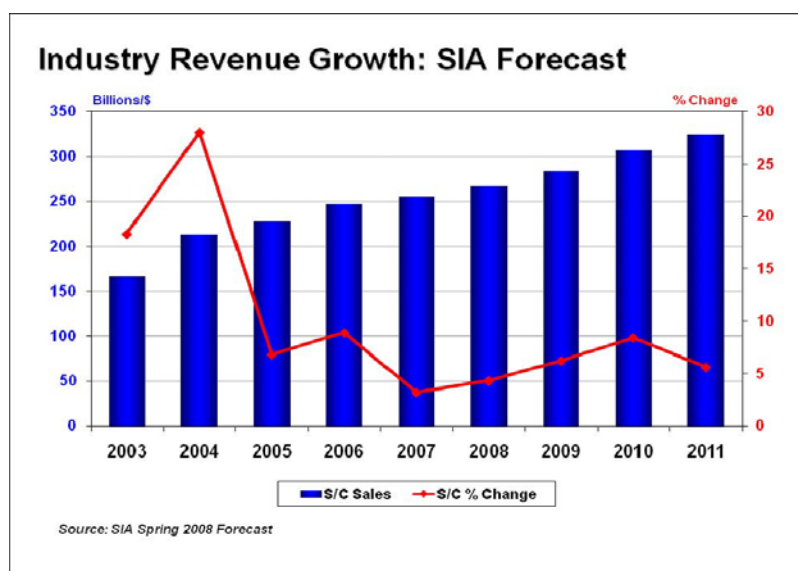
Theo Trung tâm thống kê thương mại bán dẫn toàn cầu (WSTS), doanh thu bán dẫn thế giới năm 2007 đạt 257,2 tỷ USD và dự báo sẽ tăng 9,1% trong năm 2008, lên 280,6 tỷ USD. Trong đó, doanh thu các thiết bị rời ước tính tăng 8,4%, từ 16,8 tỷ USD năm 2007 lên 18,2 tỷ USD trong năm 2008; doanh thu thiết bị quang điện tăng 10,4%, từ 15,9 tỷ USD lên 17,5 tỷ USD; doanh thu thiết bị analog tăng 12%, từ 36,6 tỷ USD lên 41,0 tỷ USD; doanh thu MOS logic tăng 10,2%, từ 66,7 tỷ USD lên 73,5 tỷ USD; doanh thu thiết bị vi xử lý tăng 10,6%, từ 56,2 tỷ USD lên 62,2 tỷ USD; doanh thu bộ nhớ tăng 4,6%, từ 59,8 tỷ USD lên 62,6 tỷ USD.

Theo dự đoán mới nhất của Hiệp hội bán dẫn thế giới (SIA), doanh thu bán dẫn của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương sẽ đạt 160 tỷ USD trong năm 2008, tăng 6,4% so với năm 2007, trong khi mức tăng doanh thu của thị trường bán dẫn thế giới sẽ chỉ đạt 4,6%. Theo SIA, doanh thu các sản phẩm bán dẫn thế giới sẽ đạt tốc độ tăng 8,2% trong năm 2009, 8,4% năm 2010, 2,5% năm 2011 và 7,2% năm 2012. Doanh thu từ thị trường máy tính và điện thoại di động, khu vực chiếm tới 40% và 20% doanh thu sản phẩm bán dẫn, tiếp tục tăng trưởng ở mức 2 con số, bất chấp những khó khăn của nền kinh tế thế giới trong năm 2008.

Theo SIA, khu vực Châu Á - Thái Bình Dương sẽ tiếp tục gia tăng thị phần trên thị trường bán dẫn thế giới. Đến năm 2012, doanh thu của ngành công nghiệp bán dẫn Châu Á - Thái Bình Dương dự báo sẽ đạt 203 tỷ USD, chiếm 58,3% thị phần bán dẫn thế giới. Tốc độ tăng trưởng cao của Trung Quốc, Ấn Độ và các thị trường mới nổi lên như Việt Nam và Thái Lan sẽ đóng góp quan trọng cho sự phát triển của khu vực. Về lâu dài, Châu Á - Thái Bình Dương sẽ tiếp tục thu hút đầu tư nước ngoài, với chi phí sản xuất thấp và nhu cầu cao của thị trường trong nước.

Ngành công nghiệp điện tử của Trung Quốc sẽ tiếp tục tạo động lực tăng trưởng trong khu vực cũng như các thị trường bán dẫn toàn cầu. Thị phần của Trung Quốc trong tổng doanh thu bán dẫn toàn cầu dự báo sẽ tăng từ 32,7% năm 2007 lên 36% vào năm 2012. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng thị trường bán dẫn Trung Quốc/Hồng Kông dự báo sẽ thấp hơn các thị trường mới nổi như Ấn Độ và Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2012. Tốc độ tăng trưởng bình quân của thị trường bán dẫn Trung Quốc/ Hồng Kông trong giai đoạn 2007 - 2012 dự đoán sẽ chỉ đạt 7,1%/năm so với tốc độ tăng 19,1%/năm của Ấn Độ và tốc độ tăng 18,7%/năm của khu vực. Doanh thu của thị trường bán dẫn Việt Nam dự báo sẽ tăng từ 1 tỷ USD năm 2007 lên 6,6 tỷ USD vào năm 2012 với tốc độ tăng trưởng bình quân 46,8%/năm, chủ yếu nhờ xu hướng tăng đầu tư của các công ty đa quốc gia vào Việt Nam để tận dụng các lợi thế về chi phí sản xuất thấp.

Sơ đồ 1.2. Dự báo triển vọng thị trường bán dẫn thế giới



Dự báo tổng doanh thu các sản phẩm bán dẫn toàn cầu sẽ đạt 375 USD vào năm 2015. Tốc độ tăng trưởng cao nhất thuộc về nhóm các sản phẩm bán dẫn sử dụng trong các hệ thống giải trí, với doanh thu dự báo sẽ tăng từ 4 tỷ USD năm 2007 lên 7,5 tỷ USD trong năm 2015.

Theo Hiệp hội Điện tử Gia dụng (CAE), thị trường đồ điện tử gia dụng (ĐTGD) thế giới tiếp tục tăng trưởng mạnh, bất chấp sự suy thoái của kinh tế toàn cầu. Doanh số tiêu thụ của máy tính cá nhân và điện thoại di động tiếp tục tăng vững với mức tăng trưởng bình quân 8 - 10%/năm, đạt khoảng 700 tỷ USD vào năm 2009, trong đó sản phẩm chuyên dùng tăng trưởng mạnh hơn

(9-10%) trong khi sản phẩm điện tử tiêu dùng chậm hơn, chỉ khoảng 5%. Các sản phẩm được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh, bao gồm các thiết bị kỹ thuật số (tăng 15 - 18%), thiết bị viễn thông, đặc biệt là điện thoại di động sẽ tăng trưởng rất mạnh, từ 12 đến 15%, máy vi tính nhất là máy tính xách tay sẽ có mức tăng trưởng cao, 10 - 12%.

Những nước có nền kinh tế đang tăng trưởng cao và có số lượng người thuộc tầng lớp trung lưu tăng nhanh, như Brazil, Nga, Ấn Độ và Trung Quốc sẽ dẫn đầu về mức tăng doanh số hàng ĐTGD. Tuy nhiên, doanh thu của ngành điện tử gia dụng tại Mỹ sẽ giảm 10-12% trong năm 2008 do người tiêu dùng đang có xu hướng giảm mua sắm trong khi thị trường nhà đất sụt giảm mạnh. Dự báo đến 2009, Trung Quốc sẽ chiếm gần 15% tổng doanh thu hàng ĐTGD toàn cầu, chỉ sau Bắc Mỹ (22%) và Tây Âu (16%).

Sự ưa chuộng các sản phẩm ĐTGD di động đã đưa nhóm hàng này lên vị trí cao nhất trên thị trường hàng ĐTGD cả về số lượng và trị giá bán ra. Dự báo tiêu thụ các sản phẩm di động sẽ đạt 1,5 tỷ chiếc trong năm 2008. Đứng đầu trong danh mục các sản phẩm di động là Thiết bị định vị vệ tinh (GPS), với mức tăng doanh thu năm 2008 dự kiến tăng gần 20%. Tiêu thụ máy tính xách tay cũng sẽ tăng mạnh, thêm khoảng 15%, trong khi tiêu thụ điện thoại di động/điện thoại thông minh sẽ tăng 14%.

Doanh thu từ lĩnh vực ti vi màn hình tinh thể lỏng (TV LCD) toàn cầu sẽ tăng khoảng 28% trong năm 2008. Tiêu thụ ti vi màn hình phẳng (LCD và Plasma) sẽ chiếm gần 20% tiêu thụ hàng ĐTGD trên toàn cầu trong năm 2008. Dự báo đến năm 2011, Trung Quốc sẽ vượt Mỹ để trở thành nước tiêu thụ màn hình phẳng lớn nhất thế giới. Trung Quốc sẽ chiếm 22% trong tổng số màn hình phẳng tiêu thụ trên toàn cầu trong khi thị trường Mỹ chỉ chiếm 18%. Tiếp theo là thị trường châu Á-Thái Bình Dương (không kể Trung Quốc) 15,6% và châu Mỹ Latinh 12,2%. Năm 2011, thị trường châu Âu, Trung Đông và châu Phi (EMEA) sẽ là thị trường tiềm năng nhất của các nhà sản xuất màn hình phẳng LCD, với hơn 30% sản lượng sẽ được tiêu thụ tại khu vực này.

CHƯƠNG 2

DỰ BÁO KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015

2.1. MỘT SỐ CƠ SỞ ĐỂ XÂY DỰNG DỰ BÁO

Trước các biến động khó lường về diễn biến của khủng hoảng tài chính toàn cầu, các dự báo về phát triển kinh tế và thương mại thế giới trong năm 2008 do các Tổ chức quốc tế có uy tín đưa ra cũng phải thường xuyên điều chỉnh. Do đó, việc đưa ra các dự báo trung hạn là hết sức khó khăn, mức độ chính xác không cao và cũng sẽ phải có các điều chỉnh.

Trong khuôn khổ của một đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và để cung cấp các luận cứ khoa học cho việc xây dựng các kế hoạch trung hạn về phát triển sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng có liên quan, vấn đề quan trọng là phải phát hiện và dự báo được các xu hướng phát triển của thị trường thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Với nhiệm vụ được đặt ra như vậy, đề tài đã căn cứ vào một số cơ sở sau đây để xây dựng dự báo:

Thứ nhất là các dự báo về phát triển kinh tế thế giới và thương mại thế giới của các tổ chức và cơ quan dự báo quốc tế có uy tín để làm cơ sở cho việc dự báo về triển vọng thị trường thế giới. Hiện nay chưa thể dự báo một cách chính xác mức độ và hệ lụy của suy thoái kinh tế thế giới 2008 so với khủng hoảng kinh tế Đông Á 1997, nhưng chắc chắn rằng mức độ nghiêm trọng hơn, thời gian kéo dài hơn và quy mô rộng lớn hơn. Khủng hoảng tài chính toàn cầu sẽ tác động đến tất cả các nước, trên nhiều lĩnh vực và có khả năng kéo dài đến hết năm 2010. Đối với Việt Nam, do độ mở của nền kinh tế khá lớn, vốn nước ngoài chiếm trên 30% vốn đầu tư xã hội nên cuộc khủng hoảng này sẽ tác động trực tiếp đối với xuất khẩu, nhập khẩu và đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Xuất khẩu sẽ chịu tác động kép do đơn đặt hàng sẽ ít đi vì tiêu dùng giảm khiến nhu cầu nhập khẩu hàng hoá của Mỹ và của thế giới sẽ không tăng; hàng nguyên liệu thô như dầu thô, gạo, cà phê,... sẽ giảm giá. Bên cạnh đó, xuất khẩu của Việt Nam đối với hàng chế biến sâu và công nghệ cao như hàng điện tử còn phụ thuộc vào doanh nghiệp FDI, nhưng các doanh nghiệp này sẽ gặp khó khăn về thị trường và vốn.

Thứ hai là thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng trong thời gian qua để làm cơ sở ngoại suy triển vọng xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. (Các số liệu phân tích và nhận định về thực trạng xuất khẩu các mặt hàng

được trình bày cụ thể tại Mục 2.2 của đề tài này). Những số liệu và tư liệu về thực trạng xuất khẩu được sử dụng làm *một trong những căn cứ* để ngoại suy xu hướng phát triển khả năng xuất khẩu.

Thứ ba là căn cứ vào mục tiêu phát triển xuất khẩu trong các chiến lược, quy hoạch phát triển của các ngành hàng đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020 đã được các Bộ quản lý ngành phê duyệt. Chẳng hạn như Chiến lược phát triển ngành hàng cà phê, thủy sản, dệt may, điện tử tin học... (những thông tin cụ thể về các mục tiêu xuất khẩu của các ngành sản xuất được trình bày trong từng dự báo mặt hàng ở mục sau trong đề tài). Những thông tin về các mục tiêu chiến lược được xem xét là *một trong những căn cứ quan trọng* để xây dựng dự báo).

Thứ tư là các phân tích và dự báo của các chuyên gia kinh tế đăng tải trên các Tạp chí chuyên ngành về triển vọng phát triển kinh tế của Việt Nam, về hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Đặc biệt, đề tài đã kế thừa và lựa chọn các phương án dự báo trong các đề tài khoa học về giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đối với một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam do các Viện nghiên cứu trong và ngoài ngành tiến hành và công bố trong thời gian gần đây.

Thứ năm là căn cứ vào kinh nghiệm tích lũy được trong nhiều năm của Ban Nghiên cứu và dự báo thị trường - Viện Nghiên cứu Thương mại để xây phân tích và lựa chọn các kịch bản dự báo cho từng mặt hàng. Các phương án dự báo về khả năng xuất khẩu của Việt Nam đều dựa trên giả định về kinh tế Việt Nam chỉ bị tăng trưởng chậm lại trong 2 năm tới và sẽ tăng trưởng cao trên 7,5% vào năm từ 2011, năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam sẽ được cải thiện nhanh hơn và hàm lượng chế biến sẽ ngày càng cao hơn.

Từ những căn cứ như trên, đề tài xây dựng 2 phương án dự báo cho từng mặt hàng cụ thể. Sau đây là các phân tích và dự báo cụ thể cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu:

2.2. MẶT HÀNG GẠO

2.2.1. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007

Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam tăng từ 624,7 triệu USD năm 2001 lên 1.490,0 triệu USD năm 2007, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 17,14%/năm, chiếm gần 16% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo thế giới.

Gạo Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang các nước trong khu vực. Philippin vẫn là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng bình quân 42,79%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007, chiếm trên 40% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam; Ấn Độ đứng thứ hai với tỷ trọng 25,44% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam; tiếp theo là Malaysia (7,83%); Singapo (1,74%) và Nhật Bản (1,26%).

Bảng 2.1. Xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007

Đơn vị: Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	624,7	725,5	720,5	950,5	1.407,2	1.275,9	1.490,0	17,14
Philippin	94,9	85,6	90,6	171,7	462,3	429,2	468,0	42,79
Indonexia	70,2	151,4	157,6	18,8	27,3	104,6	379,0	103,78
Malayxia	40,6	36,5	114,8	103,1	116,4	139,6	116,7	35,06
Singapo	37,9	17,9	24,0	23,9	10,5	26,8	25,9	12,76
Nhật Bản	4,1	1,0	8,1	16,1	53,4	43,1	18,7	155,23
Trung Quốc	0,5	0,7	0,3	19,2	12,0	12,4	15,9	1058,5
Nga	31,8	39,4	19,1	29,3	15,1	17,4	13,4	-5,12
Nam Phi	15,1	1,1	4,8	18,9	57,3	24,9	10,9	103,25
Ucraina	3,1	-	-	3,2	2,9	2,9	8,1	29,28
Đài Loan	0,2	0,02	0,04	0,6	0,3	2,4	7,9	354,40
TT khác	326,3	391,9	301,2	545,7	649,7	472,7	425,5	9,99

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Với mức giá tăng kỷ lục trong năm 2008 (bình quân 9 tháng đầu năm đạt 655 USD/tấn, tăng hơn 2 lần cùng kỳ năm trước) nên lượng gạo xuất khẩu 9 tháng đầu năm chỉ đạt 3,7 triệu tấn, giảm 7,8% so cùng kỳ nhưng kim ngạch đạt 2,4 tỷ USD, tăng trên 88% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, do những tác động của khủng hoảng tài chính toàn cầu, giá nhiều mặt hàng nông, lâm sản đồng loạt giảm mạnh, nhu cầu mua gạo trên thế giới tạm thời chững lại trong khi nguồn cung gạo cho xuất khẩu ở nhiều nước như Thái Lan, Việt Nam tăng đã khiến giá gạo trên thế giới giảm mạnh, tạo ra nhiều khó khăn cho xuất khẩu gạo của Việt Nam trong thời gian tới.

2.2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo Việt Nam

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, nhằm đảm bảo an ninh lương thực quốc gia và trên cơ sở cân đối cung cầu lúa gạo, lượng lúa gạo

dành cho xuất khẩu sẽ giảm dần theo từng năm từ nay đến năm 2020. Theo đó, tổng sản lượng lúa sản xuất trong cả nước nhằm theo kịp tốc độ tăng dân số sẽ được nâng từ 35,9 triệu tấn vào năm 2007 lên 37,58 triệu tấn vào năm 2010 và đạt mức 39,63 triệu tấn vào năm 2020. Tuy xu hướng lượng gạo tiêu thụ trên đầu người giảm, nhưng với dân số tăng (năm 2020 ước tính đạt 98,6 triệu người) và nhu cầu cho chăn nuôi, chế biến và dự trữ có xu hướng tăng, nên tổng lượng tiêu dùng hàng năm trong nước được dự báo tăng 1%/năm trong thời gian tới.

- Về khối lượng xuất khẩu:

Với mục tiêu đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, cùng với việc giảm tỉ lệ lúa gạo cho xuất khẩu, tỉ lệ lúa gạo tiêu dùng trong nước sẽ được nâng dần từ mức 76,9% lên mức 80,3% vào năm 2010 và tăng lên 83,8% vào cuối năm 2020 trong tổng sản lượng cả nước. Như vậy vào năm 2020, sẽ có tới 33,2 triệu tấn lúa trong tổng sản lượng thu hoạch 39,63 triệu tấn được sử dụng cho tiêu dùng trong nước.

Lượng lúa/gạo dành cho xuất khẩu sẽ giảm từ 8,3/4,5 triệu tấn năm 2007 xuống còn 7,38/4,4 triệu tấn vào năm 2010, giảm tiếp xuống còn 7,15/4,3 triệu tấn vào năm 2015 và còn 6,43/3,8 triệu tấn vào cuối năm 2020.

- Về kim ngạch xuất khẩu:

Theo các chuyên gia quốc tế, nếu dự báo dựa trên tương quan cung cầu gạo thế giới, giá gạo trên thị trường thế giới sẽ tiếp tục duy trì xu hướng tăng tới năm 2012 nhưng sẽ giảm đi trong giai đoạn 2012 - 2015. Vì vậy, tuy lượng gạo xuất khẩu giảm nhưng kim ngạch xuất khẩu gạo dự báo sẽ đạt tốc độ tăng khoảng 2,7%/năm trong giai đoạn 2007 - 2010, lên 1.917 triệu USD vào năm 2010.

Trong giai đoạn 2010 - 2015 do khối lượng xuất khẩu cũng như giá xuất khẩu dự báo sẽ giảm đi nên tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân trong giai đoạn này dự báo sẽ giảm khoảng 3,2%/năm, kim ngạch xuất khẩu dự báo chỉ đạt 1.590 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, nếu khủng hoảng tài chính thế giới tiếp tục ảnh hưởng xấu đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu, giá gạo cũng như các mặt hàng khác cũng có thể giảm nhanh trong thời gian tới. Trong trường hợp này, kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 1.582 triệu USD vào năm 2010 và 1.442 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Nhìn chung xuất khẩu gạo trong những năm tới không gặp khó khăn về thị trường do diện tích canh tác trên toàn thế giới có xu hướng ngày càng bị thu hẹp và nhu cầu nhập khẩu gạo của các nước nhập khẩu chính vẫn có xu hướng tăng. Thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam trong giai đoạn 2008 - 2015 vẫn chủ yếu hướng tới các nước châu Á. Để đa dạng hóa thị trường có thể hướng tới khai thác thị trường Nhật Bản, Trung Quốc, LB Nga và các nước châu Phi.

Bảng 2. 2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

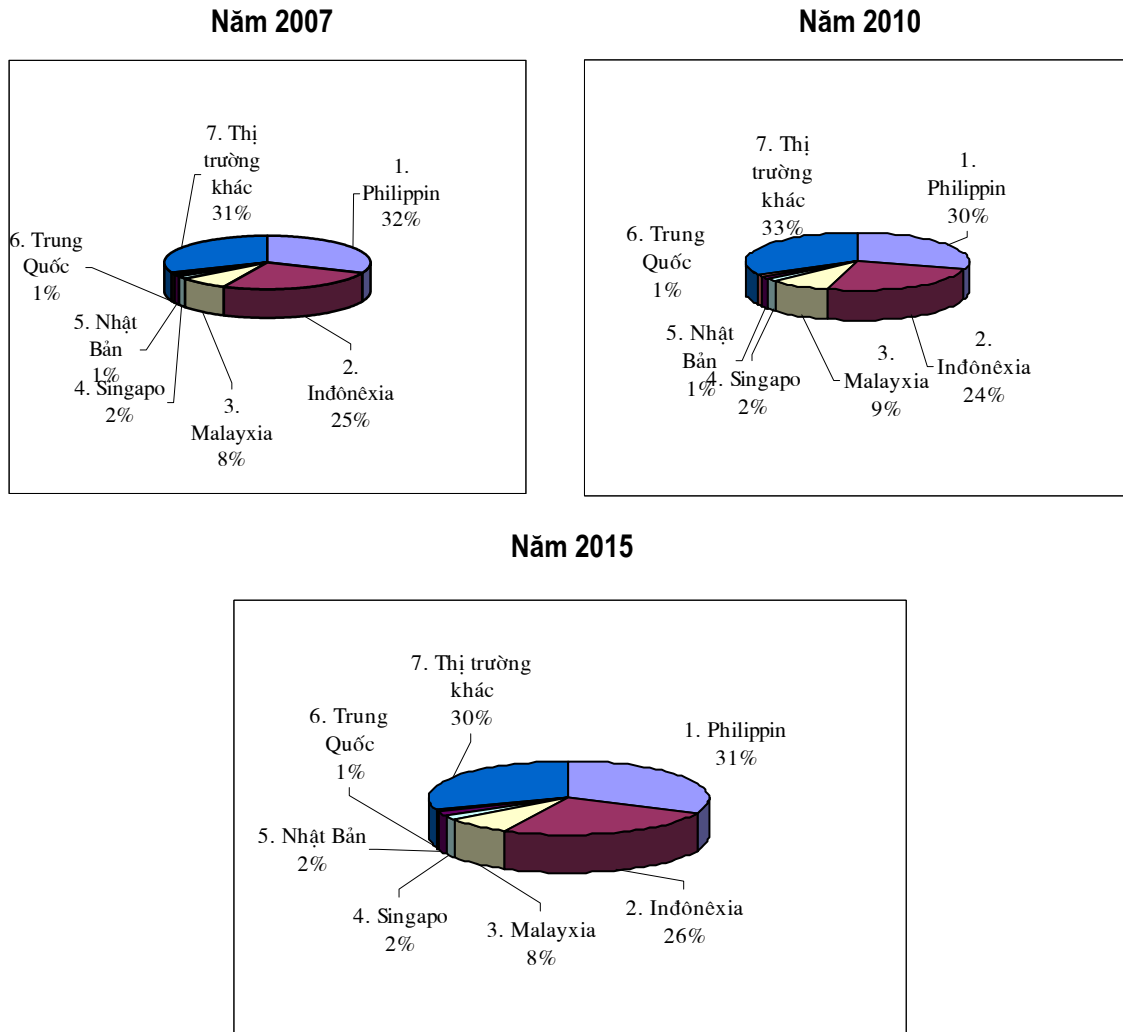
		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	1.490,0	1.582,0	1.917,0	2,06	8,75	1.442,0	1.590,0	-1,77	-3,20
1. Philippin	468,0	472,5	572,2	0,32	7,42	457,5	504,1	-0,63	-2,38
2. Indônêxia	379,0	385,9	467,4	1,49	7,77	371,0	408,9	-1,25	-2,50
3. Malayxia	116,7	134,5	162,9	5,08	13,19	108,7	119,8	-3,84	-5,29
4. Singapo	25,9	32,5	39,3	8,49	17,23	29,8	32,9	-1,66	-3,25
5. Nhật Bản	18,7	19,9	24,2	2,14	9,71	24,4	26,8	4,52	2,25
6. Trung Quốc	16,0	16,9	20,5	1,87	9,38	14,8	16,4	-2,49	-4,03
7. Nga	13,4	14,2	17,2	1,99	9,57	18,4	20,3	5,92	3,59
8. Nam Phi	10,9	11,6	13,9	8,26	9,45	20,5	22,6	10,15	12,27
9. Ucraina	8,1	12,5	15,1	18,11	28,97	15,5	17,0	4,80	2,47
10. Đài Loan	7,9	8,4	10,2	2,11	9,52	7,4	8,1	-2,38	-4,04
11. Thị trường khác	425,5	461,3	558,8	2,80	10,44	374,0	412,1	-3,78	-5,25

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo, Philippin và Indônêxia vẫn là 2 thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam. Năm 2010 tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường Philippin chiếm khoảng 29,86% và năm 2015 chiếm 31,72% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam; tiếp đến là Indônêxia với tỷ trọng tương ứng cho các năm 2010 và 2015 là 24,39% và 25,73%.

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo được thể hiện trong sơ đồ 2.1.

Sơ đồ 2.1. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Trong những năm tới, khó có thể mở rộng diện tích canh tác lúa gạo do xu hướng đô thị hóa, công nghiệp hóa ở các địa phương trong cả nước, đây cũng là xu hướng chung trên thế giới. Để đạt được mục tiêu đặt ra ở trên đối với xuất khẩu gạo cần chú trọng khai thác khâu chuyển đổi cơ cấu giống với việc thâm canh các giống lúa cho năng suất và chất lượng cao. Chú trọng khai thác các giống lúa đặc sản được thị trường nhập khẩu ưa chuộng.

Bên cạnh đó, nếu công nghệ chế biến sản phẩm gạo của Việt Nam có những cải thiện đáng kể cũng như có thể thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành chế biến sản phẩm gạo, giá trị gia tăng và kim ngạch xuất khẩu gạo có thể tăng lên đáng kể vào cuối giai đoạn dự báo cũng như có thể mở rộng thị trường xuất khẩu gạo sang các nước phát triển.

2.3. MẶT HÀNG CÀ PHÊ

2.3.1. Thực trạng xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007

Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam năm 2002 giảm 17,64% so với năm 2001 nhưng từ năm 2003 đến nay, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam tăng mạnh từ 504,8 triệu USD năm 2003 lên 1911,5 triệu USD năm 2007, chiếm trên 11% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê thế giới. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 33,87%/năm.

Việt Nam đã xuất khẩu cà phê sang hơn 70 nước trên thế giới, thị trường xuất khẩu ngày càng mở rộng và đã hình thành một số thị trường lớn, ổn định. 10 nước nhập khẩu cà phê hàng đầu của Việt Nam là Mỹ, các nước thành viên EU, Hàn Quốc và Nhật Bản chiếm tới 73,13% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam.

Bảng 2.3. Xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007

Đơn vị: Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	391,3	322,3	504,8	641,0	735,5	1.217,2	1.911,5	33,87
Đức	54,0	51,6	77,7	114,5	76,1	192,7	278,2	42,92
Mỹ	60,0	39,5	73,1	88,8	97,5	166,4	212,7	30,09
Tây Ban Nha	22,5	22,3	38,9	44,4	53,8	90,1	150,8	40,63
Italia	18,9	20,2	34,2	36,4	54,2	66,6	143,8	45,00
Thụy Sĩ	42,9	15,3	19,3	27,2	19,5	55,4	115,8	44,65
Nhật Bản	17,9	15,6	18,6	20,6	25,9	44,9	76,4	31,08
Bỉ	38,7	28,0	18,7	46,9	19,2	28,2	72,3	38,92
Indonexia	1,8	1,3	0,3	0,3	0,3	5,9	60,7	405,68
Hà Lan	19,4	11,9	16,8	16,7	16,8	32,4	51,3	25,52
Hàn Quốc	6,6	11,7	23,2	16,2	18,2	38,5	45,7	48,09
TT khác	108,6	104,9	184,0	318,0	370,7	496,1	703,8	39,52

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Đức là thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất, chiếm 14,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng bình quân 42,92%/năm

trong giai đoạn 2001 - 2007; thị trường Mỹ đứng thứ hai, chiếm tỷ trọng 11,1%; tiếp theo là Tây Ban Nha (7,9%); Italia (7,5%) và Thụy Sĩ (6,1%).

Trong 9 tháng đầu năm 2008, lượng cà phê xuất khẩu giảm 22%, song vẫn tăng 9,7% về kim ngạch (đạt 762.000 tấn và 1,6 tỷ USD) nhờ giá xuất khẩu bình quân 9 tháng tăng cao, đạt 2.114 USD/tấn. Tuy nhiên, xuất khẩu cà phê hiện đang bước vào giai đoạn khó khăn do giá xuất khẩu giảm mạnh cùng với những bất ổn trên thị trường hàng hóa thế giới.

2.3.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam

- Các nhân tố tác động đến xuất khẩu cà phê trong những năm tới

Việt Nam đã là thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới từ 12/1/2007. Theo lộ trình cam kết, Việt Nam sẽ phải mở cửa thị trường, giảm thuế, cắt bỏ hàng rào phi thuế và bãi bỏ các khoản trợ cấp không phù hợp với nguyên tắc của WTO cũng như cam kết quốc tế. Điều đó sẽ có ảnh hưởng đến sức cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam nói chung và của ngành cà phê Việt Nam nói riêng. Về mặt tích cực, Việt Nam từng bước mở rộng được quan hệ với các đối tác, được đối xử bình đẳng như các đối tác khác, do đó mở rộng được thị trường xuất khẩu. Việc cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được trực tiếp mua cà phê để xuất khẩu, được tạo điều kiện để xây dựng nhà máy chế biến và tiêu thụ cà phê tại thị trường Việt Nam cũng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ cà phê, cả cà phê nhân và cà phê tan.

Tuy nhiên, do các điều kiện khách quan và chủ quan của một nước đang phát triển, chúng ta cũng sẽ bị những tác động tiêu cực. Sản xuất cà phê tại Việt Nam tuy tập trung ở khu vực Tây Nguyên nhưng chủ yếu là sản xuất nhỏ, với tổng diện tích khoảng 500 nghìn ha nhưng có trên 1 triệu hộ sản xuất, đa phần là các hộ đồng bào dân tộc. Với diện tích canh tác bình quân của 1 hộ chỉ là 0,5 ha, số lượng hộ có quy mô sản xuất từ 2 - 5 ha không nhiều. Do điều kiện về vốn và tập quán canh tác còn lạc hậu, chủ yếu tập trung vào tăng số lượng mà chưa quan tâm đúng mức tới chất lượng nên sức cạnh tranh của cà phê Việt Nam chưa cao.

Việt Nam đã là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới, đã tham gia Nghị định thư KYOTO và các Hiệp định khác có liên quan. Chính vì vậy, những quy định về môi trường của thế giới, của các nước nhập khẩu và của Việt Nam cũng sẽ có tác động lớn đến vấn đề phát triển sản xuất, chế biến và xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Các quy định về môi trường bao trùm nhiều

khía cạnh khác nhau, từ các vấn đề quốc tế đến các vấn đề có tính quốc gia, khu vực và địa phương, từ ngành đến sản phẩm, từ nhận thức đến thực thi như thuế, phí bảo vệ môi trường, các yêu cầu liên quan đến sản phẩm như tiêu chuẩn và yêu cầu kỹ thuật, các yêu cầu về nhãn mác sinh thái, bao gói, tái chế, quy định về lao động, chất nguy hiểm độc hại...

Về các quy định quốc tế: Cà phê là một loại hàng hóa nông sản có liên quan đến vệ sinh an toàn thực phẩm, do đó khi xuất khẩu sẽ phải tuân thủ các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm theo Codex, theo HACCP, ISO, các quy định trong Hiệp định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), Hiệp định về các biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS), Hiệp định nông nghiệp.

Về quy định của các nước nhập khẩu: Cà phê của Việt Nam đã và sẽ ngày càng xuất khẩu đi nhiều nước, các nước khác nhau có các quy định cụ thể và mức độ đòi hỏi phải đáp ứng khác nhau. Điều mà hầu hết các nước đều đòi hỏi đó là tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với cà phê, các tiêu chuẩn của các nước nhập khẩu thường bao gồm các quy định về việc cấm sử dụng một số loại thuốc bảo vệ thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật tối đa cho phép, yêu cầu về bao gói và dán nhãn hàng hóa, yêu cầu về phương pháp sản xuất và chế biến sản phẩm, yêu cầu về sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ. Các quy định này hiện đang có xu hướng đòi hỏi chất lượng cao hơn, nếu đáp ứng được thì sẽ được cấp chứng chỉ kiểm tra và được phép nhập khẩu. Có nhiều cơ quan và tổ chức quốc tế đang triển khai các dự án hỗ trợ Việt Nam thực hiện để có thể được cấp các loại chứng chỉ của Eurep GAP, 4C, UTZ...

Về các quy định trong nước có liên quan đến sản xuất và chế biến cà phê xuất khẩu: Có nhiều loại khác nhau, trực tiếp đối với môi trường hoặc sản phẩm. Trên cơ sở tham khảo các tiêu chuẩn và quy định quốc tế, Việt Nam đã có các quy định về khai thác sử dụng nước ngầm, quy định về tiêu chuẩn không khí, nước thải tại các cơ sở chế biến, quy định về báo cáo môi trường chiến lược, quy định về các loại thuốc bảo vệ thực vật. Đặc biệt, Việt Nam đã có tiêu chuẩn mới đối với cà phê, TCVN 4193:2005 quy định cụ thể về màu sắc, mùi vị, độ ẩm, tạp chất (trị số lỗi cho phép), tỷ lệ lẫn cà phê các loại, kích thước và tỷ lệ trên sàng. Quy định trong bộ tiêu chuẩn này đã cơ bản đáp ứng và phù hợp với tiêu chuẩn của quốc tế nhưng cũng sẽ làm thay đổi nhận thức và chuyển biến tốt trong xuất khẩu cà phê.

- Triển vọng trồng/chế biến cà phê của Việt Nam tới năm 2015

Theo Đề án nâng cao năng lực cạnh tranh cà phê xuất khẩu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, quy mô diện tích trồng cà phê đến năm 2015 là 450.000 - 500.000 ha, sản lượng khoảng 900.000 tấn, trong đó cà phê chè chiếm khoảng 10 - 15% diện tích và 10% sản lượng. Phấn đấu đến năm 2015 có 50% và năm 2020 có 80% diện tích cà phê áp dụng Thực hành sản xuất tốt (GAP), các Bộ tiêu chuẩn 4C, UTZ Certified...

- Triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam tới năm 2015

Với các dự báo về tình hình thị trường thế giới, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sẽ diễn ra theo các kịch bản:

+ Tăng diện tích, tăng sản lượng và sẽ tăng xuất khẩu cả về lượng và giá trị.

+ Ổn định diện tích hiện tại, tăng năng suất và sản lượng để tăng xuất khẩu cả về lượng và kim ngạch.

+ Ổn định diện tích, ổn định sản lượng, tăng chế biến để nâng cao giá bán nhằm tăng kim ngạch.

+ Giảm diện tích, giảm sản lượng, nâng cấp chất lượng và tăng chế biến để tăng kim ngạch xuất khẩu.

Thị trường cà phê thế giới hiện tăng trưởng chậm nhưng lại đòi hỏi cao về chất lượng, vệ sinh an toàn đối với người tiêu dùng, xu hướng tiêu dùng cà phê trên thế giới đang có nhu cầu cao về cà phê sinh thái. Chính vì vậy, khả năng xuất khẩu cà phê của Việt Nam sẽ là tăng không lớn về khối lượng mà là nâng cao chất lượng và cấp độ chế biến để tăng kim ngạch xuất khẩu.

Từ nay đến năm 2010, dự báo tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam có thể vẫn đạt mức cao, khoảng 17%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt 2.890,0 triệu USD vào năm 2010 và trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng sẽ giảm xuống 10%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt 4.332 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Trong trường hợp thị trường cà phê thế giới chịu nhiều tác động của khủng hoảng tài chính, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt khoảng 2.074 triệu USD vào năm 2010 và 2.932 triệu USD năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Nhu cầu nhập khẩu cà phê bình quân hàng năm của Mỹ khoảng 1,5 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 vào Hoa Kỳ chiếm 14% kim

ngạch nhập khẩu của nước này, dự báo đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 29% (đạt kim ngạch trên 438,2 triệu USD), năm 2015 nâng lên 42% (đạt kim ngạch trên 625,9 triệu USD). Tiếp đến là thị trường Đức, dự báo xuất khẩu sang thị trường này đến năm 2010 đạt 398,7 triệu USD và năm 2015 đạt 589,1 triệu USD.

Đối với thị trường Nhật Bản, nhu cầu nhập khẩu những năm gần đây khoảng 900 triệu USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 vào Nhật Bản chỉ chiếm 8% kim ngạch nhập khẩu của nước này, dự báo đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 15% (đạt kim ngạch trên 134,3 triệu USD), năm 2015 nâng lên 24% (đạt kim ngạch trên 216,4 triệu USD).

Về cơ cấu thị trường, Đức và Mỹ vẫn sẽ là những thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam. Dự báo, tỷ trọng xuất khẩu cà phê vào thị trường Đức năm 2010 đạt 13,79% và năm 2015 đạt 13,60%; tiếp đến là thị trường Mỹ với tỷ trọng xuất khẩu tương ứng là 15,16% và 14,45%.

Bảng 2.4. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015

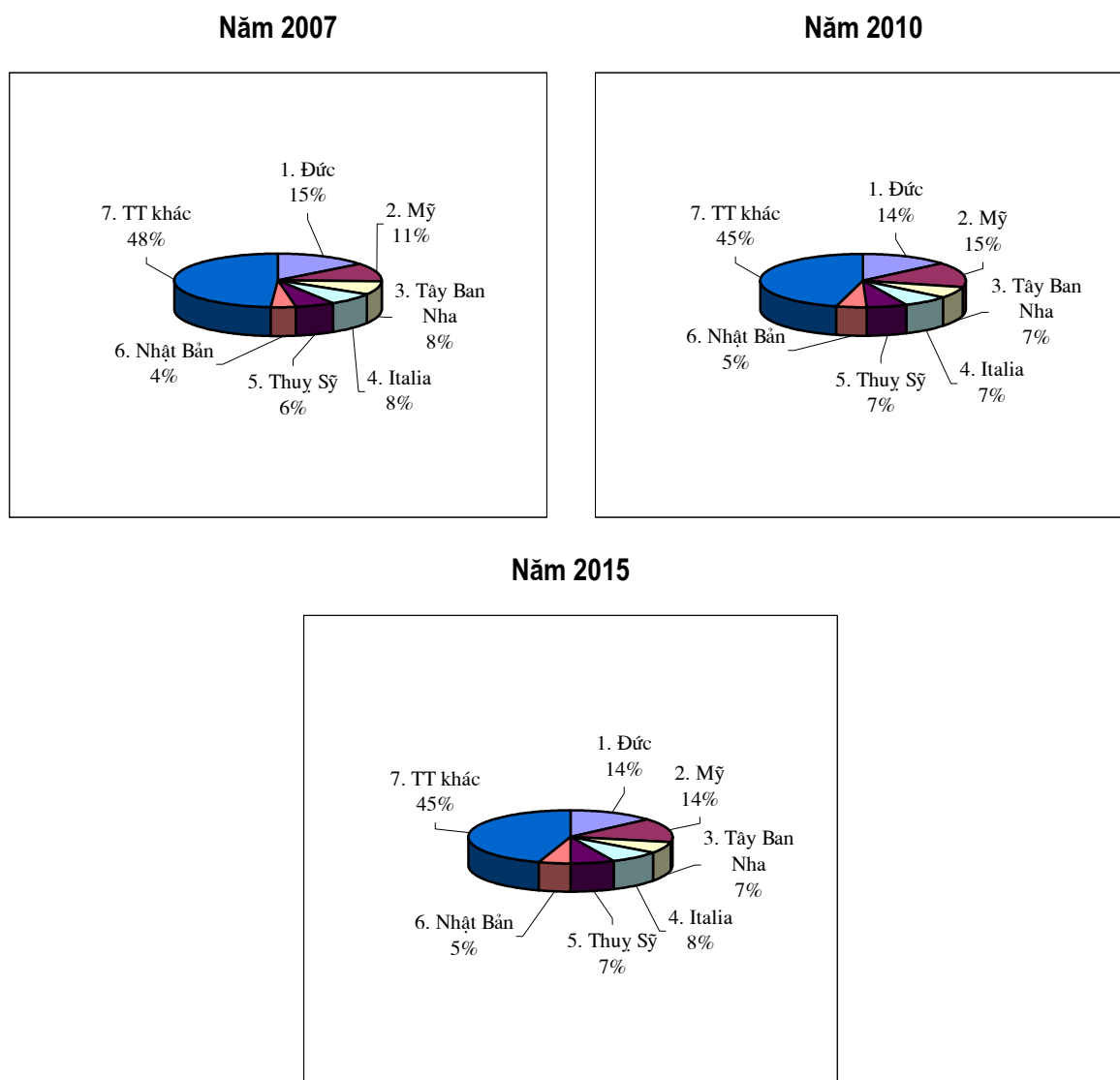
Đơn vị: Triệu USD, %

		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	1.911,5	2.074,0	2.890,0	2,83	17,0	2.932,0	4.332,0	8,28	10,0
1. Đức	278,2	285,9	398,7	0,93	14,44	426,0	589,1	9,80	9,55
2. Mỹ	212,7	264,3	438,2	8,09	35,34	408,6	625,9	10,92	8,57
3. TBN	150,8	143,9	200,5	-1,52	10,99	202,9	302,8	8,21	10,20
4. Italia	143,8	146,1	203,8	0,55	13,91	219,9	345,6	10,09	13,92
5. Thụy Sĩ	115,8	134,7	187,9	5,46	20,75	201,1	306	9,85	12,57
6. Nhật Bản	76,4	96,4	134,3	8,74	25,26	156,3	216,4	12,42	12,23
7. Bỉ	72,3	76,9	107,2	2,13	16,09	120,3	194,2	11,28	16,23
8. Indonexia	60,7	70,7	98,6	5,50	20,81	81,4	112,8	3,04	2,88
9. Hà Lan	51,3	68,8	96,1	11,40	29,11	110,5	153,1	12,12	11,86
10. Hàn Quốc	45,7	46,0	64,1	0,24	13,42	78,6	108,9	14,16	13,98
11. TT khác	703,8	739,6	961,6	1,69	12,21	926,1	1.377,6	5,04	8,65

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện trong sơ đồ 2.2.

Sơ đồ 2.2. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

2.4. MẶT HÀNG CAO SU TỰ NHIÊN

2.4.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007

Năm 2007, Việt Nam là nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn thứ tư trên thế giới sau Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Tốc độ phát triển bình quân của xuất khẩu cao su trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 43,90%/năm, cao nhất trong các nước xuất khẩu cao su như Thái Lan (2,37%), Indonesia (5,27%), Malaysia (3,52%). Kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam tăng

từ 166 triệu USD năm 2001 lên 1.392,8 triệu USD năm 2007, chiếm gần 5% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su thế giới.

Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên chủ yếu của Việt Nam là Trung Quốc, chiếm 60% tổng giá trị xuất khẩu. Tuy nhiên, do thuế xuất khẩu mặt hàng này từ Việt Nam vào Trung Quốc tương đối cao nên xuất khẩu cao su qua các kênh chính thức còn rất hạn chế, chủ yếu được buôn bán qua biên giới hai nước. Bên cạnh Trung Quốc, Malaixia (5,0%), Đài Loan (4,9%), Hàn Quốc (4,8%) và Đức (4,3%) cũng là những thị trường xuất khẩu lớn.

Bảng 2.5. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007

Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	166,0	267,8	377,8	596,9	804,1	1.286,4	1.392,8	43,90
Trung Quốc	51,2	88,7	147,0	357,9	519,2	851,4	838,8	64,99
Malaixia	7,1	15,0	10,6	6,7	8,5	19,5	70,0	76,57
Đài Loan	10,2	15,9	21,2	23,4	32,5	44,6	68,4	38,31
Hàn quốc	10,0	14,1	21,3	27,2	32,1	50,8	66,7	37,94
Đức	8,2	10,1	17,8	22,1	28,8	58,6	59,4	43,11
Mỹ	2,1	10,1	10,8	16,9	24,8	27,9	39,1	89,51
Nga	9,1	5,7	14,3	18,5	267,0	41,9	38,0	39,16
Nhật	5,2	10,4	112,0	15,1	16,4	23,8	26,8	34,47
Thổ Nhĩ Kỳ	2,1	4,1	5,6	7,4	9,1	14,2	19,4	46,14
Italia	1,3	5,6	5,4	10,2	9,2	21,3	17,9	89,62
TT khác	59,4	88,2	111,8	91,4	125,3	132,6	148,3	18,60

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Xuất khẩu cao su của Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2008 cũng tăng gần 34% về giá trị, tuy giảm 8,6% về lượng so với cùng kỳ năm ngoái (đạt 454.000 tấn và 1,25 tỷ USD) do giá xuất khẩu tăng 46%. Tuy nhiên, theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, cao su là một trong những mặt hàng chịu tác động nặng nề nhất của khủng hoảng kinh tế và giá liên tục giảm trong thời gian qua. Hơn 60% sản lượng cao su của Việt Nam hiện xuất khẩu sang Trung Quốc, hơn 15% xuất khẩu đi Nhật Bản... Các nước này lại nhập cao su chủ yếu để sản xuất lốp xe bán cho Mỹ, châu Âu nên mức tiêu thụ giảm sút trên thị trường Mỹ và châu Âu sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu cao su của Việt Nam.

2.4.2 Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

- Về kim ngạch xuất khẩu:

Từ năm 2002 đến năm 2007, lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam tăng 173%, tương đương 700.000 tấn, đạt kim ngạch xuất khẩu gần 1,4 tỷ USD năm 2007. Tuy nhiên, trong kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam, cao su chế biến mới chỉ đạt 150 triệu USD trong năm 2007, với mặt hàng chính là sẫm lớp, chiếm 11% doanh thu. Tỷ lệ này quá thấp so với nguồn cao su nguyên liệu có khả năng phục vụ sản xuất và tiêu dùng. Do đó, mặc dù Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu cao su lớn trên thế giới nhưng lợi nhuận từ cao su thấp hơn rất nhiều so với Malaysia hay Thái Lan.

Do cao su thành phẩm cho giá trị kinh tế cao hơn nhiều so với cao su nguyên liệu thô xuất khẩu nên ngành cao su Việt Nam sẽ tập trung vào các sản phẩm cao su phục vụ sản xuất và tiêu dùng bằng việc áp dụng công nghệ tiên tiến và thiết bị hiện đại vào sản xuất thông qua các hoạt động thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Việc gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã mang lại những ảnh hưởng tích cực và tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất khẩu các sản phẩm cao su của Việt Nam. Gia nhập WTO, Việt Nam sẽ được hưởng ưu đãi về thuế khi xuất khẩu sang nhiều nước và có nhiều cơ hội tốt để thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ từ các nước phát triển. Các doanh nghiệp sản xuất cao su của Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài xây dựng các nhà máy chế biến cao su để có thể sản xuất cao su có giá trị cao, tạo điều kiện chuyển đổi cơ cấu xuất khẩu, giảm tỷ lệ xuất khẩu cao su nguyên liệu thô, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các thị trường như EU, Bắc Mỹ và giảm phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Định hướng cho sự phát triển của ngành cao su Việt Nam tới năm 2020 bao gồm chuyển đổi sản xuất cao su nguyên liệu và định hướng phát triển sản xuất cao su công nghiệp, xuất khẩu cao su thành phẩm kết hợp với cao su nguyên liệu. Theo mục tiêu chiến lược của ngành cao su, đến năm 2010 phải phát triển 700.000 ha cao su trong cả nước và đến năm 2015, cả nước sẽ có một triệu ha cây cao su.

Xét theo triển vọng cung cầu cao su tự nhiên thế giới, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2010 dự báo có triển vọng đạt tốc độ cao, khoảng 26,0%/năm, kim ngạch đạt 2.786 triệu USD

vào năm 2010. Trong giai đoạn 2010 - 2015, do hạn chế về diện tích trồng cao su và giới hạn về khả năng tăng sản lượng nên dự báo tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sẽ chậm lại và đạt 12,5%/năm, đưa kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam lên 5.020 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, trong điều kiện nền kinh tế toàn cầu không vượt qua được tình trạng khủng hoảng kinh tế, kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 1.700 triệu USD vào năm 2010 và 2.803 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Trong những năm tới, thị trường xuất khẩu cao su chủ yếu của Việt Nam vẫn là Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Đức, Mỹ và Nhật Bản... ngoài ra có thể hướng đến các nước thành viên khác của EU.

Bảng 2.6. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD

		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	1.392,8	1.701,0	2.786,0	6,90	26,00	2.803,0	5.020,0	10,50	12,50
1. Trung Quốc	838,8	885,0	1449,3	1,84	24,26	1303,3	2.334,5	9,45	12,21
2. Malaixia	70,0	123,1	201,7	25,32	62,72	229,8	411,6	17,32	20,82
3. Đài loan	68,4	93,5	153,2	12,27	41,35	189,2	338,8	20,44	24,23
4. Hàn quốc	66,7	90,3	147,9	11,82	40,60	209,6	375,5	26,41	30,77
5. Đức	59,4	87,7	143,7	15,93	47,35	157,8	282,6	15,95	19,32
6. Mỹ	39,1	65,8	107,8	22,80	58,59	132,0	236,4	20,10	23,86
7. Nga	38,0	55,1	90,2	15,02	45,85	129,4	231,9	26,98	31,39
8. Nhật	26,8	37,0	60,7	12,80	42,21	91,9	164,6	29,57	34,22
9. Thổ nhĩ kỳ	19,4	31,4	51,5	20,75	55,22	56,6	101,4	15,98	19,35
10. Italia	17,9	30,2	49,5	23,06	59,01	71,1	127,5	27,02	31,43
11. TT khác	148,3	201,6	330,1	11,98	40,88	231,8	415,2	2,99	5,15

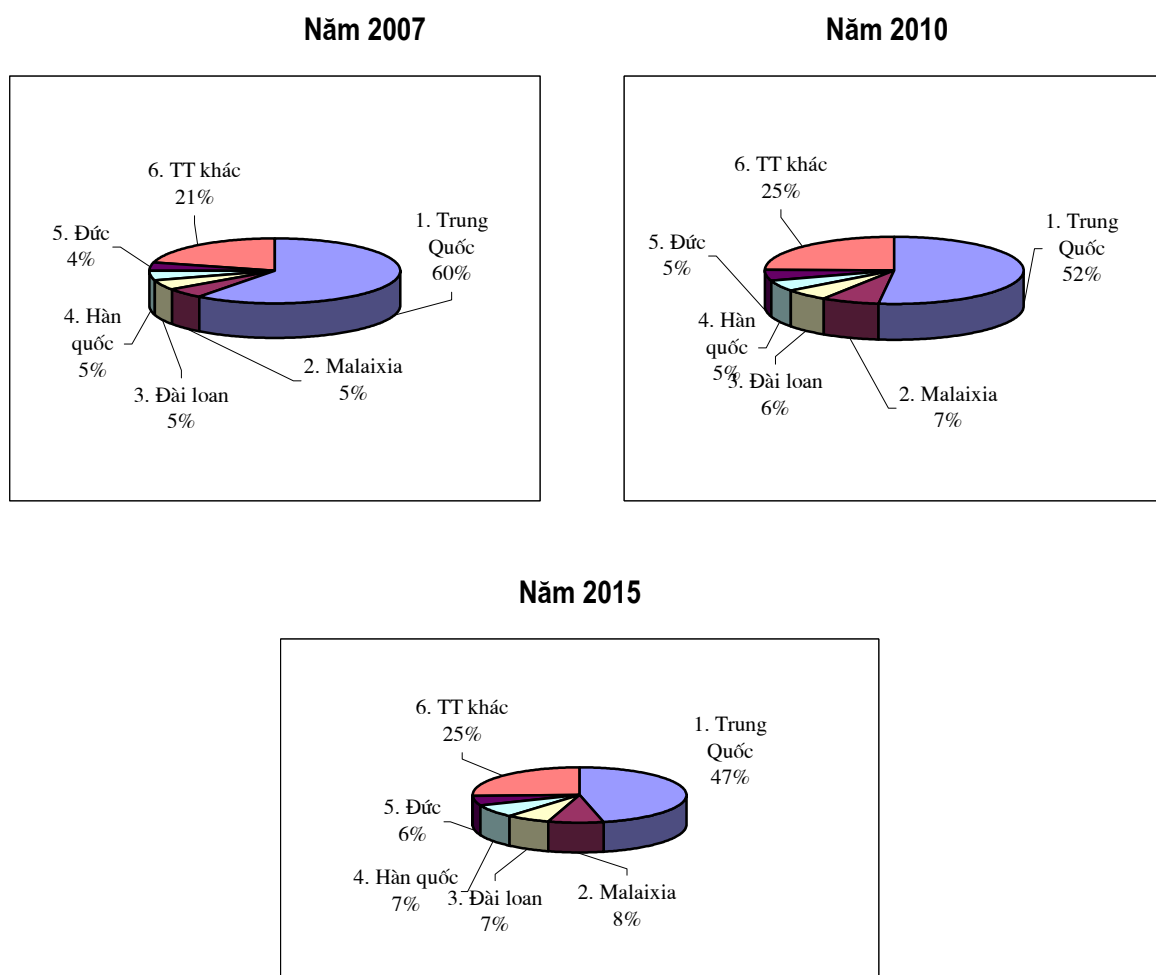
Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Tỷ trọng của các thị trường chủ yếu đến năm 2010 dự báo như sau - thị trường Trung Quốc sẽ khoảng 50%, Malaixia: 6%, Đài Loan: 5,5%, Hàn Quốc: 5,3%; Đức: 5,1%, Các con số tương ứng vào năm 2015 là: Trung Quốc

- 46,5%, Malaixia - 8,2%, Đài Loan - 6,75%, Hàn Quốc - 7,48%; Đức: 5,63%...

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam được thể hiện ở sơ đồ 2.3.

Sơ đồ: 2.3. Dự báo cơ cấu xuất khẩu cao su của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

2.5. MẶT HÀNG THỦY SẢN

2.5.1. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007

Trong những năm qua, ngành thủy sản luôn là một trong những lĩnh vực kinh tế có tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu cao, giữ vị trí quan trọng trong các ngành xuất khẩu của cả nước về giá trị kim ngạch. Giá trị sản xuất thủy sản năm 2007 (theo giá so sánh năm 1994) ước tính đạt 46,7 nghìn tỷ đồng, tăng 11% so với năm 2006, trong đó nuôi trồng tăng 16,5%; khai thác

tăng 2,1%. Sản lượng thủy sản cả năm ước tính đạt 4,15 triệu tấn, tăng 11,5% so với năm 2006, trong đó sản lượng nuôi trồng đạt 2,09 triệu tấn, tăng 23,1%, do tăng cả diện tích và năng suất; sản lượng khai thác đạt 2,06 triệu tấn, tăng 1,8%. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt bình quân 13,41%/năm, từ 1.777,5 triệu USD năm 2001 lên 3.763,4 triệu USD năm 2007.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản đã có sự thay đổi rõ nét kể từ năm 2000 đến nay. Hiện hàng thủy sản Việt Nam đã có mặt ở khoảng 130 thị trường trên thế giới và bắt đầu giành được vị trí quan trọng trên các thị trường lớn, có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn vệ sinh như Mỹ, EU, Canada, Nhật Bản, Australia... EU là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, chiếm 25,7% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản, tiếp đến là Nhật Bản - 21,1%, Mỹ - 20,4%... Các thị trường nhập khẩu lớn khác là Hàn Quốc, Trung Quốc - Hồng Kông, Australia và Đài Loan.

Bảng 2.7. Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007

Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng kim ngạch	1.777,5	2.022,8	2.199,6	2.400,8	2.738,7	3.358,0	3.763,4	13,41
Mỹ	482,4	673,7	775,2	599,2	631,5	664,8	728,5	8,71
Nhật Bản	474,8	555,9	651,3	769,5	820,0	844,3	753,9	8,53
Hàn Quốc	110,0	116,6	128,0	142,1	162,1	210,8	275,0	16,88
Đức	20,9	13,0	21,4	43,492	66,4	104,1	146,8	46,78
Tây Ban Nha	4,7	5,9	10,6	34,4	53,4	103,9	136,0	85,10
Hà Lan	16,2	11,3	11,8	19,7	40,9	100,7	130,7	54,10
Italia	0,2	18,9	27,4	32,1	65,4	95,0	126,4	48,86
Australia	24,7	32,0	54,8	80,9	96,2	126,3	122,9	32,68
Nga	0,3	1,7	4,9	10,9	33,3	128,8	118,7	203,08
Đài Loan	84,4	112,5	92,5	105,4	124,0	99,8	110,6	6,41
TT khác	1.041,5	1.155,0	1.196,9	1.162,1	1.342,4	1.544,3	1.842,6	10,25

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

2.5.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

Theo Quyết định số 10/2006/QĐ-TTg ngày 11/01/2006 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thủy sản đến

năm 2010 và định hướng tới năm 2020, quan điểm phát triển ngành thủy sản trong những năm tới là:

(1) Phát triển ngành thủy sản thành một ngành sản xuất hàng hoá lớn, có năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh cao, có cơ cấu sản phẩm đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng trong nước, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu, tiếp tục là ngành có kim ngạch xuất khẩu cao và có tỷ trọng GDP đáng kể trong các ngành nông, lâm, ngư nghiệp trong các năm tới.

(2) Phát triển ngành thủy sản nhanh và bền vững trên cơ sở khai thác, sử dụng tốt mọi tiềm năng về đất đai, mặt nước và lao động, đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá; áp dụng nhanh các tiến bộ khoa học - công nghệ sản xuất; tiếp tục chuyển dịch cơ cấu các ngành nghề sản xuất, kinh doanh, có cơ cấu hợp lý giữa khai thác với nuôi trồng, gắn sản xuất với chế biến, tiêu thụ sản phẩm và bảo vệ môi trường sinh thái.

(3) Đa dạng cơ cấu sản phẩm thủy sản chế biến, đồng thời phát triển sản xuất một số loại sản phẩm chủ lực mang tính đặc trưng của thủy sản Việt Nam, có giá trị và sức cạnh tranh cao để chiếm lĩnh thị trường xuất khẩu, giữ vững là ngành có kim ngạch xuất khẩu cao.

Trên cơ sở đó, mục tiêu phát triển ngành thủy sản trong những năm tới là trong giai đoạn 2006 - 2010, sản lượng thủy sản xuất khẩu tăng với tốc độ bình quân 3,8%/ năm; kim ngạch xuất khẩu thủy sản tăng với tốc độ bình quân 10,63%/năm; tổng sản lượng thủy sản đạt 3,5-4 triệu tấn/năm; sản phẩm thủy sản xuất khẩu đạt trên 900.000 tấn, trong đó có các sản phẩm chính là 225.000 tấn sản phẩm từ tôm, 230.000 tấn từ cá da trơn, 75.000 tấn sản phẩm từ mực, bạch tuộc, 160.000 tấn sản phẩm từ cá biển, 40.000 tấn sản phẩm từ nhuyễn thể... nâng giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt từ 4 đến 4,5 tỷ USD; Đẩy mạnh sản xuất sản phẩm giá trị gia tăng, sản phẩm phối chế với hàm lượng công nghệ cao, để đến năm 2010 đạt 65 - 70% trong tổng sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Phấn đấu đến năm 2010, 100% doanh nghiệp chế biến thủy sản đáp ứng tiêu chuẩn ngành về ATVSTP thủy sản; đồng thời, tăng thêm năng lực cấp đông khoảng 250 tấn/ngày để đáp ứng mục tiêu xuất khẩu.

Tuy nhiên, trước những kết quả mà ngành thủy sản Việt Nam đã đạt được trong những năm qua và dự kiến sẽ hoàn thành mục tiêu đạt kim ngạch xuất khẩu 4,25 tỷ USD vào năm 2008, vượt xa mục tiêu đề ra của Chương trình phát triển xuất khẩu thủy sản đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020. Trong kế hoạch phát triển giai đoạn 2010 - 2020, Bộ Nông nghiệp và

Phát triển nông thôn đặt mục tiêu giá trị xuất khẩu của riêng thủy sản phải đạt tối thiểu 7 tỷ USD (gấp đôi năm 2007).

Danh mục sản phẩm xuất khẩu và hàm lượng chế biến của thủy hải sản không ngừng gia tăng trong thời gian qua, từ chỗ chủ yếu xuất sản phẩm đông lạnh, đến nay ngành thủy sản Việt Nam đã sản xuất được nhiều loại sản phẩm chế biến sẵn. Tuy nhiên, so với sản phẩm xuất khẩu của các nước xuất khẩu thủy sản trên thế giới có thể thấy tiềm năng đẩy mạnh xuất khẩu thủy - hải sản chế biến sâu còn rất lớn.

Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng thủy sản sạch, có thể kiểm soát chất lượng được từ khâu nuôi trồng đến bàn ăn đang trở nên phổ biến ở các thị trường phát triển, nếu khai thác được các yếu tố trên, xuất khẩu thủy sản hoàn toàn có khả năng đạt mục tiêu đặt ra.

- Dự báo về kim ngạch xuất khẩu

Trên cơ sở phân tích thực trạng sản xuất thủy sản ở nước ta hiện nay, dự báo, trong giai đoạn từ 2007 - 2010, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản bình quân hàng năm dự báo đạt 14,8%/năm; tổng sản lượng thủy sản đạt 3,8 - 4,2 triệu tấn/năm; sản phẩm thủy sản xuất khẩu đạt trên 900.000 tấn; giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt 6.796 triệu USD vào năm 2010. Dự báo trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản bình quân hàng năm sẽ giảm chút ít và đạt 12,6%/năm; kim ngạch xuất khẩu đạt 12.302 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, theo nhận định của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam, năm 2009 cũng sẽ là năm khó khăn của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Sức ép cạnh tranh trên thị trường Mỹ và thế giới sẽ tăng cao trong khi nhu cầu tiêu thụ và nhập khẩu giảm do tác động của suy thoái kinh tế. Việc Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) đưa ra quy định mới thực thi Luật Nông nghiệp 2008 với các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với cá da trơn nhập khẩu, theo đó tất cả các loại cá thuộc chủng cá da trơn (catfish) nhập khẩu từ nước ngoài phải có chứng nhận về kỹ thuật chế biến và quy trình, chế độ kiểm tra chất lượng phải tương đương tiêu chuẩn hiện hành của Mỹ, sẽ là khó khăn lớn đối với xuất khẩu cá da trơn sang Mỹ.

Bên cạnh đó, khi hàng hóa của các nước xuất khẩu (chủ yếu là các nước ASEAN và Trung Quốc) không xuất khẩu được ở các thị trường trên sẽ quay lại chính thị trường nội địa, xu hướng này khiến các sản phẩm xuất khẩu

của Việt Nam không chỉ khó khăn ở thị trường Mỹ, mà sẽ còn khó khăn hơn khi tiếp cận thị trường Trung Quốc và khu vực ASEAN. Trong trường hợp chịu ảnh hưởng nặng nề của suy thoái kinh tế, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 4.962 triệu USD năm 2010 và 7.454 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Trong giai đoạn 2008 - 2015, mục tiêu của xuất khẩu thủy sản là tiếp tục khai thác thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và tiếp tục đa dạng hóa thị trường sang các thị trường ASEAN, Trung Quốc. Mỹ và Nhật Bản dự báo vẫn là hai thị trường chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam giai đoạn từ nay đến năm 2015.

Bảng 2. 8. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	3.763,4	4.962,0	6.796,0	3,62	14,80	7.454,0	12.302,0	8,40	12,60
1. Mỹ	728,5	897,1	1.502,3	7,72	35,41	1.531,7	3019,8	14,15	20,20
2. Nhật Bản	753,6	916,3	1.460,3	7,20	31,26	1.601,8	2643,6	14,96	16,20
3. Hàn Quốc	275,0	333,0	524,9	7,04	30,29	589,5	849,6	15,40	12,37
4. Đức	146,8	161,9	194,2	3,43	10,77	255,6	421,8	11,58	23,44
5. TBN	136,0	163,4	182,9	6,74	11,50	218,3	360,9	6,72	19,46
6. Hà Lan	130,7	142,5	167,7	3,03	9,45	196,0	323,8	7,50	18,61
7. Italia	126,4	139,4	190,9	3,44	17,03	221,3	365,6	11,75	18,30
8. Australia	122,9	128,5	176,2	1,52	14,46	193,0	318,6	10,04	16,16
9. Nga	118,7	135,9	186,4	4,85	19,02	283,2	467,0	21,67	30,11
10. Đài Loan	110,6	122,0	167,1	3,46	17,05	195,2	322,6	12,00	18,60
11. TT khác	1.842,6	1821,6	3.545,9	-0,38	30,80	2.167,4	3.207,8	3,80	-1,90

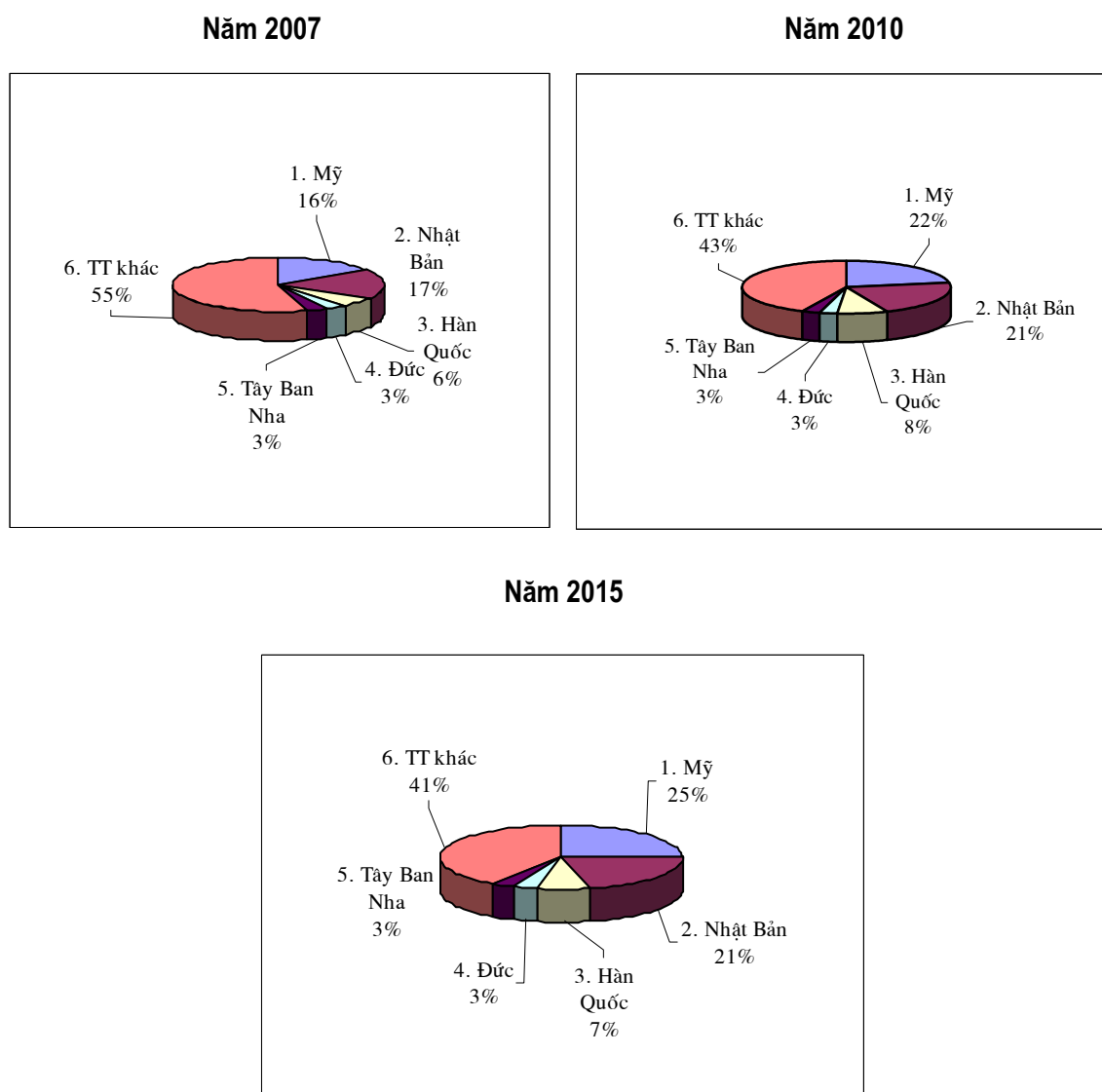
Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Mỹ những năm gần đây khoảng 10 USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 vào Mỹ chỉ chiếm khoảng 7% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 15% (đạt kim ngạch trên 1.502 triệu USD), năm 2015 nâng lên 30% (đạt kim ngạch 3.020 triệu USD).

Nhu cầu nhập khẩu của Nhật Bản những năm gần đây khoảng 12 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 vào Nhật Bản chỉ chiếm 6,0% kim ngạch nhập khẩu của nước này, phấn đấu đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 12,0% (đạt kim ngạch khoảng 1.460 triệu USD), năm 2015 nâng lên 22% (đạt 2.644 triệu USD).

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.4.

Sơ đồ 2.4. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.6. MẶT HÀNG GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ

2.6.1. Thực trạng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007

Liên tục trong 6 năm qua, đồ gỗ là một trong những nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao với mức tăng kim ngạch xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt bình quân 40,99%/năm. Năm 2006, Việt Nam đứng vào hàng thứ 4 trong khu vực Đông Nam Á về xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (sau Malaysia, Indonesia và Thái Lan). Sang năm 2007, kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam đã đạt 2,4 tỷ USD, vượt Thái Lan, Malaysia, trở thành nước đứng thứ 2 trong khu vực, sau Indonesia. Với kết quả đạt được trong năm 2007, đồ gỗ xuất khẩu đã trở thành một trong những nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 5 sau dầu thô, dệt may, giày dép và thủy sản.

Bảng 2.9. Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam 2001 - 2007

Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng cộng	335,1	435,4	567,2	1.139,1	1.500,5	1.932,8	2.404,1	40,99
Mỹ	16,1	44,7	115,5	318,9	557,0	744,0	948,5	107,93
Nhật Bản	100,4	128,4	137,9	180,0	24,9	286,8	307,1	173,30
Anh	28,0	37,7	51,0	107,3	114,9	135,7	196,4	41,67
Trung Quốc	8,4	11,3	12,4	35,1	60,3	94,7	167,7	72,31
Đức	9,1	7,3	18,2	60,1	75,3	70,0	98,3	69,73
Pháp	20,2	18,4	25,2	60,0	74,2	83,9	92,7	35,50
Hàn Quốc	18,0	24,8	24,4	32,0	49,7	65,7	84,4	30,59
Australia	7,2	13,7	21,8	38,0	41,9	54,5	60,2	45,80
Hà Lan	7,6	5,5	12,1	35,0	45,4	45,7	50,9	53,86
Canada	3,85	6,5	7,6	12,4	17,6	33,5	47,6	54,45
TT khác	116,2	137,1	141,2	260,2	439,3	364,0	350,4	25,53

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Thị phần đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường thế giới đạt khoảng 0,8%. Sản phẩm đồ gỗ Việt Nam cũng đã xuất khẩu sang 120 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tập trung vào 3 thị trường trọng điểm là Mỹ - khoảng 41%, EU - 28% và Nhật Bản - 12,8%. Ngoài ra, đồ gỗ Việt Nam đã

không ngừng nắm bắt thị hiếu tiêu dùng của các nước để đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ nội thất như giường, tủ, bàn ghế sang các thị trường mới như Canada, Đông Âu, Trung Đông, Nga,...

2.6.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam tới năm 2015

Việt Nam là quốc gia có nhiều tiềm năng, lợi thế cho phát triển công nghiệp chế biến gỗ và lâm sản:

- Việt Nam nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới, á nhiệt đới và một phần ôn đới ở khu vực núi cao, lại chạy dài theo nhiều vĩ độ, hình thành nên nhiều vùng sinh thái khác nhau. Đặc điểm khí hậu này tạo ra sự đa dạng, phong phú cho rừng Việt Nam nói chung và về các chủng loại gỗ nói riêng, đồng thời cho phép tổ chức các hoạt động khai thác, chế biến quanh năm.

- Về quỹ đất phát triển lâm nghiệp: theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, về tổng quan sử dụng đất, diện tích đất hiện còn chưa sử dụng của cả nước là trên 12 triệu ha, trong đó có trên 7 triệu ha có khả năng phát triển sản xuất lâm nghiệp, hình thành các vùng nguyên liệu tập trung.

- Với nguồn lao động dồi dào, khéo léo, giá nhân công thấp, Việt Nam có nhiều lợi thế trong việc phát triển ngành công nghiệp chế biến gỗ và mộc mỹ nghệ, ngành được coi là thâm dụng lao động. Trong sản xuất, gia công hàng đồ gỗ xuất khẩu, bên cạnh yếu tố công nghệ đảm bảo cho việc nâng cao năng suất, hiệu quả thì lao động thủ công chính là yếu tố tạo nên sự khác biệt, độc đáo cho sản phẩm.

- Chi phí sản xuất đồ gỗ của Việt Nam tương đối thấp, trong khi thị trường Mỹ hiện đang được coi là thị trường nhập khẩu đồ gỗ lớn nhất thế giới lại đang đánh thuế chống phá giá rất cao đối với mặt hàng đồ gỗ của Trung Quốc, đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam tại thị trường Mỹ. Đây là điều kiện thuận lợi để tăng cường xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

Bên cạnh những triển vọng, thuận lợi, ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam hiện cũng đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ:

- Các lợi thế tương đối của ngành công nghiệp chế biến gỗ, lâm sản Việt Nam sẽ bị hạn chế bởi các sản phẩm tương tự của các nước có điều kiện tương đồng trong khu vực; hạn chế khả năng tiếp cận thị trường các nước thuộc khu vực phát triển khác, đặc biệt sức ép cạnh tranh từ Trung Quốc, Đài Loan và các nước trong khu vực như Thái Lan, Indonesia, Malaysia... Chỉ tính riêng

Trung Quốc đã có trên 50.000 cơ sở sản xuất với hơn 50 triệu nhân công và sản xuất với doanh số gần 20 tỷ USD/năm.

- Sự dao động về giá cả mặt hàng gỗ trên thị trường thế giới luôn ở mức độ cao và xảy ra thường xuyên, do sự nhạy cảm của mặt hàng này và do chính sách lâm sản của các nước xuất khẩu luôn thay đổi; trong đó, nguyên liệu gỗ thường có biên độ dao động cao hơn các sản phẩm gỗ chế biến (từ năm 2006 đến nay giá gỗ nguyên liệu thế giới đã tăng 40 - 100%/năm tùy từng loại). Trong khi khoảng 80% nguyên liệu của ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam (chiếm tới 60% giá thành sản phẩm hiện đang phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu. Điều này tác động rất lớn tới chi phí đầu vào, khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng và khai thác năng lực sản xuất của các doanh nghiệp chế biến.

- Năng lực cạnh tranh của ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam còn yếu. Phần lớn các doanh nghiệp chế biến gỗ chưa có sự chuẩn bị đầy đủ cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, thiếu chiến lược và các chính sách thích ứng để thâm nhập vào thị trường thế giới. Mức độ phổ cập thông tin liên quan đến WTO và các quy định quốc tế về quản lý khai thác, chế biến gỗ tới các doanh nghiệp còn thiếu và chưa đồng bộ.

- Chất lượng mặt hàng gỗ Việt Nam nhìn chung chưa cao; hiện mới chỉ có 200/2000 doanh nghiệp chế biến gỗ tại Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế. Mẫu mã sản phẩm đồ gỗ Việt Nam còn đơn điệu, chưa thật sự phong phú, đa dạng và còn lệ thuộc vào mẫu mã của nước ngoài, nên kém sức cạnh tranh. Nhiều doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp lớn vẫn chạy theo gia công, chưa chú trọng đến việc đầu tư công nghệ, đào tạo công nhân kỹ thuật có tay nghề cao, thiếu các nhà thiết kế các sản phẩm gỗ mang bản sắc riêng nhưng có tính công nghệ cao.

- Một rào cản khác đối với ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam là năng suất lao động quá thấp. Hiện năng suất của ngành công nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu Việt Nam chỉ xấp xỉ bằng 25% của châu Âu và chưa đến 50% của Trung Quốc. Mới chỉ có khoảng 30% lao động ngành chế biến gỗ Việt Nam được đào tạo bài bản, do vậy ngành có giá trị xuất khẩu dưới 10.000 USD/công nhân/năm, trong khi tại Trung Quốc là 16.000 USD, Malaysia là 17.000 USD.

- Hiện vẫn còn một số doanh nghiệp chưa thật sự quan tâm đến tính hợp pháp của nguồn gỗ trong khi chỉ cần một đơn vị tiêu thụ gỗ không rõ

nguồn gốc mà bị đối tác phát hiện sẽ ảnh hưởng xấu đối với ngành xuất khẩu hàng nội thất của cả nước, có nguy cơ bị áp dụng chính sách thu mua rủi ro như các doanh nghiệp ở Nam Mỹ và châu Phi.

- Nhiều thành viên của Liên minh châu Âu (EU) hiện nay đang áp dụng các chính sách mới đòi hỏi các sản phẩm gỗ, và chế biến từ gỗ nhập khẩu có nguồn gốc khai thác hợp pháp. Các doanh nghiệp Việt Nam phải biết xu hướng thay đổi đó để đáp ứng nếu muốn có cơ hội kinh doanh.

- Việc Mỹ áp dụng Đạo Luật Nông nghiệp 2008, được Quốc hội Mỹ thông qua ngày 18/6/2008, sẽ tác động đáng kể đến hoạt động kinh doanh, phát triển xuất khẩu hàng đồ gỗ nội thất và các sản phẩm gỗ khác, hàng thủ công mỹ nghệ có nguồn gốc nguyên liệu từ gỗ và các loại cây trồng của Việt Nam sang Mỹ.

Theo Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (Vifores), công nghiệp chế biến đồ gỗ Việt Nam đang phát triển mạnh, thị trường nhiều tiềm năng nên số lượng doanh nghiệp ngày càng gia tăng, bao gồm nhiều loại hình. Cụ thể, có 1.500-1.800 cơ sở mộc nhỏ với năng lực chế biến từ 15 - 200 m³ gỗ/năm/cơ sở và 1.200 doanh nghiệp với năng lực chế biến 2 triệu m³ gỗ/năm/doanh nghiệp, trong đó có 41% là doanh nghiệp nhà nước và 59% doanh nghiệp tư nhân. Công nghiệp đồ gỗ Việt Nam cũng thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư nước ngoài với mức độ gia tăng đáng kể. Tính đến cuối năm 2006, có khoảng 420 nhà sản xuất nước ngoài đầu tư hoạt động tại Việt Nam với khoảng 330 triệu USD vốn đầu tư được thực hiện, chủ yếu từ châu Á, đặc biệt là từ Đài Loan, Singapore, Malaysia, Trung Quốc và một số quốc gia châu Âu như Thụy Điển, Na Uy, Đan Mạch và Pháp.

Gỗ và sản phẩm gỗ là mặt hàng đã khẳng định được vị trí tương đối vững chắc trong cơ cấu xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong những năm gần đây. Đây là mặt hàng có thị trường lớn, khả năng cạnh tranh và chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của nhà nhập khẩu song khó khăn cơ bản vẫn là nguồn nguyên liệu nhập khẩu và khả năng đáp ứng những đơn hàng lớn còn hạn chế. Do vậy, nếu có thể khắc phục được những hạn chế này, xuất khẩu sản phẩm gỗ có thể gia tăng mạnh trong thời gian tới.

- Về kim ngạch xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ được dự báo là tăng đều qua các năm với tốc độ trung bình khoảng hơn 32,4%/năm trong giai đoạn từ nay đến

năm 2010, đạt kim ngạch xuất khẩu 4.756,8 triệu USD vào năm 2010. Trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu dự báo giảm xuống còn 22,1%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 10 tỷ USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, năm 2008 được xem là một năm khó khăn đối với thị trường gỗ vì lĩnh vực xây dựng nhà ở Mỹ vốn được xem là khách hàng tiềm năng của sản phẩm gỗ Việt Nam khó có thể thoát khỏi tình trạng trì trệ bởi khủng hoảng kinh tế đang diễn ra và dự báo có thể kéo dài sang năm 2009. Trong tình huống phải chịu tác động nặng nề của khủng hoảng kinh tế, dự báo kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam sẽ chỉ đạt 2.750 triệu USD vào năm 2010 và 5.980 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Theo dự báo của Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, xuất khẩu đồ gỗ sẽ tiếp tục tăng cao trong những năm tới, đặc biệt là tại các thị trường chủ lực.

Bảng 2.10. Dự báo triển vọng xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

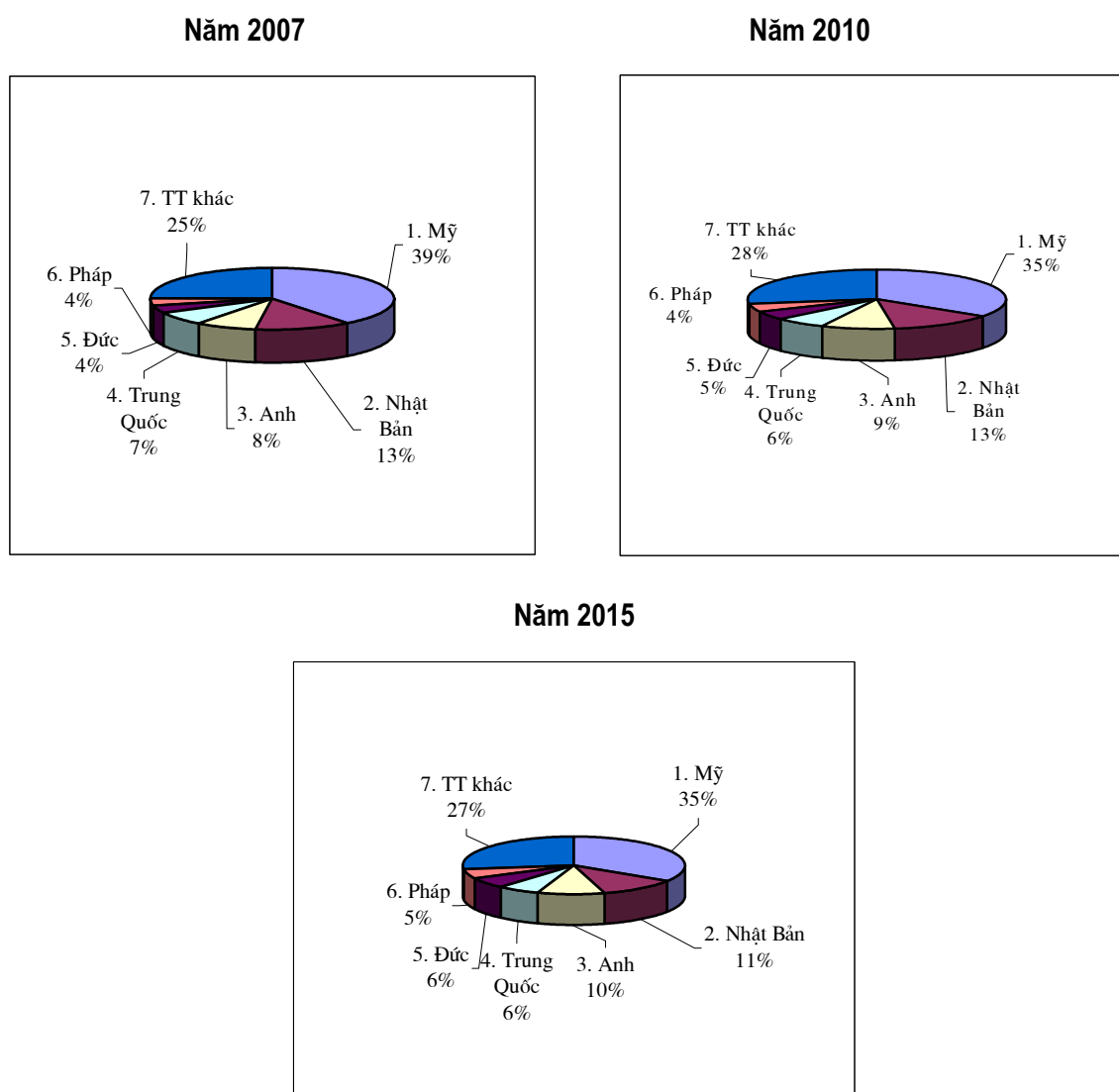
		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	2.404,1	2.750,0	4.756,8	4,60	32,36	5.980,0	10.016,0	18,60	22,00
1. Mỹ	948,5	956,6	1.653,8	0,28	24,79	2.035,2	3.408,8	22,55	21,22
2. Nhật Bản	307,1	359,5	621,8	5,70	34,16	683,5	1.144,5	18,02	16,81
3. Anh	196,4	253,9	439,2	9,77	41,21	591,4	990,7	26,58	25,11
4. Trung Quốc	167,7	169,4	292,9	0,35	24,90	369,0	617,9	23,55	22,18
5. Đức	98,3	131,5	227,5	11,26	43,83	355,2	594,8	34,03	32,28
6. Pháp	92,7	121,6	210,2	10,39	42,27	323,5	542,3	33,21	31,59
7. Hàn Quốc	84,4	107,3	185,4	9,04	39,90	245,2	410,8	25,71	24,32
8. Australia	60,2	92,4	159,9	17,85	55,25	254,7	427,0	35,12	33,39
9. Hà Lan	50,8	79,2	137,0	18,66	56,60	227,2	380,3	37,36	35,50
10. Canada	47,6	75,6	130,	19,65	58,12	217,7	364,9	37,55	35,89
11. TT khác	350,4	403,6	698,0	5,06	33,07	677,0	1.133,6	13,55	12,48

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Về cơ cấu thị trường xuất khẩu, Mỹ và Nhật Bản được dự báo vẫn sẽ là 2 thị trường xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ lớn nhất của Việt Nam. Tỷ trọng xuất khẩu sang Mỹ năm 2010 chiếm khoảng 35%, năm 2015 chiếm 34%; tương ứng tỷ trọng thị trường xuất khẩu sang Nhật Bản năm 2010 là 13% và năm 2015 là 11,4%.

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.5.

Sơ đồ 2.5. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

Mặc dù ngành chế biến gỗ có nhiều triển vọng và đã phát triển mạnh trong thời gian qua song ngành công nghiệp chế biến mũi nhọn này hiện còn

thiếu tính bền vững do không chủ động được về nguyên liệu. Việt Nam vẫn là nhà nhập khẩu hầu như toàn bộ nguyên liệu gỗ.

Với tổng diện tích rừng tự nhiên và rừng trồng để sản xuất là 4,49 triệu ha, năm 2006, Việt Nam chỉ khai thác được 3,23 triệu m³ (trong đó trên 3,11 triệu ha của rừng tự nhiên, chỉ được phép khai thác 230.000 m³) trong khi nhu cầu nguyên liệu gỗ cho cả thị trường trong nước và chế biến đồ gỗ xuất khẩu đến năm 2010 là 11 - 12 triệu m³, thì nguồn nguyên liệu trong nước chỉ đáp ứng được từ 20 - 30%. Chính điều này đang và sẽ là nguy cơ ngăn cản sự phát triển và lợi nhuận của các doanh nghiệp nói riêng và ngành chế biến, xuất khẩu đồ gỗ nước ta nói chung.

Theo số liệu thống kê từ Bộ Công Thương, nếu giá trị xuất khẩu đồ gỗ năm 2006 của nước ta đạt 1,9 tỷ USD thì riêng chi phí cho nhập khẩu gỗ đã mất 720 triệu USD. Tương tự, năm 2007, giá trị xuất khẩu đồ gỗ là 2,3 tỷ USD, giá trị nhập khẩu 1,02 tỷ USD. Hơn nữa, giá gỗ nguyên liệu hiện đang có xu thế tăng do nguồn cung gỗ nguyên liệu khan hiếm tại một số quốc gia xuất khẩu, đặc biệt là Malaysia - quốc gia cung cấp gỗ nguyên liệu chính cho Việt Nam. Ngoài ra, yếu tố giá dầu và vàng tăng cũng làm cho thị trường nguyên liệu gỗ tăng mạnh. Chính vì vậy, giá đầu ra của sản phẩm tăng, và lúc đó yếu tố lợi thế về nhân công rẻ, chi phí quản lý thấp cũng sẽ không đủ bù đắp tốc độ gia tăng giá nguyên liệu nhập khẩu đầu vào. Hơn nữa, nhiều doanh nghiệp chế biến gỗ còn gặp nhiều khó khăn như lượng vốn vay lớn và kỹ năng quản lý còn yếu kém. Trước những khó khăn đó, Nhà nước hiện đang tích cực thực thi công tác trồng rừng bằng cách khuyến khích các đơn vị liên quan mở rộng diện tích rừng, và sử dụng những giống cây rừng có năng suất cao nhằm chủ động hơn trong nguồn nguyên liệu. Bên cạnh đó, phát triển công nghệ sản xuất để tận dụng các phế liệu gỗ cho sản xuất ván nhân tạo cũng như kết hợp nguyên liệu gỗ với các nguyên liệu khác để sản xuất đồ gỗ cũng là các giải pháp để ngành sản xuất/xuất khẩu đồ gỗ giảm sự phụ thuộc vào nhập khẩu gỗ nguyên liệu.

2.7. MẶT HÀNG DỆT MAY

2.7.1. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007

Xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 26,0%/năm, từ 1.975,4 triệu USD năm 2001 lên 7.749,7 triệu USD năm 2007.

Bảng 2.11. Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam 2001 - 2007

Đơn vị: Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	1.975,4	2.751,6	3.686,8	4.385,6	4.838,4	5.834,4	7.749,7	26,00
Mỹ	47,5	975,8	1.973,6	2.474,4	2.602,9	3.044,6	4.465,2	358,7
Đức	211,5	204,3	185,0	227,0	237,0	321,5	365,1	10,58
Anh	80,2	75,3	72,9	97,8	153,4	220,5	272,3	24,82
Đài loan	292,2	232,7	187,9	195,5	183,2	181,4	162,4	-8,88
Pháp	104,7	70,2	71,5	91,0	103,3	142,4	150,5	8,87
Tây Ban Nha	51,4	48,3	50,5	67,2	84,1	109,1	150,9	20,81
Canada	30,2	39,2	35,0	48,8	80,9	97,3	136,7	30,88
Hà lan	51,8	45,9	46,8	62,8	79,3	116,2	126,3	17,71
Italia	40,4	42,1	42,1	55,0	39,0	76,2	93,4	20,60
Hàn quốc	104,1	92,6	67,5	63,2	49,5	82,9	85,3	0,70
Khác	961,6	925,2	954,2	1.002,9	1.225,7	1.442,3	1.741,7	10,85

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Mỹ là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam, năm 2007 nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ từ Việt Nam đạt 4.465,2 triệu USD, chiếm tới 57,6% tổng giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam; tiếp theo là các nước thành viên EU như thị trường Đức, chiếm tỷ trọng 4,7%; thị trường Anh 3,5%; Pháp 1,9% và Tây Ban Nha 1,9%...

2.7.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam

Theo Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 36 /2008/QĐ-TTg ngày 10 tháng 03 năm 2008, ngành dệt may Việt Nam sẽ phát triển theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa nhằm tạo ra bước nhảy vọt về cả chất và lượng.

Trong giai đoạn 2008 - 2010, ngành phấn đấu đạt mức tăng trưởng sản lượng 16-18%/năm, xuất khẩu tăng 20%/năm. Giai đoạn 2011 - 2020, sản lượng tăng 12 - 14%, xuất khẩu tăng 15%. Doanh thu toàn ngành sẽ đạt khoảng 14,8 tỷ USD vào năm 2010, nâng lên 22,5 tỷ USD vào năm 2015 và 31 tỷ USD vào năm 2020. Tuy nhiên, để đạt được những mục tiêu này, ngành đang đứng trước rất nhiều thách thức lớn, trong đó khó khăn nhất chính là

nguyên vật liệu phân lớn vẫn phải nhập khẩu, tỷ lệ nội địa hoá rất thấp, trong khi phân gia công còn cao (khoảng 65%), đa số doanh nghiệp chưa xây dựng được thương hiệu.

Theo Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex), để phát triển nguồn nguyên liệu vải phục vụ sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may, Vinatex và các DN cần đầu tư khoảng 6.500 tỷ đồng để trồng cây bông vải và sản xuất xơ sợi tổng hợp. Theo đó, kế hoạch phát triển bông tập trung có nước tưới dự kiến được triển khai tại các tỉnh duyên hải miền Trung và một phần Tây Nguyên. Để có diện tích 40.000ha trồng bông có nước tưới vào năm 2015, cần tổng vốn đầu tư khoảng 3.500 tỷ đồng cho đền bù đất, hệ thống thủy lợi và sản xuất giống. Ngoài ra, Vinatex phối hợp cùng Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam đang triển khai xây dựng nhà máy sản xuất xơ polyeste đầu tiên ở Việt Nam với công suất 400 tấn xơ thông thường, 50 tấn xơ đặc biệt và 50 tấn hạt chip/ngày, với tổng mức đầu tư 3.000 tỷ đồng. Dự kiến, năm 2011 nhà máy sẽ đi vào sản xuất, đến năm 2020 đáp ứng 40% nhu cầu trong nước về xơ sợi tổng hợp.

Việc đầu tư phát triển nguồn nguyên phụ liệu dệt may trong nước sẽ từng bước nâng cao tỷ lệ nội địa hóa từ mức 30% hiện nay lên 50% vào năm 2010 và 60% vào năm 2015; hướng đến mục tiêu đạt 12 tỷ USD xuất khẩu trong năm 2010 và 18 tỷ USD năm 2015.

+ Dự báo kim ngạch xuất khẩu:

Trên cơ sở dự báo triển vọng cung cầu thị trường hàng dệt may thế giới và năng lực phát triển sản xuất của Việt Nam, dự báo tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đạt mức bình quân hàng năm khoảng 19,0%/năm trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 và đạt 15,55%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015, kim ngạch xuất khẩu đạt 12.160 triệu USD vào năm 2010 và gần 21.615 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, năm 2009 xu hướng thị trường sẽ chuyển sang các sản phẩm bậc trung và thấp, sản phẩm giá cao sẽ khó bán hơn...do tác động của suy thoái kinh tế thế giới, đặc biệt là ở các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như Mỹ và EU. Mức tiêu thụ và nhu cầu nhập khẩu đang có xu hướng giảm đi trên các thị trường này. Trong trường hợp đó, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt gần 10 tỷ USD vào năm 2010 và 17 tỷ USD vào năm 2015.

+ Thị trường xuất khẩu:

Dự báo Mỹ và các nước thành viên EU như Đức, Pháp, Anh vẫn là các thị trường xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam trong giai đoạn từ nay đến năm 2015. Trong đó, tỷ trọng của thị trường Mỹ chiếm khoảng gần 1/2 tổng giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam. Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam được dự báo như sau: Tỷ trọng của thị trường Mỹ sẽ giảm từ 57,6% năm 2007 xuống còn 56,1% năm 2010 và chỉ còn 46,72% năm 2015. Trong khi đó, tỷ trọng của thị trường Đức sẽ tăng từ 4,71% của năm 2007 lên 5,9% năm 2010 và 10,0% năm 2015 và tỷ trọng tương ứng của thị trường Anh là 3,5%; 4,5% và 6,5%.

Bên cạnh đó, xuất khẩu hàng dệt may sang các nước trong khu vực như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông cũng có triển vọng tăng mạnh. Tuy mới chiếm một tỷ trọng nhỏ, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Hàn Quốc cũng đã tăng mạnh trong thời gian qua. Đây cũng là hướng đi để xuất khẩu hàng dệt may bớt phụ thuộc vào các thị trường xuất khẩu truyền thống.

Bảng 2. 12. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015

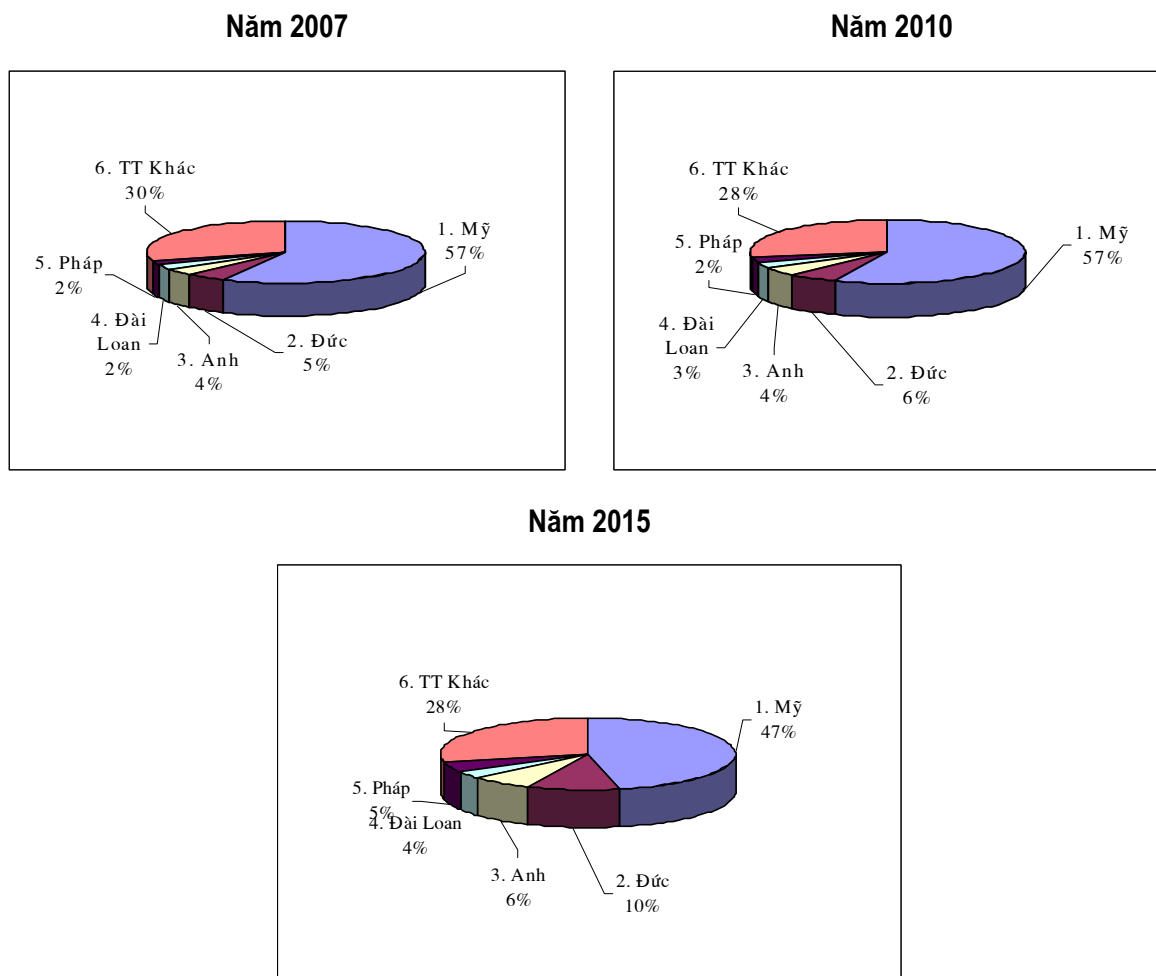
Đơn vị: Triệu USD, %

		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	7.749,7	9.898,0	12.160,0	8,50	19,00	17.444,6	21.615,0	12,00	15,55
1. Mỹ	4.465,2	5.060,21	6.285,3	4,44	17,62	8.150,0	10.097,4	12,21	15,98
2. Đức	365,1	590,95	1.126,2	20,62	32,97	1.050,1	2.166,0	15,54	66,09
3. Anh	272,3	443,46	544,7	20,95	33,35	955,9	1.400,4	23,11	52,36
4. Đài Loan	162,4	276,17	438,9	23,35	36,24	614,0	760,2	24,47	41,43
5. Pháp	150,5	246,48	302,7	21,26	33,73	519,8	1.075,5	22,18	85,08
6. TBN	150,9	240,54	295,6	19,80	31,98	526,8	653,0	23,80	40,29
7. Canada	136,7	203,91	250,7	16,39	27,81	481,4	595,7	27,22	45,87
8. Hà Lan	126,3	237,57	292,1	29,37	43,77	418,6	519,2	15,25	25,91
9. Italia	93,4	195,99	241,1	36,61	52,72	589,6	731,1	40,17	67,74
10. Hàn quốc	85,3	174,22	253,4	34,75	50,09	505,8	625,8	38,08	64,39
11. TT Khác	1.741,7	2.229,18	2.129,8	9,33	7,43	3.630,1	2.990,0	12,57	13,46

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.6.

Sơ đồ 2.6. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.8. MẶT HÀNG GIÀY DÉP

2.8.1. Thực trạng xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007

Việt Nam là một trong 10 nước xuất khẩu giày dép hàng đầu thế giới, riêng ở thị trường EU, Việt Nam xếp thứ hai sau Trung Quốc. Mặc dù không đạt mức tăng trưởng đột phá như xuất khẩu một số sản phẩm khác, xuất khẩu giày dép trong giai đoạn 2001 - 2007 tăng trưởng khá ổn định với tốc độ tăng trưởng bình quân 17,03%/năm, từ 1.595,5 triệu USD năm 2001 lên 3.994,3 triệu USD năm 2007.

Đến hết năm 2007, năng lực sản xuất của toàn ngành đạt: Giày dép các loại: 680 triệu đôi; Cặp túi xách các loại: 88 triệu chiếc; Da thuộc thành phẩm: 150 triệu sqft. Năng lực sản xuất của ngành đã đạt trên 90% mức năng lực được đầu tư, có mức tăng trưởng mạnh trong 7 năm liên tiếp với mức tăng trung bình đạt 10%/năm trên 2 loại sản phẩm chính là giày dép và túi cặp các loại. Riêng sản phẩm da thuộc đạt mức tăng trưởng bình quân khoảng 20%/năm. Mặt hàng chủ lực của ngành vẫn tập trung chủ yếu vào giày thể thao, chiếm khoảng 51% năng lực sản xuất các sản phẩm giày dép của ngành, phù hợp với xu thế tiêu dùng của thị trường xuất khẩu.

Bảng 2.13. Xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007

Triệu USD

Thị trường	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	1.559,5	1.867,0	2.267,9	2.691,6	3.039,6	3.591,6	3.994,3	17,03
Mỹ	114,2	196,6	282,6	415,5	611,1	802,8	885,1	41,93
Anh	254,2	312,4	338,8	494,2	472,8	517,3	526,6	14,01
Đức	214,0	249,7	316,3	338,1	310,8	339,4	357,9	9,47
Hà Lan	157,4	184,8	215,4	238,0	240,0	116,2	279,2	22,33
Bỉ	158,4	148,9	169,7	39,1	195,9	232,2	278,9	61,72
Italia	101,6	119,1	145,8	133,3	162,1	193,0	217,0	14,01
Pháp	166,3	178,8	194,0	183,0	180,4	195,3	200,9	3,34
Tây Ban Nha	44,7	53,8	73,1	77,9	89,3	104,8	128,0	19,51
Nhật Bản	64,4	53,9	61,6	70,6	93,7	113,1	114,8	11,25
Canada	19,6	29,0	34,2	48,1	80,9	86,6	78,6	28,79
TT khác	264,7	340,0	436,5	653,8	602,6	890,8	1.055,3	27,52

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

EU hiện vẫn là thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam đạt 2,6 tỉ USD năm 2007, tăng 33,9% so với năm 2006 và chiếm 54% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam.

Năm 2004, Việt Nam đã vượt Italia, trở thành nhà cung cấp lớn thứ tư sang thị trường Mỹ sau Trung Quốc, Braxin và Indonesia. Trong năm 2007, xuất khẩu sang Mỹ đạt 995 triệu USD, tăng 30% so với năm 2006. Hiện nay và trong những năm tới, Mỹ sẽ là thị trường xuất khẩu mục tiêu đối với các sản phẩm giày dép của Việt Nam như giày thể thao, giày da nam nữ.

Xuất khẩu sang thị trường các nước Đông Á cũng có những biến chuyển tích cực. Đây là khu vực thị trường có những phong tục tập quán tương đối giống Việt Nam. Các sản phẩm chủ yếu xuất khẩu từ Việt Nam sang các thị trường này là giày thể thao, giày da nam nữ, dép đi trong nhà...

2.8.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam

- Về kim ngạch xuất khẩu:

Trong những năm tới, giày dép cũng là mặt hàng có nhiều khả năng để gia tăng kim ngạch xuất khẩu thông qua việc mở rộng sản xuất, đa dạng hoá thị trường xuất khẩu và tăng cường hàm lượng giá trị gia tăng của sản phẩm xuất khẩu bằng cách tập trung vào khâu thiết kế kiểu dáng, tạo mẫu sản phẩm...

Dự báo, đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt 6.860 triệu USD với tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân hàng năm trong giai đoạn 2008 - 2010 là 22,3%/năm; Năm 2015 đạt kim ngạch xuất khẩu 10.750 triệu USD với tốc độ tăng trưởng bình quân 11,2%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, cũng như dệt may, thị trường giày dép thế giới năm 2009 có khả năng sẽ phải chịu nhiều tác động của suy thoái kinh tế thế giới, đặc biệt là ở các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như Mỹ và EU. Đặc biệt là mặt hàng giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang EU lại không được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP và đang chịu điều tra về chống bán phá giá đối với giày mũ da tại thị trường EU. Trong trường hợp đó, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 4.740 triệu USD vào năm 2010 và 7.046 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Thị trường xuất khẩu tiềm năng của mặt hàng này trong những năm tới là các nước phát triển có sức mua lớn như Mỹ, các nước thành viên EU và Nhật Bản...

Bên cạnh đó, còn có thể khai thác các thị trường có sức mua không lớn nhưng chấp nhận hàng hóa phù hợp với năng lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam như Indonesia, Malaysia, Trung Đông, châu Phi, Nga và các nước Đông Âu...

Nhu cầu nhập khẩu giày dép của Mỹ những năm gần đây khoảng 20 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 sang Mỹ chỉ chiếm 4% kim ngạch nhập khẩu của nước này, dự báo đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 6% (đạt kim ngạch trên 1.272,8 triệu USD), năm 2015 đạt 9% (khoảng 1.800,72 triệu USD).

Nhu cầu nhập khẩu của Nhật Bản những năm gần đây khoảng 3,6 tỷ USD/năm, xuất khẩu của Việt Nam năm 2007 sang Nhật Bản chỉ chiếm 3% kim ngạch nhập khẩu của nước này, dự báo đến 2010 nâng tỷ lệ này lên trên 7% (đạt kim ngạch trên 238,03 triệu USD), năm 2015 đạt 10% (khoảng 349,37 triệu USD).

Xét về cơ cấu thị trường, dự báo Mỹ, Anh, Đức vẫn là ba thị trường xuất khẩu hàng giày dép lớn nhất của Việt Nam. Trong đó, tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường Mỹ dự báo chiếm khoảng gần 20% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam trong giai đoạn từ nay đến năm 2015. Tiếp đến là thị trường Anh với tỷ trọng chiếm khoảng 14% và Đức khoảng 11%.

Bảng 2.14. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015

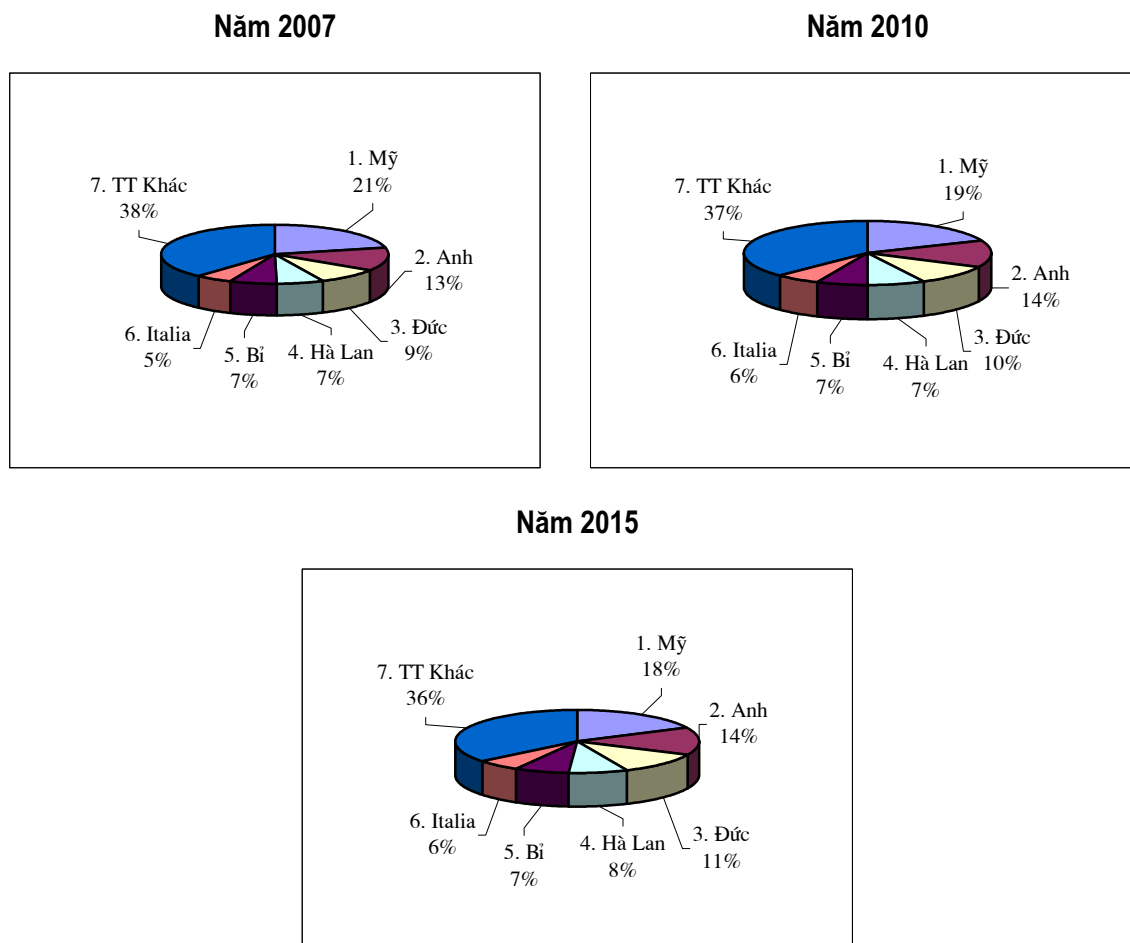
Đơn vị: Triệu USD, %

		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	3.994,3	4.740,0	6.860,0	4,85	22,30	7.045,8	10.750,0	8,25	11,20
1. Mỹ	885,1	927,19	1.272,8	1,59	14,60	1.401,4	1.800,7	10,23	8,30
2. Anh	526,6	653,68	946,2	8,04	26,56	986,4	1.414,4	10,18	9,90
3. Đức	358,0	433,26	695,7	7,01	31,44	713,0	1.150,0	12,92	13,06
4. Hà Lan	279,2	350,30	506,5	8,49	27,15	551,6	790,5	11,50	11,21
5. Bỉ	278,9	320,91	464,0	5,02	22,13	500,9	715,4	11,22	10,83
6. Italia	216,9	273,04	394,9	8,63	27,36	412,8	589,7	10,24	9,87
7. Pháp	200,9	236,06	341,3	5,83	23,30	359,3	524,1	10,44	10,71
8. TBN	128,0	174,91	252,9	12,22	32,55	298,0	465,3	14,08	16,79
9. Nhật Bản	114,8	164,49	238,0	14,43	35,78	243,0	349,3	9,56	9,36
10. Canada	78,6	110,92	160,5	13,71	34,76	169,8	262,6	10,62	12,71
11. TT Khác	1.055,3	1095,94	1.586,4	1,28	16,77	1.409,1	2.643,3	5,72	13,33

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam được thể hiện ở sơ đồ 2.7.

Sơ đồ 2.7. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.9. NHÓM HÀNG ĐIỆN TỬ VÀ LINH KIỆN ĐIỆN TỬ

2.9.1. Thực trạng xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam 2001 - 2007

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam là một trong những sản phẩm xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn 2001 - 2007, bình quân hàng năm đạt 26,29%/năm. Kim ngạch xuất khẩu tăng từ 595,6 triệu USD năm 2001 lên 2.154,4 triệu USD năm 2007.

Thái Lan là thị trường nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch năm 2007 đạt 370 triệu

USD, chiếm 17,2% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam; tiếp theo là Mỹ - 12,7%; Nhật Bản - 12,5%, Hà Lan - 9% và Philippin - 8%...

Bảng 2.15. Xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam 2001 - 2007

Triệu USD

Nước	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tăng bq (%)
Tổng KN	595,6	492,0	672,3	1.075,4	1.427,4	1.708,2	2.154,4	26,29
Thái Lan	151,5	61,7	69,7	199,1	288,1	344,8	370,0	35,16
Mỹ	0,01	5,3	47,3	57,5	118,5	210,5	273,4	205,18
Nhật Bản	50,8	57,1	98,9	212,7	253,0	245,9	269,3	37,72
Hà Lan	2,3	4,4	13,3	19,6	24,8	89,9	194,2	123,86
Philippin	213,7	152,3	91,3	182,0	185,8	145,0	173,1	5,02
Singapo	6,2	4,2	6,1	57,1	61,8	84,2	132,7	158,13
Trung Quốc	7,8	19,3	22,5	46,9	74,6	73,8	119,6	65,28
Hồng Kông	1,2	0,9	3,6	27,5	39,3	65,2	86,2	183,07
Arập Xêut	0,04	-	0,03	12,0	30,2	26,7	46,8	71,45
Phần Lan	0,5	-	-	14,8	26,4	33,4	40,7	42,39
TT khác	167,6	243,9	332,8	246,0	325,0	388,9	448,4	20,49

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

2.9.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, đây là mặt hàng có nhiều khả năng tạo ra sự tăng trưởng đột biến trong thời gian tới và rất có thể với những định hướng phát triển phù hợp thì đây sẽ là một trong những mặt hàng tạo kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam trong 5 năm tới:

Thứ nhất, trong những năm gần đây, làn sóng đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực điện, điện tử và sản xuất linh kiện máy tính ở Việt Nam đã tăng khá mạnh với nhiều dự án đầu tư lớn như dự án đầu tư sản xuất máy in của Tập đoàn Canon, dự án đầu tư sản xuất chip điện tử, linh kiện máy tính của Tập đoàn Intel và nhiều dự án đầu tư khác của các công ty vệ tinh của các tập đoàn lớn đã có hoạt động tại Việt Nam...

Thứ hai, đối với mặt hàng điện tử và linh kiện máy tính, đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam là Malaysia, Thái Lan và Trung Quốc. Tuy

nhiên, lợi thế về nhân công đã và đang có sự dịch chuyển từ Malaysia và Thái Lan sang Việt Nam. Riêng đối với Trung Quốc, bên cạnh lợi thế của Việt Nam về giá nhân công thì sự phát triển kinh tế được coi là quá nóng của nước này cũng đang tạo ra sự chuyển dịch đầu tư của các tập đoàn điện tử lớn của thế giới sang Việt Nam.

Thứ ba, về nhu cầu của thị trường thế giới đối với mặt hàng điện tử và linh kiện máy tính có thể coi là khổng lồ và đầy tiềm năng. Theo đánh giá của chuyên gia của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) thì thị trường nhập khẩu các sản phẩm điện tử trên thế giới rất rộng lớn và có mức tăng trưởng vững chắc trong những năm tới.

Một trong những đặc điểm cơ bản của ngành công nghiệp điện tử thế giới là tính chuyên môn hóa và toàn cầu hóa: thay đổi cơ cấu sản xuất và phương thức sản xuất. Theo đó, các công ty, tập đoàn lớn đã không còn “bao sân” quá trình sản xuất mà chỉ tập trung vào một số khâu có giá trị gia tăng cao (R&D, tiếp thị, bán hàng,...), còn lại họ thuê các công ty khác dưới hình thức đấu thầu. Quá trình sản xuất cũng được phân chia thành nhiều công đoạn, bố trí mỗi công đoạn ở nhiều quốc gia khác nhau theo yêu cầu và điều kiện cụ thể, tạo ra một mạng lưới sản xuất sản phẩm điện tử mang tính toàn cầu. Mạng lưới này cung ứng các dịch vụ sản xuất, linh kiện, phụ tùng, xây dựng và vận hành các dây chuyền lắp ráp, vận chuyển, phân phối sản phẩm như một chuỗi khép kín. Các công ty, tập đoàn lớn sử dụng mạng lưới này để giảm chi phí sản xuất và vận chuyển.

Việt Nam nằm trong khu vực Đông Á là khu vực có ngành công nghiệp điện tử phát triển mạnh trên thế giới (Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN,...), nên cũng không nằm ngoài sự phát triển chung đó.

Nếu tham gia được vào dây chuyền giá trị toàn cầu của ngành công nghiệp điện tử thế giới trên cơ sở xác định rõ những công đoạn nào hoặc những sản phẩm giá trị gia tăng nào mà Việt Nam có khả năng làm tốt, để có vị trí trong ngành công nghiệp điện tử khu vực và thu được nhiều lợi nhuận hơn, ngành công nghiệp điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam sẽ có triển vọng phát triển nhanh.

- Dự báo kim ngạch xuất khẩu:

Theo Định hướng chiến lược phát triển các sản phẩm công nghiệp của ngành công nghiệp thì nhóm hàng điện tử và linh kiện máy tính được xếp vào

nhóm trọng tâm ưu tiên phát triển trong giai đoạn 2006 – 2015. Dự báo kim ngạch xuất khẩu đạt 4.651 triệu USD vào năm 2010 với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 38,6%/năm trong giai đoạn 2008 - 2010 và đạt 7.322 triệu USD vào năm 2015, tăng trưởng bình quân ở mức 11,5%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015.

Trong trường hợp chịu ảnh hưởng nặng nề của suy thoái kinh tế, dự báo kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam sẽ chỉ đạt 3.043 triệu USD vào năm 2010 và 4.900 triệu USD vào năm 2015.

- Về thị trường xuất khẩu:

Hiện nay Việt Nam đang xuất khẩu mặt hàng này chủ yếu sang các nước ASEAN, Nhật Bản và Mỹ. Trong thời gian tới có thể hướng tới Trung Quốc, Hồng Kông, Đức và các nước thành viên mới của EU như Hungary, Ba Lan, Cộng hòa Séc và Slovakia. Tuy nhiên, Mỹ, Nhật Bản và Thái Lan sẽ vẫn là 3 thị trường xuất khẩu lớn nhất mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam trong giai đoạn dự báo.

Bảng 2.16. Dự báo triển vọng xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

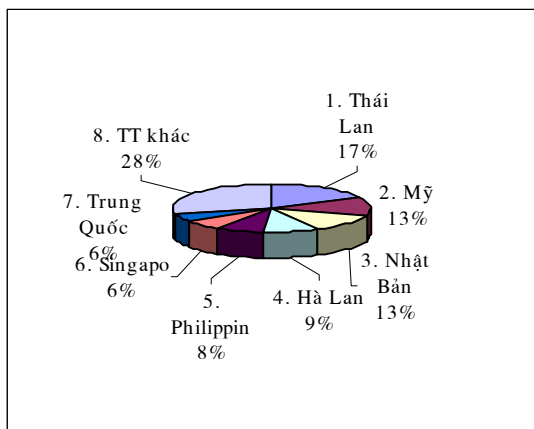
		2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	2.154,4	3.043,0	4.650,0	12,20	38,62	4.900,0	7.332,0	10,00	11,50
1. Thái Lan	370,0	478,98	732,1	9,82	32,62	705,73	910,3	9,47	4,87
2. Mỹ	273,4	572,10	874,5	36,42	73,29	951,75	1.570,7	13,27	15,92
3. Nhật Bản	269,3	349,96	534,8	9,98	32,87	697,40	1.043,3	19,86	19,01
4. Hà Lan	194,2	296,70	453,5	17,59	44,51	397,46	594,6	6,79	6,23
5. Philippin	173,1	196,89	301,0	4,58	24,63	319,54	404,7	12,46	6,89
6. Singapo	132,7	181,06	276,6	12,15	36,16	239,16	357,4	6,42	5,84
7. Trung Quốc	119,6	146,37	223,9	7,46	29,07	289,15	358,9	19,51	12,07
8. Hồng Kông	86,2	129,64	198,1	16,80	43,30	225,93	338,0	14,86	14,12
9. Arập Xêut	46,8	73,64	112,6	19,12	46,93	131,34	196,1	15,67	14,82
10. Phần Lan	40,7	75,16	114,9	28,23	60,81	133,30	199,1	15,47	14,64
11. TT khác	448,4	541,97	828,4	6,96	28,25	810,12	1.358,5	9,90	12,80

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

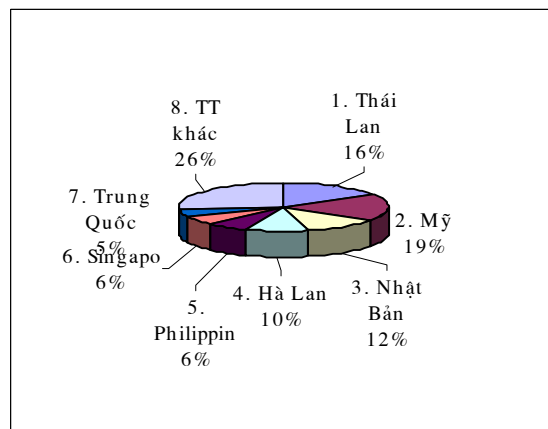
Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.8.

Sơ đồ 2.8. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015

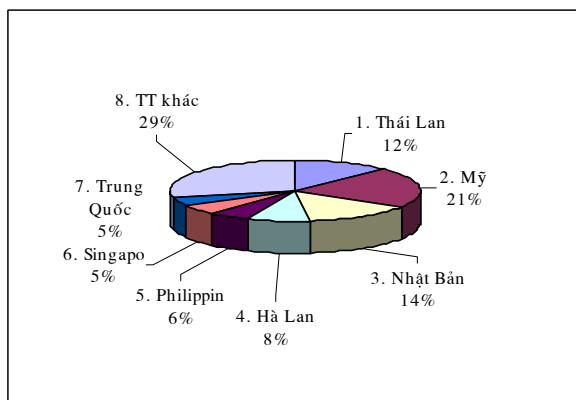
Năm 2007



Năm 2010



Năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Dự báo thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015 là một trong những nhiệm vụ khoa học quan trọng và khó khăn. Đặc biệt, trong bối cảnh khủng hoảng tài chính từ Mỹ đã lan ra toàn cầu và đã dẫn đến suy thoái kinh tế toàn cầu thì nhiệm vụ khoa học này lại càng khó khăn và phức tạp hơn nhiều, rất khó có thể đạt được mức độ chính xác cao. Trên thế giới, chỉ riêng dự báo cho năm 2009, hàng tháng IMF và WB lại điều chỉnh dự báo về tăng trưởng kinh tế thế giới và thương mại. Chẳng hạn, tháng 10 năm 2008 IMF đưa ra dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2009 là 3%, đến tháng 11/2008 thì IMF đã điều chỉnh dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới còn 2,2% và đến tháng 12 thì WB lại đưa ra dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới chỉ là 0,9%. Tăng trưởng kinh tế thế giới giảm dẫn đến hoạt động thương mại quốc tế cũng giảm, chỉ có thể ở mức 3,9% vào năm 2009 (giảm 2,1 % so với tốc độ của các năm trước đó và là mức thấp nhất kể từ năm 1982). Hiện tại, chưa có nhà kinh tế hoặc cơ quan dự báo nào đưa ra dự báo về khoảng thời gian kéo dài của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Chỉ có WB đưa ra dự báo rằng với sự can thiệp của các Chính phủ (đặc biệt là các nước có tiềm lực và khả năng tài chính lớn), bằng các khoản cứu trợ khẩn cấp lên đến hàng ngàn tỷ USD, có thể mức độ tác động của khủng hoảng tài chính sẽ được giảm bớt. Năm 2010 kinh tế thế giới có thể tăng trưởng 3% và tăng trưởng thương mại sẽ đạt 6%.

Khủng hoảng tài chính toàn cầu đã và sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến nền kinh tế Việt Nam, tuy nhiên các ngành và lĩnh vực khác nhau sẽ có mức độ tác động không giống nhau. Suy thoái kinh tế toàn cầu dẫn đến sức mua giảm (kể cả tiêu dùng và sản xuất), giới đầu cơ sẽ bán tháo hàng dự trữ và khả năng thanh toán của hệ thống ngân hàng, tài chính cùng với biến động của tỷ giá giữa các loại ngoại tệ... sẽ làm cho kinh tế và thương mại toàn cầu tăng trưởng chậm lại. Vì vậy, khủng hoảng tài chính sẽ tác động vào nền kinh tế Việt Nam, trước hết là lĩnh vực thương mại, xuất khẩu, nhập khẩu và lĩnh vực thu hút và thực hiện vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, cuộc khủng hoảng này còn tác động đến một số lĩnh vực như tài chính, tiền tệ, giá cả các mặt hàng xuất khẩu và nhập khẩu, đặc biệt là các mặt hàng thô. Tăng trưởng xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam năm 2009 sẽ chậm lại so với năm 2008 và chỉ có thể phục hồi vào năm 2010.

Căn cứ vào mục tiêu và yêu cầu đặt ra cho đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Ban chủ nhiệm đề tài đã hoàn thành được các nội dung nghiên cứu và đạt được một số kết quả sau:

- Thu thập, cập nhật, tổng hợp, phân tích và lựa chọn để trình bày trong đề tài các dự báo về kinh tế thế giới và thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Các dự báo về kinh tế thế giới và thị trường thế giới đối với một số mặt hàng được trình bày trong đề tài này là do một số tổ chức quốc tế và các cơ quan có uy tín trên thế giới đưa ra như IMF, WB, FAO, USDA, ICO... Hầu hết các dự báo đều có tính đến tác động của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Tuy nhiên, các dự báo trên sẽ còn được điều chỉnh nên cần phải tiếp tục theo dõi và cập nhật.

- Các dự báo về khả năng xuất khẩu của Việt Nam đối với một số mặt hàng như gạo, cà phê, cao su tự nhiên, thủy sản, sản phẩm đồ gỗ, dệt may, giày dép và hàng điện tử đều được tính toán theo 2 phương án. Trong đó, cả 2 phương án đều tính toán dựa trên các dự báo về tác động của khủng hoảng tài chính đến xuất khẩu của Việt Nam, tức là cả điều kiện sản xuất và xuất khẩu của chúng ta (yếu tố chủ quan) và điều kiện thị trường thế giới (yếu tố khách quan). Tuy nhiên, phương án cao là phương án tính toán dựa trên các dự báo về khả năng chúng ta sẽ tận dụng được tối đa các cơ hội do tác động bất lợi của khủng hoảng đối với các đối thủ cạnh tranh, chuyển dịch thị trường và cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng đa dạng hoá thị trường, khai thác mạnh các thị trường truyền thống nhưng kim ngạch xuất khẩu còn thấp, nâng cao giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu thông qua đẩy mạnh chế biến sâu, tận dụng tối đa các ưu đãi trong các cam kết giữa Việt Nam với các đối tác thuộc khu vực hay hiệp định về ưu đãi thuế quan. Để giúp cho lựa chọn phương án trong xây dựng chiến lược, kế hoạch dài hạn... chúng tôi đề xuất lựa chọn phương án cao đối với mặt hàng gạo và phương án thấp đối với các mặt hàng còn lại.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do các điều kiện có hạn, đặc biệt là các thông tin về tình hình kinh tế và thương mại thế giới phải sử dụng chủ yếu từ các nguồn thông tin miễn phí trên mạng internet nên mức độ chính xác còn hạn chế. Tình hình kinh tế, thương mại thế giới đang tiếp tục diễn biến phức tạp và chắc chắn sẽ tác động sâu sắc hơn đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Để đưa ra được các dự báo chi tiết hơn, mức độ bao phủ các mặt hàng và thị trường rộng hơn, độ chính xác cao hơn, qua đó phục vụ tốt cho công tác xây dựng chiến lược phát triển thương mại Việt Nam đến năm 2020

và các hoạt động quản lý của Bộ Công Thương, giúp ích nhiều hơn cho các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, Ban chủ nhiệm đề tài kiến nghị: 1/Cần tiếp tục theo dõi, cập nhật các dự báo và để có được các dự báo với độ chính xác cao, Bộ Công Thương cần cấp kinh phí để mua thông tin từ các tổ chức và cơ quan dự báo có uy tín trên thế giới; 2/Cho phép nghiên cứu, dự báo tình hình thị trường thế giới đối với các mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam như xăng dầu, phân bón, thép, sản phẩm nhựa...; 3/ Cần nghiên cứu các giải pháp tổng thể và một số giải pháp cụ thể cho các ngành hàng để phục vụ cho công tác quản lý nhà nước của Bộ nhằm thực hiện được các chỉ tiêu dự báo đã đề xuất và được lựa chọn trong xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển.

Trong quá trình thực hiện đề tài, Ban chủ nhiệm đã nhận được sự giúp đỡ rất tận tình của Vụ Khoa học và công nghệ, các Vụ, Cục có liên quan của Bộ Công Thương cũng như các cơ quan và các nhà khoa học. Ban chủ nhiệm đề tài xin trân trọng cảm ơn và mong tiếp tục nhận được sự giúp đỡ và hợp tác của các cơ quan và các nhà khoa học.

Ban chủ nhiệm đề tài

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Quyết định 2635/QĐ-BNN-CB về Phê duyệt Đề án “Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê đến 2015 và định hướng 2020”*, 2008.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Nông nghiệp và thị trường nông sản: nhận diện tình hình và những vận hội sau khi Việt Nam gia nhập WTO*, 2008.
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Thương mại và tiếp thị lâm sản*, 2006.
4. Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27 tháng 10 năm 2000 của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 – 2010.
5. Quyết định số 156/2006/QĐ - TTg ngày 30 tháng 6 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 – 2010.
6. Quyết định số 1958/QĐ-BCT của Ngành Công Thương về Ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP ngày 27 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ.
7. Quyết định số 18/2007/QĐ-TTg ngày 05 tháng 02 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Chiến lược phát triển lâm nghiệp Việt Nam giai đoạn 2006 – 2020.
8. Quyết định 75/2007/QĐ-TTg ngày 28 tháng 5 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam đến 2010 và tầm nhìn đến năm 2020
9. Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 10 tháng 3 năm 2008 về phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
10. Tổng cục Hải quan Việt Nam, *Số liệu thống kê xuất nhập khẩu*
11. Viện Chiến lược và chính sách công nghiệp, *Xây dựng chiến lược định hướng thị trường xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp Việt Nam giai đoạn đến năm 2015, tầm nhìn 2020*, 2006

12. Viện Chiến lược và chính sách nông nghiệp, *Hồ sơ ngành hàng cà phê Việt Nam*, 2007

TIẾNG ANH

13. CEC, *Footwear development of the world*, 2008

14. FAO, *Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015*, 2007

15. FAO, *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear 1988 - 2007*

16. International Rubber Study Group, *Natural Rubber: what has the future in store*, 2008.

17. IMF, *World Economic Outlook*, tháng 9/2008

18. OECD – FAO, *Agricultural Outlook*, 2008

19. SIA, *Global semiconductors market*, 2008

20. Textile Intelligence, *Strategies For Textile and Apparel Manufacturers in the Post-Quota Era: Prospects to 2015*, 2007

21. The Association of Natural Rubber Producing countries, *Quarterly Natural Rubber Statistical Bulletin*, 2007

22. The Cotton Economics Research Institute, *World Cotton Outlook: Projections to 2015/16*, 2007

23. UNIDO, *The Global Footwear Industry*, 2008

24. USDA, *Cotton: World Markets and Trade*, 2008

25. USDA, *Coffee: World Markets and Trade*, 2008.

26. USDA, *Agricultural Long-term Projections*, 2008

27. USDA, *Wood Market UpDate*, 2008

28. Worldbank, *Commodities Price Forecasts*, 2008

29. Worldbank, *Prospects for the Global Economy*, 2008

30. WTO, *World Trade Report*, 2008

BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 70.08.RD

BÁO CÁO TÓM TẮT

**DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU
CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015**

HÀ NỘI - 2008

BỘ CÔNG THƯƠNG

VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

BÁO CÁO TÓM TẮT

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ

MÃ SỐ: 70.08.RD

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015

Cơ quan quản lý đề tài: **BỘ CÔNG THƯƠNG**

Cơ quan chủ trì thực hiện: **VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

Chủ nhiệm đề tài: **PGS.TS Đinh Văn Thành**

Các thành viên: **TS. Nguyễn thị Nhiều**

Ths. Đỗ Kim Chi

Ths. Lê Huy Khôi

CN. Hoàng thị Hương Lan

CN. Phạm Hồng Lam

HÀ NỘI - 2008

MỤC LỤC

Danh mục chữ viết tắt	Trang
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I. DỰ BÁO TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM	4
1.1. Triển vọng kinh tế và thương mại thế giới đến năm 2015	4
1.1.1. Triển vọng kinh tế thế giới đến năm 2015	4
1.1.2. Triển vọng thương mại và thị trường hàng hóa thế giới	5
1.2. Tổng hợp dự báo về thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam	6
1.2.1. Mặt hàng gạo	5
1.2.2. Mặt hàng cà phê	7
1.2.3. Mặt hàng cao su tự nhiên	9
1.2.4. Mặt hàng thủy sản	10
1.2.5. Gỗ và sản phẩm gỗ	11
1.2.6. Mặt hàng dệt may	13
1.2.7. Mặt hàng giày dép	13
1.2.8. Mặt hàng điện tử và linh kiện	14
CHƯƠNG 2. DỰ BÁO KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN 2015	16
2.1. Một số cơ sở để xây dựng dự báo	16
2.2. Mặt hàng gạo	17
2.2.1. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007	17
2.2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến năm 2015	18
2.3. Mặt hàng cà phê	19
2.3.1. Thực trạng xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007	19
2.3.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015	19

2.4. Mặt hàng cao su tự nhiên	21
2.4.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007	21
2.4.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2015	21
2.5. Mặt hàng thủy sản	23
2.5.1. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007	23
2.5.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015	23
2.6. Mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ	25
2.6.1. Thực trạng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam 2001 - 2007	25
2.6.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015	25
2.7. Mặt hàng dệt may	27
2.7.1. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam 2001 - 2007	27
2.7.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015	27
2.8. Mặt hàng giày dép	28
2.8.1. Thực trạng xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007	28
2.8.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến năm 2015	28
2.9. Điện tử và linh kiện điện tử	30
2.9.1. Thực trạng xuất khẩu điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam 2001 - 2007	30
2.9.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam đến năm 2015	30
KẾT LUẬN	32
TÀI LIỆU THAM KHẢO	35

DANH MỤC ĐỒ THỊ, BẢNG BIỂU, PHỤ LỤC

Bảng 1.1. Dự báo triển vọng cung cầu gạo thế giới	6
Bảng 1.2. Dự báo tiêu thụ cà phê thế giới	8
Bảng 1.3. Xu hướng giá cà phê trên thị trường thế giới	8
Bảng 1.4. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015	9
Bảng 1.5. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015	9
Bảng 1.6. Xu hướng giá cao su trên thị trường thế giới	10
Bảng 1.7. Dự báo tiêu thụ thủy sản theo nhóm nước	11
Bảng 1.8. Dự báo sản lượng thủy sản thế giới	11
Bảng 1.9. Xu hướng giá gỗ nguyên liệu trên thị trường thế giới	12
Bảng 2.1. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015	18
Bảng 2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015	20
Bảng 2.3. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến 2015	22
Bảng 2.4. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015	24
Bảng 2.5. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015	26
Bảng 2.6. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015	27
Bảng 2.7. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015	29
Bảng 2.8. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015	31
Sơ đồ 1.1. Dự báo xu hướng giá gạo thế giới	7
Sơ đồ 2.1. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015	19
Sơ đồ 2.2. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015	20
Sơ đồ 2.3. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam đến 2015	22
Sơ đồ 2.4. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015	24
Sơ đồ 2.5. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015	26
Sơ đồ 2.6. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015	28
Sơ đồ 2.7. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015	29
Sơ đồ 2.8. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015	31

BẢNG CHỮ VIẾT TẮT

ABARE Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics	Cục Kinh tế Nông nghiệp và Tài nguyên Australia
ACP African, Caribbean and Pacific countries	Các nước đang phát triển thuộc khu vực châu Phi, Caribê-Thái Bình Dương
AMAD Agricultural Market Access Database	Cơ sở dữ liệu thị trường nông sản
CAP Common Agricultural Policy (EU)	Chính sách nông nghiệp chung EU
CIS Commonwealth of Independent States	Cộng đồng các quốc gia độc lập
CPI Consumer Price Index	Chỉ số giá tiêu dùng
DDA Doha Development Agenda	Nghị trình Phát triển Đô-ha
EBA Everything-But-Arms Initiative (EU)	Sáng kiến “Tất cả trừ vũ khí” của EU
ERS Economic Research Service of the US Department for Agriculture	Cơ quan nghiên cứu kinh tế của Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ
EUROSTAT Statistical Office of the European Communities	Cơ quan thống kê của Cộng đồng châu Âu
FAO Food and Agriculture Organization of the United Nations	Tổ chức Nông lương của Liên hiệp quốc
FDI Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp
GDP Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GM Genetically modified	Biến đổi gen
ICO International Coffee Organisation	Tổ chức cà phê thế giới
IMF International Monetary Fund	Tổ chức tiền tệ quốc tế
IRSG International Rubber Study Group	Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế
MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan	Bộ Nông, lâm, ngư nghiệp Nhật Bản
OECD Organisation for Economic Co-operation and Development	Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
OPEC Organization of Petroleum Exporting Countries	Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ
SIA Semiconductor Industry Association	Hiệp hội bán dẫn thế giới

TRQ	Tariff rate quota	Hạn ngạch thuế quan
UN	The United Nations	Liên hiệp quốc
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Hội nghị của Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển
URAA	Uruguay Round Agreement on Agriculture	Hiệp định Nông nghiệp trong Vòng đàm phán Uruguay
USDA	United States Department of Agriculture	Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ
WB	World Bank	Ngân hàng thế giới
WSTS	World Semiconductor Trade Statistics	Trung tâm thống kê thương mại bán dẫn thế giới
WTO	World Trade Organisation	Tổ chức Thương mại thế giới

MỞ ĐẦU

Sự cần thiết nghiên cứu đề tài:

Ngày 27 tháng 10 năm 2000, Thủ tướng Chính phủ đã ra Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg về Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010. Sau 5 năm thực hiện Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ, nhiều chỉ tiêu đã đạt và vượt mục tiêu, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đã đạt 17,6%/năm, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng chủ yếu đều vượt mục tiêu đề ra. Để chuẩn bị cho kế hoạch 5 năm (2006 - 2010), Chính phủ đã giao Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) xây dựng Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 và đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 156/2006/QĐ - TTg ngày 30 tháng 6 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010. Mục tiêu về xuất khẩu đặt ra cho thời kỳ này là phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng xuất khẩu 17,5%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 72,5 tỷ USD và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao, sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm xuất khẩu sản phẩm thô. Đến nay, xuất khẩu một số nhóm hàng đã đạt và vượt mục tiêu về tổng kim ngạch xuất khẩu sẽ đạt vào năm 2009, còn một số mục tiêu khác cần phải rà soát và điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện thực hiện cam kết gia nhập WTO .

Ngày 30 tháng 11 năm 2007, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1958/QĐ-BCT về việc Ban hành Chương trình hành động của Ngành Công Thương thực hiện Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP ngày 27 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ về *“Một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới”*. Tại Quyết định này, Bộ Công Thương đã xác định nhiệm vụ phải rà soát, điều chỉnh Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010 và xây dựng Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2011 - 2015.

Để cung cấp luận cứ khoa học cho việc triển khai rà soát, điều chỉnh và xây dựng đề án phát triển xuất khẩu hàng hoá của nước ta giai đoạn 2011 - 2015, cần thiết phải có các công trình nghiên cứu và dự báo tình hình thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Đây là bước đi đầu tiên và rất quan trọng trong quá trình xây dựng chiến lược, quy hoạch và kế hoạch dài hạn về phát triển xuất khẩu hàng hoá nói

riêng và thương mại nói chung. Nhất là trong điều kiện và bối cảnh kinh tế và thương mại trên thế giới đang thay đổi và đầy biến động như hiện nay.

Vì những lý do như đã nêu, Bộ Công Thương đã giao cho Viện nghiên cứu Thương mại chủ trì nghiên cứu đề tài cấp Bộ với tên gọi: “**Dự báo thị trường thế giới một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015**”. Đề tài này nghiên cứu thành công sẽ có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc, đáp ứng được yêu cầu cấp bách của thực tiễn quản lý và kinh doanh xuất nhập khẩu, là tài liệu tham khảo có giá trị cho công tác nghiên cứu, hoạch định chính sách và hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp có liên quan.

Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước:

Trên thế giới, có nhiều tổ chức quốc tế và các cơ quan được tổ chức một cách khoa học và chuyên nghiệp, với hệ thống trang thiết bị, hệ thống thông tin hiện đại, đội ngũ các nhà nghiên cứu và dự báo có trình độ cao, thường xuyên tiến hành xây dựng các dự báo định kỳ về kinh tế, thương mại và thị trường hàng hóa thế giới. Trong đó, một số cơ quan và tổ chức thường đưa ra các dự báo như :

- Dự báo hàng năm của Quỹ tiền tệ quốc tế “*World Economic Outlook*”, phân tích và dự báo những biến động của môi trường kinh tế thế giới và các yếu tố tác động đến thị trường hàng hóa;

- Dự báo hàng năm của Ngân hàng thế giới “*Prospects for the Global Economy*”, phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới thị trường hàng hóa thế giới và triển vọng thương mại thế giới trong ngắn hạn;

- Dự báo hàng năm của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ “*Agricultural Projections*” dự báo triển vọng thị trường hàng nông sản thế giới;

- Dự báo của Cơ quan thông tin năng lượng Hoa Kỳ (EIA) “*International Energy Outlook*”, dự báo triển vọng thị trường năng lượng thế giới...

Trung tâm dự báo kinh tế xã hội quốc gia (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), các viện nghiên cứu cũng có sử dụng các dự báo này và đều đánh giá đây là thông tin tham khảo thiếu tính hệ thống và chưa được xử lý để có thể trực tiếp dùng làm luận cứ khoa học cho việc xây dựng kế hoạch và chương trình phát triển sản xuất hoặc xuất khẩu hàng hóa.

Hiện tại, ở trong nước đã có một số Bộ, ngành đang tiến hành rà soát, điều chỉnh và xây dựng chiến lược hoặc quy hoạch phát triển của ngành/lĩnh vực. Trong một số Chiến lược phát triển đã được phê duyệt

hoặc công bố, mục tiêu xuất khẩu đã được đưa ra nhưng còn mang tính định hướng cho năm 2015, tầm nhìn 2020. Các nghiên cứu dự báo về thị trường thế giới, khả năng xuất khẩu đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đã được công bố chỉ dừng lại ở năm 2010, hiện chưa có công trình nghiên cứu nào đề cập một cách hệ thống và chuyên sâu về dự báo thị trường thế giới đối với các mặt hàng có liên quan đến xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ đến năm 2015.

Mục tiêu nghiên cứu:

Mục tiêu của đề tài là tổng hợp, phân tích và lựa chọn dự báo có độ tin cậy về triển vọng thị trường thế giới đối với một số mặt hàng; phân tích và xây dựng phương án dự báo về khả năng xuất khẩu đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài:

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là tình hình cung cầu thị trường thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam đối với một số mặt hàng như: gạo, cà phê, cao su, thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ, dệt may, giày dép, điện tử và linh kiện. Phạm vi nghiên cứu về thời gian: phân tích thực trạng từ 2001 đến nay và dự báo đến năm 2015.

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp tổng hợp: để tổng hợp các dự báo của các tổ chức quốc tế về thị trường thế giới
- Phương pháp phân tích, thống kê, so sánh: để dự báo về xuất khẩu của Việt Nam.
- Phương pháp chuyên gia: để lựa chọn các phương án dự báo.

Kết cấu đề tài:

Ngoài lời mở đầu, kết luận, nội dung của đề tài gồm 2 Chương như sau:

Chương I: Dự báo triển vọng thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam

Chương II: Dự báo khả năng xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015.

CHƯƠNG I

DỰ BÁO TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

1.1. TRIỂN VỌNG KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI ĐẾN NĂM 2015

1.1.1. Triển vọng kinh tế thế giới đến năm 2015

Theo dự báo của IMF tháng 10/2008 về triển vọng kinh tế thế giới¹, kinh tế thế giới sẽ suy giảm mạnh, trong đó kinh tế Mỹ và châu Âu đang gặp nguy hiểm bờ vực suy thoái. IMF cho rằng kinh tế thế giới sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2008 song với tốc độ chậm lại đáng kể ở hầu hết các nền kinh tế và cơ cấu kinh tế thế giới sẽ có nhiều thay đổi.

Theo IMF, sau khi tăng trưởng 5,1% năm 2006 và 5,0% năm 2007, kinh tế thế giới 2008 sẽ chỉ tăng trưởng khoảng 3,9% trong năm 2008 và 3,0% trong năm 2009. Các chuyên gia của IMF khẳng định hiện tại khủng hoảng tài chính đã lan ra toàn cầu, với các nhân tố như lạm phát, xu hướng tiết giảm tiêu dùng, giá cả nhiên liệu bất ổn, luồng vốn đầu tư đổ vào các nền kinh tế đang nổi lên tiếp tục giảm sẽ làm cho nền kinh tế thế giới đứng bên bờ vực suy thoái. Năm 2009 sẽ là năm khó khăn nhất đối với nền kinh tế toàn cầu. Trong giai đoạn 2010 - 2013, kinh tế toàn cầu nếu sớm phục hồi cũng chỉ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 4,6%/năm.

Những biện pháp can thiệp của các Chính phủ trong thời gian qua đã tỏ ra không mấy hiệu quả và tình hình kinh tế, tài chính toàn cầu vẫn tiếp tục diễn biến theo chiều hướng xấu. Vì vậy, tháng 11/2008, IMF đã phải đưa ra những điều chỉnh trong dự báo triển vọng kinh tế. Theo dự báo mới này², mức tăng GDP toàn cầu dự báo sẽ chỉ đạt 3,7% trong năm 2008 và 2,2% trong năm 2009, giảm tương ứng 0,2% và 0,8% so với dự báo tháng 10/2008 của IMF. Thương mại hàng hóa và dịch vụ thế giới cũng được dự báo sẽ giảm đi so với dự báo tháng 10/2008, đặc biệt là nhu cầu nhập khẩu của các nước phát triển. Nhu cầu dầu mỏ giảm mạnh cùng với tình trạng suy thoái kinh tế đã kéo giá dầu mỏ giảm xuống nhanh chóng trong thời gian qua và dự báo sẽ tiếp tục giảm trong năm 2009.

Thực tế cho thấy, khủng hoảng tài chính đã lan rộng sang nhiều lĩnh vực kinh tế khác như sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, tiêu dùng, xuất khẩu... Trung Quốc - nước được coi là động lực cho tăng trưởng kinh tế toàn cầu - cũng cảnh báo “cuộc khủng hoảng tài chính thế giới tác động đến kinh tế Trung Quốc nghiêm trọng hơn dự tính”.

Hoạt động xuất khẩu đã bị ảnh hưởng nghiêm trọng do khủng hoảng

¹ World Economic Outlook, tháng 10/2008

² IMF, World Economic Outlook Update, tháng 11/2008

tài chính và dự báo khó khăn hơn nữa trong năm 2009, kéo theo sự sụt giảm của nhiều ngành sản xuất khác và làm tăng tỷ lệ thất nghiệp. Theo các chuyên gia kinh tế, sở dĩ kim ngạch xuất khẩu của các nền kinh tế mới nổi ở châu Á thời gian gần đây vẫn được giữ vững là do các nước chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường khác trong khi sức mua tại thị trường Mỹ giảm sút nhưng sẽ không duy trì được tình trạng này khi ảnh hưởng của suy thoái kinh tế lan rộng sang các nước khác.

Trước tình hình đó, ngày 9/12/2008, Ngân hàng thế giới (WB) đã đưa ra dự báo mới về triển vọng kinh tế thế giới, theo đó kinh tế thế giới chỉ tăng 0,9% trong năm 2009, trong đó GDP của khu vực các nước phát triển giảm 0,1% và GDP của khu vực các nước đang phát triển tăng 4,5%³.

Theo Ngân hàng thế giới, giao dịch thương mại sẽ giảm tới 2,1% trong năm 2009, lần suy giảm đầu tiên kể từ năm 1982. Tuy nhiên, Ngân hàng thế giới cũng dự báo rằng kinh tế thế giới sẽ hồi phục vào năm 2010 với tăng trưởng GDP bình quân đạt 3% và tăng trưởng thương mại đạt 6,0%.

1.1.2. Triển vọng thương mại và thị trường hàng hóa thế giới

Theo báo cáo thường niên công bố ngày 17/7/2008 của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), dự báo thương mại toàn cầu sẽ tăng trưởng 4,5% trong năm 2008 (năm 2007 là 5,5% và năm 2006 là 8,5%), không khác biệt nhiều so với dự báo vào tháng 4/2008. Suy giảm tăng trưởng kinh tế thế giới, đặc biệt là của các nền kinh tế lớn sẽ ảnh hưởng tới cả hai yếu tố cung và cầu của thị trường thế giới, đồng thời làm giảm tăng trưởng thương mại toàn cầu xuống còn 4,1% năm 2009.

So với những thời kỳ căng thẳng của thị trường tài chính toàn cầu trước đây, ảnh hưởng trực tiếp của những bất ổn trên thị trường tài chính thế giới hiện nay đối với các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển hạn chế hơn, ngoại trừ các nước/nền kinh tế phụ thuộc nhiều vào trao đổi thương mại với Mỹ. Do vậy, tăng trưởng thương mại của các nền kinh tế mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển tiếp tục đạt mức khá cao, bất chấp tình trạng nhiều quốc gia vẫn đang phải đối mặt với tỉ lệ lạm phát gia tăng do giá lương thực thực phẩm, năng lượng và cầu nội địa tăng mạnh.

Theo dự báo của OECD⁴, tuy giá dầu mỏ thế giới đã tăng mạnh trong 2007 - 2008 nhưng sẽ có xu hướng giảm xuống về dài hạn do giá tăng cao làm giảm nhu cầu tiêu thụ và buộc các nước phải tìm các nguồn nhiên liệu thay thế. Bên cạnh đó, theo nhiều chuyên gia kinh tế, tình trạng giá dầu tăng mạnh trong thời gian qua không thực sự phản ánh yếu tố cung

³ Nguồn: World Bank, *Prospects for the Global Economy*, tháng 12/2008

⁴ OECD-FAO *Agricultural Outlook 2008-2017*

cầu mà chịu nhiều tác động của các hoạt động đầu cơ trong tình trạng tài chính thế giới bất ổn và về lâu dài, tình trạng này sẽ được cải thiện.

Các chuyên gia của Ngân hàng thế giới cũng dự báo giá hầu hết các loại hàng hóa chủ yếu - nguyên, nhiên vật liệu, lương thực và năng lượng - đã tăng mạnh trong năm 2008 nhưng sẽ có xu hướng giảm dần từ năm 2009 cho đến 2015.

1.2. TỔNG HỢP DỰ BÁO VỀ THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

1.2.1. Mặt hàng gạo

Theo dự báo của Tổ chức nông lương Liên hợp quốc (FAO) và Tổ chức Hợp tác phát triển kinh tế (OECD), sản lượng gạo thế giới sẽ tăng từ mức bình quân 409,7 triệu tấn của giai đoạn 2002/03 - 2006/07 lên 448,7 triệu tấn vào niên vụ 2010/11 và 464,1 triệu tấn niên vụ 2014/15. Tổng mức tiêu thụ gạo thế giới sẽ tăng từ 422,0 triệu tấn lên 448,4 triệu tấn và 463,8 triệu tấn trong cùng giai đoạn. Như vậy, cung trên thị trường thế giới sẽ tăng nhanh hơn cầu và là một trong những nguyên nhân khiến cho giá gạo sẽ giảm.

Bảng 1.1. Dự báo triển vọng cung cầu gạo thế giới

Đơn vị: Triệu tấn

	Bq 02/03 - 06/07	2007/08	2010/11	2014/15	Tăng trưởng bq năm (%)	
					2006/07- 2010/11	2010/11- 2014/15
<i>Thế giới</i>						
Sản xuất	409,7	431,8	448,7	464,1	1,85	1,30
Tiêu thụ	422,0	439,5	448,8	463,8	1,40	1,25
Dự trữ cuối vụ	92,5	78,8	85,5	81,2	-	-
Giá (USD/tấn) *	262,3	361,0	330,7	335,6	4,70	1,10
<i>Các nước OECD</i>						
Sản xuất	22,2	21,0	22,3	21,9	1,10	-
Tiêu thụ	22,8	23,0	22,6	22,5	-	-
Dự trữ cuối vụ	6,8	5,3	5,4	5,1	-	-
<i>Các nước ngoài OECD</i>						
Sản xuất	387,5	410,8	426,4	442,2	2,00	1,20
Tiêu thụ	399,2	416,5	426,2	441,4	1,40	1,30
Dự trữ cuối vụ	85,7	73,6	80,1	76,0	-	-

* Gạo xay xát, 100% B, NPQ, FOB Băng cốc (tháng 8/tháng 7)

Nguồn: OECD - FAO Agricultural Outlook 2008

Dự trữ gạo thế giới cuối niên vụ 2010/2011 sẽ đạt 85,5 triệu tấn, tăng so với dự trữ cuối niên vụ 2007/08 nhưng sẽ lại giảm xuống còn 81,2 triệu tấn cuối niên vụ 2014/2015 và giá gạo thế giới sẽ tiếp tục tăng trở lại trong giai đoạn 2010/2011 - 2014/2015 nhưng sẽ không vượt quá mức kỷ lục của giai đoạn 2007/2008 - 2008/2009 .

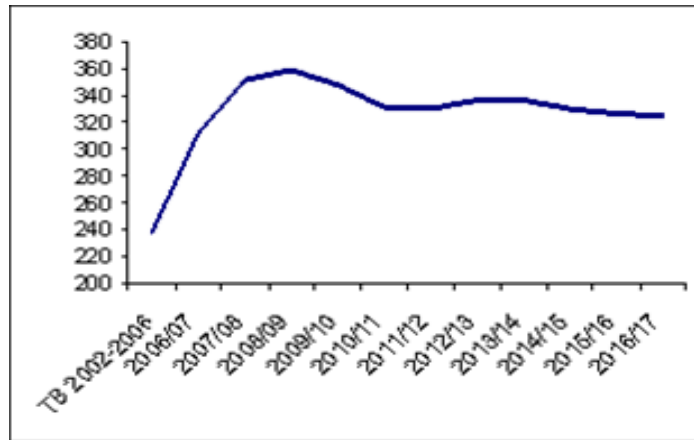
1.2.1.2. Triển vọng xuất nhập khẩu gạo thế giới

Tỷ lệ buôn bán gạo thế giới trong tổng sản lượng gạo hiện vẫn nhỏ hơn so với tỷ lệ này đối với ngũ cốc nhưng thương mại gạo dự kiến sẽ tăng tốc trong 10 năm tới, làm quy mô của thị trường gạo quốc tế tăng từ 28,6 triệu tấn trong niên vụ 2006/2007 lên 32,13 triệu tấn trong niên vụ 2010/11 và 35,1 triệu tấn trong niên vụ 2014/2015.

Theo USDA, các nước sản xuất gạo ở châu Á sẽ tiếp tục là nguồn cung cấp gạo xuất khẩu chính của thế giới trong giai đoạn dự báo. Riêng xuất khẩu gạo của hai nước Thái Lan và Việt Nam sẽ chiếm khoảng nửa tổng lượng gạo xuất khẩu của thế giới. Lượng gạo xuất khẩu của Trung Quốc dự báo sẽ tăng từ 1,3 triệu tấn niên vụ 2006/2007 lên 2,3 triệu tấn niên vụ 2014/2015.

Kể từ năm 2007 và đặc biệt là đầu năm 2008, giá gạo xuất khẩu thế giới tăng cao đến mức chưa từng có, vượt xa so với kết quả dự báo biến đổi giá của OECD - FAO công bố cuối năm 2007. Tuy nhiên, theo dự báo của FAO, giá gạo thế giới sẽ chỉ tăng đến mức cao nhất vào năm 2009, sau đó giảm dần và bình ổn trở lại trong giai đoạn từ 2010 - 2015.

Sơ đồ 1.1. Dự báo xu hướng giá gạo thế giới



1.2.2. Mặt hàng cà phê

1.2.2.1. Dự báo triển vọng cung cầu cà phê thế giới

Theo Tổ chức cà phê quốc tế (ICO), tiêu thụ cà phê thế giới sẽ đạt mức tăng trưởng bình quân 1,3 - 1,5% /năm trong những năm tới, theo đó

đến năm 2015, lượng cà phê tiêu thụ trên toàn cầu đạt 145 triệu bao. Lượng tiêu thụ cà phê hòa tan sẽ tăng nhanh ở các nước phát triển. Nhu cầu đối với các loại cà phê chất lượng cao tăng lên sẽ khuyến khích các nước sản xuất điều chỉnh lại cơ cấu sản xuất các loại cà phê, phát triển cà phê hữu cơ...

Bảng 1.2. Dự báo tiêu thụ cà phê thế giới (triệu bao)

	2005	2006	2007	2008	2010	2015	Tăng bq 2015/10 (%)
Thế giới	118,114	121,087	122,726	125,000	130,730	145,000	2,10
Các nước SX	30,164	31,309	32,649	33,540	33,540	33,820	0,50
Các nước NK	87,950	89,778	90,077	97,190	97,190	102,882	1,40

Nguồn: FAS, USDA, 2008

Theo USDA, sản lượng cà phê thế giới vụ 2008/09 sẽ đạt mức cao kỷ lục 140,6 triệu bao loại 60kg/bao, tăng 18,2% so với vụ 2007/08, trong đó sản lượng cà phê vụ 2008/09 (tháng 7/08 - tháng 6/09) của Braxin sẽ tăng 36% so với vụ hiện tại lên 51,1 triệu bao nhờ chu kỳ tăng sản lượng hai năm một lần của cây cà phê arabica - chiếm 75% tổng sản lượng cà phê thu hoạch được của Braxin. Dự trữ cà phê thế giới vụ tới sẽ tăng 6,7% lên 39,2 triệu bao. Tuy nhiên, giá dầu mỏ và các sản phẩm dầu tăng mạnh trong thời gian qua đã làm tăng chi phí cho cây cà phê và ảnh hưởng đến thu nhập cũng như khả năng đầu tư cho cây cà phê.

2.2.2.2. Xu hướng thương mại và giá cả

Theo ICO, nhập khẩu cà phê toàn cầu sẽ đạt tốc độ tăng bình quân 0,2%/năm trong giai đoạn 2001 - 2010, đạt 5,5 triệu tấn vào năm 2010. Các nước phát triển vẫn là khu vực nhập khẩu cà phê chủ yếu. Nhập khẩu của các nước phát triển đạt gần 5,1 triệu tấn, chiếm 92% tổng lượng nhập khẩu, trong đó nhập khẩu vào khu vực Bắc Mỹ sẽ giảm nhẹ, chỉ đạt 154 triệu tấn và nhập khẩu vào châu Âu cũng giảm xuống còn 2,96 triệu tấn.

Bảng 1.3. Xu hướng giá cà phê trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Cà phê Arabica, Uscent/kg (giá danh nghĩa)	272,4	310,0	298,6	287,7	230,0
Cà phê Arabica, Uscent/kg (giá thực tế)	243,3	249,7	238,8	226,9	176,8
Cà phê Robusta, Uscent/kg (giá danh nghĩa)	190,9	230,0	219,3	209,2	165,0
Cà phê Robusta, Uscent/kg (giá thực tế)	164,2	185,2	175,4	165,0	126,8

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.3. Mật hàng cao su tự nhiên

1.2.3.1. Dự báo triển vọng cung cầu cao su tự nhiên thế giới

Theo dự báo của Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế (International Rubber Study Group - IRSG), nhu cầu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 2,5%/năm trong giai đoạn 2005 - 2010 và tiếp tục tăng 1,8%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015, đưa tổng lượng tiêu thụ cao su tự nhiên lên 10, 28 triệu tấn vào năm 2010 và 11,24 triệu tấn vào năm 2015. Đến năm 2015, tỷ trọng cao su tự nhiên trong tổng mức tiêu thụ cao su thế giới sẽ vào khoảng 41,5%, giảm nhẹ so với mức 43,3% của năm 2005. Trung Quốc và các nước châu Á khác vẫn là động lực tạo nên tăng trưởng tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu trong khi tiêu thụ cao su tự nhiên của khu vực châu Âu chỉ tăng không đáng kể và mức tiêu thụ của Bắc Mỹ cũng như Nhật Bản dự báo sẽ có xu hướng giảm đi trong những năm tới.

Bảng 1.4. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015

1000 tấn

	2005	2007	2010	2015	% tăng bình quân	
					2005-2010	2010-2015
Thế giới	9082	9735	10.284	11.248	2,50	1,80
Trung Quốc	2150	2550	3186	3927	8,15	9,00
EU	1543	1520	1519	1586	-	1,35
Bắc Mỹ	1315	1149	1081	1010	-	-
Nhật Bản	857	888	818	734	-	-
Các nước châu Á khác	2442	2692	2907	3466	3,55	3,55

Nguồn: International Rubber Study Group

Theo IRSG, sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng 2,9%/năm trong giai đoạn 2005 - 2010 và tiếp tục tăng 2,5%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015. Châu Á vẫn là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, chiếm tới 95% tổng sản lượng toàn cầu.

Bảng 1.5. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2015

1000 tấn

	2005	2007	2010	2015	% tăng bình quân	
					2005-2010	2010-2015
Thế giới	8882	9685	10261	11606	2,90	2,50
Châu Á	8377	9409	9819	11039	3,20	2,35
Châu Phi	411	449	463	538	2,35	3,05
Mỹ Latinh	200	216	243	293	3,90	3,80

Nguồn: International Rubber Study Group

1.2.3.2. Triển vọng xuất nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới

Trong thời gian tới, xuất khẩu sẽ tăng với tốc độ chậm hơn tốc độ tăng sản lượng do nhu cầu tiêu thụ giảm đi tại các nước phát triển nhập khẩu trong khi lại tăng lên ở các nước sản xuất. Xuất khẩu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng 1,3%/năm, đạt 6,455 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Indônêxia dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, đạt 1,82 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Việt Nam sẽ đạt mức tăng 5,5%/năm, đạt 0,7 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Thái Lan ít thay đổi so với hiện tại do sản lượng tăng chậm trong khi nhu cầu tiêu thụ nội địa tăng nhưng Thái Lan vẫn là nước xuất khẩu cao su chủ yếu với lượng xuất khẩu 2,63 triệu tấn trong năm 2010. Trong khi đó, xuất khẩu của Malaixia giảm khoảng 4%/năm, chỉ còn khoảng 0,645 triệu tấn vào năm 2010.

Giá cao su thế giới đã hồi phục mạnh kể từ mức thấp nhất của 30 năm - ở thời điểm 2001 - sau khi những nước sản xuất chính là Thái Lan, Indônêxia và Malaysia quyết định hạn chế sản lượng để kích thích giá tăng - và tiếp tục xu hướng tăng trong những năm qua do nhu cầu tiêu thụ cao su thiên nhiên tiếp tục tăng cao.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới, trong dài hạn thì giá cao su tự nhiên sẽ giảm do chiến lược phát triển ngành cao su ở một số nước xuất khẩu chính sẽ tạo điều kiện cải thiện nguồn cung trong khi những nỗ lực tìm kiếm các nguồn năng lượng thay thế sẽ làm giảm sức ép lên giá dầu mỏ và qua đó tác động tới giá cao su tổng hợp.

Bảng 1.6. Xu hướng giá cao su trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Cao su RSS1, Singapore (giá danh nghĩa)	229.0	260.0	255.6	246.2	200.0
Cao su RSS1, Singapore (giá thực tế)	197.0	209.4	204.4	194.2	153.7

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.4. Mặt hàng thủy sản

1.2.4.1. Dự báo cung cầu thủy sản thế giới

Theo FAO, tổng nhu cầu về thủy sản và các sản phẩm thủy sản trên thế giới dự kiến sẽ đạt 183 triệu tấn vào năm 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân 2,1%/năm. Tiêu thụ thủy sản tính theo đầu người trên toàn cầu sẽ tăng bình quân 0,8% trong giai đoạn đến năm 2015, giảm so với mức 1,5% đã đạt được trong 20 năm trước. Tiêu thụ cá và sản phẩm cá bình quân đầu người dự báo sẽ đạt 13,7 kg vào năm 2010 và 14,3 kg vào năm 2015, trong khi đó nhu cầu về shellfish (thủy sản có vỏ) và các sản phẩm nuôi khác sẽ đạt mức tương ứng 4,7 và 4,8 kg/người.

Bảng 1.7. Dự báo tiêu thụ thủy sản theo nhóm nước

Triệu tấn

	2005	2010	2015	% tăng bình quân	
				2010/2005	2015/2010
Thế giới	144,5	157,2	183,0	1,75	3,05
- Tiêu dùng cho thực phẩm	107,5	117,2	138,0	1,75	3,30
- Hao hụt và tiêu dùng khác	37	40	45,0	1,60	2,40
<i>Trong đó</i>					
- Các nước đang phát triển	74,5	82,4		2,05	4,05
- Các nước phát triển	33,0	34,8		1,40	1,88

Nguồn: FAO, *Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015*

Theo dự báo của FAO, tổng sản lượng thủy sản của thế giới sẽ đạt mức 159 triệu tấn vào năm 2010 và 172 triệu tấn vào năm 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân 2,1%/năm trong giai đoạn đến 2010 và 1,6%/năm giai đoạn 2010 - 2015, chủ yếu nhờ tăng sản lượng thủy sản nuôi. Ước tính 73% sản lượng gia tăng sẽ là thủy sản nuôi. Thủy sản nuôi dự kiến sẽ chiếm 45% trong tổng sản lượng thủy sản toàn cầu vào năm 2015.

Bảng 1.8. Dự báo sản lượng thủy sản thế giới

Triệu tấn

	2005	2010	2015	% tăng bình quân	
				2010/2005	2015/2010
Tổng sản lượng	140,5	159,0	172,0	2,50	1,60
- Sản lượng đánh bắt	95,0	95,5	94,5	-	-
- Sản lượng nuôi trồng	45,5	63,5	77,5	6,95	4,10

Nguồn: FAO, *Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015*

1.2.4.2. Triển vọng buôn bán thủy sản thế giới

Theo dự báo của FAO, mậu dịch thủy sản thế giới đang tăng trưởng rất nhanh với 38% sản lượng thủy sản được giao dịch quốc tế. Kim ngạch xuất khẩu toàn cầu tăng 9,5% vào năm 2006, 7% năm 2007, lên đến con số kỷ lục 92 tỉ USD. Trung Quốc là nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, với kim ngạch xuất khẩu đạt 9,7 tỉ USD.

Các nước đang phát triển tiếp tục khẳng định vị trí của mình trong ngành thủy sản, chiếm 50% sản lượng thương mại thủy sản toàn cầu, chiếm 27% giá trị, tương đương 25 tỉ USD. Các nước phát triển chiếm 80% tổng nhập khẩu thủy sản toàn cầu. Mức xuất khẩu ròng thủy sản và các sản phẩm thủy sản của các nước đang phát triển sẽ đạt 10,6 triệu tấn vào năm

2010, nhưng sẽ giảm xuống còn 10,3 triệu tấn vào năm 2015, chủ yếu là do nhu cầu nội địa gia tăng. Các nước phát triển sẽ giảm lượng nhập siêu vào về thủy sản và các sản phẩm thủy sản xuống còn khoảng 10,6 triệu tấn vào năm 2010 và khoảng 10,3 triệu tấn vào năm 2015. Xét theo khu vực, Bắc Mỹ có thể sẽ tăng khối lượng nhập siêu từ 1,7 triệu tấn hiện nay lên 2,4 triệu tấn vào năm 2015. Tây Âu dự kiến sẽ giảm lượng nhập siêu từ mức 2,6 triệu tấn hiện nay xuống còn khoảng 0,2 triệu tấn vào năm 2015. Các nước phát triển khác, đáng chú ý là Nhật Bản, dự kiến sẽ duy trì khối lượng thủy sản nhập khẩu như hiện nay.

Dự báo, giá các loại thủy sản sẽ tăng khoảng 3% vào năm 2010 và 3,2% vào năm 2015.

1.2.5. Gỗ và sản phẩm gỗ

- *Gỗ nguyên liệu*

Theo dự báo của FAO, nhu cầu gỗ nguyên liệu sẽ tăng từ 1,6 tỷ m³ hiện nay lên 2,1 tỷ m³ vào năm 2015, được cung cấp chủ yếu từ nguồn rừng trồng tại khu vực nhiệt đới và các quốc gia nam bán cầu.

- *Sản phẩm gỗ*

Doanh thu thị trường đồ gỗ nội thất thế giới đạt khoảng 270 tỷ USD, trong đó nhóm các nước công nghiệp phát triển (Mỹ, Italia, Đức, Nhật Bản, Canada, Anh và Pháp) chiếm 55% tổng giá trị đồ nội thất của toàn thế giới. Các nước đang phát triển chiếm 45%, riêng Trung Quốc đã chiếm 14% thị phần đồ gỗ nội thất thế giới. Những nước sản xuất đồ gỗ nội thất lớn nhất thế giới là Mỹ, Trung Quốc, Italia, Đức, Nhật Bản và Canada.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới, sản xuất đồ gỗ sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 20%/năm trong thập kỷ tới. Nhu cầu gỗ nguyên liệu tiếp tục tăng mạnh trong khi triển vọng nguồn cung cấp còn chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố hạn chế như khả năng mở rộng diện tích rừng trồng, nguy cơ khai thác quá mức làm cạn kiệt tài nguyên rừng thiên nhiên, chính sách hạn chế xuất khẩu gỗ nguyên liệu của các nước xuất khẩu... là những yếu tố có thể đẩy giá gỗ nguyên liệu tăng lên về dài hạn.

Bảng 1.9. Xu hướng giá gỗ nguyên liệu trên thị trường thế giới

	2007	2008	2009	2010	2015
Gỗ sục, Cameroon, USD/m ³	693,5	708,7	703,8	662,5	703,2
Gỗ sục, Malaysia, USD/m ³	230,5	229,5	231,9	224,8	235,9
Gỗ xẻ, Malaysia, USD/m ³	328,0	410,7	399,9	354,9	368,9

Nguồn: Worldbank Commodities Price Forecasts, 2008

1.2.6. Mặt hàng dệt may

Theo USDA, mức tiêu thụ bông và sợi nhân tạo của ngành dệt thế giới sẽ đạt mức tăng tương ứng 17% và 16% trong giai đoạn 2006/07 - 2015/16. Dự báo năng suất bông bình quân toàn cầu sẽ tăng khoảng 10,6% từ nay tới năm 2015 trong khi diện tích trồng bông chỉ tăng 3,8%.

Trung Quốc vẫn tiếp tục là nước nhập khẩu ròng bông do sản xuất nội địa không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ của ngành dệt. Dự báo nhu cầu tiêu thụ bông của ngành dệt Trung Quốc sẽ tăng lên khoảng 13 triệu kiện từ nay tới năm 2016 trong khi sản lượng chỉ tăng 4,7 triệu kiện, từ 27,16 triệu kiện năm 2004/05 lên 31,82 triệu kiện năm 2015/16.

Dự báo đến năm 2015, tỷ trọng của Trung Quốc trong tổng tiêu thụ bông cho ngành dệt sẽ tăng từ 37% hiện nay lên 42% trong khi thị phần của Ấn Độ, Pakixtan và Thổ Nhĩ Kỳ đạt mức tương ứng 15%, 11% và 6%.

Mỹ sẽ tiếp tục là nước xuất khẩu bông hàng đầu thế giới trong suốt cả thời kỳ dự báo (2007-2016). Xuất khẩu sẽ giảm xuống 14,5 triệu kiện trong năm 2007/08 song sẽ tăng lên 17,2 triệu kiện năm 2008/09 và 19,2 triệu kiện vào năm 2016/17 trong khi các nước Trung Á - đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Mỹ trong xuất khẩu bông - sẽ hướng tới chính sách tăng sản xuất/xuất khẩu sản phẩm dệt may chứ không phải bông nguyên liệu.

Theo Textile Intelligence Lmt., thị trường hàng dệt may thế giới sẽ tăng bình quân 13%/năm trong giai đoạn 2006 - 2010, chủ yếu là nhờ sản xuất và nhu cầu gia tăng tại các nước châu Á trong khi nhập khẩu có xu hướng tăng mạnh tại Tây Âu, Hoa Kỳ, Nhật Bản và các nước công nghiệp mới như Hàn Quốc và Đài Loan sẽ ảnh hưởng đến sản lượng nội địa của các khu vực này.

Cơ cấu thị trường có những thay đổi đáng kể từ sau khi Hiệp định dệt may (ATC) hết hiệu lực từ năm 2005 sẽ tạo điều kiện cho các nước đang phát triển tăng cường xuất khẩu hàng dệt may, đặc biệt là những nước có lợi thế cạnh tranh như Trung Quốc. Sự gia nhập vào EU của các nước Đông Âu cũng tạo điều kiện cho các nước này tăng cường xuất khẩu hàng dệt may sang các nước trong khu vực. Tuy nhiên, theo các chuyên gia ngành dệt may, trong 10 năm tới, Trung Quốc vẫn là quốc gia dẫn đầu về sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may trên thị trường thế giới.

Theo Textile Intelligence Lmt, đến năm 2015, thương mại hàng dệt may thế giới có thể tăng gấp đôi so với 2005. Sự phát triển nhanh chóng của thị trường dệt may nội địa Trung Quốc và Ấn Độ sẽ có ảnh hưởng lớn tới thị trường dệt may thế giới. Tuy nhiên, thương mại hàng dệt may thế

giới vẫn mở ra nhiều cơ hội cho các nhà cung cấp hàng dệt may lớn cho thị trường Mỹ và EU, trong đó phải kể đến vai trò ngày càng tăng của Bangladesh, Campuchia, Việt Nam cũng như Turkmenistan và Uzbekistan.

1.2.7. Mặt hàng giày dép

Theo Hiệp hội giày dép châu Âu⁵, Trung Quốc hiện là nước có tổng tiêu thụ giày dép lớn nhất thế giới, khoảng 2,8 tỷ đôi/năm, chủ yếu do dân số cao. Tuy nhiên, tiêu thụ giày dép bình quân đầu người của Trung Quốc mới đạt 1,7 đôi/người/năm trong khi mức tiêu thụ giày dép bình quân đầu người của Mỹ, Nhật Bản và EU đạt tương ứng 6,7 đôi/người/năm, 4,6 đôi/người/năm và 4,4 đôi/người/năm. Châu Á chỉ chiếm khoảng 45% tổng lượng tiêu thụ giày dép, châu Mỹ 25% và châu Âu chiếm khoảng 20% tổng lượng tiêu thụ giày dép toàn cầu. Tiêu thụ giày dép thế giới đã tăng từ 12 tỷ đôi năm 2000 lên 14,4 tỷ đôi năm 2008.

Tổng sản lượng giày dép thế giới hiện vào khoảng 17 tỷ đôi, trị giá 160 tỷ USD, trong đó các nước châu Á chiếm tới 80% tổng sản lượng giày dép thế giới. Trung Quốc là nước sản xuất giày dép thế giới, chiếm khoảng 60% tổng sản lượng, vượt xa Ấn Độ, nước đứng thứ hai về sản xuất giày dép - 6%. Tiếp theo là Braxin - 4%, Indonesia - 3,5%, Italia - 2,6% và Việt Nam - 2,5%.

Sản lượng giày dép thế giới dự báo sẽ đạt 21,5 tỷ đôi vào năm 2010 và khoảng 24,5 tỷ đôi vào năm 2015. Cùng với xu hướng chuyển dịch sản xuất sang châu Á, dự báo các nước châu Á sẽ tiếp tục chi phối thị trường giày dép thế giới trong những năm tới, cung cấp trên 80% tổng lượng giày dép giao dịch trên thị trường toàn cầu.

Dự báo trong những năm tới, Trung Quốc và các nước châu Á vẫn tiếp tục là những nước xuất khẩu giày dép lớn nhưng các nước xuất khẩu mới nổi ở Mỹ Latinh như Peru, Mêhicô, Colômbia và Argentina sẽ chiếm vị trí quan trọng hơn trên thị trường giày dép thế giới trong khi EU cũng như Hoa Kỳ sẽ trở thành các nước nhập khẩu ròng chủ yếu. Trong khi sản xuất giày dép giảm mạnh ở Mỹ và các nước châu Âu, Thổ Nhĩ Kỳ dự báo sẽ trở thành trung tâm tái xuất khẩu sang các nước châu Âu các loại giày dép có xuất xứ từ Trung Quốc.

1.2.8. Mặt hàng điện tử và linh kiện

Theo Trung tâm thống kê thương mại bán dẫn toàn cầu (WSTS), doanh thu bán dẫn thế giới năm 2007 đạt 257,2 tỷ USD và dự báo sẽ tăng 9,1% trong năm 2008, lên 280,6 tỷ USD. Dự báo tổng doanh thu các sản

⁵ CEC, *Footwear development of the world, 2008*

phẩm bán dẫn toàn cầu sẽ đạt 375 USD vào năm 2015. Tốc độ tăng trưởng cao nhất thuộc về nhóm các sản phẩm bán dẫn sử dụng trong các hệ thống giải trí, với doanh thu dự báo sẽ tăng từ 4 tỷ USD năm 2007 lên 7,5 tỷ USD trong năm 2015.

Theo Hiệp hội công nghiệp bán dẫn (SIA), khu vực Châu Á - Thái Bình Dương sẽ tiếp tục gia tăng thị phần trên thị trường bán dẫn thế giới. Đến năm 2012, doanh thu của ngành công nghiệp bán dẫn Châu Á - Thái Bình Dương dự báo sẽ đạt 203 tỷ USD, chiếm 58,3% thị phần bán dẫn thế giới. Tốc độ tăng trưởng cao của Trung Quốc, Ấn Độ và các thị trường mới nổi lên như Việt Nam và Thái Lan sẽ đóng góp quan trọng cho sự phát triển của khu vực. Về lâu dài, Châu Á - Thái Bình Dương sẽ tiếp tục thu hút đầu tư nước ngoài, với chi phí sản xuất thấp và nhu cầu cao của thị trường trong nước.

Ngành công nghiệp điện tử của Trung Quốc sẽ tiếp tục tạo động lực tăng trưởng trong khu vực cũng như các thị trường bán dẫn toàn cầu. Thị phần của Trung Quốc trong tổng doanh thu bán dẫn toàn cầu dự báo sẽ tăng từ 32,7% năm 2007 lên 36% vào năm 2012. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng thị trường bán dẫn Trung Quốc/Hồng Kông dự báo sẽ thấp hơn các thị trường mới nổi như Ấn Độ và Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2012.

CHƯƠNG 2

DỰ BÁO KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015

2.1. MỘT SỐ CƠ SỞ ĐỂ XÂY DỰNG DỰ BÁO

Trước các biến động khó lường về diễn biến của khủng hoảng tài chính toàn cầu, các dự báo về phát triển kinh tế và thương mại thế giới trong năm 2008 do các Tổ chức quốc tế có uy tín đưa ra cũng phải thường xuyên điều chỉnh. Do đó, việc đưa ra các dự báo trung hạn là hết sức khó khăn, mức độ chính xác không cao và cũng sẽ phải có các điều chỉnh.

Trong khuôn khổ của một đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và để cung cấp các luận cứ khoa học cho việc xây dựng các kế hoạch trung hạn về phát triển sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng có liên quan, vấn đề quan trọng là phải phát hiện và dự báo được các xu hướng phát triển của thị trường thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Với nhiệm vụ được đặt ra như vậy, đề tài đã căn cứ vào một số cơ sở sau đây để xây dựng dự báo:

Thứ nhất là các dự báo về phát triển kinh tế thế giới và thương mại thế giới của các tổ chức và cơ quan dự báo quốc tế có uy tín để làm cơ sở cho việc dự báo về triển vọng thị trường thế giới. Hiện nay chưa thể dự báo một cách chính xác mức độ và hệ lụy của suy thoái kinh tế thế giới 2008 so với khủng hoảng kinh tế Đông Á 1997, nhưng chắc chắn rằng mức độ nghiêm trọng hơn, thời gian kéo dài hơn và quy mô rộng lớn hơn. Khủng hoảng tài chính toàn cầu sẽ tác động đến tất cả các nước, trên nhiều lĩnh vực và có khả năng kéo dài đến hết năm 2010. Đối với Việt Nam, do độ mở của nền kinh tế khá lớn, vốn nước ngoài chiếm trên 30% vốn đầu tư xã hội nên cuộc khủng hoảng này sẽ tác động trực tiếp đối với xuất khẩu, nhập khẩu và đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Xuất khẩu sẽ chịu tác động kép do đơn đặt hàng sẽ ít đi vì tiêu dùng giảm khiến nhu cầu nhập khẩu hàng hoá của Mỹ và của thế giới sẽ không tăng; hàng nguyên liệu thô như dầu thô, gạo, cà phê,... sẽ giảm giá. Bên cạnh đó, xuất khẩu của Việt Nam đối với hàng chế biến sâu và công nghệ cao như hàng điện tử còn phụ thuộc vào doanh nghiệp FDI, nhưng các doanh nghiệp này sẽ gặp khó khăn về thị trường và vốn.

Thứ hai là thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng trong thời gian qua để làm cơ sở ngoại suy triển vọng xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. (Các số liệu phân tích và nhận định về thực trạng xuất khẩu các mặt hàng được trình bày cụ thể tại Mục 2.2 của đề tài này). Những số liệu và tư liệu về thực trạng xuất khẩu được sử dụng làm *một trong những căn cứ* để ngoại suy xu hướng phát triển khả năng xuất khẩu.

Thứ ba là căn cứ vào mục tiêu phát triển xuất khẩu trong các chiến lược, quy hoạch phát triển của các ngành hàng đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020 đã được các Bộ quản lý ngành phê duyệt. Chẳng hạn như Chiến lược phát triển ngành hàng cà phê, thủy sản, dệt may, điện tử tin học...(những thông tin cụ thể về các mục tiêu xuất khẩu của các ngành sản xuất được trình bày trong từng dự báo mặt hàng ở mục sau trong đề tài). Những thông tin về các mục tiêu chiến lược được xem xét là *một trong những căn cứ quan trọng* để xây dựng dự báo).

Thứ tư là các phân tích và dự báo của các chuyên gia kinh tế đăng tải trên các Tạp chí chuyên ngành về triển vọng phát triển kinh tế của Việt Nam, về hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Đặc biệt, đề tài đã kế thừa và lựa chọn các phương án dự báo trong các đề tài khoa học về giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đối với một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam do các Viện nghiên cứu trong và ngoài ngành tiến hành và công bố trong thời gian gần đây.

Thứ năm là căn cứ vào kinh nghiệm tích lũy được trong nhiều năm của Ban Nghiên cứu và dự báo thị trường - Viện Nghiên cứu Thương mại để xây phân tích và lựa chọn các kịch bản dự báo cho từng mặt hàng. Các phương án dự báo về khả năng xuất khẩu của Việt Nam đều dựa trên giả định về kinh tế Việt Nam chỉ bị tăng trưởng chậm lại trong 2 năm tới và sẽ tăng trưởng cao trên 7,5% vào năm từ 2011, năng lực cạnh tranh xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam sẽ được cải thiện nhanh hơn và hàm lượng chế biến sẽ ngày càng cao hơn.

Từ những căn cứ như trên, đề tài xây dựng 2 phương án dự báo cho từng mặt hàng cụ thể. Sau đây là các phân tích và dự báo cụ thể cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu:

2.2. MẶT HÀNG GẠO

2.2.1. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam 2001 - 2007

Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam tăng từ 624,7 triệu USD năm 2001 lên 1.490,0 triệu USD năm 2007, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 17,14%/năm, chiếm gần 16% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo thế giới.

Gạo Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang các nước trong khu vực. Philippin vẫn là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng bình quân 42,79%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007, chiếm trên 40% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam; Ấn Độ đứng thứ hai với tỷ trọng 25,44% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam; tiếp theo là Malaysia (7,83%); Singapo (1,74%) và Nhật Bản (1,26%).

2.2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo Việt Nam đến 2015

Lượng lúa/gạo dành cho xuất khẩu sẽ giảm từ 8,3/4,5 triệu tấn năm 2007 xuống còn 7,38/4,4 triệu tấn vào năm 2010, giảm tiếp xuống còn 7,15/4,3 triệu tấn vào năm 2015 và còn 6,43/3,8 triệu tấn vào cuối năm 2020.

Dự báo kim ngạch xuất khẩu gạo sẽ đạt tốc độ tăng khoảng 2,7%/năm trong giai đoạn 2007 - 2010, lên 1.917 triệu USD vào năm 2010. Trong giai đoạn 2010 - 2015 do khối lượng xuất khẩu cũng như giá xuất khẩu dự báo sẽ giảm đi nên tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân trong giai đoạn này dự báo sẽ giảm khoảng 3,2%/năm, kim ngạch xuất khẩu dự báo chỉ đạt 1.590 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, nếu khủng hoảng tài chính thế giới tiếp tục ảnh hưởng xấu đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu, giá gạo cũng như các mặt hàng khác cũng có thể giảm nhanh trong thời gian tới. Trong trường hợp này, kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 1.582 triệu USD vào năm 2010 và 1.442 triệu USD vào năm 2015.

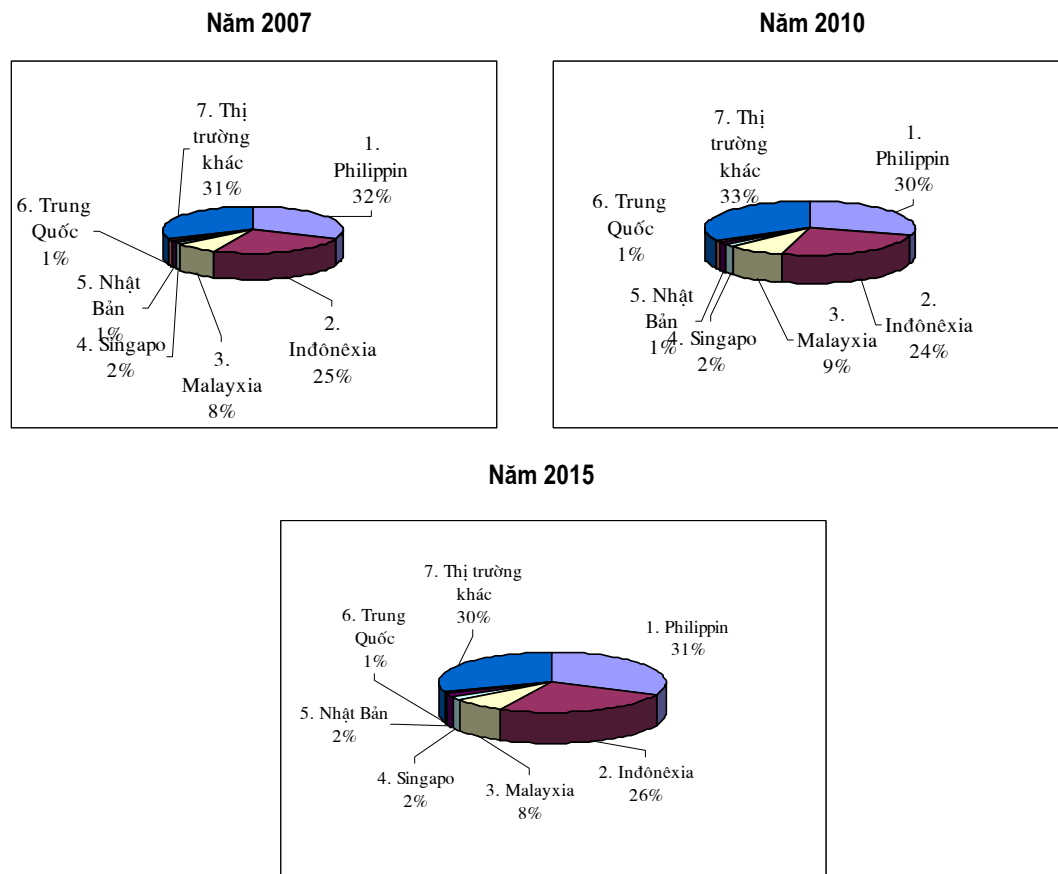
Bảng 2.1. Dự báo triển vọng xuất khẩu gạo của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

		2010		Tăng bq (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
		PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	1.490,0	1.582,0	1.917,0	2,06	8,75	1.442,0	1.590,0	-1,77	-3,20
1. Philippin	468,0	472,5	572,2	0,32	7,42	457,5	504,1	-0,63	-2,38
2. Ấn Độ	379,0	385,9	467,4	1,49	7,77	371,0	408,9	-1,25	-2,50
3. Malaysia	116,7	134,5	162,9	5,08	13,19	108,7	119,8	-3,84	-5,29
4. Singapo	25,9	32,5	39,3	8,49	17,23	29,8	32,9	-1,66	-3,25
5. Nhật Bản	18,7	19,9	24,2	2,14	9,71	24,4	26,8	4,52	2,25
6. Trung Quốc	16,0	16,9	20,5	1,87	9,38	14,8	16,4	-2,49	-4,03
7. Nga	13,4	14,2	17,2	1,99	9,57	18,4	20,3	5,92	3,59
8. Nam Phi	10,9	11,6	13,9	8,26	9,45	20,5	22,6	10,15	12,27
9. Ucraina	8,1	12,5	15,1	18,11	28,97	15,5	17,0	4,80	2,47
10. Đài Loan	7,9	8,4	10,2	2,11	9,52	7,4	8,1	-2,38	-4,04
11. TT khác	425,5	461,3	558,8	2,80	10,44	374,0	412,1	-3,78	-5,25

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Sơ đồ 2.1. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

2.3. MẶT HÀNG CÀ PHÊ

2.3.1. Thực trạng xuất khẩu cà phê của Việt Nam 2001 - 2007

Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam năm 2002 giảm 17,64% so với năm 2001 nhưng từ năm 2003 đến nay, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam tăng mạnh từ 504,8 triệu USD năm 2003 lên 1911,5 triệu USD năm 2007, chiếm trên 11% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê thế giới. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 33,87%/năm.

2.3.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam

Từ nay đến năm 2010, dự báo tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam có thể vẫn đạt mức cao, khoảng 17%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt 2.890,0 triệu USD vào năm 2010 và trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng sẽ giảm xuống 10%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt 4.332 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Trong trường hợp thị trường cà phê thế giới chịu nhiều tác động của khủng hoảng tài chính, kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam dự báo

sẽ chỉ đạt khoảng 2.074 triệu USD vào năm 2010 và 2.932 triệu USD năm 2015.

Về cơ cấu thị trường, Đức và Mỹ vẫn sẽ là những thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam.

Bảng 2.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

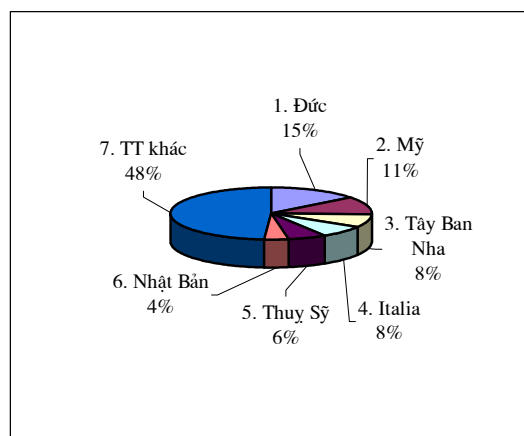
	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	2.074,0	2.890,0	2,83	17,0	2.932,0	4.332,0	8,28	10,0
1. Đức	285,9	398,7	0,93	14,44	426,0	589,1	9,80	9,55
2. Mỹ	264,3	438,2	8,09	35,34	408,6	625,9	10,92	8,57
3. TBN	143,9	200,5	-1,52	10,99	202,9	302,8	8,21	10,20
4. Italia	146,1	203,8	0,55	13,91	219,9	345,6	10,09	13,92
5. Thụy Sĩ	134,7	187,9	5,46	20,75	201,1	306	9,85	12,57
6. Nhật Bản	96,4	134,3	8,74	25,26	156,3	216,4	12,42	12,23
7. Bỉ	76,9	107,2	2,13	16,09	120,3	194,2	11,28	16,23
8. Indonexia	70,7	98,6	5,50	20,81	81,4	112,8	3,04	2,88
9. Hà Lan	68,8	96,1	11,40	29,11	110,5	153,1	12,12	11,86
10. Hàn Quốc	46,0	64,1	0,24	13,42	78,6	108,9	14,16	13,98
11. TT khác	739,6	961,6	1,69	12,21	926,1	1.377,6	5,04	8,65

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

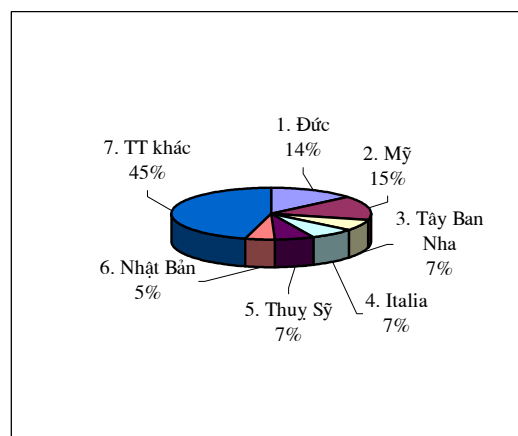
Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện trong sơ đồ 2.2.

Sơ đồ 2.2. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến năm 2015

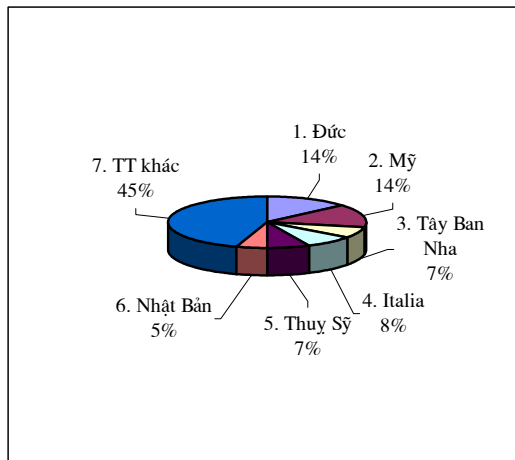
Năm 2007



Năm 2010



Năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

2.4. MẶT HÀNG CAO SU

2.4.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2001 - 2007

Năm 2007, Việt Nam là nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn thứ tư trên thế giới sau Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam tăng từ 166 triệu USD năm 2001 lên 1.392,8 triệu USD năm 2007, chiếm gần 5% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su thế giới. Tốc độ phát triển bình quân của xuất khẩu cao su trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 43,90%/năm,

Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên chủ yếu của Việt Nam là Trung Quốc, chiếm 60% tổng giá trị xuất khẩu. Tuy nhiên, do thuế xuất khẩu mặt hàng này từ Việt Nam vào Trung Quốc tương đối cao nên xuất khẩu cao su qua các kênh chính thức còn rất hạn chế, chủ yếu được buôn bán qua biên giới hai nước. Bên cạnh Trung Quốc, Malaixia (5,0%), Đài Loan (4,9%), Hàn Quốc (4,8%) và Đức (4,3%) cũng là những thị trường xuất khẩu lớn.

2.4.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su của Việt Nam

Xét theo triển vọng cung cầu cao su tự nhiên thế giới, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2010 dự báo có triển vọng đạt tốc độ cao, khoảng 26,0%/năm, kim ngạch đạt 2.786 triệu USD vào năm 2010. Trong giai đoạn 2010 - 2015, do hạn chế về diện tích trồng cao su và giới hạn về khả năng tăng sản lượng nên dự báo tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sẽ chậm lại và đạt 12,5%/năm, đưa kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam lên 5.020 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, trong điều kiện nền kinh tế toàn cầu không vượt qua được tình trạng khủng hoảng kinh tế, kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 1.700 triệu USD vào năm 2010 và 2.803 triệu USD vào năm 2015.

Bảng 2.3. Dự báo triển vọng xuất khẩu cao su của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD

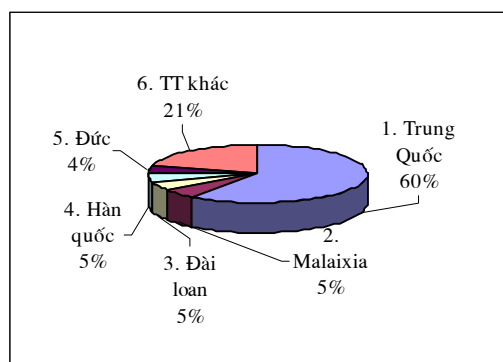
	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	1.701,0	2.786,0	6,90	26,00	2.803,0	5.020,0	10,50	12,50
1. Trung Quốc	885,0	1449,3	1,84	24,26	1303,3	2.334,5	9,45	12,21
2. Malaixia	123,1	201,7	25,32	62,72	229,8	411,6	17,32	20,82
3. Đài loan	93,5	153,2	12,27	41,35	189,2	338,8	20,44	24,23
4. Hàn quốc	90,3	147,9	11,82	40,60	209,6	375,5	26,41	30,77
5. Đức	87,7	143,7	15,93	47,35	157,8	282,6	15,95	19,32
6. Mỹ	65,8	107,8	22,80	58,59	132,0	236,4	20,10	23,86
7. Nga	55,1	90,2	15,02	45,85	129,4	231,9	26,98	31,39
8. Nhật	37,0	60,7	12,80	42,21	91,9	164,6	29,57	34,22
9. Thổ nhĩ kỳ	31,4	51,5	20,75	55,22	56,6	101,4	15,98	19,35
10. Italia	30,2	49,5	23,06	59,01	71,1	127,5	27,02	31,43
11. TT khác	201,6	330,1	11,98	40,88	231,8	415,2	2,99	5,15

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

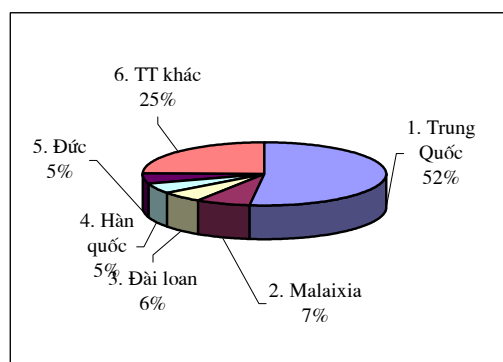
Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam được thể hiện ở sơ đồ 2.3.

Sơ đồ: 2.3. Dự báo cơ cấu xuất khẩu cao su của Việt Nam đến năm 2015

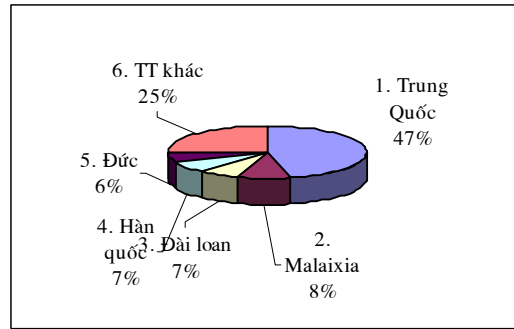
Năm 2007



Năm 2010



Năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

2.5. MẶT HÀNG THỦY SẢN

2.5.1. Thực trạng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam 2001 - 2007

Trong những năm qua, ngành thủy sản luôn là một trong những lĩnh vực kinh tế có tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu cao, giữ vị trí quan trọng trong các ngành xuất khẩu của cả nước về giá trị kim ngạch. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt bình quân 13,41%/năm, từ 1.777,5 triệu USD năm 2001 lên 3.763,4 triệu USD năm 2007.

EU là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, chiếm 25,7% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản, tiếp đến là Nhật Bản - 21,1%, Mỹ - 20,4%... Các thị trường nhập khẩu lớn khác là Hàn Quốc, Trung Quốc - Hồng Kông, Australia và Đài Loan.

2.5.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

Trên cơ sở phân tích thực trạng sản xuất thủy sản ở nước ta hiện nay, dự báo, trong giai đoạn từ 2007 - 2010, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản bình quân hàng năm dự báo đạt 14,8%/năm; tổng sản lượng thủy sản đạt 3,8 - 4,2 triệu tấn/năm; sản phẩm thủy sản xuất khẩu đạt trên 900.000 tấn; giá trị kim ngạch xuất khẩu đạt 6.796 triệu USD vào năm 2010. Dự báo trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu thủy sản bình quân hàng năm sẽ giảm chút ít và đạt 12,6%/năm; kim ngạch xuất khẩu đạt 12.302 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, năm 2009 cũng sẽ là năm khó khăn của các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Sức ép cạnh tranh trên thị trường Mỹ và thế giới sẽ tăng cao trong khi nhu cầu tiêu thụ và nhập khẩu giảm do tác động của suy thoái kinh tế. Việc Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) đưa ra quy định mới thực thi Luật Nông nghiệp 2008 sẽ là khó khăn lớn đối với xuất khẩu cá da trơn sang Mỹ. Trong trường hợp chịu ảnh hưởng nặng nề của

suy thoái kinh tế, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 4.962 triệu USD năm 2010 và 7.454 triệu USD vào năm 2015.

Bảng 2.4. Dự báo triển vọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

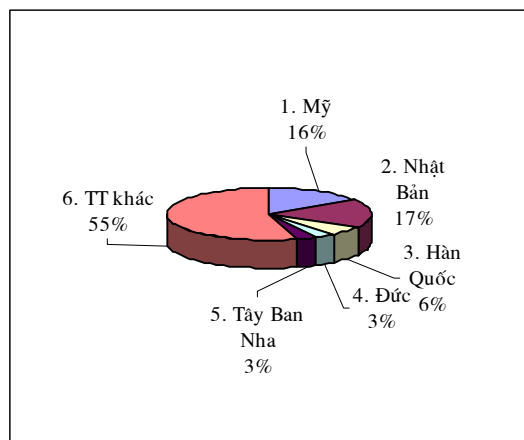
	2010		Tăng bọ năm (%)		2015		Tăng bọ năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	4.962,0	6.796,0	3,62	14,80	7.454,0	12.302,0	8,40	12,60
1. Mỹ	897,1	1.502,3	7,72	35,41	1.531,7	3019,8	14,15	20,20
2. Nhật Bản	916,3	1.460,3	7,20	31,26	1.601,8	2643,6	14,96	16,20
3. Hàn Quốc	333,0	524,9	7,04	30,29	589,5	849,6	15,40	12,37
4. Đức	161,9	194,2	3,43	10,77	255,6	421,8	11,58	23,44
5. TBN	163,4	182,9	6,74	11,50	218,3	360,9	6,72	19,46
6. Hà Lan	142,5	167,7	3,03	9,45	196,0	323,8	7,50	18,61
7. Italia	139,4	190,9	3,44	17,03	221,3	365,6	11,75	18,30
8. Australia	128,5	176,2	1,52	14,46	193,0	318,6	10,04	16,16
9. Nga	135,9	186,4	4,85	19,02	283,2	467,0	21,67	30,11
10. Đài Loan	122,0	167,1	3,46	17,05	195,2	322,6	12,00	18,60
11. TT khác	1821,6	3.545,9	-0,38	30,80	2.167,4	3.207,8	3,80	-1,90

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

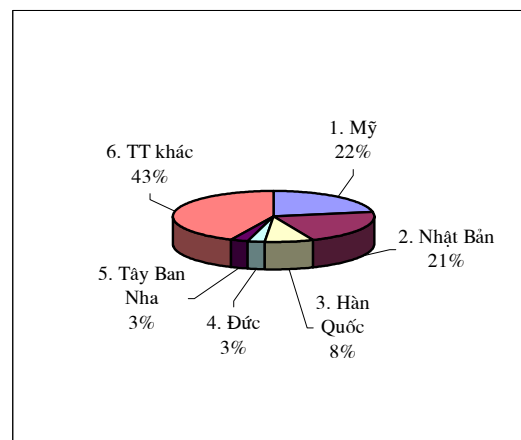
Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.4.

Sơ đồ 2.4. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đến năm 2015

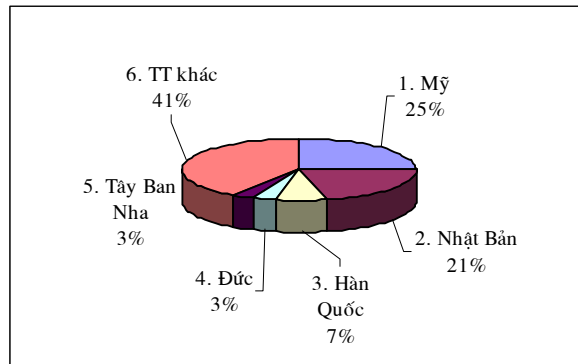
Năm 2007



Năm 2010



Năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.6. MẶT HÀNG GỖ

2.6.1. Thực trạng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007

Liên tục trong 6 năm qua, đồ gỗ là một trong những nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao với mức tăng kim ngạch xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt bình quân 40,99%/năm. Năm 2007, đồ gỗ xuất khẩu đã trở thành một trong những nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 5 sau dầu thô, dệt may, giày dép và thủy sản.

Thị phần đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường thế giới đạt khoảng 0,8%. Sản phẩm đồ gỗ Việt Nam cũng đã xuất khẩu sang 120 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tập trung vào 3 thị trường trọng điểm là Mỹ - khoảng 41%, EU - 28% và Nhật Bản - 12,8%.

2.6.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam tới năm 2015

Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ được dự báo là tăng đều qua các năm với tốc độ trung bình khoảng hơn 32,4%/năm trong giai đoạn từ nay đến năm 2010, đạt kim ngạch xuất khẩu 4.756,8 triệu USD vào năm 2010. Trong giai đoạn 2010 - 2015, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu dự báo giảm xuống còn 22,1%/năm, kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 10 tỷ USD vào năm 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, năm 2008 được xem là một năm khó khăn đối với thị trường gỗ vì sự suy thoái của kinh cực bất động sản toàn cầu. Trong tình huống phải chịu tác động nặng nề của khủng hoảng kinh tế, dự báo kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam sẽ chỉ đạt 2.750 triệu USD vào năm 2010 và 5.980 triệu USD vào năm 2015.

Bảng 2.5. Dự báo triển vọng xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến 2015

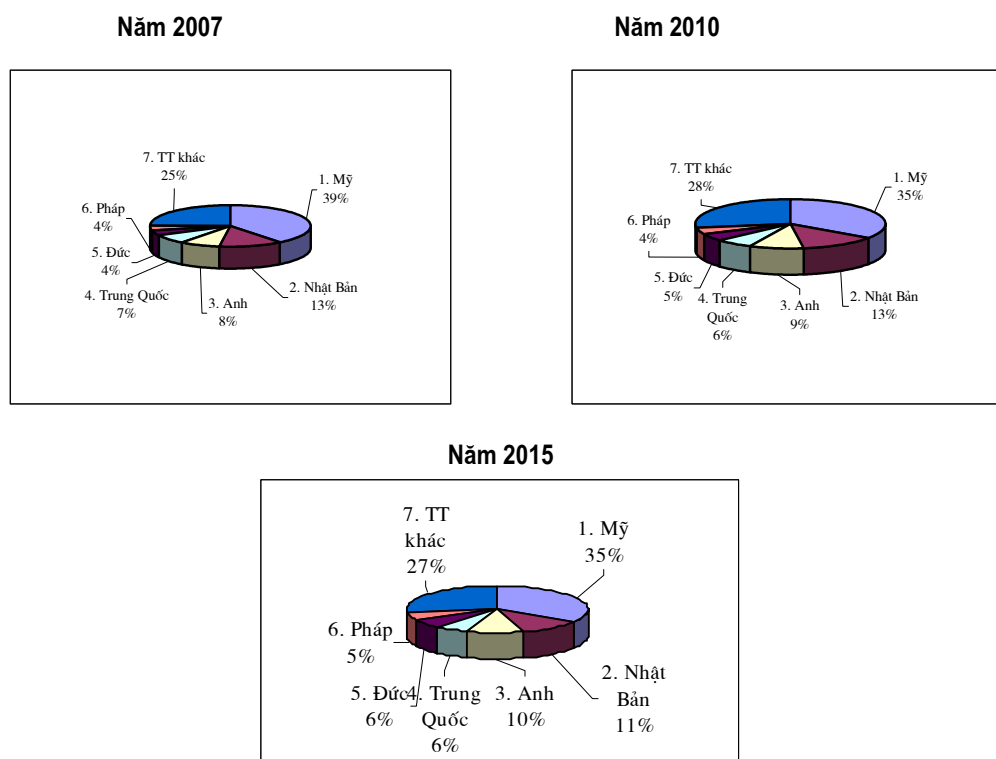
Đơn vị: Triệu USD, %

	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	2.750,0	4.756,8	4,60	32,36	5.980,0	10.016,0	18,60	22,00
1. Mỹ	956,6	1.653,8	0,28	24,79	2.035,2	3.408,8	22,55	21,22
2. Nhật Bản	359,5	621,8	5,70	34,16	683,5	1.144,5	18,02	16,81
3. Anh	253,9	439,2	9,77	41,21	591,4	990,7	26,58	25,11
4. Trung Quốc	169,4	292,9	0,35	24,90	369,0	617,9	23,55	22,18
5. Đức	131,5	227,5	11,26	43,83	355,2	594,8	34,03	32,28
6. Pháp	121,6	210,2	10,39	42,27	323,5	542,3	33,21	31,59
7. Hàn Quốc	107,3	185,4	9,04	39,90	245,2	410,8	25,71	24,32
8. Australia	92,4	159,9	17,85	55,25	254,7	427,0	35,12	33,39
9. Hà Lan	79,2	137,0	18,66	56,60	227,2	380,3	37,36	35,50
10. Canada	75,6	130,	19,65	58,12	217,7	364,9	37,55	35,89
11. TT khác	403,6	698,0	5,06	33,07	677,0	1.133,6	13,55	12,48

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.5.

Sơ đồ 2.5. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.7. MẶT HÀNG DỆT MAY

2.7.1. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007

Xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 26,0%/năm, từ 1.975,4 triệu USD năm 2001 lên 7.749,7 triệu USD năm 2007. Mỹ là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam, năm 2007 nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ từ Việt Nam đạt 4.465,2 triệu USD, chiếm tới 57,6% tổng giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam; tiếp theo là các nước thành viên EU như thị trường Đức, chiếm tỷ trọng 4,7%; thị trường Anh 3,5%; Pháp 1,9% và Tây Ban Nha 1,9%...

2.7.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam

Trên cơ sở dự báo triển vọng cung cầu thị trường hàng dệt may thế giới và năng lực phát triển sản xuất của Việt Nam, dự báo tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đạt mức bình quân hàng năm khoảng 19,0%/năm trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 và đạt 15,55%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015, kim ngạch xuất khẩu đạt 12.160 triệu USD vào năm 2010 và gần 21.615 triệu USD vào năm 2015 (Phương án cao). Trong trường hợp đó, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt gần 10 tỷ USD vào năm 2010 và 17 tỷ USD vào năm 2015.

Bảng 2.6. Dự báo triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến 2015

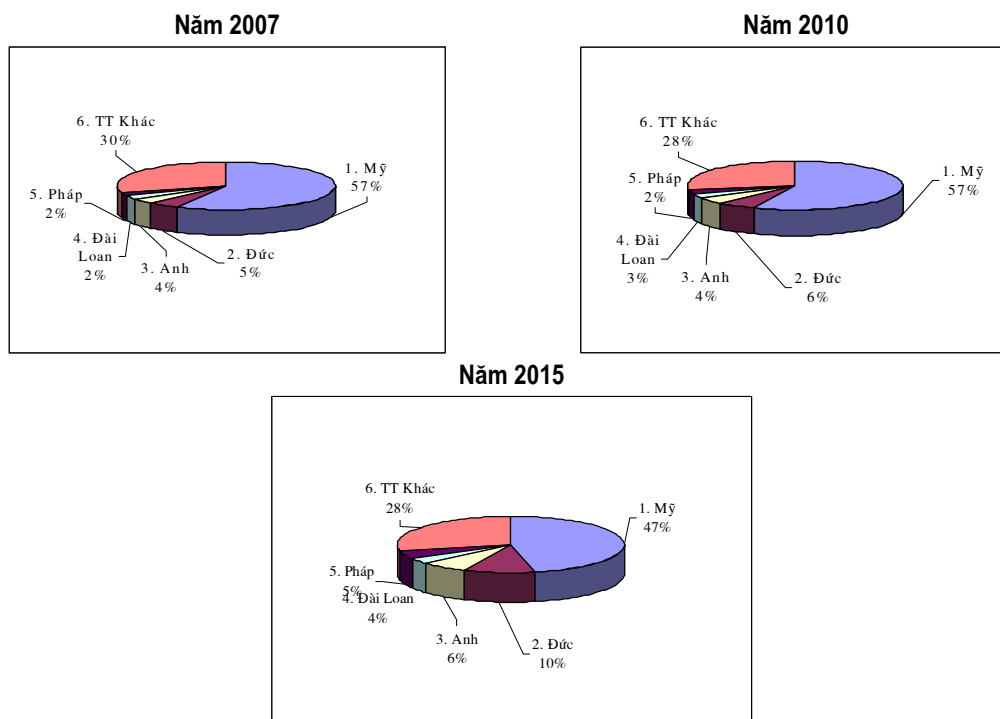
Đơn vị: Triệu USD, %

	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	9.898,0	12.160,0	8,50	19,00	17.444,6	21.615,0	12,00	15,55
1. Mỹ	5.060,21	6.285,3	4,44	17,62	8.150,0	10.097,4	12,21	15,98
2. Đức	590,95	1.126,2	20,62	32,97	1.050,1	2.166,0	15,54	66,09
3. Anh	443,46	544,7	20,95	33,35	955,9	1.400,4	23,11	52,36
4. Đài Loan	276,17	438,9	23,35	36,24	614,0	760,2	24,47	41,43
5. Pháp	246,48	302,7	21,26	33,73	519,8	1.075,5	22,18	85,08
6. TBN	240,54	295,6	19,80	31,98	526,8	653,0	23,80	40,29
7. Canada	203,91	250,7	16,39	27,81	481,4	595,7	27,22	45,87
8. Hà Lan	237,57	292,1	29,37	43,77	418,6	519,2	15,25	25,91
9. Italia	195,99	241,1	36,61	52,72	589,6	731,1	40,17	67,74
10. Hàn quốc	174,22	253,4	34,75	50,09	505,8	625,8	38,08	64,39
11. TT Khác	2.229,18	2.129,8	9,33	7,43	3.630,1	2.990,0	12,57	13,46

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.6.

Sơ đồ 2.6. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đến năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.8. MẶT HÀNG GIÀY DÉP

2.8.1. Thực trạng xuất khẩu giày dép của Việt Nam 2001 - 2007

Việt Nam là một trong 10 nước xuất khẩu giày dép hàng đầu thế giới, riêng ở thị trường EU, Việt Nam xếp thứ hai sau Trung Quốc. Mặc dù không đạt mức tăng trưởng đột phá như xuất khẩu một số sản phẩm khác, xuất khẩu giày dép trong giai đoạn 2001 - 2007 tăng trưởng khá ổn định với tốc độ tăng trưởng bình quân 17,03%/năm, từ 1.595,5 triệu USD năm 2001 lên 3.994,3 triệu USD năm 2007.

2.8.2. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam

Dự báo, đến năm 2010, kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt 6.860 triệu USD với tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân hàng năm trong giai đoạn 2008 - 2010 là 22,3%/năm; Năm 2015 đạt kim ngạch xuất khẩu 10.750 triệu USD với tốc độ tăng trưởng bình quân 11,2%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015 (Phương án cao).

Tuy nhiên, cũng như dệt may, thị trường giày dép thế giới năm 2009 có khả năng sẽ phải chịu nhiều tác động của suy thoái kinh tế thế giới, đặc biệt là ở các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam như Mỹ và EU.

Đặc biệt là mặt hàng giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang EU lại không được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP và đang chịu điều tra về chống bán phá giá đối với giày mũ da tại thị trường EU. Trong trường hợp đó, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam dự báo sẽ chỉ đạt 4.740 triệu USD vào năm 2010 và 7.046 triệu USD vào năm 2015.

Bảng 2.7. Dự báo triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến 2015

Đơn vị: Triệu USD, %

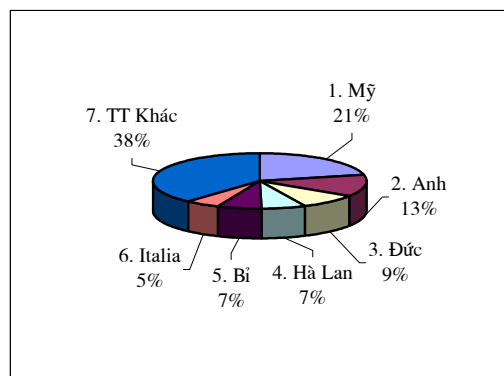
	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	4.740,0	6.860,0	4,85	22,30	7.045,8	10.750,0	8,25	11,20
1. Mỹ	927,19	1.272,8	1,59	14,60	1.401,4	1.800,7	10,23	8,30
2. Anh	653,68	946,2	8,04	26,56	986,4	1.414,4	10,18	9,90
3. Đức	433,26	695,7	7,01	31,44	713,0	1.150,0	12,92	13,06
4. Hà Lan	350,30	506,5	8,49	27,15	551,6	790,5	11,50	11,21
5. Bỉ	320,91	464,0	5,02	22,13	500,9	715,4	11,22	10,83
6. Italia	273,04	394,9	8,63	27,36	412,8	589,7	10,24	9,87
7. Pháp	236,06	341,3	5,83	23,30	359,3	524,1	10,44	10,71
8. TBN	174,91	252,9	12,22	32,55	298,0	465,3	14,08	16,79
9. Nhật Bản	164,49	238,0	14,43	35,78	243,0	349,3	9,56	9,36
10. Canada	110,92	160,5	13,71	34,76	169,8	262,6	10,62	12,71
11. TT Khác	1095,94	1.586,4	1,28	16,77	1.409,1	2.643,3	5,72	13,33

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

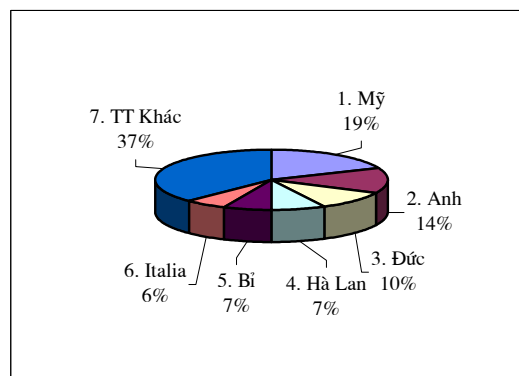
Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam được thể hiện ở sơ đồ 2.7.

Sơ đồ 2.7. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam đến năm 2015

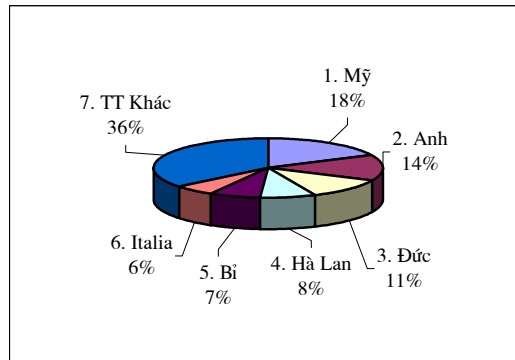
Năm 2007



Năm 2010



Năm 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban chủ nhiệm đề tài

2.9. NHÓM HÀNG ĐIỆN TỬ VÀ LINH KIỆN ĐIỆN TỬ

2.9.1. Thực trạng xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam 2001 - 2007

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử của Việt Nam là một trong những sản phẩm xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn 2001 - 2007, bình quân hàng năm đạt 26,29%/năm. Kim ngạch xuất khẩu tăng từ 595,6 triệu USD năm 2001 lên 2.154,4 triệu USD năm 2007.

Thái Lan là thị trường nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện điện tử lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch năm 2007 đạt 370 triệu USD, chiếm 17,2% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam; tiếp theo là Mỹ - 12,7%; Nhật Bản - 12,5%, Hà Lan - 9% và Philippin - 8%...

2.9.2. Dự báo xuất khẩu điện tử và linh kiện của của Việt Nam

Theo Định hướng chiến lược phát triển các sản phẩm công nghiệp của ngành công nghiệp thì nhóm hàng điện tử và linh kiện máy tính được xếp vào nhóm trọng tâm ưu tiên phát triển trong giai đoạn 2006 - 2015. Dự báo kim ngạch xuất khẩu đạt 4.651 triệu USD vào năm 2010 với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 38,6%/năm trong giai đoạn 2008 - 2010 và đạt 7.322 triệu USD vào năm 2015, tăng trưởng bình quân ở mức 11,5%/năm trong giai đoạn 2010 - 2015.

Trong trường hợp chịu ảnh hưởng nặng nề của suy thoái kinh tế, dự báo kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam sẽ chỉ đạt 3.043 triệu USD vào năm 2010 và 4.900 triệu USD vào năm 2015.

Hiện nay Việt Nam đang xuất khẩu mặt hàng này chủ yếu sang các nước ASEAN, Nhật Bản và Mỹ. Trong thời gian tới có thể hướng tới Trung Quốc, Hồng Kông, Đức và các nước thành viên mới của EU như Hungary, Ba Lan, Cộng hòa Séc và Slovakia.

Bảng 2.8. Dự báo triển vọng xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015

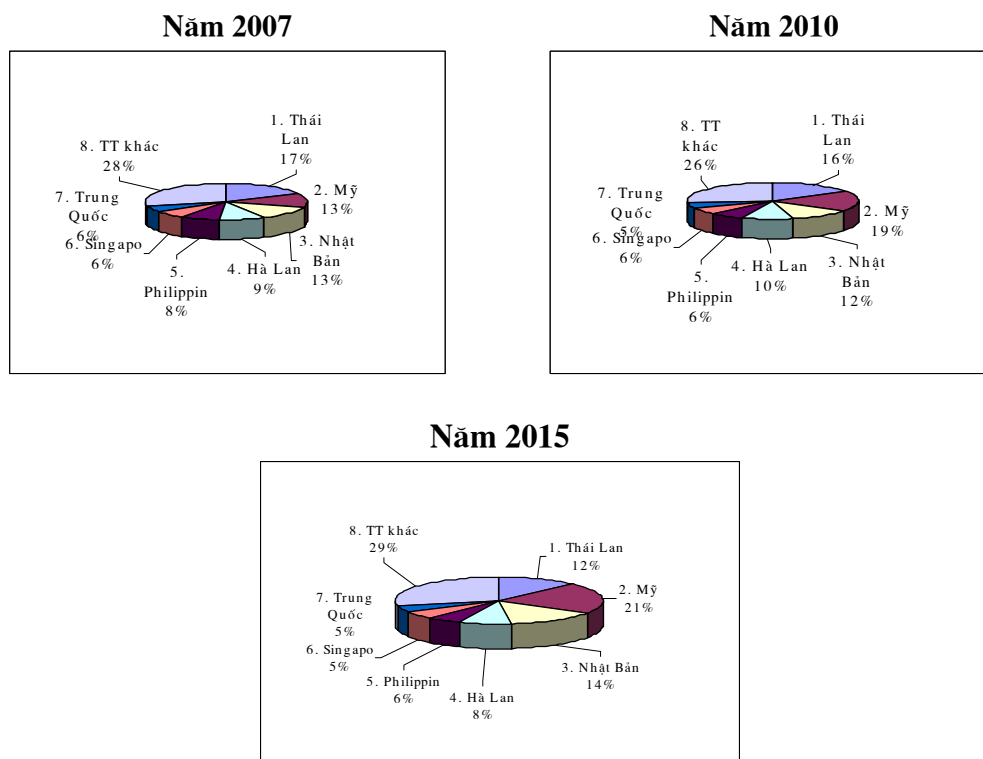
Đơn vị: Triệu USD, %

	2010		Tăng bq năm (%)		2015		Tăng bq năm (%)	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
Tổng KN	3.043,0	4.650,0	12,20	38,62	4.900,0	7.332,0	10,00	11,50
1. Thái Lan	478,98	732,1	9,82	32,62	705,73	910,3	9,47	4,87
2. Mỹ	572,10	874,5	36,42	73,29	951,75	1.570,7	13,27	15,92
3. Nhật Bản	349,96	534,8	9,98	32,87	697,40	1.043,3	19,86	19,01
4. Hà Lan	296,70	453,5	17,59	44,51	397,46	594,6	6,79	6,23
5. Philippin	196,89	301,0	4,58	24,63	319,54	404,7	12,46	6,89
6. Singapo	181,06	276,6	12,15	36,16	239,16	357,4	6,42	5,84
7. Trung Quốc	146,37	223,9	7,46	29,07	289,15	358,9	19,51	12,07
8. Hồng Kông	129,64	198,1	16,80	43,30	225,93	338,0	14,86	14,12
9. Arập Xêut	73,64	112,6	19,12	46,93	131,34	196,1	15,67	14,82
10. Phần Lan	75,16	114,9	28,23	60,81	133,30	199,1	15,47	14,64
11. TT khác	541,97	828,4	6,96	28,25	810,12	1.358,5	9,90	12,80

Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam đến năm 2015 được thể hiện ở sơ đồ 2.8.

Sơ đồ 2.8. Dự báo cơ cấu thị trường xuất khẩu điện tử và linh kiện của Việt Nam đến 2015



Nguồn: Số liệu tính toán của Ban Chủ nhiệm Đề tài

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Dự báo thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam đến năm 2015 là một trong những nhiệm vụ khoa học quan trọng và khó khăn. Đặc biệt, trong bối cảnh khủng hoảng tài chính từ Mỹ đã lan ra toàn cầu và đã dẫn đến suy thoái kinh tế toàn cầu thì nhiệm vụ khoa học này lại càng khó khăn và phức tạp hơn nhiều, rất khó có thể đạt được mức độ chính xác cao. Trên thế giới, chỉ riêng dự báo cho năm 2009, hàng tháng IMF và WB lại điều chỉnh dự báo về tăng trưởng kinh tế thế giới và thương mại. Chẳng hạn, tháng 10 năm 2008 IMF đưa ra dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2009 là 3%, đến tháng 11/2008 thì IMF đã điều chỉnh dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới còn 2,2% và đến tháng 12 thì WB lại đưa ra dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới chỉ là 0,9%. Tăng trưởng kinh tế thế giới giảm dẫn đến hoạt động thương mại quốc tế cũng giảm, chỉ có thể ở mức 3,9% vào năm 2009 (giảm 2,1 % so với tốc độ của các năm trước đó và là mức thấp nhất kể từ năm 1982). Hiện tại, chưa có nhà kinh tế hoặc cơ quan dự báo nào đưa ra dự báo về khoảng thời gian kéo dài của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Chỉ có WB đưa ra dự báo rằng với sự can thiệp của các Chính phủ (đặc biệt là các nước có tiềm lực và khả năng tài chính lớn), bằng các khoản cứu trợ khẩn cấp lên đến hàng ngàn tỷ USD, có thể mức độ tác động của khủng hoảng tài chính sẽ được giảm bớt. Năm 2010 kinh tế thế giới có thể tăng trưởng 3% và tăng trưởng thương mại sẽ đạt 6%.

Khủng hoảng tài chính toàn cầu đã và sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến nền kinh tế Việt Nam, tuy nhiên các ngành và lĩnh vực khác nhau sẽ có mức độ tác động không giống nhau. Suy thoái kinh tế toàn cầu dẫn đến sức mua giảm (kể cả tiêu dùng và sản xuất), giới đầu cơ sẽ bán tháo hàng dự trữ và khả năng thanh toán của hệ thống ngân hàng, tài chính cùng với biến động của tỷ giá giữa các loại ngoại tệ... sẽ làm cho kinh tế và thương mại toàn cầu tăng trưởng chậm lại. Vì vậy, khủng hoảng tài chính sẽ tác động vào nền kinh tế Việt Nam, trước hết là lĩnh vực thương mại, xuất khẩu, nhập khẩu và lĩnh vực thu hút và thực hiện vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, cuộc khủng hoảng này còn tác động đến một số lĩnh vực như tài chính, tiền tệ, giá cả các mặt hàng xuất khẩu và nhập khẩu, đặc biệt là các mặt hàng thô. Tăng trưởng xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam năm 2009 sẽ chậm lại so với năm 2008 và chỉ có thể phục hồi vào năm 2010.

Căn cứ vào mục tiêu và yêu cầu đặt ra cho đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Ban chủ nhiệm đề tài đã hoàn thành được các nội dung nghiên cứu và đạt được một số kết quả sau:

- Thu thập, cập nhật, tổng hợp, phân tích và lựa chọn để trình bày trong đề tài các dự báo về kinh tế thế giới và thị trường thế giới đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam. Các dự báo về kinh tế thế giới và thị trường thế giới đối với một số mặt hàng được trình bày trong đề tài này là do một số tổ chức quốc tế và các cơ quan có uy tín trên thế giới đưa ra như IMF, WB, FAO, USDA, ICO... Hầu hết các dự báo đều có tính đến tác động của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Tuy nhiên, các dự báo trên sẽ còn được điều chỉnh nên cần phải tiếp tục theo dõi và cập nhật.

- Các dự báo về khả năng xuất khẩu của Việt Nam đối với một số mặt hàng như gạo, cà phê, cao su tự nhiên, thủy sản, sản phẩm đồ gỗ, dệt may, giày dép và hàng điện tử đều được tính toán theo 2 phương án. Trong đó, cả 2 phương án đều tính toán dựa trên các dự báo về tác động của khủng hoảng tài chính đến xuất khẩu của Việt Nam, tức là cả điều kiện sản xuất và xuất khẩu của chúng ta (yếu tố chủ quan) và điều kiện thị trường thế giới (yếu tố khách quan). Tuy nhiên, phương án cao là phương án tính toán dựa trên các dự báo về khả năng chúng ta sẽ tận dụng được tối đa các cơ hội do tác động bất lợi của khủng hoảng đối với các đối thủ cạnh tranh, chuyển dịch thị trường và cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng đa dạng hoá thị trường, khai thác mạnh các thị trường truyền thống nhưng kim ngạch xuất khẩu còn thấp, nâng cao giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu thông qua đẩy mạnh chế biến sâu, tận dụng tối đa các ưu đãi trong các cam kết giữa Việt Nam với các đối tác thuộc khu vực hay hiệp định về ưu đãi thuế quan. Để giúp cho lựa chọn phương án trong xây dựng chiến lược, kế hoạch dài hạn... chúng tôi đề xuất lựa chọn phương án cao đối với mặt hàng gạo và phương án thấp đối với các mặt hàng còn lại.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do các điều kiện có hạn, đặc biệt là các thông tin về tình hình kinh tế và thương mại thế giới phải sử dụng chủ yếu từ các nguồn thông tin miễn phí trên mạng internet nên mức độ chính xác còn hạn chế. Tình hình kinh tế, thương mại thế giới đang tiếp tục diễn biến phức tạp và chắc chắn sẽ tác động sâu sắc hơn đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Để đưa ra được các dự báo chi tiết hơn, mức độ bao phủ các mặt hàng và thị trường rộng hơn, độ chính xác cao hơn, qua đó phục vụ tốt cho công tác xây dựng chiến lược phát triển thương mại Việt Nam đến năm 2020 và các hoạt động quản lý của Bộ Công Thương, giúp ích nhiều hơn cho các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, Ban chủ nhiệm đề tài kiến nghị: 1/Cần tiếp tục theo dõi, cập nhật các dự báo và để có được các dự báo với độ chính xác cao, Bộ Công Thương cần cấp kinh phí để mua thông tin từ các tổ chức và

cơ quan dự báo có uy tín trên thế giới; 2/Cho phép nghiên cứu, dự báo tình hình thị trường thế giới đối với các mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam như xăng dầu, phân bón, thép, sản phẩm nhựa...; 3/ Cần nghiên cứu các giải pháp tổng thể và một số giải pháp cụ thể cho các ngành hàng để phục vụ cho công tác quản lý nhà nước của Bộ nhằm thực hiện được các chỉ tiêu dự báo đã đề xuất và được lựa chọn trong xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển.

Trong quá trình thực hiện đề tài, Ban chủ nhiệm đã nhận được sự giúp đỡ rất tận tình của Vụ Khoa học và công nghệ, các Vụ, Cục có liên quan của Bộ Công Thương cũng như các cơ quan và các nhà khoa học. Ban chủ nhiệm đề tài xin trân trọng cảm ơn và mong tiếp tục nhận được sự giúp đỡ và hợp tác của các cơ quan và các nhà khoa học.

Ban chủ nhiệm đề tài

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Quyết định 2635/QĐ-BNN-CB về Phê duyệt Đề án “Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê đến 2015 và định hướng 2020”*, 2008.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Nông nghiệp và thị trường nông sản: nhận diện tình hình và những vận hội sau khi Việt Nam gia nhập WTO*, 2008.
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, *Thương mại và tiếp thị lâm sản*, 2006.
4. Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27 tháng 10 năm 2000 của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010.
5. Quyết định số 156/2006/QĐ - TTg ngày 30 tháng 6 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006 - 2010.
6. Quyết định số 1958/QĐ-BCT của Ngành Công Thương về Ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP ngày 27 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ.
7. Quyết định số 18/2007/QĐ-TTg ngày 05 tháng 02 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Chiến lược phát triển lâm nghiệp Việt Nam giai đoạn 2006 - 2020.
8. Quyết định 75/2007/QĐ-TTg ngày 28 tháng 5 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam đến 2010 và tầm nhìn đến năm 2020
9. Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 10 tháng 3 năm 2008 về phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
10. Tổng cục Hải quan Việt Nam, *Số liệu thống kê xuất nhập khẩu*
11. Viện Chiến lược và chính sách công nghiệp, *Xây dựng chiến lược định hướng thị trường xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp Việt Nam giai đoạn đến năm 2015, tầm nhìn 2020*, 2006
12. Viện Chiến lược và chính sách nông nghiệp, *Hồ sơ ngành hàng cà phê Việt Nam*, 2007

TIẾNG ANH

13. CEC, *Footwear development of the world*, 2008
14. FAO, *Future prospects for fish and fishery product: medium-term projections to the years 2010 and 2015*, 2007
15. FAO, *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear 1988 - 2007*
16. International Rubber Study Group, *Natural Rubber: what has the future in store*, 2008.
17. IMF, *World Economic Outlook*, tháng 9/2008
18. OECD - FAO, *Agricultural Outlook*, 2008
19. SIA, *Global semiconductors market*, 2008
20. Textile Intelligence, *Strategies For Textile and Apparel Manufacturers in the Post-Quota Era: Prospects to 2015*, 2007
21. The Association of Natural Rubber Producing countries, *Quarterly Natural Rubber Statistical Bulletin*, 2007
22. The Cotton Economics Research Institute, *World Cotton Outlook: Projections to 2015/16*, 2007
23. UNIDO, *The Global Footwear Industry*, 2008
24. USDA, *Cotton: World Markets and Trade*, 2008
25. USDA, *Coffee: World Markets and Trade*, 2008.
26. USDA, *Agricultural Long-term Projections*, 2008
27. USDA, *Wood Market UpDate*, 2008
28. Worldbank, *Commodities Price Forecasts*, 2008
29. Worldbank, *Prospects for the Global Economy*, 2008
30. WTO, *World Trade Report*, 2008