

Xuất khẩu theo Khu vực Địa lý

Trong thập kỉ qua, việc mở rộng xuất khẩu của Việt Nam đã được củng cố bằng sự chuyển biến đáng kể về xuất khẩu theo khu vực địa lí. Đó cũng là kết quả từ phản ứng của các doanh nghiệp nhà nước hoạt động trong lĩnh vực thương mại đối với sự sụp đổ của thị trường của các nước Đông Âu và việc hình thành mối liên kết với thị trường mới thông qua đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào trong nước. Tỉ trọng xuất khẩu sang các thị trường của các nước Đông Âu trong tổng xuất khẩu đã giảm xuống liên tục từ cuối những năm 80, và đạt 2% vào năm 2001. Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc những năm gần đây đã mở rộng nhanh chóng hơn so với bất kỳ một thị trường khác nào khác trong khu vực. Đầu những năm 1990, Trung Quốc thu hút chưa đến 1% trong tổng số hàng xuất khẩu là các sản phẩm không phải dầu mỏ của Việt Nam. Năm 2001, con số này đã tăng đến khoảng 10%.

So với các nước láng giềng khác, cơ cấu xuất khẩu theo địa lý của Việt Nam là độc nhất vì xuất khẩu đến thị trường lớn nhất thế giới (thị trường Mỹ) chỉ chiếm một tỉ trọng nhỏ. Việc các sản phẩm của Việt Nam thâm nhập vào thị trường Mỹ đã gặp sự ngáng trở từ lệnh cấm vận thương mại, kéo dài cho đến năm 1994. Từ đó đến nay, tỉ trọng xuất khẩu sang thị trường Mỹ trong tổng xuất khẩu của Việt Nam đã tăng lên nhanh chóng, đạt tới 7% vào năm 2001. Nhưng bộ gia nhập thị trường được đưa ra trong Hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ sẽ giúp làm tăng nhanh hơn tỉ trọng xuất khẩu này trong các năm sắp tới. Nếu kinh nghiệm về thương mại của các nước Đông Nam Á được sử dụng như là kim chỉ nam thì có khả năng tỉ trọng xuất khẩu của hàng Việt Nam đến thị trường Mỹ sẽ tăng gấp ba lần.